

Tartu Ülikool
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

Eesti noorte privaatsusstrateegiad suhtluses veebiauditooriumiga

Magistritöö (30 EAP)

Egle Oolo
Juhendaja: Andra Siibak, PhD

Tartu 2012

SISUKORD

Eessõna.....	4
Sissejuhatus.....	7
I TEOREETILINE JA EMPIIRILINE RAAMISTIK.....	9
1.1 Muutused privaatsuse käsitlustes.....	10
1.1.1 Klassikalised privaatsuse kontseptsioonid.....	10
1.1.2 Privaatsuse areng arvuti vahendatud kommunikatsioonis.....	13
1.2 Muutused auditooriumis ja selle tajumises.....	16
1.2.1 Traditsioonilisest auditooriumist kasutajateks.....	16
1.2.2 Uut tüüpi auditooriumi trendid.....	18
II METOODIKA JA VALIM.....	21
2.1 Meetod.....	21
2.2 Valim.....	25
III TULEMUSED.....	26
IV DISKUSSIOON.....	29
Kokkuvõte.....	39
Summary.....	42
Kasutatud kirjandus.....	44

ARTIKLI KÄSIKIRI

Performing for one's imagined audience: social steganography and other privacy strategies of Estonian teens on networked publics.....	51
Abstract.....	52
Introduction.....	53
THEORETICAL OVERVIEW.....	55
Managing privacy on networked publics.....	55
Perceptions of imagined audience.....	56

Adapting to the audience: privacy strategies	57
METHOD AND DATA	60
RESULTS	63
1. Teens' perceptions of the online audience	63
2. Teens' perceptions of privacy on various online platforms	64
3. "Performing" for one's audience	65
DISCUSSION	70
References	77
LISA 1: intervjuu kava	80

EESSÕNA

Käesolev magistritöö on kirjutatud harjumuspärasest monograafiast veidi erinevas vormis – antud töö kõige tähtsama osa moodustab noorte veebis kasutatavaid privaatsusstrateegiaid süvitsi analüüsiv inglisekeelne eelretsenseeritav teadusartikkel, mis avaldatakse rahvus-vahelise veebiajakirja *Cyberpsychology* 2012. aasta oktoobris ilmuvas erinumbris “*Children in Cyberspace: Opportunities, Risks and Safety*”.

Artikkel peakirjaga “*Performing for one’s imagined audience: social steganography and other privacy strategies of Estonian teens on networked publics*“ koosneb töö teemast ja selle tähtsusest ülevaadet andvast sissejuhatausest; noorte *online* privaatsust, veebi-auditooriumit ja privaatsusstrateegiaid käsitlevast teoreetilisest ülevaatest; meetodi ja valimi lühikirjeldusest; intervjuukatketega illustreeritud tulemuste esitlusest ning diskussioonist. Sellises vormis inspireeris mind tööd kirjutama võimalus rääkida teadusajakirja veergudel kaasa rahvusvaheliselt tunnustatud uurijatega ning soov riigipiiride üleselt panustada antud teadussuuna uurimisse, aitamaks paremini mõista tänapäeva noorte veebiauditooriumi tajumist ja keerukate privaatsusstrateegiatega kasutamist.

Artikli kirjutamine pakkus ühtlasi suurt väljakutset ja enese proovilepaneku võimalust, kuivõrd minu jaoks oli tegu esimese teadusartikli kirjutamisega, mis pidi vastama eelretsenseeritavate teadusajakirjade poolt nõutud kõrgetele kvaliteedistandarditele, ning esmakordse nii põhjaliku uurimistöö võõrkeeles kirjutamisega. Artikli käsikirja saatsime magistritöö juhendaja ja artikli kaasautori Andra Siibakuga *Cyberpsychology* toimetajatele jaanuaris ning aprillis saabusid kahe retsenseerija retsensioonid koos toimetajate hinnangutega. Nii retsenseerijad kui toimetajad olid artikli problemaatikat väga tähtsaks, uurimistöö panust suureks ning kasutatud kirjandust kaasaegseks pidanud, ent tõid välja mitmeid kitsaskohti, mida tuleks kirjutise puhul enne avaldamist veel täiendada. Et retsenseerijate kümnekonda korrigeerimisettepanekut sisse viia, lugesin täiendavalt läbi veel tosin uut artiklit, uuringut või raamatut, mille põhjalt artiklile juurde lisada erinevate uurijate seisukohti ning võrdlusmaterjali pakkuvaid empiirilisi leide. Samuti kirjeldasin artiklis senisest põhjalikumalt uusi aspekte seoses sotsiaalmeedia privaatsussätete kasutaja-sõbralikkusega, metodoloogiliste ja kultuuriliste variatsioonidega erinevate uurijate töödes, tõin sisse mõningaid hariduspoliitilisi soovitusi ja muud. Retsenseerijate ja toimetajate soovitude rakendamine oli kohati ajamahukas, ent ettepanekud aitasid oluliselt tõsta artikli kvaliteeti. Eriti tänulik olin soovitude eest, mis puudutasid diskussiooniosa ja aitasid seetõttu tulemuste analüüsi kõrgemale tasemele viia aspektides, mis olid seni veel nõrgalt läbi mõeldud või kajastamata. Eelkaitsmisel sain artikli tarbeks veel mitmeid vormistust ja sõnastust

puudutavaid soovitusi, mis said artiklisse sisse viidud. Seejärel taasesitasime artikli pärast edukalt läbitud esimest retsensioonivooru ajakirja toimetusele.

Kõnealust inglisekeelset artiklit raamistab eestikeelne katusartikkel, mis annab kitsale artiklis käsitletud problemaatikale laiemat teoreetilist ja tulemuste üle diskuteerivat raamistikku. Katusartikkel koosneb tavapärasest magistritöö osadest, milleks on sissejuhatus, teoreetiline ja empiiriline raamistik, metoodika ja valim, tulemused, diskussioon ning kokkuvõte. Traditsioonilisest magistritööst eristab katusartiklit siiski asjaolu, et eeldan selle lugemist paralleelselt inglisekeelse artikliga, kuna üks täiendab teist – kui eestikeelse töö teoreetiline ülevaade annab ülevaate klassikalistel teooriatel põhinevatest privaatsuse ja auditooriumi üldkäsitlustest, siis teema edasiarendus kaasaegsest noorte kontekstist lähtudes jätkub süvitsi inglisekeelses artiklis. Uuringu tulemused koos tsitaatkatketega on põhjalikult esitletud inglisekeelses teadusartiklis ning liigse dubleerimise vältimiseks on raamistavast katusartiklis võimalik tutvuda vaid tulemuste lühikokkuvõttega. Ka diskussioon ning järeldused uuringu leidude kohta on esitatud kahes osas – kui teadusartikli diskussioon käsitleb tulemusi spetsiifiliselt, uurimisvaldkonna viimaste aastate empiiriliste uuringute valguses, siis katus-artikli diskussioon püüab tulemusi sobitada laiemasse sotsiaalkultuurilisse konteksti.

Minu kui inglisekeelse teadusartikli esimese autori kõrval on artikli kaasautoriks minu juhendaja, Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi meedia-uuringute vanemteadur Andra Siibak (PhD). Artikli empiirilise materjali kogumiseks vajalikud semistruktueeritud *online* süvaintervjuud ning nende analüüsi viisin ma käesoleva magistritöö autorina läbi üksi.

Tänuõnad

Tee umbmäärastest mõttekänkadest loogilisse ja mõtestatud artikli vormi oli pikk ning vaearikas, milleks kulus 14 kuud. Tahaksin siinkohal esile tõsta ja siiralt tänada:

- Oma juhendajat ja artikli kaasautorit Andra Siibakut, kelle sisuline panus, asjatundlikud juhised, inspireerivad idealgatused, motiveerivad sõnad, järjekindlus ja pühendumus juhendajana väärivad minu silmis kuldmedalit. Eriti soovin oma juhendajat tänada idee eest kirjutada oma magistritöö just käesolevas vormis, mis pakkus mulle palju mitmekülgsemat kogemust kui harjumuspärase monograafilise töö kirjutamine;
- Veronika Kalmust, kes aitas juhendajaseminarides kannatlikult nõu ja jõuga ning pakkus *Cyberpsychology* erinumbri toimetajana ja retsensendina väärtuslikku konstruktiivset tagasidet, mis aitas magistritööle vürtsi juurde anda;
- Olen tänulik ETF grandile 8527 „Põlvkonnad ja põlvkondadevahelised suhted kujunevas infoühiskonnas“, mille raames käesolev töö valmis, ning lisaks avaldan tänu kogu Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudile, mis on viieaastaste õpingute vältel andnud mulle asendamatu akadeemiliste teadmiste pagasi ning pakkunud toetavat ja inspireerivat õppekeskkonda;
- Tahaksin aitäh öelda valimisse kuulunud tütarlastele ja noormeestele, kelle koostöö-valmidus ja avameelsus panid aluse põnevale uurimismaterjalile;
- Lisaks on tänuõnad kuhjaga välja teeninud ka minu pere ja lähedased, kes on viimase aasta jooksul liiga tihti pidanud televiisorit kõrvaklappidega vaatama, hiirvaikselt kodus ringi liikuma, kodutöid minu eest ära tegema, süüa arvuti kõrvale poetama ning tuju üleval hoidma.

SISSEJUHATUS

Tänapäeva noorte vaba aja veetmise praktikate jälgimine annab tõestust, et veebisuhtlus on muutunud noorte igapäevaelu lahutamatuks osaks. Seda innustab tagant infojanu (boyd 2008a), aktiivse enesepresentatsiooni tung ning nähtav ja leitav olemise soov (Tufekci 2008). Kuigi noori peetakse teatud mõttes kõige asjatundlikumateks küberajastu interneti-kasutajateks, leiavad nad privaatsuse kontekstis sageli kajastust kui oma privaatsusest mitte hoolivad tuulepead (vt boyd & Hargittai 2010, Sorensen & Jensen 2010; Janisch 2011 jt), kelle väärtushinnangute hulgas pole privaatsus kesksel kohal (Palfrey & Gasser 2008) ning kellel puuduvad oskused oma isikuruumi kaitseks veebis (Murumaa 2010; Siibak & Murumaa 2011; Sidarow 2011 jt). Viimasel ajal on oluliseks kõneaineks kujunenud noorte vabatahtlikust infopaljastamisest tulenevad privaatsusohud (Tufekci 2008; Harris 2010), mis on väidetavalt põhjustatud noorte pealiskaudsusest oma veebiauditooriumi tajumisel (vt Marwick & boyd 2010; Murumaa 2010; Siibak & Murumaa 2011), raskustest avalike ja privaatsete suhtluskanalite eristamisel (Robards 2010; Marwick, Diaz & Palfrey 2010) ning sotsiaalse jälgimise tunnetamisel (Murumaa & Siibak 2012; Jensen 2010).

Teema tõstatub eriti teravalt esile Eesti kontekstis, kus 9-16aastastest kasutab internetti igapäevaselt 82%, samal ajal kui Euroopa Liidu laste sama keskmine on näitaja 60%, ning kus 13-16aastased on ühed Euroopa kõige aktiivsemad sotsiaalvõrgustike kasutajad (85%) (Livingstone et al 2011). Kuna eesti 11-16aastased lapsed on Euroopas esikohal oma isikuandmete väärkasutamise sageduse poolest (Livingstone et al 2011), loetakse Eestit kõrge kasutuse määra, aga ka kõrge *online* privaatsusega seotud riskimääraga riigiks (Livingstone, Õlafsson & Staksrud 2011). Et eesti lapsed on internetikasutuse poolest Euroopas igati esirinnas, on oluline pöörata tähelepanu sellele, millisena tajuvad nad oma veebiauditooriumi ning kuivõrd oskavad suhtluskeskkondade spetsiifikat arvesse võttes oma privaatsust erinevate privaatsustehnikatega kaitsta.

Kuna sotsiaalmeedia uurijad keskenduvad tavaliselt korraga ühe veebisuhtluskeskkonna uurimisele, on antud magistritöö eesmärgiks anda laiahaardelisem pilt eesti noorte auditooriumi ja privaatsuse tajumisest internetisuhtluses, kõrvutades erinevaid tekstipõhiseid sotsiaalmeedia keskkondi. Kaplan & Haenlein (2010) on sotsiaalmeedia defineerinud läbi kahe olulise võtmelemendi – sotsiaalne kohaolek ja enesepresentatsiooni võimalus, mis tähendab, et visuaalne, füüsiline või auditiiivne kontakt on suhtluspartnerite puhul võimalik ning sotsiaalses interaktsioonis iseloomustab kasutajaid võimalus kontrollida nendest kujunevat muljet ja soov luua endale personaalne identiteet. Erinevatest sotsiaalmeedia keskkondadest annab ülevaate Joonis 1.

		Sotsiaalne kohalolek		
		Madal	Keskmine	Kõrge
Enesepresentatsioon/ enesepaljastus	Kõrge	Blogid	Sotsiaalvõrgustikud (nt Facebook)	Virtuaalsed sotsiaalmaailmad (nt Second Life)
	Madal	Kollektiivsed projektid (nt Vikipeedia)	Sisul põhinevad kommunid (nt YouTube)	Virtuaalsed mängumaailmad (nt World of Warcraft)

Joonis 1. Kaplan & Haenleini (2010) sotsiaalmeedia klassifikatsioon.

Hogan & Quan-Haase (2010) liigitavad sotsiaalmeedia juurde lisaks eelmainitud keskkondadele ka kiirsuhtlusprogrammid, mis võimaldavad kahepoolset paljudelt paljudele suhtlust näiteks staatusesõnumite ja kohalolusignaalide näol. Kuna kõiki sotsiaalmeedia keskkondi ei olnud mõttekas ega võimalik ühe uuringu raames fookusesse võtta, otsustasin antud uurimistöös lähema vaatluse alla võtta kolme tüüpi *online* sisuloome – sotsiaal-võrgustike sissekanded, isiklikud blogid (sh Twitter) ning vestlused kiirsuhtlusprogrammides. Viimaseid ühendab tekstipõhisus, kasutatavus privaatsfääris personaalse suhtlemise otstarbel, enesepresentatsiooni võimaldamine ning populaarsus eesti noorte seas.

Käesoleva magistr töö peamiseks eesmärgiks on välja selgitada, kuidas tajuvad 13-16aastased noored auditooriumi ja privaatsust sotsiaalvõrgustikes, blogides ja kiirsuhtlusprogrammides ning milliseid privaatsusstrateegiaid nad rakendavad olukorras, kus nende auditoorium koosneb väga paljudest eri tüüpi auditooriumisegmentidest. Seesuguste uurimisprobleemide püstitamisega püüan arutleda selle üle, kuivõrd teadlikud on noored oma veebiauditooriumist ning mil määral nad tegelikult oma privaatsusest hoolivad.

Üheks minu töös teistest põhjalikumalt uurimise all olevaks *online* privaatsusstrateegiaks on sotsiaalne steganograafia, mille nimetuse võttis kasutusele sotsiaalteadlane danah m. boyd (2010). Sotsiaalne steganograafia on privaatsustehnika, mis tähistab tänapäeva noorte vilumust peita poolavalikes suhtlusportaalides tekstide tähendusi ning luua mitmekihilisi varjatud sõnumeid, mille sügavamat kihti suudab dekodeerida vaid teatud sihtauditoorium, kasutades ühist kultuurilist teadlikkust (boyd 2010). Kuivõrd antud termini näol on tegu võõrapärasena kõlava otsetõlkega ingliskeelsest mõistest *social steganography*, olen uuringus samaväärsete alternatiividena kasutanud mõisteid „salasõnumid“ (*secret messages*) ja „peitsõnumid“ (*hidden messages*). Maailmas on salasõnumite alal seni tehtud vaid üksikud esimesed uuringud (vt boyd & Marwick 2011) ning eestikeelsena tõstatus mõiste esmakordselt

Maria Murumaa (2010) magistritöös, kus autor puudutas peitsõnumite temaatikat vaid põgusalt ja pidas sotsiaalset steganograafiat oma gümnaasiuminoori Facebooki kontekstis käsitlevast tööst eraldi uurimistööd väärivaks teemaks. Just boydilt (2010) ja Murumaalt (2010) inspiratsiooni saanuna püüan oma uurimistöös tutvustada eesti noorte praktikaid seoses sotsiaalse steganograafiaga – kuivõrd ja millistes olukordades kasutavad eesti noored *online* suhtluskeskkondades salasõnumeid, kas nad teevad seda teadlikult või pigem alateadlikult, milliseid koode või märksõnu kasutatakse ning kui osavaks noored end peitsõnumite loomisel peavad.

Uurimisprobleemi lahendamiseks vajaliku empiirilise materjali kogusin semistruktureeritud süvaintervjuude abil, mille viisin MSN Messengeri vahendusel 13–16aastaste noorte seas läbi kevadel 2011. Kuna Murumaa (2010) uuringusubjektideks olid 16–20aastased noored (10. ja 12. klass), võtab antud uuring vaatluse alla põhikooli kolmanda astme ehk keskmise teismee, mille puhul auditooriumi avalikkuse tajumist, privaatsusega seotud praktikaid ning sotsiaalset steganograafiat puudutavad kvalitatiivsed uuringud Eesti kontekstis puuduvad. Intervjuud analüüsisin kvalitatiivse tekstianalüüsi ja põhistatud teooria kombineerimise meetodil.

Käesolev magistritöö koosneb kahest osast. Eestikeelse katusartikli teoreetilises peatükis käsitlen privaatsuse ja auditooriumi kontseptsioonide muutumist ajas. Meetodi ja valimi peatükis kirjeldan kasutatud meetodit ning valimit puudutavate otsuste laiemaid tagamaid. Tulemuste peatükk pakub lühikokkuvõtet uuringu tulemustest ning diskussiooni peatükis arutletakse tulemuste üle laiemas sotsiaalkultuurilises kontekstis.

Katusartiklile järgneva inglisekeelse teadusartikli teoreetilises peatükis tutvustatakse viimase aja auditooriumi ja privaatsuse temalisi uuringuid noorte kontekstis. Meetodi ja valimi peatükis kirjeldatakse lühidalt kasutatud metodoloogilisi põhimõtteid ning valimi koosseisu. Tulemuste peatükis on senisest põhjalikumalt esitatud intervjuude analüüsist kerkinud tulemused, mida illustreerivad tsitaatkatked. Diskussiooni peatükis arutletakse tulemuste üle eelkõige varasemate uuringute kontekstis.

I TEOREETILINE JA EMPIIRILINE RAAMISTIK

Infoajastule on iseloomulik võrguühiskond (Castells 2000). Uues tehnoloogilises paradigmas toetuvad omavahel seotud võrgustikud uutele info- ja kommunikatsioonitehnoloogiatele, muutes interneti universaalseks interaktiivse kommunikatsiooni vahendiks (Castells 2000). Paljud uurijad (nt McQuail

2000; Lievrouw & Livingstone 2002; Slater 2002; Lievrouw & Livingstone 2006) rõhutavad, et võrguühiskonna ja uue meedia koostisosadeks on mitte ainult tehnoloogilised kommuniqueerimist võimaldavad seadmed, vaid ka viimastega kaasnev kommunikatsioonikäitumine, uued praktikad ning sotsiaalsed vormid. Kui massimeedia ajastul olid võtmesõnadeks tootmine, tekst ja auditoorium, siis tänaste info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate puhul räägime palju laiematest aspektidest ehk artefaktidest, praktikatest ja sotsiaalsetest korraldustest (Lievrouw & Livingstone 2006).

Uute interaktiivsete tehnoloogiate, praktikate ning suhete arengu juures on põhjalikult muutumas privaatsuse ja auditooriumi kontseptsioonid, kusjuures võtmemureks on saanud privaatsuse kaitsmise küsimus (Palen & Dourish 2003). Privaatsusest rääkides ei saa aga mööda minna auditooriumi käsitlemisest, kuna just auditoorium määrab selle, milline on antud situatsioonis optimaalne privaatsus seisund ning missuguste vahendite või võtetega peetakse vajalikuks oma isikuruumi reguleerida. Seetõttu koosnebki käesolev teoreetiline ülevaade kahest alapeatükist, millest esimene vaatleb põhjalikumalt privaatsuse kontseptsiooni arengut ning selle definitsioonide muutumist ajas. Teine alapeatükk keskendub traditsioonilisele auditooriumile ning selle teisenemisele horisontaalsele meediale omaseks interaktiivseks kasutajaskonnaks, mis omakorda mõjutab tänast privaatsuse tajumist ja kaitset. Põhjalik ülevaade lastest ja noortest nii privaatsuse kui auditooriumi kontekstis on aga loetav inglisekeelse artikli peatükis *Theoretical overview*.

1.1 Muutused privaatsuse käsitlustes

1.1.1 Klassikalised privaatsuse kontseptsioonid

Privaatsuse mõiste defineerimine on uurijatele valmistanud palju raskusi, kuna tegu on väga mitmetähendusliku ja ebaselge terminiga. Ometi on definitsiooni loomine oluline tähtsa rolli tõttu, mida see kontseptsioon sotsiaalses ja poliitilises elus täidab (Tavani 2008). Erinevad privaatsuse käsitlused läbi ajaloo on keskendunud peamiselt piiratud ligipääsu teooriale, mille kohaselt tähendab inimese informatsiooniline privaatsus tema õigust piirata või keelata teiste juurdepääs teda puudutavale teabele, ning kontrolli teooriale, mis põhineb privaatsusel kui ennast puudutava info kontrollimisel (Tavani 2008).

Ühed esimesed privaatsuse defineerijad olid Westin (1967) ja Altman (1975), kelle sarnased ideed sillutasid järgnevatel kümnenditel võrsunud privaatsusteooriatele teed ja panid uurijad mõistma sotsiaalsühholoogiliste ning kultuuriliste arengute tähtsust privaatsuse uurimisel. Nii Westini (1967) kui Altmani (1975) definitsioon keskendus modernses demokraatias olulisele õigusele kontrollida

ennast puudutavat informatsiooni ehk seda, kuna ja mida teised inimese kohta teavad ning mis otstarbeks teavet kasutatakse.

Westini (1967: 7) veendumuse kohaselt on privaatsus kahedimensiooniline – ühelt poolt on tegu indiviidide, gruppide või institutsioonide õigusega määratleda ennast puudutava info kommuniqueerimise aega, viisi ja mahtu; teisalt sotsiaalses elus osalemise vaatenurgast on privaatsus aga vabatahtlik ja ajutine tagasitõmbumine ühiskonnast kas üksindusse või intiimsesse gruppi füüsiliste ja psühholoogiliste meetmete abil või suure grupi koosseisus anonüümsuse säilitamine. Westin töötas välja privaatsuse klassifikatsiooni ehk neli privaatsuse seisundit, mille abil privaatsuse lõppeesmärke saavutada: üksindus ehk teiste vaatluse alt eemal olek, intiimsus ehk väikse grupi liikmete eraldatus saavutamaks lähedasi suhteid, anonüümsus ehk hoidumine identifitseerimisest ja jälgimisest avalikus kohas ning reserveeritus ehk soov piirata enda avalikku paljastamist, mida teised peavad respektseerima (Margulis 2003). Privaatsuse funktsioonideks pidas Westin (1967) isiklikku autonoomiat, emotsionaalset vabanemist, enesehinnangut ning piiratud ja kaitstud kommunikatsiooni, mis paneb paika interpersonaalsed piirid ja võimaldab jagada isiklikku teavet usaldusväärsete inimestega. Just Westini (1967) privaatsuse seisundid ja funktsioonid, aga ka privaatsuse seos saladuslikkusega (*secrecy*) inspireerisid paljusid teisi uurijaid (nt Marshall 1970; Marshall 1974; Pedersen 1979; Hammitt 1982) empiiriliste uuringute abil privaatsuse seisundite ning funktsioonide teooriat täiendama.

Kui Westini esindatud kõige esimesed klassikalised lähenemised käsitlevad privaatsust kui sotsiaalset tagasitõmbumist, siis Altman täiendas privaatsusteooriat arusaamaga privaatsusest kui dünaamilisest ja sotsiaalsest piiride reguleerimise protsessist, mille puhul mängivad tähtsat rolli psühholoogilised aspektid, füüsiline keskkond ning kultuuriline kontekst (Margulis 2003). Altman mõistis, et sotsiaalses maailmas osalemine nõuab selektiivset isikliku info avaldamist ning personaalse maailma säilitamise kõrval on oluline omada ka avalikku nägu (Palen & Dourish 2003). Altman (1975) tõi privaatsuse puhul välja viis uut olulist nüanssi – privaatsus on dünaamiline inimestevaheliste piiride kontrollimise protsess; selle puhul eristuvad soovitud ja tegelikud privaatsustasandid; tegu on mittemonotoonse funktsiooniga, mida võib olla optimaalselt, liiga vähe või liiga palju; privaatsus on kahe-suunaline, sisaldades sisendeid teistelt ja väljundeid teistele ning privaatsusel on nii individuaalne kui grupitasand. Altmani järgi reguleerime me endale ligipääsu vastavalt oma varasematele kogemustele, ootustele ja hetkelistele rollivajadustele erinevate mehhanismide (verbaalne sisu, oma territooriumi kaitsev käitumine, kultuurilised normid) abil, mis võivad üksteist asendada või võimendada (Margulis 2003). Altmani (1975) privaatsuse regulatsiooniteooriat ning keskkonna ja

psühholoogiliste aspektide rolli privaatsuse loomuse mõistmisel on edasi arendanud mitmed uurijad (nt Newell 1995; Kupritz 2000 jt).

Westini ja Altmanni privaatsusteooriatel on palju ühist – mõlemad teoreetikud rõhutavad endale ligipääsu reguleerimist, kirjeldades privaatsust kui dünaamilist protsessi, mis eksisteerib nii indiviidi, grupi kui institutsionaalsel tasandil (Margulis 2003). Westini (1967) jaoks on privaatsuse seisundid ja funktsioonid poliitiliste süsteemide ning sotsiaalpoliitiliste väärtuste spetsiifilised, Altmanni (1975) järgi on psühholoogilised privaatsuse väljendused kultuurispetsiifilised.

Westini (1967), Altman (1975) ja paljude teiste privaatsuse mõistet defineerida püüdnud varasemate sotsioloogide, psühholoogide, filosoofide ja õigusteadlastega ei nõustu aga Solove (2002; 2007; 2008), kelle arvates nähakse privaatsuse kontseptsiooni tavaliselt kas liiga laia või liiga kitsana, enamasti ühtse kontseptsioonina ja sellega kaasneva ühtse väärtusega, võtmata arvesse variatsioone erinevates situatsioonides. Solove (2008) arvates puuduvad privaatsusel kesksed karakteristikud, mistõttu tuleb mõistet „privaatsus“ kasutada katusterminina ühendamiseks suurt hulka nüansse. Toetudes erinevatele teooriatele ja põhjalikule juriidikaga tutvumisele, on Solove (2002) privaatsuse nüansid jaganud kuude erinevasse üldkategoriasse:

- Õigus olla üksinda;
- Piiratud juurdepääs või võimalus varjuda teiste soovimatu ligipääsu eest;
- Saladuskate või teatud asjade varjamine teiste eest;
- Kontroll isikliku informatsiooni üle või võimalus kontrollida enda kohta avaldatavat teavet;
- Oma identiteedi, individuaalsuse ja au kaitse;
- Intiimsus, kontroll ja piiratud juurdepääs oma intiimsetele suhetele või elu aspektidele.

Niisiis on Westini (1967) ja Altmanni (1975) privaatsusteooriate kohaselt privaatsust traditsiooniliselt olnud võimalik kaitsta füüsiliste, psühholoogiliste ja sotsiaalsete mehhanismide reguleerimisega. Ka Solove (2002) räägib privaatsusest ja selle kaitsest peamiselt füüsilises ruumis ning juriidikas. Palen & Dourish (2003) tõmbavad aga tähelepanu sellele, et need teooriad tegelevad interpersonaalse suhtlusega avalikus ruumis, mille puhul juurdepääsu reguleerib igapäevane ruumiline keskkond, kuid neid teooriaid ei sobi kohaldada infotehnoloogia vahendatud kommunikatsioonile. Järgmises alapeatükis kirjeldan uue meediaga kaasnenud uut tüüpi privaatsuse spetsiifikat ning sellega kaasnevaid potentsiaalseid probleeme.

1.1.2 Privaatsuse areng arvuti vahendatud kommunikatsioonis

Privaatsus digitaalses kontekstis on uurijatele muret tekitanud juba 90ndate algusest, kuna uus meedia hakkas kiiresti muutma inimeste arusaama ajast ja ruumist ning privaatsuse ja avalikkuse vahelistest piiridest (Carlsson 2006). Infotehnoloogia võib olla samaaegselt kontekstiks, kus privaatsuse piire säilitatakse, muundada ise piire, olla viisiks piiride reguleerimisel, vahendada üle piiride minevaid tegusid ja palju muud (Palen & Dourish 2003). Nüüdisajal tekitavad uurijatele muret eelkõige kolm probleemi: jälgimine ja jälitamine, levitamine ja avalikustamine ning liitumine (Nissenbaum 2009). Kõige rohkem kõlapinda leidnud probleemiks paistab moodsa aja uurijate (Solove 2007; Palfrey & Gasser 2008 jt) arvates olevat levitamine ja avalikustamine, kuna digitaalsete tehnoloogiate maailmas on levinud isikliku informatsiooni avaldamine veebiavarustes, tehtagu seda siis teadlikult või alateadlikult. Regan (1995, viidatud Tavani 2008 kaudu) on aga arvamusel, et tänapäevased privaatsusohud ei tulene mitte moodsatest tehnoloogiatest ja nende omadustest, vaid suutmatusest konseptualiseerida privaatsus viisil, mis kindlustaks avaliku huvij ja toetuse.

Tavani (2008: 139-140) näeb uue tehnoloogia mõju isiklikule privaatsusele põhiliselt neljas aspektis. Esiteks on muutunud isikliku info hulk, mida on võimalik koguda – arvutite eelsel ajal piirasid info kogumist praktilised kaalutlused nagu füüsilise ruumi puudus andmete talletamiseks ja aeg, mis info kogumisele kulus. Tänapäeval talletatakse infot aga kompaktselt ja digitaalselt arvutites ning teabe kogumine on kergendatud. Lisaks tuleb mängu enneolematu millisekundites mõõdetav info vahetamise kiirus, mida ei takista enam transpordilised ning ajalised piirangud. Kuna infot ei tule enam käsitsi sisestada ning füüsiliselt hoiustada, siis on hüppeliselt kasvanud ka aeg, mille jooksul on teavet võimalik säilitada. Lisaks eelnevalt nimetatud kvantitatiivsetele erisustele näeb Tavani (2008) veel ühte kvalitatiivset muutust – nimelt on muutunud info tüübid, mida saab koguda ja töödelda. Iga elektroonilise tehingu või tegevusega kogutakse inimese eelistuste ja kommete kohta andmebaasidesse infot, mida saab elektrooniliselt omakorda edasi levitada.

Kui klassikalised privaatsusuurijad keskendusid senini isiklikule ja intiimsele informatsioonile, siis Nissenbaum (1998) rõhutab, et jälgimist, teabe kogumist ja säilitamist võimaldavad info- ja kommunikatsioonitehnoloogiad on põhjalikult muutnud avaliku informatsiooni tähendust, mistõttu privaatsusnormid peaksid tänapäeval kehtima ka mitte otseselt intiimse sisuga avalikule teabele. Privaatsuse kaitse vajadus avalikkuses tekib peamiselt seetõttu, et inimesed on muutunud infotehnoloogia põhjustatud jälgimise sihtmärkideks (Nissenbaum 1998) ning mõisted „avalik“ ja „privaatne“ pole enam selgepiirilised, vaid nende tähendus erineb olenevalt ümbritsevast raamistikust. Tänapäevased privaatsuse temaatikaga tegelevad uurijad (Livingstone 2006; boyd 2008b jt) nõustuvad

klassikutega selles osas, et privaatsuse mõiste keskmis on endiselt kontroll oma informatsiooni ja juurdepääseva auditooriumi üle, kuid palju olulisemaks on muutunud info jagamise kontekst. Kui vanasti hoiti vastuoluline ja intiimne info oma privaatsuse kaitseks kitsas ringis, siis nüüd on hägustuvad piirid ja normid selle kohta, millist infot tasub avaldada ning millist varjata (Jensen 2010).

Nissenbaum (2004) on info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate kaudu toimuva iseloomus-tamiseks loonud mõiste kontekstuaalne terviklikkus (*contextual integrity*), mis tähendab, et info kogumine ja levitamine peab vastama antud keskkonnale ja selle normidele ning privaatsuse rikkumine oleneb situatsioonist, info iseloomust, infosaaajate rollist, infosubjektide omavahelisest suhtest, info jagamise ja levitamise tingimustest. Nissenbaumi (2004) jaoks eksisteerivad sobivuse normid (*norms of appropriateness*), mis panevad paika, kas antud isiklik info on olukorras avalikustamiseks sobiv või sobimatu, ja levitamise normid (*norms of distribution*), mis keelavad teabe levimise situatsiooniüleselt. Info kontekstuaalne terviklikkus eksisteerib üksnes siis, kui mõlemaid norme respektieritakse (Nissenbaum 2004: 125). Nissenbaumi (2004) teooria erineb eelkäijate omadest selles osas, et teatud olukorras avaldatud isiklik teave kuulub alati sellesse konteksti ning pole välistele soovijatele saadaval, seega pole normid tema arvates kunagi universaalsed. Nii näiteks on normid erinevad isegi kahes näiliselt sarnases avalikus kohas – käitumine pubis erineb enese ülevalpidamisest pargis ning ühes kohas rakendatavad käitumismustrid pole üle kantavad teise (boyd 2008b).

Veebi sisestatud teave jõuab tänu moodsate info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate võimekusele erakordselt suure auditooriumini. Seda ohustab kontekstuaalse terviklikkuse rikkumine, kuna võrreldes traditsiooniliste kommunikatsioonimudelitega iseloomustavad vahendatud avalikku keskkonda alljärgnevad karakteristikud, mis toovad sisestatud sõnumi kontekstidesse ning auditooriumite ette, mis või kes polnud sõnumi avaldamise ajas ja ruumis nähtavad (Baym 2002; Palen & Dourish 2003; boyd 2007a ja 2007b; Tufekci 2008; boyd & Marwick 2011):

- säilivus (*persistence*), mis võimaldab digitaalselt salvestatud materjali automaatselt salvestada ja arhiveerida;
- otsitavus (*searchability*), mille abil võimaldavad otsingumootorid teabe hõlpsasti internetiavarustest üles leida;
- laienevus (*scalability*), mis tähendab, et sisestatud teabe potentsiaalne nähtavus on suur ja aina kasvab;
- kopeeritavus (*replicability*), mis võimaldab avaldatud teavet kergesti paljundada;
- viidatavus (*cross-indexability*), mis laseb digitaalsel kujul informatsiooni lihtsal viisil viidata teistes infokontekstides ja vestlustes.

Need tehnoloogiaga kaasnevad mõjud tulenevad otseselt Tavani (2008) poolt eelpool välja toodud kogutava info hulga suurenemisest, info vahetamise kiiruse tõusust, hüppelisest aja kasvust, mille jooksul on informatsiooni võimalik hoiustada, ning sellise teabe kogutavuse laienemisest, mida saab hõlpsasti elektrooniliselt edasi levitada.

Lisaks otsitavusele (*search*) räägib Nightingale (2011: 89) uue meedia puhul ka avastatavusest (*discovery*), mis viitab kasutajate vähenevale vajadusele kindlalt teada, mida otsitakse. Teisisõnu avastavad internetis ringisurfajad uute rakenduste abil infokilde, mida nad isegi konkreetselt ei otsinud – tuleb ainult hakata ringi vaatama (Nightingale 2011). Kasutajate vaatenurgast toob otsitavusega kaasnev avastatavus veelgi suurema võimaluse isikliku teabe aina kaugele jõudmiseks ning põhjalikumaks uurimiseks suvaliste netis ringihiilijate poolt.

Varastes privaatsusuuringutes peeti säilivuse, otsitavuse, laienevuse, kopeeritavuse, viidatavuse ja avastatavuse võimalikke tagajärgede ettenägematust eriti ohtlikuks lastele ja noortele kui privaatsusriiskidele eriti vastuvõtlikele uue meedia kasutajatele. 90ndate aastate lõpus hakkas arusaamale noortest kui *online* riskide süütutest ohvritest konkurentsi pakkuma lähenemine noortele kui netigeneratsioonile (Tapscott 1998), digitaalsetele pärismaalastele (Prensky 2001), internetipõlvkonnale (Livingstone 2004) ja *online* teerajajatele (*online pioneers*; Livingstone & Haddon 2009), kes on loomulikult targad, uue tehnoloogia suhtes loovad ja leidlikud ning omavad privaatsusest fundamentaalselt teistsuguseid arusaamu kui nende eelkäijad, digitaalsed immigrandid (Prensky 2001). Mitmed tänapäevased uue meedia uurijad (nt Buckingham 2006; Helsper 2008; Helsper & Eynon 2010) on siiski must-valge käsitluse vastu, rõhutades, et lisaks pelgale sünniajale mängib oskustes rolli netikasutuse aeg, mitmekülgsus, sugu ja haridustase. Buckinghami (2006) ja Harrise (2010) arvates peame endale teadvustama erinevust pealtnäha homogeenses laste kategoorias, kelle hulgas on nii oma privaatsust väga võimekalt kaitsvaid kui väheste teadmiste ja oskustega noori. Süvitsi käsitlen privaatsust tänapäeva laste ja noorte kontekstis inglisekeelse teadusartikli teoreetilise ülevaate peatükis.

Kuna privaatsuse kaitse on tihedalt seotud auditooriumi ja konteksti tajumisega, annan alljärgnevalt ülevaate sellest, kuidas on alates massikommunikatsiooni ajastust kuni tänase päevani muutunud arusaamad auditooriumist ning millised trendid on iseloomulikud moodsale „kasutajaskonnale“.

1.2 Muutused auditooriumis ja selle tajumises

1.2.1 Traditsioonilisest auditooriumist kasutajateks

Üldtuntud tähenduses tähistab meediauurimise rajajate poolt kasutusele võetud sõna “auditoorium” vastuvõtjate kogumit massikommunikatsiooni lihtsas lineaarses mudelis, mis koosneb allikast, kanalist, sõnumist, vastuvõtjast ja mõjust (McQuail 2000). Raadio- ja televisiooni võidukäigu järel hakati auditooriumist mõtlema kui ühelt paljudele kommunikatsiooniahela lõpus asuvast passiivsest identifitseerimatust hallist massist (Marwick & Boyd 2010), keda sidus vaid ühine huvi telesaate või ajalehenumbri vastu ning aja ja ruumi samaaegsus (Ross & Nightingale 2003; Carpentier 2011). Shannon & Weaver (1949) lihtsustatud ühesuunalise saatja-sõnum-vastuvõtja mudeli kohaselt oli massi-auditoorium alati passiivseks vastuvõtjapooleks. Vastuvõtjale kui aktiivsele tähenduse kandjale hakkasid mitu kümnendit hiljem tähelepanu pöörama Katz, Blumler & Gurevitch (vt 1974) oma tasude ja tarvete, Hall (vt 1980) oma kodeerimise-dekodeerimise ning Fiske (vt 1987) oma aktiivse auditooriumi teooriaga. Kui Fiske (1987) rääkis tähenduse vaidlustatavatest ja ebastabiilsetest sotsiaalsetest tähendustest, mis tekitavad tootja ja lugeja vahel huvide konflikte, siis Barthes (1984) kasutas suurenevast auditooriumi autonoomiast rääkides suisa metafoori “autori surm”, viidates sellele, et teksti autor ei saa selle interpreteerimise viisi kuidagi ette ennustada ega kontrollida, mis toob kaasa tootjate ja vastuvõtjate konvergensti tõlgenduse tasandil.

Uute info- ja kommunikatsioonitehnoloogiatega kaasneva interaktiivse meedia teke 1990ndatel võimaldas hakata looma interaktiivseid auditooriume, mida iseloomustas samaaegsus, kuid mitte samas füüsilises ruumis viibimine (Ross & Nightingale 2003). Ühtäkki sai auditooriumist vastuvõtja kõrval ka peamine meediasisu looja (McMillan 2006), mistõttu olid uurijad tunnistajaks tootjate ja vastuvõtjate konvergenstile tootmise tasandil (Carpentier 2011). Juba 2000ndate alguses küsisid McQuail (2000) ja Liewrouw & Livingstone (2002), kas termin “auditoorium”, mis rahuldab küll massimeedia uurijaid, kuid ei ole kasutatav uue meedia kontekstis, on ikka veel otstarbekas, kui eksisteerib nii suur hulk paljude erinevate meediumite erinevaid kasutusviise. Terminil „auditoorium“ oli nende jaoks paratamatult tugev passiivse vaatamise, kuulamise ja teadete vastuvõtu mitte enam jätkusuutlik kaastähendus.

Ühenduvus ja võrgustumine sundisid ümber hindama ning täiendama auditooriumi alustalaks olevate tegevuste nimekirja (Ross & Nightingale 2003). Buckinghami (2006) ja Liewrouw & Livingstone'i (2006) hinnangul seostub uus meedia hoopis laiema hulga (inter)aktiivsete individuaalsete või ka kollektiivsete osaluse viisidega, nagu näiteks mängimine, surfamine, otsimine, kirjutamine, vastamine,

külastamine, ostlemine, blogimine, kiirsuhtlus, sõnumite saatmine jpt, mistõttu eelistavad tänapäevased uurijad (nt Livingstone 2003; Buckingham 2006; Liewrouw & Livingstone 2006 jt) tarvitada terminit „kasutajad“. Kuigi terminit „kasutaja“ on võrreldud kaasautori või tootja mõistega, on „kasutaja“ tegutsemisulatus hoopis midagi keerulisemat, haarates suure hulga paljutahulisi kasutajate rolle alates loojast kuni jälgijate ja mittetegutsejateni (van Dijck 2009).

Livingstone (2002; 2003) ja Liewrouw & Livingstone (2006) peavad „kasutajate“ mõiste miinuseks siiski selle vahendiks olevat, individualistlikku ja materialistlikku varjundit ning võimetust meedieid eristada, mistõttu ei suuda üks termin nende arvates päriselt katta kõiki võimalikke viise, kuidas tehnoloogia inimestevahelisi suhteid vahendab. Ka Carpentieri (2011) arvates muudab sisutootja ja auditooriumi kokkusulandumine auditooriumi nimetamise keeruliseks. Nii van Dijcki (2009) kui Carpentieri (2011) meelest tekitas uus, aktiivsusele viitav mõiste „kasutajad“ paradoksaalselt petliku erisuse passiivse auditooriumi ja aktiivse kasutaja vahel. Nii meelitatakse meid arvama, et kõik osalusmeedia auditooriumid on aktiivsed osalejad ning passiivne tarbimine ja põhjendamatult halvustava nimevarjundiga ringihiilijad (*lurkers*) oleks justkui lakanud eksisteerimast (Carpentier 2011: 200). Van Dijck (2009) peab vanale meediale omaste passiivsete vastuvõtjate ja digitaalset keskkondi asustavate aktiivsete osalejate vastandamist arutlusveaks, sest ka esimesed polnud kunagi pelgad vaatlejad. Tegelikuses käitub vaid üks sajast kasutajast aktiivse *online* sisu tootjana, üheksa kommenteerivad ja ülejäänud 90 jäävad passiivseteks jälgijateks (Nielsen 2006: 1) ehk „auditooriumina“ käitujateks.

Uue meedia uurijad (Buckingham 2003; Livingstone 2003; Ross & Nightingale 2003; McMillan 2006) leiavad vaatamata erinevate terminite eelistamisele siiski üksmeelselt, et uut tüüpi auditooriumile on ainuomane aktiivne kaasatus ehk interaktiivsus – senine vastuvõtukeskne auditoorium osaleb nüüd aktiivselt interaktsioonides nii tarbija kui sõnumite tootja rollis. Digitaalset meedia ja interneti tulek on aidanud lammutada erisuse interpersonaalse kommunikatsiooni ja massikommunikatsiooni vahel, kuna internet hõlmab korraka ühelt ühele, massimeediale omase ühelt paljudele ning võrguühiskonnale omase paljudelt paljudele kommunikatsioonimudeli (Buckingham 2003; Livingstone 2003; Liewrouw & Livingstone 2006). Rosen (2008) nimetab seesugust trendi „horisontaalse meedia“ sünniks, kuna ühtäkki on kõigil võimalik jagada sõnumeid ja linke suure hulga inimestega ilma traditsioonilise meediaorganisatsiooni vahendusega.

Edasi vaatlen, millised trendid ja ohud varitsevad moodsat horisontaalse meedia poolt vahendatud auditooriumi.

1.2.2 Uut tüüpi auditooriumi trendid

Interneti vahendatud kommunikatsioonis võib sõnumi vastuvõtjate arv varieeruda ühest inimesest kuni potentsiaalselt miljoniteni, muutes maailma nõnda McLuhani (1964) ennustatud „globaalseks külaks“, mille puhul on peaaegu kogu maailm seotud kaugeid vahemaid ühendavate kommunikatsioonitehnoloogiate abil ning informatsioon on kõigi jaoks vabalt saadaval. Baym (2002) ja Tufekci (2008) peavad interneti vahendatud kommunikatsiooni üheks tähtsaimaks karakteristikuks piiratud informatsiooni osalejate kohta, mis tekitab illusiooni nähtamatuses, anonüümsuses, privaatsuses ja madalast sotsiaalsest riskist ning võimaldab identiteetide paljusust. Lisaks osalejatega seotud teabe hägustumisele peidab interneti vahendatud suhtlus ka osalejate vahelist suhte struktuuri (Baym 2002). Mitmed uurijad (nt Baym 2002; Tufekci 2008; Marwick & boyd 2010) nõustuvad, et internetis on oma sõnumite adresseerimine näost näkku suhtlusest fundamentaalselt erinev, kuna tihti on võimatu hinnata auditooriumi suurust või kontrollida erinevate auditooriumisegmentide ja kontekstide juurdepääsu.

Kui seni oli meil füüsilises maailmas võimalik kasutada aega ja ruumi, et eraldada sobimatud kontekstid (Donath & boyd 2004), siis uue meediaga seoses räägitakse konteksti kattumisest (*context collapse*; Marwick & boyd 2010) ehk sotsiaalse konvergensist (boyd 2008b), kus kokkusobimatud kontekstid liidetakse meelevaldselt. Inimesed ei saa enam seniste võtetega kontekste lahus hoida ning erinevate auditooriumisegmentidega tuleb nüüd veebis käituda samaaegselt ja ühtemoodi, samal ajal kui kontroll nende erisuse üle kaob (boyd 2008b). Nähtamatus laiendatud auditooriumis näevad uurijad (boyd 2008b; Marwick & boyd 2010; Jensen 2010; Siibak & Murumaa 2011; boyd & Marwick 2011) suurt ohtu kogenematutele lastele ja noortele internetikasutajatele, kellel on raskusi kontekstide kattumise tajumisega ning auditooriumi suuruse hindamisega, mistõttu võivad nad oma privaatsuse ohtu seada. Laste ja noorte auditooriumi tajumisest on täpsemalt ja põhjalikumalt juttu inglisekeelse teadusartikli teoreetilises ülevaates.

Mõnede uurijate (nt Marwick & boyd 2010) arvates on tänapäevasel võrgustunud auditooriumil siiski mõnevõrra ühist kunagise massiauditooriumiga. Walter Ongi (1975; Marwick & boyd 2010: 15 kaudu) arvates eksisteeris vanasti autori ettekujutletav auditoorium (*writer's fictionalized audience*), kelle ootustele autorid püüdsid oma loomingut kohandada. Sarnase mudeli konstrueeris ka Eco (1979) mudellugeja ehk autori ettekavandatud potentsiaalse lugeja näol, keda autor pidas teksti loomisel silmas, valides teda arvestades teksti tasandi, stiili, väljendusviisi ja sõnavara. Reaalsuses jagunes ettekujutletav auditoorium Ongi (1975; viidatud Marwick & boyd 2010 kaudu) jaoks aga ühelt poolt

autori konstrueeritud kujutletavaks auditooriumiks (*audience invoked*) ning teisalt teoseid lugevaks tegelikuks auditooriumiks (*audience addressed*) ehk empiiriliseks lugejaks (Eco 1979). Sarnaselt kunagise olukorraga, kus autor pidi enda jaoks auditooriumi või mudellugeja ette kujutama, ei tea ka näiteks tänased uue meedia kasutajad, kellest koosneb nende tegelik auditoorium. Selle kompenseerimiseks konstrueerivad sõnumisaatjad (eriti noored internetikasutajad) enda jaoks kujutletavad mudellugejad ehk nii-öelda „ideaalsed lugejad“ (Marwick & boyd 2010), keda silmas pidades nad sõnumeid loovad. Nii nagu massi-kommunikatsiooni auditoorium sulatas erinevad demograafilised grupid homogeenseks massiauditooriumiks, muundab moodne võrguauditoorium inimese sotsiaalsed sidemed ja suvalised kasutajad üheks jälgijaskonnaks (Marwick & boyd 2010).

Auditooriumi- ja järelvalveuuringutes on läbi ajaloo tähtsal kohal olnud Foucault' (1977) poolt Jeremy Benthami vangla struktuurist edasi arendatud panoptikoni kontseptsioon, mille puhul vähesed hierarhias kõrgemal asetsevad ühiskonnaliikmed jälgivad ja valvavad paljusid, kusjuures valvatavad ei tea täpselt, millal neid jälgitakse. Viimasel ajal on uurijad aga Foucault' teooriale selja pööranud, kuna see ei võta arvesse tänapäevaseid sotsiaal-tehnoloogilisi arenguid (Caluya 2010). Uue meediaga sündinud nähtamatut auditooriumi kirjeldab Jensen (2010) terminiga „interneti omnoptikon“ ning Albrechtslund (2008) sarnase mõistega „osalusjälgimine“. Albrechtslundi (2008) arvates toovad uue meediaga kaasnevad moodsad sotsiaalsed vormid kaasa ka uued nähtamatud sotsiaalse kontrolli ja järelevalve meetodid ehk pideva üksteise jälgimise. Erinevalt Foucault' (1977) panoptikoni ideest on osalusjälgimine teatud mõttes vabatahtlik, kuna inimesed avaldavad enda kohta vabatahtlikult teavet, mis meelitab paljusid läbi erinevate suhete- ja sõprusvõrgustike jälgima paljusid, kusjuures keegi ei tea täpselt, kes teda jälgib (Albrechtslund 2008). Foucault' (1977) hierarhilisest panoptikonist eristuvad uued edasiarendatud mõisted nagu interneti omnoptikon ka seetõttu, et viimane ei tsentraliseeri võimu vähete kätte, kuna igaüks osalev jälgimis-protsessis nii agendi kui subjektina (Jensen 2010).

Internet on meedium, mis on alles lapsekingades (Ross & Nightingale 2003: 161-162). Ross & Nightingale (2003) on veendunud, et auditooriumiks olemine pole püsiv identiteet, vaid pidevalt liikuv seisund ning info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate areng sünnitab uurimiseks pidevalt uusi auditooriumi formulatsioone. Roseni (2008) ning Couldry (2011) arvates on auditoorium muutunud reaalsemaks, võimekamaks ja etteennustatamatuks ning auditooriumi praktikad muutuvad tulevikus aina keerulisemaks ja raskesti jälgitavamaks. Couldry (2011) on veendunud, et tulevikus on meedia keskmes sotsiaalvõrgustikud, mis tähendab, et kese kandub institutsiooniliselt meedialt inimestele, nende sõpradele ja peredele ning horisontaalsele maailmale, mistõttu hakkavad just sotsiaalvõrgustikud auditooriumi defineerima.

II METOODIKA JA VALIM

2.1 Meetod

Käesoleva uuringu peamiseks eesmärgiks oli analüüsida eesti noorte arusaamu privaatsusest ja auditooriumist *online* keskkondade kontekstis ning püüda tõlgendada noorte privaatsuse kaitsepraktikaid e-suhtluses kasutatavate privaatsustehnikate kirjeldamise abil. Kuna uuring keskendub kasutajate käitumise seletamisele ja lahti mõtestamisele, informantide subjektiivsetele arvamustele ja hinnangutele, otsustasin kvalitatiivuuringu kasuks, mis sobib selleks otstarbeks kõige paremini (Laherand 2008), sest kvalitatiivse analüüsi puhul kasutatakse loomulikke, inimeste enda poolt välja toodud näiteid ning küsimused on lahtised (Vihalemm 2011). Uuringu empiirilise andmestiku kogusin kvalitatiivse semistruktureeritud intervjuu meetodil, mille eeliseks on spontaansus, paindlikkus ja võimalus küsimusi vastavalt olukorrale korrigeerida (Laherand 2008; Salmons 2010). Semistruktureeritud intervjuu puhul valmistab uurija teemad ette, kuid genereerib intervjuu ajal jooksvalt jätku- ja lisaküsimusi (Salmons 2010).

Semistruktureeritud informandi intervjuud otsustasin viia läbi MSN-i keskkonnas, kuna usutakse, et *online* fenomene vaatlevaid uuringuid tugevdab oluliselt uuritava loomulikku keskkonda peegeldava meetodi kasutamine (Salmons 2010). *Online* kanali poolt vahendatud intervjuu võimaldas kaasata erinevates Eesti geograafilistes paikades asuvaid intervjueeri-tavaid. Samuti aitas nimetatud platvormi kasutamine tagada intervjueeritavate jaoks teatud anonüümsus- ja mugavusmomenti ning pakkus häid võimalusi info täpsustamiseks ja andmete salvestamiseks (O'Connor & Madge 2003; Fontes & O'Mahony 2008; Salmons 2010). *Online* intervjuu kasuks otsustades olin teadlik, et sellise andmekogumisviisi ohtudeks võivad osutuda vahendatud tekstikommunikatsioonist tulenev informandi emotsioonide ja suhtumise raskendatud tajumine, paralleelselt kõrvaliste asjade tegelemine ilma intervjueerija teadmata, pikk vastuste ootamisele kuluv aeg, ajaline surve ning poolte erinev trükkimiskiirus (Clarke 2000; O'Connor & Madge 2003; Voida et al 2004; Salmons 2010). Ent antud uuringu puhul kaalusid MSNi kasutamisest tekkinud eelised üles potentsiaalsed puudused, kuna eeldatavasti oleksid noored näost-näku intervjuust nii konfidentsiaalsuse kui mugavuse kaalutlustel keeldunud.

Umbes kaks tundi kestnud intervjuud viisin läbi kevadel 2011. Intervjuud koosnesid kolmest põhiteemast (intervjuu täpne kava on välja toodud töö osas Lisa 1):

- Sissejuhatuses ning intervjuu esimeses, nii-öelda soojendavas teemablokis palusin intervjuueeritavatel kirjeldada oma erinevate e-suhtluskeskkondade kasutuspraktikaid, analüüsida veebis suhtlemiseks kuluvat aega ning erinevate suhtlusplatvormide kasutuseelistusi isesugustes situatsioonides.
- Teises teemablokis suunasin jutujärje usaldusele veebis – uurisin, kuidas on noored suhtluskeskkondades seadistanud oma privaatsussätteid, kas nende arvates on ebameeldivat või salajast juttu kergem rääkida pigem veebis kui näost näkku ning kuivõrd neil on netis privaatsetel teemadel suheldes kartusi.
- Kolmas teemablokk keskendus suhtlus- ja privaatsustehnikate kasutamisele, mille raames püüdsin välja selgitada, milliseid erinevusi tajuvad noored erinevate suhtlus-platvormide vahel, kuivõrd käituvad noored neis erinevalt ning keskendusin nende kogemustele seoses peitsõnumitega.

Enne intervjuude läbiviimist küsisin noortelt luba vaadelda nende olemasolevaid profile suhtlusvõrgustikes, blogikeskkondades ja Twitteris. Antud uuringu kontekstis oli sellise *online*-etnograafilise elemendi näol tegu taustameetodiga, mis aitas saada ülevaadet noorte tegevusest sotsiaalmeedias. Samuti pakkus vaatlus näitlikustavat materjali noorte privaatsustehnikate kasutuse kohta, võimaldas vastajalt küsida täpsustusi või selgitusi ning märgata vasturääkivusi intervjuueeritava vastustes ja tegelikus *online* käitumises. Eriti palju oli vaatlusest abi sotsiaalse steganograafia kasutamise tuvastamisel, kuna noortel oli tihti raske selle kasutust teadvustada. Peamine vaatlusest tulenev sisend esineski töös intervjuude efektiivsema suunamise võimaldamises ning vestluste käigus noortele esitatud küsimustes nende enda erinevate postituste kohta. Viimased töid välja mitmeid huvitavaid käitumis-maneere, mis ilma vaatluse abi kasutamata oleksid jäänud avastamata.

Empiiriliste tulemuste esitamisel inglisekeelse artikli peatükis *Results* kasutan intervjuudest pärinevaid asjakohaseid illustreerivaid katkeid. Intervjuude täispikkuses transkriptsioonid on ära toodud töö osas Lisa 2.

Intervjuu transkriptsioone analüüsisin, kombineerides kvalitatiivset sisuanalüüsi ning elemente Corbin & Straussi (1990) lähenemisest põhistatud teooriale (*grounded theory*). Corbin & Straussi (1990) kirjeldatud põhistatud teooria suunda eelistasin klassikalisele, algselt Glaser & Straussi (1967) poolt kirja pandud põhimõtetele seetõttu, et nende metodoloogia edasiarendus on algajale uurijale kasutajasõbralikum ning võtab liberaalsema seisukoha kirjandusega tutvumise suhtes enne kodeerimisega alustamist. Empiiriat analüüsima hakates alustasin Corbini & Straussi (1990)

kirjeldatud avatud kodeerimisega (*open coding*), hakates transkriptsioonidest ilmnevatele hoiakutele ja praktikatele rida reall andma kontseptuaalseid nimetusi ehk koode. Samal ajal võrdlesin koode omavahel, kuni hakkasid tekkima sarnaste koodide mustrid. Kui ma eelnevate intervjuudega ühisjooni ei leidnud, lõin uue koodi. Järgnes telgkodeerimine (*axial coding*), kus hakkasid enim kordunud märksõnade väljaselekteerimise kaudu joonistuma kategooriad koos alam-kategooriatega ehk alateemadega, mis olid omavahel seotud või vastupidi vastandusid teineteisele.

Viimaseks etapiks oli selektiivne kodeerimine (*selective coding*), kus jätsin juba kõrvale need koodid, mis puudutasid artiklist välja jäänud usalduse temaatikat netisuhtluses, ning nii koondusid olulised kategooriad ehk alateemad ühise tuumkategooria ümber (vt Corbin ja Strauss 1990). Tänu sellele formuleerus lõplikult uuringu peaidee – analüüsida noorte arusaamu privaatsusest ja auditooriumist veebis ning anda ülevaade privaatsuse kaitsmise praktikatest –, mille alateemadeks said kanalite erinevuste tajumine, auditooriumi suuruse ja koosseisu hindamise põhimõtted, erinevad privaatsusstrateegiad jt, mis tulemuste peatükis ka põhjalikumalt kajastust on leidnud. Kuna põhjendatud teooria eripäraks teiste uurimismeetodite ees on see, et vastuste analüüsimisel püüab uurija jätta olemasolevad teoreetilised ideed ja kirjanduse kõrvale (Urquhart 2001), hakkasin relevantset kirjandust pühendunumalt otsima alles pärast oma tulemuste selgumist, sest uurimuse põhitemaatika ning alateemad selgusid lõplikult alles analüüsi lõppfaasis.

Vaatamata püüdele järgida Corbini & Straussi (1990) kirjeldatud kodeerimisetappe, ei saa siiski väita, et analüüsimeetodi näol oleks tegu olnud puhtakujulise autorite poolt kirjeldatud põhjendatud teooria rakendamise. Kuna põhjendatud teooria näol on tegu väga nõudliku metodoloogiaga, mis nõuab äärmiselt tekstilähedast, intervjuueeritava kõiki mõttenüansse märkavat kodeerimist ning varasemate teoreetiliste teadmiste peast heitmist analüüsi ajal, siis antud uuringu puhul toimus kodeerimine veidi pinnapealsemalt, üldsõnalisemalt ning autorile varasemalt tuttavat kirjandust arvesse võtvamalt, kui valitud metodoloogilise lähenemise eripära ette näeks. Empiiriast võrsusid kodeerimise tulemusel välja järgnevad kategooriad:

- noorte e-suhtluskanalite eelistused ning eelistuste põhjused;
- suhtluskanalite erinevuste tajumine;
- jälgijaskonna suuruse tajumine ja hindamine;
- arvamused auditooriumi koosseisust;
- auditooriumi suuruse ja koosseisu toime noorte käitumisele;
- kogemused erinevate privaatsustehnikatega.

Kuna neis kategooriates ilmneb olulisi sarnasusi varasemates uuringutes käsitletud alateemadega ning puuduvad täiesti uued omapärased kategooriad, võib empiiria analüüsi osaliselt pidada ka lihtsakoelisemaks kvalitatiivseks teksti horisontaalanalüüsiks, mille puhul on vaadeldud alaprobleeme läbi kõigi vastajate hinnangute, otsides neis ühisjooni ja erinevusi.

Põhistatud teooria põhimõtete kohase ebarelevantsete koodide elimineerimise tagajärjel jäi artiklist välja peamiselt teises teemalokis kogutud empiiriline materjal, mis käsitles usaldust internetis ehk seda, kuidas kergendab interneti vahendatud kommunikatsioon noorte suhtlust salajastel või ebameeldivatel teemadel, kas ja miks on netis suheldes lihtsam olla “mina ise” kui silmast silma suheldes ning milliseid probleeme võib vahendatud kommunikatsioon tekitada. Nimetatud materjal moodustab omaette teemafookuse ja vajaks tulemuste tutvustamiseks seega eraldiseisvat analüüsi ning artiklit.

Online süvaintervjuud lubasid tõstatatud probleematikat uurida väga mitmekülgset. Individuaalvestluse vorm aitas keskenduda iga indiviidi seisukohtadele ja praktikatele eraldi ning vaatlusel saadud lisainformatsioon võimaldas küsida personaalselt vajalikke täpsustusi ning selgitusi. Põhistatud teooria elementide kasutamine võimaldas sõeluda välja adekvaatsed tulemused lähtudes valimist, mistõttu varasemad uuringud mõjutasid antud uuringu tulemusi vähem, kui nad oleksid seda teinud vaid tavapäraselt kvalitatiivset sisuanalüüsi kasutades. Samas võib Corbin & Straussi (1990) kirjeldatud kodeerimise paradigma miinuseks pidada materjali „sundimist“ teatud raamistikku eelnevate hoiakute survele (Urquhart 2001; Kelle 2005).

Intervjuu kava puuduseks võib pidada asjaolu, et see sisaldas kahte erinevat alafookust ning teise, keskse alafookuseni jõudmiseks oli noorte keskendumisvõime veidi langenud. Vahendatud intervjuu negatiivsete mõjuritena võib välja tuua kohati pikaks veniva vastuste ootamise aja, mille puhul olin intervjuueerijana teadmatutes, kas intervjuueeritav mõtleb vastamisel järele või tegeleb hoopis kõrvaliste asjadega, mis takistavad teda küsimustele süvenemast. Vaatamata antud puudustele osutus MSN-i keskkond väga tänuväärseks intervjuu läbiviimise kohaks, kuna informandid said intervjuu anda personaalselt sobival ajal kodust ning endale mugava kanali vahendusel ilma intervjuueerijale silma vaatamata, mis panustas tublisti noorte valmisolekusse uurimuses osalemiseks. *Online* intervjuu pakkus võimalust uuringusse värvata laia hulka noori, kes vastasid täpselt uuringus püstitatud kriteeriumitele ning võimaldas neil olla isiklikku laadi temaatikast rääkides avameelsemad, kartmata ebamugavaks kujuneda võiva silmkontakti pärast.

2.2 Valim

Uuringu valim koosnes 15 Eestis elavast intervjueeritavast vanuses 13-16 aastat, kellest seitse olid poisid ja kaheksa tüdrukud. Kõik intervjueeritavad pidid uuringus osalemiseks kasutama vähemalt kahte interpersonaalset *online* kommunikatsiooniplatvormi kolmest etteantust, milleks olid kiirsuhtlusprogrammid, suhtlusportaalid ja (mikro)blogid.

Intervjueeritavad leiti lumepallimeetodi abil, mis tähendab, et olemasolevad uurimissubjektid aitasid värvata uusi oma sõprade hulgast. Lumepallimeetodit kasutatakse, et püüda raskesti kättesaadavaid populatsiooni liikmeid või neid, kes ei taha oma elustiili teatud tunnusojooni avalikustada (Salmons 2010). Esimesed intervjueeritavad leidsin enda ja oma sõprade tutvusringkonnast ning intervjuude lõpus palusin neil soovitada veel kedagi uuringu valimisse sobivat, kes nõustuks *online* intervjuuga. Intervjueeritavad olid minu aitamisel väga agarad ja nii osutus lumepallimeetod suurepäraseks viisiks leida uuringus osalemiseks just teatud tunnustepaketiga noori.

Kuna kõik vastanud olid aktiivsed suhtlusvõrgustike, MSNi ja blogide kasutajad, kes kasutasid internetti igapäevaselt, moodustasid nad suurepärase valimi tutvustamiseks noorte informatsiooni jagamise praktikaid internetis. Enamasti logisid 13-16aastased vastajad internetti kaks kuni viis korda päevas ning veetsid seal kokku kaks kuni neli tundi, sealjuures puhkepäevadel ja nädalavahetustel veelgi kauem. Suhtlemine oli nende jaoks kõige tähtsam *online*-tegevus, mis neelas intervjueeritavate endi hinnangul vähemalt pool nende päevasest veebis veedetud ajast. Suhtlemisele järgnesid ajakulukuse poolest koolitööde tegemine ning meelelahutus (YouTube'st videote vaatamine, muusika kuulamine, mängude mängimine ja filmide allalaadimine).

Kõige populaarsemaks käesoleva uuringu fookuses olevaks suhtlusplatvormiks oli kiirsuhtlusprogramm MSN, millele järgnes Facebook, edastades suure edumaaga alternatiivseid Eestis levinud suhtlusvõrgustikke nagu Rate ja Orkut. Kõigil 15-l intervjuudes osalenud noorel oli lisaks MSN-i kontole olemas isiklik profiil Facebookis, mida külastati iga päev. Kolmandik valimist tunnistasid, et nad on MSNi või Facebooki sisse logitud kogu veebis veedetud aja.

III TULEMUSED

Käesolev peatükk sisaldab uuringu peamiste tulemuste lühikokkuvõtet. Põhjalikum ülevaade tulemustest koos illustreerivate intervjuukatketega on loetav inglisekeelse artikli peatükis *Results*.

Intervjuude analüüsist ilmnest selgelt, et intervjuueeritud noored käsitlesid oma auditooriumit erinevates e-suhtluskanalites küllaltki pealiskaudselt. Üldiselt eristusid kolme tüüpi arusaamad – enda auditooriumi suurust sotsiaalvõrgustikes hinnati oma sõbralisti ning sõprade summa suuruseks, ainult oma sõbralistis olevate inimeste kogumina või ainult lähisõprade ringina, kelle käest ollakse harjunud saama postitatud sõnumitele ning fotodele tagasisidet. Kõiki neid käsitusi ilmestas siiski kahtlusevarjund – noored tunnistasid, et tegu on vaid oletusega, sest neil puuduvad tegelikud andmed oma jälgijate arvu kohta veebisuhtluskanalites. Isiklike (mikro)blogide lugejaskonda peeti küll kitsamaks kui oma suhtlusvõrgustike profiilide jälgijaskonda, ent selle ulatust oli noortel veel raskem hinnata, kuna Twitteris ja blogikeskkondades puuduvad nii-öelda sõbralistid, mis aitaksid auditooriumi mastaape aimata.

Oma veebiauditooriumi üsna ebamäärane tajumine nähtus ka intervjuueeritavate suhtumises privaatsustemaatikasse. Üllatuslikult ilmnest, et kuigi noortel on erinevatest teemadest veebis kõneldes suhtluskanalite valikul kindlad eelistused, ei tajunud paljud 13-16aastased intervjuueeritud eelistuste seost kanalite paiknemisega avalikkuse-privatsuse skaalal. Noored pidasid blogisid üksmeelselt avalikeks kanaliteks, ent Facebooki ja MSN-i privatsuse määra suhtes jäädi sageli lahkavamatele. Kuigi intervjuude analüüsist tulenes, et vähemasti teadlikult ei erista noored üksmeelselt avalikke ja privaatseid *online* suhtluskanaleid, tajusid noored siiski, et suhtlusvõrgustikes on neid lisaks sõpradele ehk „ideaalsele auditooriumile“ jälgimas ka juhututtavad ning õpetajad, vanemad ja sugulased. See teadmine ei muutnud noori sageli tagasihoidlikumaks ega takistanud oma sõnumeid võimalikult avalikult postitamast, kuna blogis ja suhtlusportaalis teadete koostamisel peeti enamasti silmas teatud auditooriumi segmenti ehk „ideaalseid lugejaid“, jättes ülejäänud jälgijate kohalolek tähelepanuta. MSN-is aga tunti ennast vabalt, kuna seda kanalit nähti üks-ühele kommunikatsioonikanalina, kus vestluspartner(id) olid selgelt tajutav(ad) ning kus lisasilmapaaride jälgimisele või info edasikandumisele viitav hirm puudus.

Täielikult oma laiendatud auditooriumist teadmatuses olemist või selle ignoreerimist ei saa aga intervjuueeritud noorte seas pidada üldlevinud reegliks. Intervjuudest ilmnest, et ehkki noored ei ole alati teadvustama ning teadlikult tunnistama, et nad käituvad laiendatud auditooriumi kohalolekul

kuidagi eripäraselt, tajuvad nad siiski suhtlusvõrgustikes ja blogikeskkondades lisasilmapaaride teatavat foonilolekut ning kasutavad (ala)teadlikult olukorraga toimetulekuks erinevaid privaatsusstrateegiaid. Artiklis seadsime kesksele kohale just seesuguste strateegiade kaardistamise.

Noori intervjuuerides kerkisid pinnale kolm eesti noorte seas kõige levinumat privaatsustehnikat. Suhtlusvõrgustike kasutajate seas kõige levinumaks tehnikaks peetava strateegilise infojagamise ehk privaatsusseadistuste abil auditooriumi selekteerimise võimalusi kasutasid valimis olnud noored võrdlemisi tagasihoidlikult. Kõige populaarsemaks privaatsustehnikaks osutus hoopis enesetsensorlus, mille puhul oldi kriitilisemad postitavate sõnumite sisu ja vormi sobivuse üle hindamisel. Seda tehnikat viljeleti peamiselt suhtlusportaalides ja blogides, ent ei peetud vajalikuks kasutada MSN-is kui üks-ühele suhtluskanalis.

Üheks intrigeerivamaimaks uuringu ja artikli alateemaks oli kolmas ilmnenud privaatsus-tehnika ehk salasõnumite saatmine, mille kasutatavust eesti noorte seas on seni uuritud väga napilt. Üllatuslikult selgus, et sotsiaalne steganograafia ehk mitmetähenduslike sõnumite saatmine oli paljude noorte jaoks muutunud igapäevase e-suhtluse lahutamatuks koostisosaks – kui ise mitmekihilisi sõnumeid ei saadetud, siis märgati sageli teiste poolt loodud peitsõnumeid. Noored nägid sotsiaalses steganograafias tõhusat viisi säilitamiseks oma avalikku nägu ning olemaks silmapaistvad, kaitstes samal ajal intiimset informatsiooni. Salasõnumeid kasutati sotsiaalmeediakanalite kõige avalikemas osades (MSN-is kasutajanime järel paiknevas avalikus personaalteates, Facebookis seinapostitustes ja pildiallkirjades, blogi ja Twitteri postitustes) ning olenemata konkreetsest suhtlusplatvormist, loodi peitsõnumeid samal viisil. Et üleliigsed lugejad ei dekodeeriks salajast sõnumit, võtsid noored kasutusele taustateadmised omavahelistest „ühistest koodidest“ ehk popkultuurist, siseringi naljadest või ühiselt kogetust. Peitsõnumid osutusid noortele eriti tarvilikuks näiteks romantiliste tunnete ja emotsioonide väljendamisel ning nad ise pidasid end seesuguste sõnumite koostamisel valdavalt osavaks.

Tähelepanuväärselt ilmnis vestlustest eesti noortega, et valeinfo levitamise, võltskontode, erinevate identiteetide jaoks eraldiseisvate profiilide loomise, konto regulaarse deaktiveerimise või pideva korrespondentsi ärakustutamise asemel eelistati laiendatud auditooriumiga toime tulla hoopis enesetsensorluse ja sotsiaalsete strateegiade abil, mis võimaldasid neil olla noorele inimesele kohaselt avalikkuse ees nähtavad, ent samal ajal konteksti kattumises mitte avaldada isiklikku teavet kõikidele auditooriumi-segmentidele samaväärselt. See kinnitab asjaolu, et vaatamata noorte

tähelepanujanule soovivad nad kaitsta oma isiklikku territooriumit ning neil on selleks oma keerulised tehnikad, mis ei pruugi täiskasvanud jälgijatele olla selgesti tajutavad ega mõistetavad.

IV DISKUSSIOON

Levinud arusaama kohaselt ei hooli noored privaatsusest ega tarvita kuigi palju meetmeid selle kaitseks (vt Palfrey & Gasser 2008; boyd & Hargittai 2010, Sorensen & Jensen 2010 jt). Lisaks on populaarsed arvamused, mille kohaselt on näiteks Facebook noorte jaoks “justkui hämar tsoon avaliku ja privaatse vahel, mis meenutab köögilauale unustatud päeviku olukorda” (Harris 2010), ning seisukohad, mille järgi sarnanevad blogipostitused ja kommenteerimine kogenematute, avalikke ja privaatseid keskkondi mitte eristavate noorte jaoks pigem sõpradega lobisemisele, päeviku pidamisele või telefonivestlusele kui esinemisele suure auditoriumi ees (Solove 2007: 198). Seesugused seisukohad tulenevad vanemaid, õpetajaid ja uurijaid noorte *online* käitumise jälgimisel sageli vaevavast küsimusest “miks peaks keegi endast kõike veebis avaldama?” (Tufekci 2008). Kas probleem seisneb noorte olematus ohutunnetuses, *know-how* puudumises, teistsugustes väärtushinnangutes või hoopiski täiskasvanutele arusaamatute strateegiate rakendamises? Millised ohud jäävad noortel tähelepanuta? Käesolev uuring on seadnud eesmärgiks pakkuda senisest laiahaardelisemat ülevaadet eesti 13-16aastaste noorte auditoriumi ja privaatsuse tajumisest veebisuhtluses; uurida, milliseid privaatsustehnikaid rakendavad noored oma mitmetahulise veebiauditoriumi ees ning nende käitumist lahti mõtestada.

Eesti noorte seas levinud privaatsusstrateegiad

Selle vähese aja jooksul, mil sotsiaalmeedia kasutamise praktikaid on uuritud, on sotsiaalteadlaste (nt boyd 2007b; Lenhart & Madden 2007; Debatin et al 2010; Marwick & boyd 2010 jt) seas valdavaks kujunenud seisukoht, mille kohaselt kõige populaarsemad ja/või efektiivsemad *online* privaatsustehnikad on strateegiline infojagamine ehk teisisõnu privaatsusseadistuste abil auditoriumi ligipääsu piiramine ning pettus ehk valeinfo või võltskontode kasutamine. Seesuguseid tulemusi on ilmnenud peamiselt USA kolledži-õpilastest ja täiskasvanutest sotsiaalmeedia kasutajaid uurides, samal ajal kui Euroopa teismeliste suhtumist privaatsusesse ning nende vastavaid käitumismaneere on uuritud märksa vähem. Intervjuudest eesti noorega järeldus, et varasemate uuringute seisukohti ei saa laiendada antud uuringu valimile, kuna intervjueritud eesti noored kasutasid privaatsusseadistusi mõõdukalt ning ei praktiseerinud teadlikult vale teabe avaldamist ega võltskontode abil oma tegeliku identiteedi peitmist.

Tufekci (2008: 33) arvates näevad õpilased teatud enesepresentatsiooni ja enesepaljastamise taset minimaalsena – milleks muidu üldse endale profiil teha, kui see ei ütle sinu kohta piisavalt? Usun, et just sel põhjusel ei ole antud uuringus osalenud ega ka Murumaa (2010) uuritud eesti noorte seas

levinud võltskontode kasutamine, laialdane valeinfo avaldamine enda kohta, konto deaktiveerimine või pidev postituste kustutamine. Valeandmete avaldamine lihtsalt ei teeniks noorte peamist eesmärki, milleks on leitav olemine ja oma identiteedi presenteerimine, ning just seepärast eelistavad nad sotsiaalmeedias osaleda oma tegeliku “mina” alt.

Intervjueeritud noored väitsid enamasti, et just leitavuse säilitamise ning isoleerituse vältimise pärast ei rakendanud nad ka oma profiilile või blogile juurdepääsu piiravaid privaatsussätteid. Minu arvates võib varjatud põhjus viimaste tagasihoidlikus kasutamises seisneda ka *know-how* puudumises seesuguseid sätteid rakendada. Viimast on just Euroopa laste seas probleemiks pidanud ka näiteks Sidarow (2011) ning eesti noorte puhul ohuna esile toonud Siibak & Murumaa (2011). Teisalt ei mõista noored ilmselt uuele meediale omaste tunnuste (sh säilivuse, otsitavuse, laienevuse, kopeeritavuse, viidatavuse ning avastatavuse) tegelikku mõju, mis võib negatiivseid tagajärgi tuua kaugemas tulevikus, mil mõni noorena üles riputatud ebasobiv foto või postitus jõuab potentsiaalse tulevase kaaslase või tööandja silme ette. Kuna noorte digitaalne kirjaoskus on demograafilistes ja vanuselistes gruppides erinev (Buckingham 2003), on antud juhul nii väikse ja homogeense valimi baasil siiski raske järeldada, kas ja millistest oskustest vajaka jäämine võib põhjustada privaatsusseadistuste mittekasutamist.

Kuigi Murumaa (2010) on varem avastanud, et eesti keskkoolinoored kasutavad vahel siiski erinevaid sotsiaalvõrgustikke (näiteks Orkutit ja Facebooki) paralleelselt, et omada erinäolist kuvandit erinevate auditooriumite jaoks, ilmnes antud uuringu tulemustest, et põhikooliealised noored pole agarad identiteetidega eksperimenteerijad, kes kasutaksid erinevaid profile ja kontosid suhtlemaks erinevate auditooriumisegmentidega. Eksperimenteerimise asemel näevad 13-16aastased pigem vaeva ühe identiteedi väljakujundamisega, mis sobiks korraka kõigile auditooriumisegmentidele, kes vanasti ajas ja ruumis lahutatud olid. Põhjusi võib ilmselt otsida nii erinevate “minade” alt laveerimise kogenematuses kui sellest, et Eesti sotsiaalmeedia maastikul on hetkel üks domineeriv suhtlusportaal (Facebook) ning üks üldlevinud kiirsuhtlusprogramm (MSN), kuhu on koondunud nii informandid kui ka valdav enamik nende “olulistest teistest”. Kuna teised sarnased kanalid on Eesti e-suhtlusmaastikul minimaalse tähtsusega, puuduvad ka head alternatiivid, kus eraldiseisvate auditooriumi-segmentidega suhelda, mistõttu tuleb jääda ühe suhtluskanali ja ühe identiteedi juurde.

Erinevate auditooriumigruppide samaaegse jälgimisega väitsid noored toime tulevat hoopis peamiselt suhtlusportaalides kasutatava enesetsensorluse kaudu ehk oma sõnumite postitamise eelse põhjalikuma kriitilise läbilugemise abil, välistades tekstist selle, “mida tädidel-onudel pole vaja kuulda”. Intervjuudest järeldus, et oma sõnumite sisuline ja keeleline korrektsus vaadatakse üle ennekõike just

sõbralisti kuuluvate tuttavate täiskasvanute pärast. Et noorte privaatsuse sihtmärgiks on just autoriteedid, kelle positsioon võimaldab nende valikuid piirata, on varem tõdenud ka Harris (2010). Noorte vastustest järeldus samuti, et nimetatud tehnika rakendamine ei tundu noorte jaoks ülemäära keeruline või erilist kompetentsi nõudev. Viimane aga ei tähenda minu hinnangul, et noored seda tehnikat alati efektiivselt rakendada oskaksid.

Minu arvates vaatasid noored suuresti mööda asjaolust, et siinkohal on kriitiliseks mitte ainult oskus strateegiat praktiliselt rakendada, vaid ka oskus näha ära hetked, mil niinimetatud autoriteedid foonil on ning sellest tulenevalt teadlikult ja proaktiivselt enesetsensorlust rakendada. Veidi lihtsam on noortel nende endi kinnitusel seda teha suhtlusportaalides, kus sõbralisti koosseis viitab otseselt peamisele auditoriumile, kelle ette sõnum manatakse – kuid ka sel juhul arvestatakse sageli vaid sõprade kohalolekuga, nagu ilmnis näiteks Murumaa (2010) uuringu subjektide tegevusest, kes lahkasid Facebookis oma meediaõpetaja silme all viimase ühise peo detaile. Blogides või Twitteris ei vihja täiskasvanute kohalolekule aga miski ning kuna intervjuudest ilmnis, et neid keskkondi tajutakse veelgi sügavamalt “oma mängumaana”, kuhu võib puistata oma mõtteid ja tundeid, leidis enesetsensorlus neis keskkondades vähem kasutust. MSN-is peeti enese “tsenseerimist” aga üldiselt ebaoluliseks – seda ilmselt seetõttu, et vesteldi üks ühele oma usaldatud eakaaslastega ning kuna negatiivsed kogemused puudusid, ei kardetud ka seda, et sõber võiks jutuajamise ebasobivasse konteksti edasi *copy-paste*’ida. Kokkuvõtlikult võib seega järeldada, et mida mitmekesisem oodatav auditoriumi koosseis on, seda vajalikumaks peavad noored enesetsensorlust.

Samaaegselt leidis kõikides uuritud sotsiaalmeedia kanalites noorte poolt laialdaselt kasutust vaid üks privaatsustehnika – sotsiaalne steganograafia ehk mitmekihilised peitsõnumid, mille kasutamisele suhtlusportaalides on varem kinnitust leidnud ka Murumaa (2010) ning Siibak & Murumaa (2011). Intervjuudest ilmenud eesti noorte võrdlemisi kõrge enesehinnang peit-sõnumite loomisel ja dekodeerimisel ei tulnud mulle üllatusena, kuna varasemates uuringutes (nt Kalmus 2008; Murumaa 2010; Livingstone et al 2011) on leitud, et eesti õpilased on veendunud oma oskustes internetti ja Facebooki igakülgsest kasutamisest. Vestlused noortega lubavad mul järeldada, et osalusest tagasitõmbumise või enesele juurdepääsu piiramise asemel otsustati sotsiaalsete strateegiade kasuks seetõttu, et need võimaldasid noortel teha kahte asja üheaegselt – omada avalikku nägu, kaitstes samal ajal intiimset informatsiooni nende eest, kellel puudusid peitsõnumite tõlgendamiseks vajalikud taustateadmised.

Samas võib mitmekihiliste, peidetud tähendusega sõnumite rohke kasutamise osaliselt kindlasti kirjutada ka Eesti kultuurikonteksti eripära arvele – juba Eesti NSV ajast on eestlastel olnud tavaks oma laulusõnadesse, proosasse ja luulesse peita ironiat ning varjatud tähendusi, mis on ridade vahelt suunatud teatud auditooriumisegmendile, kellel on olemas boydi (2010) kirjeldatud spetsiifilisest kultuurilisest teadlikkusest tulenev õige tõlgenduslik perspektiiv. Uuritud noored pole küll nõukogude aega oma silmaga näinud, ent ometi on nad kasvanud eestlastele omases põhjamaises kinnisuse ja ettevaatlikkuse mentaliteedis (Valk & Realo 2004), kus otsekohene olemist ja oma seisukohtade häbenemata väljaütlemist varjutab kartlikkus näida tobe või langeda piinlikkustunde ohvriks. Viimane on eriti oluline noortele, kes on tundlikud piinlikku olukorda sattumise suhtes ja kelle jaoks privaatsuse kaitse üheks peaesmärgiks on vältida piinlikkusemomente eakaaslaste ees (Harris 2010). Ilmselt just viimase tõttu leidsidki salasõnumid laialdast kasutust kõigis veebisuhtluskeskkondades – sealhulgas ka MSN-is, kus hoomamatu laiem auditoorium ju puudub. Pealegi ei kiputa ka *offline* elus ning täiskasvanute hulgas näiteks vastassoo esindajale esimesel võimalusel kohe oma tundeid avaldama, vaid tehakse seda pigem mitmeti tõlgendatavate vihjete ning tähendusliku kehakeele abil. Selles kõigest võib oletada ja järeldada, et sotsiaalse steganograafia näol pole tegu mitte üksnes veebis kasutust leidva ning mitte ainult noortele omase praktikaga.

Täiskasvanute vs noorte arusaam privaatsusest – väärtushinnangute lahknevus?

Olen veendunud, et digitaalses maailmas sõltub privaatsuse temaatika defineerimine sellest, kas räägitakse noorte eest vastutavate vanemate või noorte endi seisukohast. Samal ajal kui täiskasvanute jaoks tähendab privaatsus kohustust leida kaitset väliste potentsiaalsete ohtude eest nagu seksuaalsed ahistajad, tähistab privaatsus noortele muuhulgas näiteks vajadust hoida eemale autoriteetidest nagu vanemad või õpetajad, kelle positsioon võimaldab neid arvustada, ning vältida piinlikkusemomente eakaaslaste ees (Harris 2010). Kuna täiskasvanute käes on võim, on avalik temaatika sageli fokuseeritud vaid võõrastest tulenevatele ohtudele (*stranger-danger*). Et täiskasvanute arvates on parim viis end pahatahtlike võõraste eest kaitsta kas mitte üldse fotosid, kontaktandmeid ning igasugust muud jälgimist võimaldavat teavet postitades (Harris 2010) või privaatsussätete kitsendamise abil, olen märganud, et (populaar)teaduslik kirjandus eeldab tihti peale, justkui tegutseksid ainult neil viisidel toimivad kasutajad ainuõigesti. Käesoleva uuringu tulemuste valguses tahaksin aga rõhutada, et minu hinnangul ei saa privaatsuse kaitsmisel kunagi olla ühte ja ainuõiget teed, mida mitte valides võiks noori automaatselt pidada privaatsusest hoolimatuteks.

Nimelt unustatakse noorte veebipraktikate tõlgendamisel minu arvates sageli Nissenbaumi (2004) rõhutatud tõsiasi, et normid pole kunagi universaalsed. Iga inimese väärtushinnangud (Westin 1967) ja kultuurikontekst (Altman 1975) mõjutavad ja suunavad inimese arusaamu privaatsusest ning sellega

koos ka infojagamise põhimõtteid uues meedias. Altman (1975) defineeris privaatsust kui interpersonaalset piiride reguleerimise protsessi, mille puhul inimene ise kontrollib seda, kui suurel määral ta ennast teistele avab. Teisisõnu tähendab privaatsus selles valguses avalikustamise ja tagasitõmbumise tasakaalukat optimeerimist vastavalt situatsioonile, kontekstile ja neist tulenevatele individuaalsetele lõppeesmärkidele. Nii Westini kui Altmani teooriast tuleneb selgelt, et rohkem privaatsust ehk rohkem teiste vaatluse alt eemalolekut või anonüümsust ei ole ilmingimata kõige soovitud lõpptulemus – eesmärgiks on hoopis optimaalne juurdepääs endale antud situatsioonis.

Kui täiskasvanute seas tähendab “optimaalne juurdepääs” sageli võimalikult vähesel määral “pildis” olemist ja minimaalset identifitseeritavust, siis noorte seas on eeldatud normid minu arvates teistsugused. Tänapäevaks on paljud sotsiaalteadlased (nt Palen & Dourish 2003; Tufekci 2008; Harris 2010) jõudnud järeldusele, et personaalse maailma säilitamise kõrval on oluline omada avalikku nägu ning olla nähtaval nende jaoks, kelle silmis me tahame olla nähtavad, ning viisil, kuidas me tahame olla nähtavad. Ka intervjuudest järeldus selgelt, et noorte jaoks ei tähenda privaatsus sotsiaalmeedias märkamatu toimetamist, vaid nende jaoks on tehnoloogia vahetatud suhtluses keskseks motivaatoriks ise tähelepanu saamine ja leitav olemine, millele on varem viidanud ka Tufekci (2008). Viimast arvestades leian, et sotsiaalmeedias märkamatu toimetamise asemel on noortele internetikasutajatele suurimaks eesmärgiks hoopis leida tasakaal, mis võimaldaks teatud intiimse info hoidmist usaldatud sõprade ringis, samal ajal ohtralt avalikke sõnumeid postitades ja selle kaudu nähtav olles.

Seega, kuna noored ja täiskasvanud lähenevad privaatsusele erinevalt, ei saa me eeldada, et noored praktiseeriksid oma eesmärkide realiseerimiseks samasuguseid privaatsustehnikaid nagu täiskasvanud. Debatin et al (2010) on väitnud, et noorte jaoks kaaluvad avalikust osalusest tulenevad tasud üles potentsiaalsed isikliku informatsiooni paljastamise tagajärjed. See väide leidis suures osas kinnitust ka minu uuringusubjektide puhul, kes rääkisid isoleeritusest kui välditavast seisundist ning kellel puudusid negatiivsed kogemused, mis oleksid neid pannud avalikult kommunikeerimist piirama. See, et noored arvestavad *online* suhtluses ka aktiivse osalemise vajadust ning noortekultuuris levinud osalusnorme, ei tähenda minu arvates, et nad oma privaatsusest üldse ei hooliks või et neil oleksid täiskasvanutest kardinaalselt teistsugused privaatsuse alased väärtushinnangud. Leian, et tihtipeale tulenevad järeldused fundamentaalsetest väärtushinnangute erisusest pelgalt sellest, et põhikoolialiste laste lähenemist privaatsusele ja nende oodatavat optimaalset privaatsusseisundit pole siiani veel lähemalt uuritud ning nende viimaseid arvestavatesse keerukatesse privaatsus-strateegiatesse pole põhjalikumalt süüvitud. Täiskasvanud ei pruugi pinnapealsel lapse sotsiaalmeedia infovoos jälgimisel lihtsalt mõista, et laps on enda peas postitatava sõnumi sisu ja sõnastuse enne “Saada” nuppu vajutamist mitmekülgsesti läbi mõelnud või kasutanud mitmekihilist salasõnumit.

Noorte ohutunnetus ja know-how olemasolu

Üheks põhjuseks, miks noored täiskasvanutele arusaamatult ohtralt informatsiooni avalikult jagavad, võib minu arvates lugeda tänastele noortele ehk Y põlvkonnale omast teistsugust ohutunnetust, mis on loonud uued sotsiaalsed normid. Rogers (1975) on veendunud, et indiviidi tahe end kaitsta sõltub neljast faktorist: ohu tõsiduse tajumisest, reaalse ohu tekkimise tõenäosusest, ennetava käitumise tõenäolisest efektiivsusest ning indiviidi eneseusust oma oskustesse. Intervjuudest selgus, et noorte hinnang oma oskustele on küllaltki kõrge, kuid privaatsusohutude tekkimise tõenäosust ning nende tõsidust peavad intervjuueeritud noored küllaltki madalaks – sarnaselt Siibak & Murumaa (2011) tulemustele ei olnud ka minu küsitlitud noortel enda arvates midagi varjata ning ühtlasi ei pidanud nad tõenäoliseks, et võõrad neid sotsiaalmeedias jälgida võiksid. Seesugune veendumus võib tuleneda nii tasude ja tarvete teooriast, mille puhul sotsiaalmeedias avalikust osalusest saadavad tulud kaaluvad noorte jaoks üles võimalikud privaatsusprobleemid, kui kolmanda isiku efekti teooriast, mille kohaselt kiputakse arvama, justkui negatiivsed mõjurid omaksid mõju kõikidele teistele peale enda (Debatin et al 2009).

Vähenenud ohutunnetust võib veel põhjendada asjaoluga, et vastupidiselt Acquisti & Gross (2006) leitule kolledžiõpilaste seas käsitlesid valimisse kuulunud noored oma auditooriumit pealiskaudselt, kuna peamiselt hinnatakse selle suurust koheselt tagasisidet andvate kontaktide kogumi alusel, mis on reeglina väike ning koosneb peamiselt lähedastest sõpradest-tuttavatest ehk “ideaalsest auditooriumist” (vt Marwick & boyd 2010). Ka Murumaa (2010) ning Siibak & Murumaa (2011) on hiljuti eesti keskkooliõpilaste seas läbi viidud fookusgrupi intervjuudest järeldanud, et noored peavad sõnumite postitamisel silmas ainult konkreetset inimest või teatud kitsast sihtgruppi, jättes ülejäänud kontaktid suuresti tähelepanuta. Ent nende uuringust selgus, et 16-20aastased keskkoolinoored mõistavad Facebooki variatiivsust siiski mitmekülgsemalt (Murumaa & Siibak 2012) kui 13-16aastased põhikooliõpilased. Goffman (1959) defineerib enesepresentatsiooni kui teadlikku ja interaktiivset tegevust, mis nõuab auditooriumi osalust ning sellest teadlik olemist. Kuna noortel on kergem hoomata praegust hetke ning ruumilisi piiranguid, siis teevad noored oma avaldamisvalikud lühinägelikult, lähtudes selgelt vaid sellest publikust, kelle kohaloluga nad kursis on. Ka väitega “mul ei ole midagi varjaga” peavad vähese internetikasutamise staažiga noored ilmselt silmas ainult nimetatud käegakatsutavat Eco (1979) kirjeldatud “mudellugejat”. Niisiis võib järeldada, et põhikooliõpilaste ohutunnetus tekib vaid selle baasil, mis on nende jaoks otseselt nähtav ja tuntav ning kuna Goffmani kirjeldatud auditooriumist teadlik olemine on puudulik, mõjutab nende enesepresentatsiooni praktikaid sageli anonüümsuse illusioon.

Intervjuudest jäeldus muuhulgas, et noored ei pea tõenäoliseks, et võõrad nende profiile külastaksid või nende tegemiste vastu huvi üles näitaksid. Selline mõttemaneer on varem ilmnenu nii Tufekci (2008) uuringus, millest jäeldus, et noored ei pea tulevase tööandja, ametnike või korporatsioonide poolset jälgimist kuigi tõenäoliseks, kui Siibaku & Murumaa (2011) intervjuudes, kus noored väljendasid uskumatust, et politsei või teised autoriteedid saaks neid puhtalt Facebookis postitatu põhjal reaalselt sanktsioneerida. Kuna nimetatud sihtgrupid (või näiteks ka ahistajad, pahatahtlikud inimesed jt) näitavad noorte suhtes *offline* elus harva huvi üles ning kuuluvad harva noorte sõbralisti, mille alusel oma auditooriumi peamiselt hinnatakse, on seesuguste auditooriumisegmentide potentsiaalne jälgimine ning sulandumine kokku “ideaalsete jälgijatega” tegelikuks auditooriumiks noorte jaoks üsna hoomamatu ega kutsu seega esile laialdast oma profiili juurdepääsu piiramist. Tasakaalupunkti ümberhindamist avaldamise ja mitteavaldamise vahel ei peeta vajalikuks ka seetõttu, et erinevalt Siibak & Murumaa (2011) küsitletud eesti gümnaasiuminoortest puudusid minu küsitletutel tõendid ning halvad kogemused selle kohta, et soovimatud jälgijad nende tegevustel silma peal hoiaksid. Võib arvata, et pärast esimesi isiklikke kokkupuuteid negatiivsete järeldustega kohandavaksid noored ka oma info jagamise praktikaid.

Põhjus, miks noored Albrechtslundi (2008) kirjeldatud pidevat, sealhulgas võõraste omavahelist üksteise jälgimist ning sellest tulenevaid potentsiaalseid ohtusid ei taju, peitub minu arvates suuresti ka laste kognitiivses arengus. Kui 5.-6. klassi lapsed mõistavad interneti tehnilist keerukust juba täiskasvanuga sarnasel tasemel, siis arusaam sotsiaalset kompleksust ei teki enne 7.-8. klassi jõudmist (Yan 2006, Marwick, Diaz & Palfrey 2010 kaudu). Kuna valimis võis olla keskmisest madalama digitaalse kirjaoskusega lapsi ning noorimad intervjuueeritavad käisidki 7. klassis, võis netis isikliku info paljastamisest tulenevate ohtude märkamatuses rolli mängida alles väljaarenev maailmatunnetus.

Potentsiaalsed ohud ja vajalik abi

Positiivse märgina selgus intervjuudest, et noored tajuvad Nissenbaumi (2004) kirjeldatud sobivuse ja levitamise norme, kuna nad tõid välja rea intiimseid teemasid (nt kehaga seotud teemad, klatš, väga isiklikud või piinlikud mured, arusaamatused ja tülid), millest nad räägiksid sõbraga üks-ühele MSNis, kuid millest pole avalikes suhtlusplatvormides sobilik kirjutada. Samuti kirjeldasid noored end sageli Facebookis ja blogides kasutatavat enesetsensorlust, et nende avaldatud sõnumid passiksid ka foonil olevatele võimalikele õpetajate või vanemate silmapaaridele, ning salasõnumeid, mis aitasid neil sõnumeid avaldades teha vahet “ideaalsete jälgijate” ja juhuslike või soovimatute jälgijate vahel. Kuid intervjuudest ilmnis ka tõsiasi, et noored pidasid siiski oluliseks ainult väga privaatse info kaitset ning muul juhul eelistasid informatsiooni edasi anda võimalikult avalikult – näiteks sünnipäevakutsete saatmise või kooli sisse saamise teatamise puhul eelistati kasutada viise, mis garanteeriksid info

võimalikult paljudeni jõudmise (nt Facebooki sein). Vaatamata normide tajumisele on noortel minu arvates siiski oht langeda kontekstuaalse terviklikkuse rikkumise ohvriks, kuna nad ei arvesta piisavalt asjaoluga, et nende jälgijaskonda on kokku sulandunud hulk täiesti erinevaid sihtgrupe (vanemad, sugulased, sõbrad, klassi- ja trennikaaslased, aga ka näiteks võimalik tööandja või vastuvõtukomisjoni liige koolist, kus soovitakse oma õpinguid jätkata), kellele nad on ise andnud vaba voli oma vajadusel profiile külastada, kuna suurel osal informantidest oli profiil kõigile avalik.

Ainult väga intiimseks peetava teabe kaitsmise praktikad pean riskikäitumiseks, kuna see ei arvesta Nissenbaumi (1998) soovitusi, mille kohaselt tuleks privaatsusstrateegiaid rakendada ka mitte otseselt intiimse sisuga sõnumitele. Mitte otseselt intiimse sisuga info, mida noored antud kohas ja ajahetkel sobivuse norme arvestades avaldavad, võib tulevikus teise konteksti või ootamatute silmapaaride ette sattununa muutuda sobimatuks. Siinkohal sobib illustatsioonina välja tuua Tufekci (2008) kasutatud näide, mille kohaselt võib noor käituda sõbra sünnipäeval sünnipäevapeole kohaselt, ent sellest mobiiltelefoniga tehtud ja sotsiaalvõrgustikku üles riputatud foto ei ole sobilik tööintervjuu jaoks ega esinda pildil olevat noort töökontekstis. Ometi võib seesugune salaja tehtud foto sattuda tööotsingute kontekstis nähtavaks, kui tööandja kandidaati guugeldades tema profiilile või blogilehele satub või kui keegi foto sihilikult tööandjale saadab. Teise potentsiaalselt probleeme tekitava näitena võib tuua olukorra, kus noored vähendavad küll juurdepääsu oma profiilile, kuid ei rakenda samaaegselt enesetsensorlust ega reguleeri oma infopaljastamist. Kuna noorte sõbralistis on alati vähe lähedasi sõpru ja palju juhukontakte (Hogan & Quan-Haase 2010; Debatin et al 2010), jääb ainult privaatsusseadistuste kasutamine nõrgaks mehhanismiks enda isikuruumi kaitsel suvaliste kontaktide, aga ka õpetajate ja vanemate eest.

Kokkuvõttes leian, et laialdased vaeleusaamad noortest kui privaatsuse suhtes hooletutest internetikasutajatest võivad suuresti tugineda sotsiaalse konteksti ning osaluse eelduste erinevusele täiskasvanute ja 13-16aastaste noorte vahel. Samuti mängib rolli asjaolu, et praktikad, mida täiskasvanud peavad privaatsuse kaitses efektiivseteks, ei ühildu noorte sotsiaalse käitumise, rollide ning ootustega. Kuigi intervjuudest tuleneb, et eesti noored võivad langeda anonüümsuse illusiooni ja kontekstuaalse terviklikkuse rikkumise ohvriks, kinnitavad antud uuringu tulemused Tufekci (2008) oletust, et õpilased teevad pingutusi, et hoida kontrolli all piiri avaldamise ja privaatsuse vahel. Minu intervjuudest järeldub, et nad ei tee seda sarnaselt täiskasvanutele tagasitõmbumise või juurdepääsu põhjaliku piiramise kaudu, sest sel juhul kaotaksid nad tähelepanu pälvimise võimaluse ning väljundi populaarsuseks. Selle asemel kasutavad nad avalikus suhtluses peitsõnumeid, mille tegelikku sisu

jagavad nad ainult soovitud auditooriumisegmentidega, või rakendavad riskide minimeerimiseks enesetsensorlust.

Kui me suudame visata peast pinnapealsed arusaamad, justkui ei hooliks noored üldse privaatsusest ega tegeleks oma isikuruumi kaitsega, saaksime hakata keskenduma valdkondadele, milles noored tõesti selgitavat abi vajavad – ruumiliste ja ajaliste piirangute kadumisest tulenevad ohud ning erinevate ruumide kokkupuutepunktid, mida on noorte jaoks peamisteks ohtudeks pidanud ka Palen & Dourish (2003). Chai et al (2009) on kindlaks teinud, et kõige mõjukamad grupid, kes suudavad siinkohal laste *online* turvalisuse kaitseks positiivselt panustada, on lapsevanemad ja õpetajad. Teadlike täiskasvanute poolt pakutav meediakasvatus ja –haridus võiks lastele pakkuda väärtuslikku tuge veebi sotsiaalse kompleksuse mõistmisel, osalusjälgimise märkamisel, kontekstuaalse terviklikkuse hapruse tajumisel ning sisestatud sõnumite säilivusest, laienevusest ja viidatavusest tulenevate tagajärgede ettenägemisel, mis võivad realiseeruda ka tulevikus.

Meetodi kriitika ja edasised uuringud

Käesoleva uuringu tulemuste põhjal pole võimalik teha väga laiaulatuslikke üldistavaid järeldusi, kuna 15 informandist koosnenud valim polnud kogu eesti noorte variatiivsust arvestades piisavalt esinduslik. Kuna intervjueeritavatel küsiti vaid nende vanust ning sugu, ei ole võimalik hinnata, kas tegu oli sotsiaaldemograafiliselt homogeense või piisavalt heterogeense valimiga, ega analüüsida tulemusi lähtudes erinevatest sotsiaaldemograafilistest näitajatest, mis mängivad noorte hoiakute ja digitaalse kirjaoskuse puhul paratamatult rolli. *Online* intervjuude, vähemalt kahe e-suhtlusplatvormi kasutamise tingimus ja lumepalli-meetodi rakendamine võisid eeldatavasti kaasa tuua pigem homogeensusele kaldumise ehk teatud sarnaste vaadete tugevama esindatuse. Sotsiaalse steganograafia kasutamise sagedust ja määra väljendavaid tulemusi võisid mõjutada ka tavapärasest oluliselt põhjalikumad intervjueeritavatele esitatud temaatilised küsimused, praktika põhjalik kirjeldus ja näidete toomine.

Vaatamata nendele puudustele pakkusid uuringu leiud väärtuslikku uut informatsiooni eesti noorte veebipraktikatest auditooriumi tunnetamise ja privaatsuse kaitsmise aspektist. Tulemused juhtisid tähelepanu asjaolule, et käsitlused noortest kui privaatsusest hoolimatutest ja teistsuguste väärtushinnangutega kasutajatest võivad olla pinnapealsed, ning toovad loodetavasti ka eesti noored laste veebikäitumisele spetsialiseerunud sotsiaalteadlaste huviorbiiti. Samas on tulemused relevantset mitte ainult Eestis, vaid ka Euroopas, sest Livingstone et al (2011) tulemuste kohaselt on eesti laste veebipraktikad erinevates aspektides väga sarnased nii Põhjamaade kui Ida-Euroopa laste omadega. Et Y generatsiooni oskused ja pädevused erinevad nende vanemate omadest, tuleks edasistes

uurimistöodes põhjalikumalt vaatluse alla võrra kesk- ja vanemaealiste internetikasutajate seas levinud privaatsus-strateegiad. Kuna sotsiaalmeedia on alles liiga vähe uurimist leidnud kiiresti arenev maastik, mis jätab teadlased püsivalt maha (Hogan & Quan-Haase 2010), võiksid hindamatut informatsiooni pakkuda ka pikaajalised uuringud, mis seaksid fookusesse *online* sõbrustamise, auditooriumi tajumise ja privaatsustehnikate rakendamise trendid ajas.

KOKKUVÕTE

Ehkki laste ja noorte veebipraktikad paiknevad viimasel ajal uurijate huviorbiidis, on keerukamate sotsiaalmeedias kasutatavate privaatsusstrateegiate näol tegu maailmas üsna uudse ja vähe uuritud sfääriga. Niisamuti pole aktiivselt erinevaid veebisuhtluskeskkondi kasutavate noorte privaatsustehnikad seni põhjalikumalt empiirilist käsitlust leidnud Eestis. Antud magistritööle andis esmast empiirilist taustamaterjali Murumaa (2010) veebi-auditooriumi rolli ja tähtsust käsitlev magistritöö, mis pakkus põgusat sissejuhatust eesti gümnaasiumiealiste Facebooki kasutajate veebiauditooriumiga seotud hoiakutesse.

Käesoleva magistritöö eesmärk on anda ülevaade sellest, kuidas näevad 13-16aastased eesti noored oma auditooriumi ja eesmärgipärast privaatsuse määra sotsiaalvõrgustikes, blogides ja kiirsuhtlusprogrammides ning milliseid privaatsusstrateegiaid nad rakendavad, olles korraga nähtaval nii ideaalsete kui soovimatute jälgijate ees. Uuring püüab vastata küsimusele, kui teadlikud on noored oma veebiauditooriumi suurusest ja koosseisust, kuidas tajutav auditoorium mõjutab nende käitumispraktikaid, ning analüüsida, kuivõrd noored oma privaatsusest tegelikult hoolivad. Teema tähtsust rõhutab asjaolu, et veebis oma isikuruumi ebaefektiivse kaitsmise tõttu võivad noored silmitsi seista ebameeldivate tagajärgedega *offline* elus, sattudes olukorda, kus sobivuse norme arvestades postitatud isikuandmed või sõnumid jõuavad kontekstuaalse terviklikkuse rikkumise tagajärjel ootamatult uutesse ebasobivatesse kontekstidesse – näiteks uute kaaslaste, vanemate, õpetajate, õppejõudude, tööandjate või kolleegide silme ette.

Põhiosa magistritööst moodustab koos Andra Siibakuga kirjutatud ajakirja *Cyberpsychology* oktoobris 2012 ilmuvas erinumbris “*Children in Cyberspace: Opportunities, Risks and Safety*” avaldatav inglisekeelne teaduartikkel “*Performing for one’s imagined audience: social steganography and other privacy strategies of Estonian teens on networked publics*“. Artiklis oleme noortega tehtud süvaintervjuudest saadud materjali analüüsile tuginedes kaardistanud eesti noorte seas levinud privaatsusstrateegiad, tutvustanud nende valikut mõjutavaid faktoreid ning seeläbi püüdnud jõuda järelduseni eesti noorte privaatsushoiakute kohta. Püstitatud uurimisküsimustele vastamiseks viisin 2011. aasta kevadel MSNi vahendusel läbi 15 *online* semistruktureeritud süvaintervjuud 13-16aastaste eesti noortega. Intervjuusid täiendas põgus informantide isiklike profiilide vaatlus erinevates veebisuhtlus-platvormides. Saadud materjali analüüsisin põhistatud teooria ja kvalitatiivse sisuanalüüsi kombineerimise abil.

Inglisekeelse teadusartikli teoreetilises osas oleme peatunud laste ja noorte hoiakutel seoses privaatsuse ja auditooriumi tajumisega, tutvustades viimasel ajal selles valdkonnas tehtud uuringuid (nt boyd 2008a; Debatin et al 2010; Robards 2010; Sorensen & Jensen 2010; (Marwick & boyd 2010; boyd & Marwick 2011; Davis & James 2012). Seejärel oleme esitanud oma uuringu tulemused ning diskussiooni osas püüdnud neid kõrvutada ja analüüsida lähtudes varasemate uurijate leidudest, et teha järeldusi eesti noorte digitaalse kirjaoskuse kohta seoses auditooriumi kompleksuse tajumise ning privaatsuse kaitsega.

Magistritöö raamistava eestikeelse katusartikli põhimõisted ja teooriad toetuvad peamiselt klassikalistele privaatsuse (nt Westin 1967; Altman 1975) ja auditooriumi käsitlustele (nt Barthes 1984; Fiske 1987; Foucault 1977) ning nende kontseptsioonide muutumisele ajas. Kaasaegse privaatsuse käsitlejatest on esindatud teiste hulgas näiteks Nissenbaum (1998; 2004), Solove (2002; 2007; 2008) ja Tavani (2008) ning auditooriumi muundumisest kasutajaskonnaks kõnelevad Baym (2002), Liewrouw & Livingstone (2002; 2006); Buckingham (2006), Albrechtslund (2008) jt. Katusartikli diskussioon püüab tõlgendada uuringu tulemusi seesuguses laiemas kontekstis.

13-16aastaste eesti noortega tehtud intervjuude analüüsi tulemused viitavad sellele, et noored käsitlevad oma auditooriumit erinevates veebisuhtluskanalites küllaltki pealiskaudselt ning neil puuduvad andmed oma jälgijate arvu kohta. Kuigi tajuti juhututtavate, õpetajate, vanemate ja sugulaste teoreetilist kohalolekut, polnud noorte suhtluskanalite valiku esmaseks kriteeriumiks suhtlusplatvormi privaatsuse aste ning postitamisel eelistati silmas pidada „ideaalset auditooriumit“ ehk sõpru ja klassikaaslasi, jättes „soovimatud jälgijad“ suurema tähelepanuta.

Siiski näitab antud töö raames kogutud empiiria selgelt, et alateadlikult paneb lisasilmapaaride teatav foonilolek noored endalegi märkamatult kasutama erinevaid privaatsusstrateegiaid. Intervjuudest nähtus, et erinevalt USA noortest ei praktiseerinud intervjuueeritavad valeandmete avaldamist ning rangelt piiritletud privaatsustehnikad (näiteks regulaarne konto deaktiveerimine ja avalike sõnumite ärakustutamine) polnud samuti intervjuueeritud noorte seas popid, kuna need takistasid nende eesmärki olla nähtav ja leitav. Palju agaramalt kasutati aga enesetsensorlust ehk oma sõnumite postitamiseelset toimetamist ning sotsiaalset steganograafiat ehk peitsõnumeid, mis võimaldasid infovoos aktiivselt osaleda, peites samal ajal tegelikku sõnumi tähendust soovimatute lugejate eest. Just kõikide pilkude all saadetavaid salasõnumeid pidasid informandid tõhusaks tehnikaks, et säilitada avalikku nägu ja kaitsta samaaegselt oma isikuruumi. Nii kaalusid noored avaldamisest saadavaid tasusid ja võimalikke ohtusid ning kinnitust leidis asjaolu, et vastupidiselt mitmetele varasematele noorte kui oma

privaatsusest hoolimatute tuulepeade käsitlestele jagavad eesti noored täiskasvanutega isikuruumi kaitse suhtes samasuguseid väärtus-hinnanguid. Valearusaamad noortest kui hooletutest internetikasutajatest võivad tugineda sotsiaalsete osaluse normide, privaatsuseesmärkide ning nende saavutamiseks kasutusele võetavate privaatsustehnikate erinevusele täiskasvanute ja noorte vahel.

Ometi kujutavad veebiauditooriumi hoomamatu sotsiaalne keerukus, osalusjälgimise ulatus ning sõnumite säilivus, laienevus ja viidatavus vähese internetikasutamise staažiga noorte jaoks potentsiaalseid ohtusid. Anonüümsuse illusiooni ohvriks langemist ning riskikäitumist aitaks vältida lapsevanemate ja õpetajate poolne meediakasvatus, mis võimaldaks ühtlustada erineva sotsiaaldemograafilise taustaga noorte digitaalse kirjaoskuse taset.

SUMMARY

Despite the fact that the online practices of children and teens constitute a hot topic among social scientists, there remains a lack of research of the more complex privacy strategies teens implement on various platforms of social media. Hence, the purpose of the present Master's thesis „**Privacy Strategies of Estonian Teens on Networked Publics**“ was to analyze the perceptions Estonian 13-16 year olds have about privacy and the imagined audiences on SNS, blogs and Instant Messenger and to explore the various privacy strategies teens implement in order to manage their extended audience. The topic is important because, as a result of inefficient online privacy protection, teens may easily be confronted with negative consequences offline.

The main results of the study are introduced in the article *“Performing for one's imagined audience: social steganography and other privacy strategies of Estonian teens on networked publics”* (2012) written by Egle Oolo and Andra Siibak. The article focuses on presenting an overview of the perceptions teens have about their online audience and the privacy strategies they prefer to use in order to safeguard private information. To study the case of Estonian teens, 15 semi-structured online interviews with 13-16 year old secondary school students were conducted in 2011. The interviews were supplemented with the observation of the respondents' personal blog posts, tweets and SNS messages, mainly to detect the potential usage of social steganography.

The results of the interviews indicate that the teens' attitude towards their online audience is rather shallow. Although none of the interviewees were sure of the size or the composition of their audience, they sensed the possibility of random acquaintances, parents or teachers occasionally following them on social media. Rather than keeping the latter fact in mind, they preferred to concentrate on their “ideal audience” i.e friends and classmates when creating posts. However, it was evident from the interviews and observations that subconsciously, Estonian teens implement different kinds of privacy techniques to protect their personal sphere. For instance, self-censorship and social steganography i.e secret messages hidden in plain sight were used to maintain popularity and being a visible participant on social media, whereas tightening privacy settings and publishing false information were used moderately.

We had a special interest in the practices of secret messages, therefore, the article largely concentrates on the principles of creating them. We found out that posting lyrics or quotes is one of the most common social steganographic tricks among teens because they are fluent in pop culture in a way

adults are not. Also, inside jokes were used a lot to keep the real meaning of the posted messages inside the circle of friends it was meant for.

In the discussion, we challenge the populist conviction that today's youth do not care about privacy. On the basis of the interviews we claim that teens share the same value judgements concerning privacy as adults but they have their own complex social techniques for realising their privacy goals. However, we agree that the social complexity of online audience, the participatory surveillance, the persistence and cross-indexability of data may pose threats to teens, the inexperienced young Internet users. Falling victim to the illusion of anonymity may be prevented by compulsory relevant digital literacy education provided by schools.

KASUTATUD KIRJANDUS

1. Acquisti, A. & R. Gross. (2006). *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook*. 6th Workshop on Privacy Enhancing Technologies, Robinson College, Cambridge University, UK, URL (külastatud jaanuaris 2011) http://petworkshop.org/2006/preproc/preproc_03.pdf
2. Albrechtslund, A. (2008). *Online Social Networking as Participatory Surveillance*. *First Monday*, 13(3), URL (kasutatud detsembris 2011) <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2142/19>
3. Altman, I. (1975). *The environment and social behavior*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
4. Barthes, R. (1984). The Death of The Author. Barthes, R. (toim.). *Image Music Text*. Fontana, London, 142-148.
5. Baym, N. K. (2002). Interpersonal Life *Online*. Lievrouw, L. A. & Livingstone, S. (toim.). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 62-76.
6. boyd, d. & A. Marwick. (2011). Social Steganography: Privacy in Networked Publics. Ettekanne. *International Communication Association*. Boston, MA, 28. mai.
7. boyd, d. & Hargittai, E. (2010). Facebook privacy settings: Who cares? *First Monday*, 15(8): 13-20. URL (kasutatud oktoobris 2011) <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3086/2589>
8. boyd, d. (2007a). Social Network Sites: Public, Private or What? *Knowledge Tree 13*. URL (kasutatud detsember 2011) http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28
9. boyd, d. (2007b). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. Buckingham, D. (toim.). *MacArthur Foundation Series on Digital Learning Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge, MA: MIT Press.
10. boyd, d. (2008b). Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence. *Convergence*, 14 (1), URL (accessed in November 2011) <http://www.danah.org/papers/FacebookPrivacyTrainwreck.pdf>
11. boyd, d. (2010). Social Steganography: Learning to Hide in Plain Sight. danah boydi blogi, URL (külastatud jaanuar 2011) <http://www.zephorias.org/thoughts/archives/2010/08/23/socialsteganography-learning-to-hide-in-plain-sight.html>

12. boyd, d. m. (2008a). *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*. Doktoritöö. University of California, Berkeley. URL (kasutatud oktoober 2011) <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>.
13. Buckingham, D. (2003). *Media education: literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.
14. Buckingham. (2006). Children and New Media. Lievrouw, L.A. & Livingstone, S. (toim.). *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs. Updated Student Edition*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 75-91.
15. Caluya, G. (2010). The post-panoptic society? Reassessing Foucault in surveillance studies. *Social Identities*, 16(5): 621-633.
16. Carlsson, U. (2006). Media Governance. Carlsson, U. (toim.). *Regulation, Aareness, Empowerment: Young People and Harmful Media Content in the Digital Age*. Rootsi: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 11-19.
17. Carpentier, N. (2011). New Configurations of the Audience? The Challenges of User-Generated Content for Audience Theory and Media Participation. Nightingale, V. (toim.). *The Handbook of Media Audiences*. Wiley-Blackwell, 190-212.
18. Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, 51(1), lk 5-24.
19. Chai, S. & S. Bagchi-Sen & C. Morrell & H. R. Rao & S. J. Upadhyaya (2009). Internet and Online Information Privacy: An Exploratory Study of Preteens and Early Teens. *Professional Communication IEEE Transactions on*, 52(2): 167-182.
20. Clarke, P. (2000). The Internet as a medium for qualitative research. Ettekanne. *Web 2000 Conference*. Johannesburg, Lõuna-Aafrika, 6. september. URL (kasutatud veebruar 2012) <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.99.9356&rep=rep1&type=pdf>
21. Corbin, J. M. & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1): 3-21.
22. Couldry, N. (2011). The Necessary Future of the Audience and How to Research It. Nightingale, V. (toim.). *The Handbook of Media Audiences*. Wiley-Blackwell, 213-229.
23. Davis, K. & C. James. (2012). Tweens' conceptions of privacy online: implications for educators. *Learning, Media and Technology, iFirst article*, p. 1-22.
24. Debatin, B. & J. P. Lovejoy & A.-K. Horn & B. N. Hughes. (2009). Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviours, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1): 83-108.
25. Donath, J. & d. boyd (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4): 71-82.

26. Eco, U. (1979). *The Role of the Reader. Explorations in the Semiotics of Texts*. Bloomington: Indiana University Press.
27. Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Routledge, London.
28. Fontes, T.O. & M. O'Mahony, M., (2008). In-depth Interviewing by Instant Messaging. *Social Research Update*, 53(2), p.1-4.
29. Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. London: Penguin.
30. Glaser, B. & A. Strauss. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine de Gruyter.
31. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Anchor.
32. Hall, S. (1980). Encoding/decoding. Hall, S. (toim.). *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. Hutchinson, London: 128-138.
33. Hammitt, W. E. (1982). Cognitive dimensions of wilderness solitude. *Environment and Behavior*, 14(4): 478–493.
34. Harris, F. J. (2010). Teens and Privacy: Myths and realities. *Knowledge Quest*, 39(1): 74-79.
35. Harris, F. J. (2010). Teens and Privacy: Myths and Realities. *Knowledge Quest*, 39 (September/October): 74-79.
36. Helsper, E. J. & R. Eynon (2010). Digital natives: where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3): 503-520.
37. Helsper, E. J. (2008). Digital Natives and ostrich tactics? The possible implications of labelling young people as digital experts. *Discussion paper*. URL (külastatud aprillis 2012) <http://eprints.lse.ac.uk/26878/>
38. Hogan, B. & Quan-Haase, A., 2010. Persistence and Change in Social Media. *Bulletin of Science Technology Society*, 30(5): 309-315.
39. Janisch, M. (2011). KEEP OUT! Teen Strategies for Maintaining Privacy on Social Networks. *The Four Peaks Review* 1.1: 49-59.
40. Jensen, J. L. (2010). The Internet Omnopticon - Mutual Surveillance in Social Media. Ettekanne. *Internet Research 11.0: Sustainability, Participation, Action*. Göteborg, Rootsi, 19.-21. oktoober.
41. Kalmus, V. (2008). Riskialtid tiigrikutsud: eesti lapsed kui (uue) meedia kasutajad. Ots, L. (toim.). *Uued ajad – uued lapsed*. Tallinn: Tallinna Ülikooli kirjastus, 35-62.
42. Kaplan A. M. & M. Haenlein. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, Vol. 53(1), 59-68.
43. Katz, E. & J. Blumler & M. Gurevitch. (1974). Utilisation of mass communication by the individual. Blumler, J. & E. Katz (toim.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Sage, Beverly Hills, CA, 19-32.

44. Kelle, U. (2005). "Emergence" vs. "Forcing" of Empirical Data? A Crucial Problem of "Grounded Theory" Reconsidered. *Qualitative Social Research*, 6(2).
45. Kupritz, V. W. (2000). Privacy management at work: A conceptual model. *Journal of Architectural and Planning Research*, 17(1): 47–63.
46. Laherand, M.-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: Infotrükk.
47. Lenhart, A. & M. Madden. (2007). Teens, Privacy and *Online* Social Networks. *Pew Internet & American Life Project*, URL (külastatud oktoobris 2011)
<http://www.pewInternet.org/Reports/2007/Teens-Privacy-and-Online-Social-Networks.aspx>
48. Lievrouw, L. A. & S. Livingstone. (2002). Introduction. Lievrouw, L. A. & Livingstone, S. (toim.). *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 1-15.
49. Lievrouw, L. A. & S. Livingstone. (2006). Introduction to the Updated Student Edition. Lievrouw, L. A. & Livingstone, S. (toim.). *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs. Updated Student Edition*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 1-14.
50. Livingstone, S. & K. Ólafsson, & E. Staksrud (2011). *Social Networking, age and privacy*. LSE, London: EU Kids Online.
51. Livingstone, S. & L. Haddon. (2009). Introduction. Livingstone, S. & Haddon, L. (toim.). *Kids Online. Opportunities and risks for children*. Great Britain: The Policy Press, 1-15.
52. Livingstone, S. (2003). The Changing Nature of Audiences: From the Mass Audience to the Interactive User. Valdivia, A. N. (toim.). *Companion to Media Studies*. Blackwell, 338-359.
53. Livingstone, S. (2004). Interactivity and participation on the internet: Young people's response to the *online* invitation to engage in the civic sphere. Dahlgren, P. (toim.). *Young Citizens and New Media: Strategies for learning democratic engagement*. London: London School of Economics and Political Science.
54. Livingstone, S. (2006). Children's Privacy *Online*: Experimenting with boundaries within and beyond the family. Kraut, R. & M. Brynin, & S. Kiesler (toim.). *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology*. Oxford, England: Oxford University Press, 128–44.
55. Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., Ólafsson, K. (2011). *Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings*. LSE, London: EU Kids Online.
56. Margulis, S. T. (2003). On the Status and Contribution of Westin's and Altman's Theories of Privacy. *Journal of Social Issues*, 59(2): 411-429.

57. Marshall, N. J. (1970). Environmental components of orientations toward privacy. Archea, J. & C. Eastman (toim.). *EDRA 2: Proceedings of the second annual Environmental Design Research Association Conference*. Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson & Ross: 246-251.
58. Marshall, N. J. (1974). Dimensions of privacy preferences. *Multivariate Behavior Research*, 9(3), 255–272.
59. Marwick, A. E. & D. Murgia-Diaz & J. G. Palfrey. (2010). Youth, Privacy and Reputation (Literature Review). *Berkman Center Research Publication No. 2010-5; Harvard Public Law Working Paper No. 10-29*, URL (külastatud novembris 2011) <http://ssrn.com/abstract=1588163>
60. Marwick, A.E. & boyd, d. (2010). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 13(1): 114-133.
61. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. London: Routledge and Kegan Paul.
62. McMillan. S. J. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems. Lievrouw, L.A. & Livingstone, S. (toim.). *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs. Updated Student Edition*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 205-229.
63. McQuail, D. (2000). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
64. Murumaa, M. & Siibak, A. (2012). The Imagined Audience on Facebook: Analysis of Estonian Teen sketches about Typical Facebook Users. *First Monday* 17(2).
65. Murumaa, M. (2010). *Auditooriumi tähtsus ja roll uue meedia keskkonnas sotsiaalvõrgustikes saadetavate sõnumite näitel*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
66. Newell, P. B. (1995). Perspectives on privacy. *Journal of Environmental Psychology*, 15: 87–104.
67. Nielsen, J. (2006). *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*. URL (kasutatud aprill 2012) http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html
68. Nightingale, V. (2011). Search and social media. Nightingale, V. (toim.). *The Handbook of Media Audiences*. Wiley-Blackwell, 86-108.
69. Nissenbaum, H. (1998). Protecting Privacy in an Information Age: The Problem of Privacy in Public. *Law and Philosophy*, 17(5/6): 559-596.
70. Nissenbaum, H. (2004). Privacy as contextual integrity. *Washington Law Review*, 79(1): 119–157.
71. Nissenbaum, H. (2009). *Privacy in Context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life*. California, USA: Stanford University Press.
72. O'Connor, H. & C. Madge. (2003). "Focus groups in cyberspace": using the Internet for qualitative research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 6(2): 133-143.

73. Palen, L. & P. Dourish (2003). Unpacking “privacy” for a networked world. *Proceedings of the conference on Human factors in computing systems CHI 03*. Florida, USA, 5.-10. aprill.
74. Palfrey, J. & U. Gasser. (2008). *Born Digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books.
75. Pedersen, D. M. (1979). Dimensions of privacy. *Perceptual and Motor Skills*, 48: 1291–1297.
76. Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5): 1-6.
77. Robards, B. (2010). Randoms in my bedroom: Negotiating privacy and unsolicited contact on social network sites. *PRism* 7(3), URL (kasutatud september 2011) <http://www.prismjournal.org>
78. Rogers, R.W. (1975). A Protection Motivation Theory of Fear Appeals and Attitude Change. *Journal of Psychology*, 91(1): 93-114.
79. Rosen, J. (2008). Afterword: The People formerly known as the Audience. Carpentier, N. & B. De Cleen (toim.). *Participation and Media production: Critical Reflections on Content creation*. UK, Cambridge Scholars Publishing, 163-166.
80. Ross, K. & V. Nightingale. (2003). *Media and Audiences: New Perspectives*. Inglismaa, Open University Press.
81. Salmons, J. (2010). *Online Interviews in Real Time*. Sage Publications.
82. Shannon, C. & W. Weaver. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press, Urbana.
83. Sidarow, H. (2011). *Usability tests with young people on safety settings of social networking sites*. European Commission.
84. Siibak, A. & M. Murumaa (2011). Exploring the „nothing to hide“ paradoks: Estonian Teens’ Experiences and Perceptions about Privacy Online. Ettekanne. *Oxford Internet Institute’s „A Decade in Inthernet Time. Symposium on the Dynamics of the Internet and Society“*, 22. september.
85. Slater, D. (2002). Social Relationships and Identity Online and Offline. Lievrouw, L. A. & Livingstone, S. (toim.). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 533-546.
86. Solove, D. J. (2002). Conceptualizing Privacy. *California Law Review*, 90(4): 1087-1155. URL (kasutatud novembris 2011) <http://www.jstor.org/stable/3481326>.
87. Solove, D. J. (2007). “I’ve Got Nothing to Hide” and Other Misunderstandings of Privacy. *San Diego Law Review*, 44(May): 745-772. URL (kasutatud novembris 2011) http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=998565.
88. Solove, D. J. (2008). *Understanding Privacy*. Cambridge: Harvard University Press.

89. Sorensen, A. S. & Jensen, J. L. (2010). *Nobody has 257 friends: Strategies of friending, disclosure and privacy on Facebook*.
90. Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: the rise of the net generation*. New York: McGraw-Hill.
91. Tavani, H. T. (2008). Informational Privacy: Concepts, Theories and Controversies. Himma, K. E. & H. T. Tavani (toim.). *The Handbook of Information and Computer Ethics*. New Jersey: Wiley, lk 131-164.
92. Tufekci, Z. (2008). Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in *Online Social Network Sites*. *Bulletin of Science Technology Society*, 28(1): 20-36.
93. Urquhart, C. (2000). An Encounter with Grounded Theory: Tackling the Practical and Philosophical Issues. Trauth, E. M. (toim.). *Encounter*. IGI Publishing, 104-140.
94. Valk, A. & A. Realo. (2004). *Eesti ja eestlased teiste rahvuste peeglis*. Tartu, Tartu Ülikooli Kirjastus.
95. Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31(1): 41-58. URL (kasutatud veebruaris 2012)
<http://mcs.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0163443708098245>.
96. Westin, A. F. (1967). *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum Press.
97. Vihalemm, T. (2001). *Teadustöö alused ja seminaritöö*. Tartu: TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
98. Volda, A., E. D. Mynatt, T. Erickson & W. A. Kellogg. (2004). Interviewing over instant messaging. Ettekanne. *Extended abstracts of the 2004 conference on Human factors and computing systems CHI 04*. URL (kasutatud veebruaris 2012)
<http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=985921.986060>

ARTIKLI KÄSIKIRI

Cyberpsychology

Name of the issue: **Children in Cyberspace: Opportunities, Risks and Safety**

TITLE:

**Performing for one's imagined audience:
social steganography and other privacy strategies
of Estonian teens on networked publics**

Egle Oolo & Andra Siibak

University of Tartu, Institute of Journalism and Communication

Author note:

Egle Oolo, MA Student, Institute of Journalism and Communication,
University of Tartu, Lossi 36, Tartu 50090, e-mail: egleoolo@hotmail.com

Dr. Andra Siibak, Senior Research Fellow, Institute of Journalism and Communication,
University of Tartu, Lossi 36, Tartu 50090, e-mail: andra.siibak@ut.ee

Correspondence concerning this article should be addressed to Andra Siibak,
Institute of Journalism and Communication, University of Tartu, Lossi 36, Tartu, Estonia
E-mail: andra.siibak@ut.ee

ABSTRACT

The aim of the paper is to analyse the perceptions Estonian 13-16-year-olds have about privacy and imagined audience on SNS, blogs and Instant Messenger. Semi-structured interviews (N=15) were carried out to explore the various privacy strategies teens implement in order to manage their extended audience. The findings indicate that the majority of the teens in the sample had misperceptions about the size of their online audience. Furthermore, many of them seldom thoroughly thought about possible privacy issues when communicating on mediated publics. Although several of our interviewees confessed that they only kept the members of the “ideal audience”, i.e. close friends and schoolmates, in mind while publishing posts, others claimed to be “performing” somewhat differently in front of extended audience. Our results therefore challenge widespread assumptions that youth do not care about privacy and are not engaged in navigating privacy, as three main privacy strategies – strategic information sharing, self-censorship and social steganography – were implemented by the young interviewees.

INTRODUCTION

Today's teenagers are being socialised into a society complicated by shifts between the public and the private (boyd 2007a). The young, who often tend to consider social media, and social networking sites (SNS) in particular, as their space (see boyd 2007a; Livingstone 2008, Robards 2010), sometimes mistakenly regard SNS as private places (Robards 2010; Marwick, Diaz & Palfrey 2010) similar to Instant Messenger (IM). In fact, it has been claimed (Marwick & boyd 2010) that even though the imagined audience on social media is potentially limitless, young people tend to act as if the audience were limited. Furthermore, previous studies (such as Jensen 2010; Siibak & Murumaa 2011; Murumaa & Siibak 2012) indicate that young people are not only often unaware of the omniscience of social media, but many of the teens have not yet grasped the idea that our interactions on online platforms tend to be public-by-default and private-through-effort (boyd & Marwick 2011). Hence, even though many authors (see Livingstone 2008; boyd & Hargittai 2010; boyd & Marwick 2011; Janisch 2011; Christofides, Muise & Desmarais 2011; Davis & James 2012) do not agree with the popular conviction that today's youth do not care about privacy, such an assumption is often expressed by the public.

Although numerous comprehensive studies have been conducted on young people and their attitudes about privacy in networked publics, these studies have usually been focused on one particular platform, mainly Facebook (see Acquisti & Gross 2006; Debatin et al 2009; Raynes-Goldie 2010; Sorensen & Jensen 2010; boyd & Hargittai 2010; Christofides, Muise & Desmarais 2011; Siibak & Murumaa 2011; Davis & James 2012). Furthermore, the majority of these studies have made use of quantitative research methods (Acquisti & Gross 2006; Debatin et al 2009; boyd & Hargittai 2010; Christofides, Muise & Desmarais 2011) and have been based on a sample made up of high school (Youn & Hall 2008; boyd & Hargittai 2010; boyd & Marwick 2011; Siibak & Murumaa 2011) or college students (Acquisti & Gross 2006; Tufekci 2008; Debatin et al 2009; Raynes-Goldie 2010; boyd & Hargittai 2010). Furthermore, most of the studies have been carried out with young people in North America (see Youn 2005; Tufekci 2008; Youn & Hall 2008; Chai et al 2009; Debatin et al 2009; boyd & Hargittai 2010; Marwick & boyd 2010; boyd & Marwick 2011; Davis & James 2012 for the US, and Raynes-Goldie 2010; Christofides, Muise & Desmarais 2011 for Canada). Reliable up-to-date information on the privacy practices of European youth comes from the UK (e.g. Livingstone 2008) and more recently from the project EU Kids Online (Livingstone et al 2011),.

Despite the fact that a lot of studies have been conducted on this topic in America, it is not possible to fully parallel these studies to European studies due to the differences in technological infrastructure,

services available, cultural differences, age of first starting to use the Internet etc. There is a shortage of qualitative studies presented in English that analyse European young people's perceptions of privacy in the context of different text-based online communication environments. In addition, only a small number of studies so far (boyd & Marwick 2011; Siibak & Murumaa 2011) have aimed to gather knowledge about more complex strategies, e.g. social steganography, teens implement to protect their privacy. The present article aims to fill this gap in literature by offering an in-depth case-study of Estonian teens, cutting edge Internet users who have been found to encounter higher levels of risk concerning privacy (Livingstone et al 2011). As researchers (Siibak & Murumaa 2011; Murumaa & Siibak 2012) have previously explored the perceptions of Estonian high school students about their online audience, this article aims to investigate the attitudes and practices concerning privacy among teenagers who are 13-16 years old.

We believe that as a “higher use, higher risk” and “new use, new risk” (Livingstone et al 2011) country, where four in five children use the Internet daily (Livingstone et al 2011: 33), Estonia offers an interesting case study on the topic of online privacy. Furthermore, according to the findings of EU Kids Online network, frequent Internet use is associated with a relatively high incidence of risk online, especially in terms of online privacy issues (Livingstone et al 2011: 144). Privacy is a crucial topic when one considers that Estonian 13-16-year-olds are not only some of the most active SNS users in Europe (85 percent), but also some of the most active (50 percent) in contacting people, through SNS, that they have no connection with in their offline lives (Livingstone, Õlafsson & Staksrud 2011). In comparison to the 9-16-year-olds in the UK (11 percent) or Ireland (12 percent), who are relatively active in implementing various privacy strategies, 29 percent of Estonian youth have left their SNS profiles for the “public” (Livingstone et al 2011: 39). Furthermore, Estonian teens are also quite eager (27 per cent) to publish private information, e.g. addresses and phone numbers, on their SNS profiles (Livingstone et al 2011: 46).

Taking the above-mentioned context into consideration, semi-structured interviews with 13-16-year-old Estonians (N=15) were carried out in spring 2011 with the aim of analysing the perceptions the young had about privacy and the imagined audience on online communication platforms, i.e. SNS, blogs and IM. We also aimed to explore a range of privacy strategies young people implemented in order to manage and navigate their overlapping extended audience, comprised of “ideal” and “nightmare” readers (Marwick & boyd 2010). In addition to giving an overview of the main privacy strategies implemented by Estonian teens, the paper also focuses on thoroughly analysing the practices of social steganography used by Estonian youth (Siibak & Murumaa 2011).

THEORETICAL OVERVIEW

Managing privacy on networked publics

Researchers (e.g. Tufekci 2008; Debatin et al 2009; Sorensen & Jensen 2010) agree that there are discrepancies between users reporting understanding the need for caution in regards to privacy and actually implementing these steps to safeguard their personal data. Furthermore, Acquisti & Gross (2006) have revealed significant discrepancies between privacy concerns and actual information-revealing behaviour in SNS. Although numerous researchers (Robards 2010; boyd & Marwick 2011; Janisch 2011; Davis & James 2012) today are convinced that teens value privacy, previous studies (Acquisti & Gross 2006; Debatin et al 2009; Siibak & Murumaa 2011; Davis & James 2012) indicate that many young users do not change their default privacy settings in SNS as they are either not aware of such a possibility, they consider changing privacy settings too time-consuming or they wish to refrain from being isolated in their desire to gain popularity.

In fact, the findings of studies carried out among college students provide a reason to suggest that the young believe the benefits of public participation outweigh the potential consequences of disclosing personal information (Debatin et al 2009). The other possible reasons for generous information disclosure might lie in a not yet fully-developed sense of privacy, or teens being influenced by social media environments encouraging more disclosure (Christofides, Muise & Desmarais 2011). Furthermore, young people sometimes tend to justify their views by claiming that they have nothing to hide (Siibak & Murumaa 2011; boyd 2008). However, rather than being totally careless about their audience, it should be noted that the young are not referring to the whole audience on SNS when making such claims, but rather that they “have nothing to hide from those Facebook users that are kept in mind while posting” (Siibak & Murumaa 2011).

The latter statement is also supported by studies focusing on privacy issues related to communicating through IM. Although in IM environments privacy is easier to manage due to one-to-one communication and the text being ephemeral, existing only as long the session is active, young people still need to take into account the potential malicious users who can save or copy-paste the text elsewhere (Grinter & Palen 2002). Even though a large number of sensitive teen conversations take place via IM (gossip, relationships, dating, personal conversations etc.), Grinter & Palen (2002) argue that young people are highly aware that IM conversations may be copied or distributed. For instance, the findings of their qualitative study among 15-20 IM users (N=16) indicates that young people use various strategies, e.g. managing access regulation, not engaging in public chat, keeping profiles

private, blocking certain people and publicising in their “buddy” lists their reasons for prolonged absences, so as to protect their privacy or avoid being interrupted.

Perceptions of imagined audience

Studies suggest that the list of “friends” the users have on SNS most often reflects very different social relations, ranging from “friendship” to random acquaintances, from strong to latent ties, stemming from a range of separate social contexts (boyd 2007a; Debatin et al 2009; Sorensen & Jensen 2010; Livingstone et al 2011). That also holds true for IM, as most young IM users tend to accept everyone as buddies and allow anyone to contact them (Grinter & Palen 2002). In fact, the young appear to be far more concerned with people they know and who hold immediate power over them, e.g. parents, teachers and employers, viewing their profiles than complete strangers or abstract authorities (boyd 2008; Livingstone 2008; Marwick & boyd 2010; boyd & Hargittai 2010; Davis & James 2012). For instance, the findings of Davis & James (2012: 12), who interviewed 10-14-year-old middle school students in the United States (N=42), indicate that while 79% of their sample wanted privacy from strangers, 83% sought to maintain privacy from a “known other”, such as a parent, teacher, other family member or adult, and 67% named other young people, such as friends, peers, siblings and cousins, as their privacy targets. Furthermore, a survey carried out among American college students (N=600) revealed that the majority did not consider it very likely that future employers, romantic partners or corporations would look at their profiles (Tufecki 2008).

The above findings indicate that being visible to strangers is not a big concern for the young, apparently due to the illusion of anonymity the youth share online, i.e. they just do not expect strangers to have any interest in their posts and profiles (boyd 2008; Murumaa & Siibak 2012). In other words, young SNS users fail to acknowledge the existence of the Internet omnicon (Jensen 2010), where many people watch many others through various friendship ties or links. The potential risks teenagers may confront when failing to acknowledge their extended audience and unknown followers mostly involve stranger-danger, including (online) sexual harassment and (cyber) stalking or bullying, intimacy being revealed to teachers or parents, and the resulting family disputes, embarrassment in regard to peers, and situations where personal information published in one context might later cast doubt on them in other contexts (Youn & Hall 2008; Chai et al 2009; Harris 2010; Janisch 2011). In terms of the latter, Janisch (2011) refers to the possibility that a person may fail to get a job or a position in college because of having broadcast their youthful indiscretions online.

Even if young people do understand that the audience of Twitter or Facebook is potentially limitless, it has been argued (Siibak & Murumaa 2011; Marwick & boyd 2010: 7) that while compiling their posts and profiles the young mainly imagine their online audience to consist of “ideal readers”, i.e. their closest friends and online peers who usually represent “the mirror-image of the user”. For instance, focus-groups with 16-20-year-old high school students in Estonia revealed that the young saw their closest “friends” as the main audience of their Facebook posts, while the rest of their contacts and the overall online audience was almost completely forgotten (Siibak & Murumaa, 2011; Murumaa & Siibak 2012).

Adapting to the audience: privacy strategies

The uncertain range of audience and the unclear communication context pose new challenges to people who have to navigate in these changing contexts (Jensen 2010). Studies (e.g. Youn 2005; Tufekci 2008; Robards 2010; Marwick & boyd 2010) indicate that social media users make use of various complex techniques in order to navigate their audience. In fact, Davis & James (2012) conclude that everyone in their sample (N=42) of 10-14-year-olds used some online privacy strategies, and the majority of them (86%) combined proactive and withholding techniques. In the following section, we will provide an overview of the main privacy strategies used by teens.

Selective information sharing

Survey findings by Debatin et al (2009) suggest that the most popular strategy American college undergraduates (N=119) adopt when there has been an invasion of privacy is tightening their privacy settings, i.e. decreasing profile visibility through restricting access to “friends only”. These results are supported by Lenhart & Madden (2007), whose telephone survey of 12-17-year-old Americans indicated that 66% of the young said their SNS profiles were not visible to all users. In making information available but choosing to physically restrict it to people other than friends, young people are being “publicly private” (Lange 2008: 369). In fact, several authors (Davis & James 2012; boyd & Hargittai 2010 et al) claim that this is the most widely used proactive strategy by American tweens and college students.

However, considering the fact that the number of contacts people have in SNS and IM dramatically exceeds the number of contacts people have in traditional social networks, such a tactic can be viewed as a rather weak mechanism for protecting privacy (Debatin et al. 2009). Hence, although many of the young have started to make use of privacy settings, they still seem not to fully understand that their level of privacy protection in SNS is relative to the number of friends, their criteria for accepting

friends, and the amount and quality of personal data provided in their profiles (Debatin et al 2009: 102) or status messages in IM.

At the same time, studies suggest one also needs to be familiar with privacy settings in order to protect one's profile (Debatin et al 2009). For instance, a recent usability test among 13-17-year-olds (N=31) in the UK, France and Germany revealed that many SNS users were only familiar with the standard privacy settings and did not use these technological capabilities to protect their privacy (Sidarow 2011). For instance, Siibak & Murumaa's (2011) respondents, aged 16-20, had knowledge of the blocking and erasing applications but were not aware of applications for chat for certain groups, being invisible for certain groups only or sharing posts and photos with certain people while excluding others. Inadequate experience and the limited user-friendliness of these settings have been mentioned as the main reasons why not all adolescents apply and modify them (Livingstone 2008; Siibak & Murumaa 2011).

Advanced strategic information sharing

Besides applying privacy settings, more innovative selective measures include "super-logoff", i.e. temporarily deactivating a SNS profile every day after using the site, and "whitewalling", i.e. deleting every comment after reading it in order to reduce the risk of misinterpretation, and to avoid searchability and persistence (boyd & Marwick 2011; Janisch 2011). Both of these above-mentioned techniques, however, are consistently used by very few people. For instance, just one person out of 163 informants boyd & Marwick (2010) interviewed said that they used the technique. Rather than engaging in IM chats, teens actively use the option of seeming to be offline to certain buddies by simply blocking them (Grinter & Palen 2002).

Self-censoring information

Self-censorship is considered to be another useful technique that the young employ, especially if their online friends' lists include "nightmare readers", i.e. parents, employers and significant others (Marwick & boyd 2010). According to Davis & James (2012), 90% of 10-14-year-olds in the US withheld content, such as personal contact information and inappropriate comments containing swear words or sexual content, from SNSs and IM. Siibak & Murumaa (2011) have also pointed out that Estonian high school teens engage in self-censorship when their parents sign up on Facebook.

The findings of several studies (Marwick & boyd 2010; Sorensen & Jensen 2010; Davis & James 2012) indicate that SNS users only post things they believe their broadest groups of acquaintances will

find non-offensive, using the principle of “the lowest common denominator”. According to Sorensen & Jensen (2010), posts about one’s everyday life, small talk and phatic communication are considered to be safe to be uploaded online. At the same time, posts about dating, sexuality, relationships, serious illness, death, bodily functions, criticism and posts containing swearing or negative statements about individuals tend to be avoided on SNS (Marwick & boyd 2010; Sorensen & Jensen 2010; Davis & James 2012) and only discussed in IM.

Multiple identities on multiple platforms and false information

The findings of various scholars from the US indicate that, in order to navigate the tensions of the extended audience, some SNS users either use multiple accounts, pseudonyms, nicknames and fake accounts (Marwick & boyd 2010), or intensely insert false information on their profiles (Youn 2005; Lenhart & Madden 2007; Marwick, Diaz & Palfrey 2010; Davis & James 2012). For instance, a survey among 14-18-year-old Americans (N=326) revealed 53% of the sample provided incomplete information, e.g. a false name, on SNS in order to handle potential risk associated with information disclosure (Youn 2005). Canadian Facebook users in their twenties have been found to use aliases (Raynes-Goldie 2010), or “mirror networks” (boyd 2007b) to make it difficult for other users to find them via search engines or to attribute their SNS activities to their “real” identities. Likewise, many teens try to separate their friend groups from parents and peers through different communication channels (boyd & Marwick 2011; Davis & James 2012). Pseudonyms, nicknames and multiple accounts are even more frequently found in IM (Grinter & Palen 2002), as they are easy to generate and renew.

Social Strategies

However, as structural limitations are often ineffective, many young people use a different tactic to achieve social privacy: they limit the meanings of their messages (boyd & Marwick 2011), because they wish their private space online to be public to their friends but private to their parents or other unwanted groups (Livingstone 2008). Semi-structured interviews with high school students (N=163) suggest that many girls have become accustomed to limiting access to meaning, but not limiting access itself (boyd & Marwick 2011). This practice is called “social steganography” (boyd 2010a) and can be defined as hiding information in plain sight. Social steganographic messages are communicated to different audiences simultaneously but are meaningless to the audience at large, as unlocking the meaning of that multi-layered message or post requires both recognizing multiple referents (boyd & Marwick 2011) and specific cultural awareness to provide the right interpretive lens (boyd 2010a).

When compiling such posts, teens usually make use of song lyrics and quotes so as to target their messages to particular users who possess the interpretive lens needed to decode the message (Siibak & Murumaa, 2011). Furthermore, while some young people choose to hide in plain sight, others post encoded messages intended as visible displays of inside jokes or “obscure referents” (boyd & Marwick 2011: 22). Both of these practices can be characterized as being “privately public” (Lange 2008: 372), making connections to many people while being relatively private with regard to sharing personal details. So far, the practice of social steganography has been detected only in a few studies (Siibak & Murumaa 2011; boyd & Marwick 2011), whereas in others no concrete evidence of such a practice has been found (Davis & James 2012).

METHOD AND DATA

The Method

The data for the present study was gathered using the method of semi-structured interviews, which were conducted online via IM. This environment was chosen as, according to Clarke (2000), qualitative research methods should be carried out in natural environments. In the case of online socialization, the natural environment is the web. In addition to the fact that numerous researchers consider the web to be the most comfortable communication channel for e-savvy teens, we also believed that online interviews offered a valuable new modality for reaching out to a larger group of people concerned about issues of confidentiality and privacy (Clarke 2000). As all our respondents were active IM users, we decided to carry out the interviews via MSN.

The interviews with the young respondents focused on three main topics. First of all, the respondents were asked to describe and analyse their own Internet usage practices, and then the conversation moved on to their perceptions of privacy and finally to the various privacy strategies they employed when communicating online. The interviews were carried out in Estonian, the mother-tongue of the respondents. The extracts used in the article were translated into English by the first author.

The interview transcripts were later analysed horizontally, combining the principles of cross-case analysis and the grounded theory approach described by Corbin & Strauss (1990). The occurred phenomena were flexibly given conceptual labels (open coding) and the labels were grouped into (sub)categories which formed (sub)themes (axial coding). Then, all relevant categories were unified around a core category (selective coding) and irrelevant codes were excluded. A literature search was carried out after all the empirical data was analysed and the core category, i.e. the main topic, had emerged.

The Sample

As the present study focuses on privacy issues when socialising online, the sample consists of Internet users by definition. Furthermore, as we aimed to study active Internet users, all the respondents had to use at least two different interpersonal online communication platforms of the proposed three – IM, SNS and blogs – in order to be part of the study. The gender distribution of the sample was balanced, and the age distribution was as varied as possible to avoid over-representation of certain segments.

The final sample of the study consisted of 15 respondents 13-16 years of age, seven of which were males and eight females. Table 1 presents an overview of the respondents and their usage of interpersonal communication platforms. To protect the confidentiality of the respondents, only codes are used to mark the respondents.

Gender/code	Age	Usage of interpersonal communication platforms
F1	14	Rate, Orkut, Facebook, MSN, Twitter, personal blog, forums
F2	14	Rate, Orkut, Facebook, MSN, Twitter, personal blog
F3	16	Rate, Orkut, Facebook, MSN, personal blog, forums
F4	16	Rate, Orkut, Facebook, MSN, Twitter, personal blog, forums
F5	15	Rate, Facebook, MSN, personal blog, forums
F6	15	Orkut, Facebook, personal blog
F7	14	Rate, Facebook, MSN, Twitter, forums, Tumblr
F8	14	Rate, Orkut, Facebook, MSN, personal blog
M1	16	Rate, Orkut, Facebook, MSN
M2	15	Facebook, MSN, Xfire
M3	16	Rate, Orkut, Facebook, MSN, Twitter, personal blog
M4	14	Rate, Orkut, Facebook, MSN, personal blog
M5	14	Rate, Orkut, Facebook, MSN
M6	16	Rate, Orkut, Facebook, MSN, Twitter
M7	16	Rate, Orkut, Facebook, MSN

Table 1. *The gender/age distribution of the respondents and their usage of interpersonal communication platforms.*

The respondents were found using snowball sampling, which means that existing subjects of the study helped to recruit further subjects among their acquaintances. The first informants were sought from the interviewer's acquaintances and, at the end of the interviews, they were asked to suggest new informants.

As all of our respondents were active on a large array of online communication platforms, they were expected to possess a good understanding of practices and notions that characterise teens' online information distribution.

RESULTS

1. Teens' perceptions of the online audience

Our interviews indicate that the teens had quite a vague understanding of their imagined audience on networked publics. For example, although six of our respondents believed that their Facebook posts would be noticed by all the people in their friends' lists, and possibly also by their "friends of friends", reaching from 300 to 2000 (in one case, even 10 000) potential viewers, the teens confessed that they actually had no clue about the size of their Facebook audience.

If you post a message on Facebook, how large an audience do you think it will reach?

M4: In Facebook I know it will reach my friends and friends of friends. I've got more than 100 friends, but they could have God knows how many. So, maybe more than 10 000 people?

M5: Very large. It depends on how important the information is. For example, if I post about something crazy then maybe 2000 people. That's actually not so large.

In contrast to the above-mentioned viewpoint, another six of the respondents were certain that their messages would reach only a fraction of their online contacts, assuming that the audience would probably range from one- to two-thirds of their friends' list, i.e. about 40–125 users. Three additional interviewees were convinced that although their posts might reach a larger array of people, only the people in their closest friends' circles would actually be interested in their posts. This assumption clearly derives from the fact that the young are used to receiving feedback only from those closest to them.

F1: Everybody will see it who happens to see it, but I don't think anyone will have an interest in it besides my friends and acquaintances. It depends on the post, of course. But they are the ones to react, e.g. comment on it.

When it came to assessing the possible audience of their personal blogs and Twitter pages, the suppositions were more homogeneous. Although most of the studied bloggers claimed to keep blogs just for themselves, all the bloggers were aware of the fact that there was an audience keeping an eye on their posts. Furthermore, the interviews revealed that the teens felt motivated by having an audience and getting publicity.

Who are you blogging for? Who are the ones waiting for your posts and reading them?

F3: Most of my friends and everyone who finds the link to my blog. Every time I publish a new post, I tweet about it so that the followers will know.

So, the common understanding held by all the bloggers in our sample indicates that everyone who found their way to their blog and was interested in their writings was welcome because all of their blogs were public. Nevertheless, although the respondents believed they had followers whom they did

not personally know, mostly friends, classmates and acquaintances were kept in mind when making the posts.

M4: Actually, I'm keeping the blog mainly for myself, so I can later check what I was up to on different days. But my audience is surprisingly large. There are a lot of foreigners – I also write in English. /.../ I would never talk about my worries in my blog because I've got a huge audience and /.../ everybody would change their minds about me. /.../ A blog is a very public place and it can reach anywhere.

Generally, the bloggers in our sample estimated their audience as being up to 33 people, with an average around ten. Although our interviewees stated that they did not discuss deeply personal worries on their blogs because of the potential presence of strangers, they admitted generously sharing their inner thoughts and emotions through a blog post.

2. Teens' perceptions of privacy on various online platforms

In addition to expressing personal opinions, our findings suggest that the young most frequently engage in small talk and chat about school-work, future plans and relationship issues when communicating online. These topics were discussed in all of the platforms under investigation. Of all of the platforms analysed, MSN was considered to be the best place for communication, from chitchat (questions like “What’s up?”) to talking about one’s worries, anxieties and gossip, as some associated the platform with a sense of privacy.

You want to talk to someone about your parents fighting. Where would you talk about it online and why?

M1: MSN, because it is the most private. I can talk to my loyal friend so that what we talk about won't spread.

Several respondents, however, did not agree with the statement concerning the private nature of MSN as presented above. In fact, on some occasions, respondents thought the privacy levels of SNS (e.g. Facebook) and IM (i.e. MSN) were the same.

What differences are there between posting messages to different socialising platforms (e.g. Facebook and MSN)?

F1: The difference is that in MSN you'll get the reply faster.

Do you think there are any differences in the level of privacy?

F1: Umm... I don't think so. I think it's the same.

Although the majority of the teens we interviewed preferred to use MSN for private discussions, they did not do it due to its high value on the scale of privacy but primarily because they perceived

themselves as skilled users of the platform and enjoyed the swift responses they received from their communication partners, the majority of whom were also constantly logged onto MSN:

If you want to gossip about someone, where would you talk about it and why?

A.K: In MSN, because this is a relaxed environment and you can talk fast and simple there. /.../ chatting somewhere else is pretty uncomfortable and unfamiliar. MSN is really comfy and easy. I am really used to MSN, and that's why it's the best place.

When naming the differences between MSN and Facebook, some teens pointed out that in Facebook it is more difficult to get rid of the conversation history than in MSN, which makes MSN a safer place to talk about personal topics. Some respondents also mentioned having a larger number of contacts in SNS who were adults (teachers, parents, relatives, adult acquaintances, municipal government officials et al) and random acquaintances than in MSN and admitted that this kind of extended audience made them act somewhat differently.

F3: Facebook is more "official". Actually, it is a very public place and you can't really post there any kind of trash that's on your mind. That's what MSN is for - chatting one-to-one to someone and, if you feel really safe with someone, you can lose control and start blithering about stuff you're not supposed to. You wouldn't post that kind of stuff on Facebook.../.../ There, I keep myself pretty much under control.

As Facebook offers so many different ways of forwarding messages (instant chat, Wall posts, comments, likes and private messages); teens in our sample enjoyed using Facebook, especially because of its simultaneous private and public functions. For example, when the topic was not particularly private, teens preferred to express themselves as publicly as possible. Hence, asking for photos, sending invitations, sharing links, wishing someone "Happy Birthday" and informing people of scores on final exams were often done on public Walls. All our respondents, for instance, confessed wanting to post messages on their Facebook Walls so as to announce their big news, e.g. being accepted to a desired high school. This means that they really enjoyed the publicity and feedback such personal announcements would receive from their Facebook contacts.

In addition to making use of Facebook Walls for sharing personal messages, nine respondents had also set up personal blogs and six had accounts in Twitter, aimed at obtaining even more publicity. Although teens were unsure of the size and composition of their audience in the mentioned platforms, blogs were unanimously regarded as public platforms that could "reach anywhere" (M4).

3. "Performing" for one's audience

The respondents often perceived the imagined audience as being comprised of a relatively small part of the public – the precise group of people that they had in mind when they posted messages.

However, as mentioned earlier, some interviewees pointed out that they also had adults and random acquaintances in their Facebook contact lists, because of whom they needed to “perform” differently. In the section below, we will introduce the three main privacy strategies – strategic information sharing, self-censorship and social steganography – our respondents used in order to preserve their privacy.

3.1. Strategic information sharing

When posting messages on Facebook or a blog, 13 of our respondents admitted performing somewhat differently than while chatting one-to-one with someone in MSN. One of the most common strategies the young use for maintaining their privacy on social media has to do with strategic information sharing.

The selection of the audience is carried out with the help of privacy settings. Although several of our respondents claimed that they did not want to share their personal information with strangers, not all of them had actually made use of the privacy settings the SNS offer. Even though most of the respondents hid their contact information and, in some cases, also their personal Wall posts, comments or photos from the general public, three of our respondents still made use of default settings and thus revealed all of their personal information to everyone.

F1: I don't want to turn my profile private because, if I did, I would feel isolated from others :D

F2: I'd rather insert less information about myself than mess with the privacy settings.

Restricting access to personal blogs did not seem to be an option for any of the blog-keepers either, mainly because of the same reasons mentioned in the quotes above. Besides, blogs were set up to introduce inner thoughts and opinions, so it made no sense to write them down and then hide them from the public like a diary.

3.2. Self-censorship

The other most often practised privacy strategy for the teens involved self-censorship. Interviewees confessed the urge to think through their posts before uploading them on blogs and especially on Facebook. For example, they mentioned the need to be more polite and mindful of others, using proper grammar/vocabulary as well as being more selective of the topics to be posted on the Walls.

M6: When chatting with my friends and acquaintances in MSN, I am more relaxed. When communicating publicly on Facebook, I have to refrain from posting about anything that somebody wouldn't want to read about themselves. As I have my municipal government director and many other adult acquaintances on my friends' list, I have to be really careful not to be too straightforward.

It appears that adult acquaintances and relatives in their friends' list were mainly kept in mind when thinking through the topics to be uploaded on their Facebook Walls. In the majority of cases, the teens refrained from bringing up very personal information, troubles and embarrassing moments.

F8: If I'm talking to my friend on MSN, it doesn't matter how I express myself. But on FB, I think of the fact that it's full of adult relatives.

And how do you form messages when keeping these adult relatives in mind?

F8: I don't talk about dirty stuff and all the topics I would discuss with people my own age... I don't write about what my aunts and uncles shouldn't hear.

In general, the respondents considered their bodies, arguments, gossip, personal problems, accidents and failures, bad grades, quarrels with their families and more personal artwork (e.g. poems) to be too personal or even intrinsically private, to be uploaded on social media.

In contrast to SNS, the practice was implemented slightly more moderately in the blogosphere, as the obvious cues of adult readers were absent and the blogs were more determinedly deemed to be "my own space", where their own rules held sway. Self-censorship was also not widely used in MSN, where conversations are mostly held with chosen trusted partners.

3.3. Sending hidden messages

Almost all of our respondents (14 out of 15) had noticed that their classmates, friends and acquaintances sent hidden messages and two-thirds of the sample confessed practising social steganography themselves. Four of the interviewees who practised this strategy at first claimed not to be using hidden messages. However, when presenting examples or analysing their Facebook, blog or Twitter posts that emerged from the observation of their profiles, they admitted the usage of social steganographic tricks. The observations were very useful in finding out if the respondents used hidden messages, as the practice seemed to be so entwined in the everyday information sharing practices of some of the respondents that they engaged in it almost subconsciously.

F3: I think I have [used social steganography], but not intentionally. For me, it comes automatically – for example, if you miss or think about someone, you might post some relevant lyrics to your blog almost subconsciously.

Social steganographic strategies were mostly used in the public sections of social media. In MSN, secret messages tended to be used in the section "Enter your personal message", following the name of the user. On Facebook, the practice was mostly used when creating Wall posts, comments or photo captions. The respondents perceived social steganography to also be frequent on personal blogs and

Twitter posts. Some respondents were eager to give examples of self-created hidden messages from their personal blogs during the interview, showing that secret messages were quite often posted in the blogosphere.

No matter on what platform the secret messages were posted, they were created in a relatively similar manner. To ensure that their friends and targeted audience could work out the “puzzles”, respondents made use of their common background knowledge, i.e. their “shared code”.

Can you give any personal examples of hidden messages from your profile or blog?

M3: “the lonely wolf was about to cry, because the birds never learned to fly” :D It seems like nonsense

When you posted the message, did you have anyone particular in mind?

M3: Yes :D I did. I knew that one certain person would get the point and others would just regard it as a meaningless rhyme /.../ Nobody was supposed to understand it besides one certain girl./.../ I had used the same sentence previously in our conversations /.../ so I KNEW she would understand. And she did :D

Generally, the respondents created their secret messages using expressions, inside jokes, keywords and citations from movies, games, songs or poems they had enjoyed together or used in their previous conversations, as noted in the quote above. These keywords turned into codes that required some knowledge of the context and/or an interpretive lens from the audience.

M6: Usually I use phrases that seem completely ordinary and bear no special meaning to people who aren't supposed to understand. Targeted people will get it. There are no certain tricks, just inside jokes or repeatedly used jokes from a recent party /.../ which only a certain group of people have attended.

To create a bland surface for their messages, our respondents made use of different strategies. For example, they made generalisations, used abstract hints and changed their trains of thought so as to make the decoding of the message as complex as possible. Usually, they never mentioned any particular names when giving a hint to someone. In other words, our interviews indicate that teens often talk in circles, with the use of irony, lyrics or modified spelling. Such posts can thus be perceived as a secret language that will be understandable to only those members of the audience who have extra knowledge or those who possess an interpretive lens for decoding it.

The interviews with teens revealed that such secret codes were most often used for expressing romantic feelings. However, none of the teens in our sample were eager to admit using social steganography for the above-mentioned purpose; they just claimed to have perceived their friends doing such a thing.

F1: I have noticed that some acquaintances have uploaded a photo and added an aphorism of love as its heading that seems to be addressed to someone.

M1: I guess my lovesick friends have practised it. One of my friends has something like this written: /.../ "You are the air that I breathe. You are the water that I drink. You are the life that I live". /.../ It is dedicated to a girl.

In fact, when it comes to communicating romantic feelings, 10 out of our 15 respondents confessed wanting to use social steganography rather than being forthright about their feelings. They believed lyrics or blog posts to be a perfect way to send a hint about their feelings to a particular person without letting everyone know the target of these feelings. Some respondents would click on the "Like" button of their love interests' profile for exactly the same reason.

Secret messages are also often sent amongst peers on the theme of friendship and relationships in general. Why would teens want to hint at being friends with someone instead of saying it out loud? A girl (16) explains:

F4: It's because if I was straightforward, what I said might psychologically hurt someone who found out that I wasn't writing about them or that I didn't consider them as important to me as this particular person [I wrote about].

In addition to positive emotions deriving from friendship, the respondents also generally expressed their disappointment and anger towards their peers when quarrels emerged or when companions hurt them.

F7: When a boy hurt my girlfriend, she posted "Life is great, isn't it" as her MSN status. /.../ She didn't want everyone to know that the guy had only been playing with her feelings. /.../ Only the people who knew about the situation with that guy understood that she was being sarcastic.

Nine of our respondents admitted having used social steganography every once in a while to express their emotions. Posting lyrics to communicate one's mood is one of the most common social steganographic tricks among teens because they are fluent in pop culture in a way adults are not. At the same time, such messages can be considered the easiest form of self-expression as they do not require much creativity: the message a teen wants to communicate is already there in the relevant lyrics, so one only has to find the right paragraph and post it. In addition to lyrics, a few of our respondents also made use of poetry and aphorisms when posting such messages.

F3: Once I posted rhymes; this is a paragraph from it: "The wind comes, I don't know where from, don't know where heading - /.../ I don't understand, just feel alone." The wind reminds me of a person who was in my life and was suddenly gone. I posted that poem on my blog about the same time. /.../ Another time, after an incident happened, I posted on Twitter: "This is all that I can take. Now I don't care about you at all any more. Screw you!" Then, a reply appeared from the right person: "Don't know if I am the one it's written about..." and I didn't even deny it.

When the respondents were asked to judge their skilfulness in creating such secret messages, girls of all ages were quite self-confident about their talent. Two older boys also agreed that they had mastered the art of forming hidden messages rather well, whereas three younger ones admitted not having relevant experience or interest in posting such messages. In fact, boys believed that such hidden messages were mainly created by girls.

M3: Mostly, teens with a higher interest in and understanding of literature and art use it /.../ Girls. Definitely girls :)

All in all, our findings suggest that, rather than masquerading on social media either by creating fake accounts on SNS or providing intentionally false information on their profiles, our respondents preferred to make use of social strategies for protecting their privacy. Giving out intensely false information was very seldom used as a privacy strategy by our respondents – only one respondent had provided false information about his/her age and none of the teens referred to having separate profiles to communicate to different audiences. None of the respondents engaged in deactivating their accounts or massive deleting of their posts either.

DISCUSSION

It has been argued that Generation Y's tendency to generously reveal personal information, to create multiple identities and to communicate with strangers online illustrate the fact that they possess a fundamentally different understanding of privacy. The aim of this paper was to analyse Estonian teens' perceptions about privacy and imagined audience on online communication platforms. The results of our study reveal that even though our respondents had misperceptions about the size of their audience and they were unaware of the true omniscience of social media (Jensen 2010), we cannot consider them to be easy-going or careless about privacy.

Our semi-structured interviews with Estonian teens indicate that our respondents were relatively at ease when communicating in IM, but did not consciously distinguish between the privacy factor in one-to-one communication platforms like IM and many-to-many online platforms such as SNS or blogs, which are more public in nature. Thus, in comparison to IM, misperceptions about the size of the audience on social media were ubiquitous. In the light of the interview results, we agree with Harris (2010: 77), who has stated that "Facebook and the like occupy some weird twilight zone between public and private information, rather like a diary left on the kitchen table". The problems of distinguishing between the platforms may be explained by the fact that 13-16-year-olds are still

relatively inexperienced users of social media who are more capable of managing “spatial” boundaries than abstract ones. Therefore, they are not totally aware of the threats that the persistence and searchability of new media can pose and cannot foresee that present choices may have consequences in the future, which was also the case with the American college students surveyed by Tufekci (2008). Although young people have a relatively good technical understanding of the Internet, their understanding of the social complexity of its use is somewhat lacking. At the same time, misperceptions of the online audience are also connected to the fact that the young are accustomed to receiving feedback only from their “ideal audience”.

Our results coincide with Siibak & Murumaa (2011) and Murumaa & Siibak (2012), who propose that Estonian students may sometimes fall victim to the illusion of Internet anonymity and the conviction that people outside their list of virtual friends will not have any interest in their activities and the messages they publish online. However, in contradiction to the findings of Siibak & Murumaa (2011), the informational privacy of our interviewees had not yet been breached, i.e. they had not experienced aggression towards one’s personal identity and, therefore, did not feel the need to worry too much about the possible threats to privacy. This lack of worry may also be connected to the third-person effect, meaning that the perceived risk to the privacy of others is greater than the perceived risk to one’s personal privacy (Debatin et al 2009).

“Why would anyone want to upload that much personal information?” is a question that often puzzles parents and educators. The findings of our study lead us to conclude that having more privacy is not necessarily the most desired outcome for teens. For the young, being seen by those who they wish to be seen by, and in the ways they wish to be seen, are central motivations for using social media. In fact, as Tufekci (2008) has argued, young people see a certain level of self-presentation and self-disclosure as a must because they have their own expectations about levels of participation. And when it comes to privacy protection online, it emerged that the studied teens took these motivations into account and therefore implemented strategies that differed from those used by adult social media users.

Furthermore, we detected almost no usage of deception, aliases, super-logoff or whitewalling by Estonian teens, although many American researchers have noted that “security through obscurity” (boyd 2007b) is believed to serve as an effective functional barrier by many SNS users. Our findings indicate that false information, regularly deactivating the account or deleting comments do not contribute to Estonian youth’s goal of self-definition and being visible online. In other words, they seem to be asking: why have a profile if it will not say enough about who you are? (Tufekci 2008).

Hence, instead of masquerading with multiple identities or deleting, the findings of this study suggest that Estonian teens prefer working on their unitary identity to multiple audience. However, the lack of alternative widely used social media platforms in Estonia also forces teens to stay on one platform and confront different audience segments simultaneously.

Considering the fact that privacy is dependent on one's personal needs and choices about self-revelation (Westin 2003: 6), we argue that one should not expect the young to implement the same privacy techniques as adults do. The findings of Debatin et al (2010) suggest that tightening privacy settings is the most frequent privacy strategy American college students implement on SNS. However, our respondents seemed to believe that the benefits of generous and truthful public communication outweighed the potential negative privacy consequences. At the same time, the findings of other European studies (Sidarow 2011; Siibak & Murumaa 2011) indicate that the young may use the default settings because they underestimate the size of the audience and also lack the ability to limit access. The latter might also be the reason why the use of privacy settings in SNS was not widespread among our respondents, although most of them claimed that they did not want to share their personal information with strangers. In the light of the results by Debatin et al (2010), we may hypothesize that the practices of our respondents will change when they grow older and have more knowledge of privacy concerns. At the same time, in addition to the possible impact of socio-demographics, we should not underestimate the differences in Estonian and American socio-cultural contexts, value systems and societal thought patterns, all of which may influence privacy practices.

Two of the most frequent privacy strategies used by Estonian teens are self-censorship and social steganography. According to Rachels (1975), in addition to choosing whether to share information, a right to privacy also includes the choice of with whom to share it. On social media where multiple audiences are blended into one (Marwick and boyd 2010), young people are faced with a need to implement different social strategies so as to maintain their privacy, and by doing so also to maintain the variety of social relationships with their Facebook friends, blog readers or Twitter followers. The preference for hidden messages and self-censorship probably derives from the versatility of these techniques: both help the user to remain open to new connections and maintain a public identity while safeguarding the private sphere. The other options of setting up access restrictions, deactivating or whitewalling one's profile could never serve such an important purpose for young people.

Our findings indicate that young people value and share the norms of contextual integrity described by Nissenbaum (1998). For instance, some of our respondents made extra efforts not to post messages

about their relationships or bodies on their Facebook Walls, and preferred to chat about such private issues one-to-one through IM. Self-censorship was also often applied in terms of the language used when making posts on social media's public sections. Our findings here coincide with Siibak & Murumaa (2011), who found that Estonian high school students self-censor their photos and messages when their parents sign up on Facebook. However, it is evident that the teens may still fall victim to the violation of contextual integrity as they only deal with protecting information of high intimacy rather than examining everything they post. What did not seem to be particularly private (e.g. a photo from a birthday party) in one context may not have fit in another context at another time, e.g. applying to college or looking for a job.

Hence, similar to the findings of Siibak & Murumaa (2011), our results indicate that, rather than supporting total avoidance of private topics like love or relationships on networked publics, young people have found a way to target only "ideal readers" (see Marwick and boyd 2010) with their posts. Given that teens are fluent in pop culture, slang and creating inside jokes (boyd & Marwick 2011), these codes are cleverly used to construct secret messages. In a context where privacy techniques have been viewed as "an instrument for achieving individual goals of self-realization" (Westin 1967: 39), we suggest that when implementing social steganography as a privacy tactic the young exercise their knowledge of peer and pop culture so as to leave "nightmare readers" (see Marwick & boyd 2010) and unwanted followers in the dark. The creation of multi-layered messages might also be boosted by high self-esteem regarding the competence in (de)coding them, the prospect of minimizing the risks that emerge when being straightforward about one's feelings or thoughts and the Estonian historical sociocultural context, which has encouraged the usage of double meanings.

Recently, Davis & James (2012) did not find evidence of the above-mentioned practice among 10-14-year-olds in the US. They explained this result by assuming that early adolescents might either be too young to possess the needed level of sophistication or the informants simply did not mention using hidden messages because they did not view these practices in privacy-related terms (Davis & James 2012). We believe that the differences in the results lie in the methodology of the research and the way of formulating the questions during the interviews, as the studied age group partly coincides with ours and our findings indicate that 13-14-year-olds do have the ability to create secret messages. We detected the usage of hidden messages largely thanks to having access to the teens' posts on their SNS profiles and blogs and therefore having access to examples of the usage. This allowed us to ask exceptionally specific additional questions and when no examples occurred in the respondents' profiles, we decided to describe the phenomena in detail and provide the interviewees with examples

of the practice that were probably not presented by other researchers. At the same time, the third-person effect could also be the reason why Davis & James (2012) were unsuccessful in detecting social steganography, as our informants also preferred to talk about social steganographic posts they had seen rather than created themselves.

Our findings give us reason to believe that, similarly to adults, privacy is a relevant concern for teens in Estonia. Although it is said that adults refrain from revealing information online by implementing more strict privacy settings, there are actually a lot of similarities between adolescents and adults in their privacy and disclosure behaviour. According to a study conducted by Christofides, Muise & Desmarais (2011), increased time spent on Facebook, higher need for popularity and lesser awareness of consequences increased the likelihood of disclosure for both groups. Thus we argue that young people hold the same privacy values as adults but use their own complex strategies for protecting privacy. As only a few studies so far (e.g. boyd & Marwick 2011; Siibak & Murumaa 2011) have explored the cutting-edge strategies teens use in networked publics, researchers and the general public have often been too hasty in concluding that young people make different value judgements concerning privacy. In fact, we believe that the public should start to acknowledge the fact that today's online generation highly appreciates their individual rights regarding privacy.

However, what seems to cause problems is the way online danger is seen from different points of view. While adults associate the need for privacy with potential stranger-danger, the young consider direct authority figures as threats to their privacy. This was proved by our respondents revealing that, as “nightmare readers”, they kept adult relatives and acquaintances in mind when making their posts. Several authors (e.g. Davis & James 2012; Harris 2010) have expressed their concern that, because adults are in charge, most educational policy has focused on the narrow stranger-danger threat and such suggestions as “do not post anything personal online” and “do not talk to strangers”, which are not relevant for the young, as their privacy concerns extend to known others. We must realise that this probably discourages students from turning to their teachers for help, although, according to Chai et al (2009), teachers have a great potential for positively developing their students' digital literacy – including their repertoire of privacy strategies. We agree with Davis and James (2012) that the young need guidance in matters of social complexity, i.e. all the audience segments that may be present (now or in the future), how easy it is to produce, spread and search for information online, and how difficult it is to delete data once it has been posted. For instance, students need to be informed of the fact that SNS profile entries may negatively affect their chances when applying for college or jobs (Janisch

2011). Hence, we propose that national curricula should include topics that educate students to a certain minimum level of digital literacy.

Nevertheless, the generalisations presented here are made on the basis of the empirical data at hand. Furthermore, the limitation of having a relatively small and homogeneous sample did not allow us to differentiate between the young based on their socio-demographic background or to thoroughly analyse our results in the light of other studies. As some of the interviewees were friends or classmates and a precondition of the respondents was that they used two platforms under investigation, the sample was homogeneous, which may have caused over-representation of some insights and practices. A larger and more random sample that reflects demographic characteristics is needed to obtain representative results regarding Estonian teens.

Despite these limitations, we believe the study has contributed to the existing research by empirically showing that the general conviction of the contemporary online generation having profoundly different perceptions on safeguarding privacy and not caring for its protection might be superficial. Rather, we believe that teens' social privacy strategies need to be studied more in depth as the young not only have skills which usually differ from those used by adults, but their desired privacy goals may also not coincide with those of adults. As there remains a lack of up-to-date research and case studies in this domain in Europe that are accessible in English, we believe that the present insights not only contribute to the knowledge of Estonian youth but have a wider relevance among European teens. Considering the fact that European adolescents share relatively similar Internet (privacy) practices (Livingstone et al 2011), we believe the findings of this qualitative study help to highlight some tendencies that should be considered more carefully when assessing teens' privacy practices in cultural contexts.

At the same time, we agree with Robards (2010), who has suggested that future research should explore online privacy strategies implemented by older age groups – adults and the elderly – in order to compare Generation Y's and their predecessors' (social) privacy techniques. Consistent with Youn (2005), we believe there is also a need for additional research using individuals between the ages of 10-12 to examine age differences on this issue. In addition, long-term studies are needed to account for the growing complexity of online audience perception, friending and privacy strategies. Also, the aspect of self-efficacy, i.e. teenagers' judgements of their abilities to apply and modify privacy settings and friending principles in IM were weakly analysed in the present study and should be incorporated in future studies. From the perspective of education, it would be useful to know who peers listen to and

imitate in their practices – in other words, who has the most potential in contributing to their digital literacy and how instructions should be presented.

ACKNOWLEDGEMENTS

The preparation of this article was supported by research grant no. 8527 of the Estonian Science Foundation. Andra Siibak is also grateful for the support of the target financed project SF0180017s07.

REFERENCES

- Acquisti, A. & R. Gross. (2006). Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook. *6th Workshop on Privacy Enhancing Technologies, Robinson College, Cambridge University, UK*, URL (accessed in January 2011) http://petworkshop.org/2006/preproc/preproc_03.pdf
- boyd, d. & A. Marwick. (2011, May 28). Social Steganography: Privacy in Networked Publics. *International Communication Association*. Boston, MA.
- boyd, d. & Hargittai, E. (2010). Facebook privacy settings: Who cares? *First Monday*, 15(8), pp. 13-20. URL (accessed in October 2011) <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3086/2589>.
- boyd, d. (2007a). Social Network Sites: Public, Private, or What? *Knowledge Tree 13*, mai, URL (kasutatud jaanuar 2011) http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28
- boyd, d. (2007b) "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." Buckingham, D. (ed.). *MacArthur Foundation Series on Digital Learning Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge, MA: MIT Press.
- boyd, d. (2008). *Taken out of context: American teen sociality in networked publics. Ph.D.*
- boyd, d. (2010a). Social Steganography: Learning to Hide in Plain Sight. *danah boyd's blog*, URL (accessed in January 2011) <http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2010/08/23/social-steganography-learning-to-hide-in-plain-sight.html>
- Chai, S. & S. Bagchi-Sen & C. Morrell & H. R. Rao & S. J. Upadhyaya (2009). Internet and Online Information Privacy: An Exploratory Study of Preteens and Early Teens. *Professional Communication IEEE Transactions on*, 52(2): 167-182.
- Christofides, E., Muise, A. & Desmarais, S., 2011. Hey Mom, What's on Your Facebook? Comparing Facebook Disclosure and Privacy in Adolescents and Adults. *Social Psychological and Personality Science*, 3(1), p.48-54.
- Clarke, P. (2000). The Internet as a medium for qualitative research. *Web 2000 Conference*. URL (accessed in January 2011) <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.99.9356&rep=rep1&type=pdf>
- Corbin, J. M. & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), p.3-21.

- Davis, K. & C. James. (2012). Tweens' conceptions of privacy online: implications for educators. *Learning, Media and Technology, iFirst article*, p. 1-22.
- Debatin, B. & J. P. Lovejoy & A.-K. Horn & B. N. Hughes. (2009). Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviours, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), pp. 83–108.
- Grinter, R.E. & Palen, L. (2002). Instant messaging in teen life. *In Proceedings of the 2002 ACM conference on Computer supported cooperative work*. pp. 21–30.
- Harris, F. J. (2010). Teens and Privacy: Myths and realities. *Knowledge Quest*, 39(1): 74-79.
- Janisch, M. (2011). KEEP OUT! Teen Strategies for Maintaining Privacy on Social Networks. *The Four Peaks Review* 1.1: 49-59.
- Jensen, J. L. (2010). The Internet Omnopticon - Mutual Surveillance in Social Media. *Report. Internet Research 11.0: Sustainability, Participation, Action. Gothenburg Sweden, 19-21 October 2010*.
- Lange, P. G. (2008). Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, pp. 361–380.
- Lenhart, A. & M. Madden. (2007). Teens, Privacy and Online Social Networks. *Pew Internet & American Life Project*, URL (accessed on October 2011)
<http://www.pewInternet.org/Reports/2007/Teens-Privacy-and-Online-Social-Networks.aspx>
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society* 10(3): 393–411.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., Ólafsson, K. (2011). *Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings*. LSE, London: EU Kids Online.
- Livingstone, S., Ólafsson, K., & Staksrud, E. (2011). *Social Networking, age and privacy*. LSE, London: EU Kids Online.
- Marwick, A. E. & D. Murgia-Diaz & J. G. Palfrey. (2010). Youth, Privacy and Reputation (Literature Review). *Berkman Center Research Publication No. 2010-5; Harvard Public Law Working Paper No. 10-29*, URL (accessed in November 2011) <http://ssrn.com/abstract=1588163>
- Marwick, A.E. & boyd, d. (2010). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 13(1), p.114-133.

- Murumaa, M. & Siibak, A. (2012). The Imagined Audience on Facebook: Analysis of Estonian Teen sketches about Typical Facebook Users. *First Monday* 17(2).
- Nissenbaum, H. (1998). Protecting Privacy in the Information Age: The Problem of Privacy in Public. *Law and Philosophy* (17), pp. 559-596.
- Rachels, J. (1975). Why Privacy is Important. *Philosophy & Public Affairs* 4 (4), pp. 323-333. URL (accessed in January 2012) http://public.callutheran.edu/~chenxi/Phil315_062.pdf
- Raynes-Goldie, K. (2010). Aliases, creeping and wall-cleansing. Understanding privacy in the age of Facebook. *First Monday*, 15(1). URL (accessed in October 2011) <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2775/2432>
- Robards, B. (2010). Randoms in my bedroom: Negotiating privacy and unsolicited contact on social network sites. *PRism* 7(3), URL (accessed in September 2011) <http://www.prismjournal.org>
- Sidarow, H. (2011). *Usability tests with young people on safety settings of social networking sites*. European Commission.
- Siibak, A. & Murumaa, M. (2011). Exploring the 'Nothing to Hide' Paradox: Estonian Teens Experiences and Perceptions About Privacy Online. In: Proceedings of the A Decade In Internet Time: OII Symposium on the Dynamics of the Internet and Society, 21-24 September 2011, University of Oxford. Pp 1-18. URL (accessed in January 2012) http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1928498
- Sorensen, A. S. & Jensen, J. L. (2010). Nobody has 257 friends: Strategies of friending, disclosure and privacy on Facebook.
- Tufekci, Z. (2008). Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in *Online Social Network Sites*. *Bulletin of Science Technology Society*, 28(1): 20-36.
- Westin, A. F. (1967). *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum.
- Youn, S. & Hall, K. (2008). Gender and online privacy among teens: risk perception, privacy concerns, and protection behaviors. *Cyberpsychology and Behavior*, 11(6), p.763-765.
- Youn, S. (2005). Teenagers' Perceptions of Online Privacy and Coping Behaviors: A Risk-Benefit Appraisal Approach. *Journal of Broadcasting Electronic Media*, 49(1), p. 86-110.

LISA 1: INTERVJUU KAVA

Kaldkirjas küsimuse järel toodud täpsustused ja abistavad vihjed esitatakse informandile vajaduse korral.

SISSEJUHATAV BLOKK

1. Kui vana sa oled? Poiss või tüdruk?
2. Kui kogenud internetikasutajaks sa ennast pead?
3. Kui tihti sa internetti kasutad?
4. Millised on peamised tegevused, milleks sa internetti kasutad?
5. Kirjelda palun oma järgnevate suhtluskanalite kasutamist (kui tihti külastad/kasutad, kas sul on olemas oma konto, miks otsustasid nimetatud keskkonda profiili luua jne):
 - Suhtlusportaalid (Rate, Orkut, Facebook)
 - Kiirsuhtlusprogrammid (MSN ja ICQ)
 - Blogid ja Twitter (Lisaks: kellele sa blogi pead; kes on lugejaskond, kes ootab ja loeb su postitusi?)

SOTSIAALMEEDIA KASUTAMISE HARJUMUSED

6. Kogu sellest ajast, mis sa internetis oled, kui suur osa kulub sul enda arvates inimestega suhtlemisele?
7. Kellega sa internetis kõige enam suhtled? (*võõrastega; netituttavatega; ka päritelust tuttavate inimestega*)
8. Mis ajendab sind sõprade-tuttavatega internetis suhtlema? (*info vahetus, meelelahutus, kogukonnatunne vms*)
9. Kui sageli kasutad sa suhtlusportaale ja kiirsuhtlusprogramme sõpradega suhtlemise eesmärgil?
 - Milliseid viise kasutad sa sotsiaalvõrgustikes sõpradega teadete vahetamiseks? (*oma seinale jäetavad avalikud teated, avalikud kontaktide profiilile jäetavad teated, privaatsed teated kontaktidele, suhtlus reaalsajas, kommentaarid*)
10. Millise internetikeskkonna sa järgnevate teemade arutamiseks valiksid? Miks?
 - a. Sa tahad kurta muret seoses sellega, et su vanemad tülitsevad viimasel ajal aina enam.
 - b. Sa tahad sõbrale rääkida, kes on su uus silmarõõm.
 - c. Sa tahad edastada oma sünnipäevakutset.
 - d. Sa tahad teatada, et said gümnaasiumisse sisse.
 - e. Sa tahad küsida, millega sõbrad hetkel tegelevad.
 - f. Sa tunned vajadust kellegagi uusimat klatši jagada.
 - g. Sa tahad vahetada muljeid nädalavahetusel toimunud sünnipäevapeost.
 - Millistel puhkudel teed sa oma blogisse või Twitterisse postituse?
 - Millest sa suhtlusportaalil tavaliselt avalike teadetena (*news feed, staatus, olek, vms*) kirjutad?
 - Mis võiksid olla need teemad, mida sa pigem avalikult ei jagaks?
11. Milliseid probleeme võib interneti vahendusel suhtlemine tekitada?
 - Oskad sa enda elust vastavaid kogemusi välja tuua?

USALDUS INTERNETIS

12. Kuidas oled sa suhtlusportaalides ja blogis oma privaatsuse seadistanud? (*sinu profiil/blogi on avalik; nähtav oma suhtlusvõrgustikule; nähtav vaid valitud sõpradele; info on varjatud kõigile vms*)
13. Millised andmed sinu kohta on nähtavad sinu MSNis, profiilil, blogis?
14. Millest sa sõprade ja tuttavatega netis enamasti räägid? Loetle mõned sagedasemad teemad.
- Kas sinu puhul vastab tõele, et internetis räägid sa teistsugustest asjadest kui sõpradega silmast silma suheldes?
15. Kas sa oled mõnikord tundnud, et internetis (nt MSNis) on vahel asju kergem öelda kui päriselus? Näiteks mida?
- Kas sinu puhul võib öelda, et internetis sa räägid enda kohta asju, mida sa silmast silma suheldes rääkida ei julgeks? Kas on mingeid jutte, mida sa julgeksid sõbrale rääkida ainult netis?
 - Kas sa oled tundnud, et internetis suheldes on sul lihtsam olla „mina ise“ kui silmast silma suheldes? Miks võib internetis olla kergem suhelda kui silmast silma?
16. Kui sa pead sõbrale rääkima ebameeldiva/häbi tekitava/salajase jutu, kas sa eelistad seda teha pigem netis või silmast silma?
- Kui sa otsustad seda teha netis, siis kus sa seda talle ütleksid?
 - Miks on just selles kanalis kõige parem muret kurta?
 - Millises netikanalis ei kurdaks sa kunagi isiklikku muret?
17. Kellele, kui üldse, sa internetis kõige sagedamini oma muredest räägid?
18. Kuivõrd on sul netis isiklikest asjadest rääkides kartusi?
- Kas sul on olnud kogemusi, et sinu jutt lekib internetis kaugemale, kui sa tegelikult tahtsid? Millised need on?

PRIVAATSUSTEHNİKAD

19. Kui palju jälgid sa sõnumite koostamisel seda, millises kanalis sa selle sõnumi postitad?
- Millised erinevused on sinu arvates erinevatesse kanalitesse (nt Facebooki ja MSNi) sõnumi postitamise vahel?
 - Kui sa teed Facebooki/Twitterisse/oma blogisse postituse, mis sa arvad, kui paljude inimesteni see jõuab?
 - Kas suhtluskanali avalik iseloom mõjutab sind end teistmoodi väljendama?
20. Paljud noored loovad internetis kahemõttelisi salasõnumeid, mida mõistavad ainult need suhtluspartnerid, kellele sõnum oli suunatud, aga ülejäänud lugejad mitte. Näiteks kirjutatakse oma pildile allkirjaks midagi sellist, millest ainult teatud sõbrad teavad, või sisestatakse suhtlusportaaali/blogisse mingi laulu sõnad, mis viitavad kellelegi, ilma tema nime nimetamata. Kas sa oled ka kunagi selliseid kahemõttelisi sõnumeid loonud? (*Toon ühe näite ka – Karmen läks just oma poisist lahku ja oli kurb. Ta postitas oma Facebooki ja blogisse laulu „Always look on the bright side of life“ laulusõnad. Tema sõbralistis oli ka tema ema, kes kommenteeris laulusõnu, öeldes, et tal on hea meel näha, et tütrele kõik hästi on. Karmeni sõbrad said aga laulusõnadest kohe aru, et Karmenil on midagi väga pahasti, sest filmis, kust need laulusõnad pärit on, sai peategelane pärast seda laulu surma.*)
- Kas sa oskad praegu mõne sellise isikliku näite tuua või oma profiililt/blogist kopeerida?
21. *Blogi, Twitteri säutsude, suhtlusportaalides avaldatud teadetevoov ja pildiallkirjade vaatlusest tulenevad potentsiaalsed lisaküsimused:*

- Millele sa selle sõnumiga vihjad?
 - Kui sa selle sõnumi postitasid, kas sa mõtlesid siis kellelegi konkreetsele? (a)
 - Kui sa tavaliselt postitused teed, kas sa mõtled ka sellele, kes võiksid sinu postitust kommenteerida? Ja mida nad võiksid sulle kommentaaridena öelda?
 - Kas on inimesi, kes ei tohtinud sellest sõnumist täpselt aru saada? (b)
 - Millega tegid sa kindlaks, et (a) saaks sõnumist aru, aga (b) mitte?
 - Kas sa oled kuulnud/märganud, et su sõbrad kasutavad selliseid mitmekihilisi salasõnumeid?
22. Kas sa oskad veel näiteid tuua, et kui sa selliseid peidetud sõnumeid koostad, mille abil teed sõnumi oma suhtluspartnerile arusaadavaks? Ja mis nippe sa kasutad, et ülejäänud lugejad sõnumit läbi ei näriks?
23. Mis sa arvad, kui osav sa selliste salasõnumite koostamisel oled?
24. Kui sa tahad oma sõpradele internetis teada anda, kuidas sa hetkel ennast tunned (*õnnelikuna, kurvana vms*), siis kus ja kuidas sa ennast väljendaksid? Kas sa postitaksid suhtlusportaalidesse näiteks meeleolule vastavaid laulusõnu?
25. Kui sulle meeldib mõni vastassoo esindaja, siis milline oleks nendest variantidest sinu puhul kõige reaalsem käitumisviis? Näiteks lähleksid MSN-i ja ütleksid seda talle; riputaksid oma kontole tema pildi üles ja kirjutaksid alla, et ta meeldib sulle; vajutaksid tema Facebooki kontol nuppu „Meeldib“; postitaksid suhtlusportaaali armastuslaulu sõnad pühendusega „kellelegi erilisele“; kirjeldaksid blogipostituses meeldivat inimest ilma tema nime nimetamata vms.
- Mida sa mitte kunagi ei teeks? Miks?