

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

Auditooriumi tähtsus ja roll uue meedia keskkonnas sotsiaalsõrgustikes saadetatavate sõnumite näitel

Magistritöö (30 EAP)

Maria Murumaa
Juhendaja: Andra Siibak, PhD

Tartu
2010

Tänuõnad

Selle töö valmimisele aitasid otseselt ja kaudselt kaasa mitmed suurepärased inimesed. Kõigepealt sooviksin ma südamest tänada oma juhendajat Andra Siibakut, kelle leebe järjekindlus, laiad teadmised ja sügav valdkonna tunnetus olid magistritöö valmimisel täiesti asendamatud. Ma ütlesin seda juba bakalaureusetöö kaitsmise järel ning pean seda süvenenud veendumusega kordama – Andra Siibak on minu silmis absoluutselt parim juhendaja.

Sügav kummardus ka magistritöö teisele juhendajale Veronika Kalmusele, kes suutis siis, kui töö toppas, õige suuna kätte näidata ning aitas nõu ja jõuga. Töö valmis tänu ETF grantile nr 6968, „Lapsed ja noored kujunevas info- ja tarbimisühiskonnas“.

Retsensent Pille Pruulmann-Vengerfeldt abistas mitmes erinevas etapis magistritöö fokuseerimist ning akadeemilistele nõuetele vastavusse viimist, andes operatiivselt konstruktiivset tagasisidet ja nõuandeid. Lisaks pakkus toetavat ja inspireerivat keskkonda Tartu Ülikooli sõbralikeim üksus, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut tervikuna. Aitäh!

Aitäh ütlen ka oma fantastilistele õpilastele, kelle siirus, usaldus ja avameelsus pakkusid mulle kui uurijale äärmiselt põneva uurimismaterjali.

Väga suurt karukallistust on väärt minu isa ja ema, kelle raudkindel tugi (kord vaikiv, kord tagant utsitav) ei lubanud mul magistritööd ka täielikus motivatsioonikriisis sinnapaika jätta. Ja lõpuks: siiras tänu armastavale, kohvi tegevale, kikivarvul hiilivale, hääletul režiimil telerit vaatavale, söögitaldrikut nina alla sokutavale, „muidugi jaksad veel natuke kirjutada“-ütlevale elukaaslasele.

Sisukord

SISSEJUHATUS.....	5
I TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	8
1. Sõnumi saatja ja vastuvõtja	8
1.1. Klassikalised lähenemised.....	8
1.2. Uue meedia mudelid.....	11
2. Avalikkus ja privaatsus	13
2.1. Personaalse info avalikustamise positiivsed aspektid	16
3. Sotsiaalmeedia keskkonnad.....	17
3.1. Facebook	20
3.1.1. Facebooki kasutamispärad Eestis.....	22
4. Uurimisküsimused.....	24
II UURIMISMATERJAL JA METODOLOOGIA	26
1. Meetod.....	26
1.1. Grupi strateegilise kava kirjeldus	28
2. Valim	31
III TULEMUSTE ESITUS	34
1. Info jagamise pärad	34
1.1. Info jagamise tüpoloogia	35
1.1.1. Ettevaatlik info jagamine.....	35
1.1.2. Huumorikad postitused	37
1.1.3. Informatiivse sisuga viited	38
1.1.4. Tugevat hinnangut väljendavad postitused	39
1.1.5. Argitegevusi kirjeldavad infokillud	40
1.1.6. Pätilistel põhjustel kirjutatud postitused	41
1.1.7. Varjatud sõnumiga postitused	42
1.1.8. Konfliktset postitused.....	43
1.2. Privaatse iseloomuga info avaldamise põhjused	48
1.2.1. Oskuste ja teadmiste puudumine.....	48
1.2.2. Hoolimatus ja mõtlematus.....	51
1.2.3. Populaarsusjanu.....	53
2. Auditorium ja selle tajumine	56
2.1. Noorte nägemus peamistest sotsiaalmeedia kasutajatuüpidest	57
2.1.1. Üliagar kasutaja.....	57
2.1.2. Edvistaja	59
2.1.3. Ärimees	62
2.1.4. Pervert	63
2.1.5. Tige kasutaja	65
2.1.6. Tavakasutaja.....	66
2.2. Auditoriumi liikmed sotsiaalmeedias	68
2.2.1. Sõbrad ja tuttavad	68
2.2.2. Pere ja sugulased	69
2.2.3. Õpetajad	70
2.2.4. Võõrad	71
2.3. Tajutav sihtauditorium	72
2.3.1. Kitsale sihtrühmale mõtlemine.....	72
2.3.2. Ohuna tajutavad auditoriumi liikmed.....	75
2.3.3. Informatsiooni mobiilsus erineva meedia vahel.....	77

2.4. Auditooriumi roll sõnumi dekodeerimisel	79
IV JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	82
1. Järeldused	82
2. Diskussioon	90
3. Meetodi kriitika	104
KOKKUVÕTE	107
SUMMARY	109
Kasutatud kirjandus	111
LISAD	124
Lisa 1: Fookusgrupi strateegiline kava	124
Lisa 2: Näidispostituste individuaaltöö	126
Lisa 3: Fookusgruppide intervjuude transkriptsioonid	127

SISSEJUHATUS

Käesoleva magistritöö eesmärgiks on uurida, milliseid sõnumeid saadavad hilisteismelised (10. ja 12. klasside õpilased) virtuaalsetes kogukondades, eelkõige Facebookis ja kes on nende sõnumite (tajutavaks) auditooriumiks. Lisaks püütakse leida vastus küsimusele, milline roll on auditooriumil sotsiaalsõrgustikus toimivas kommunikatsiooniprotsessis.

Teema tõstas minu jaoks reaalses elusituatsioonis. Kümnete klasside õpilased korraldasid ühe sõbra 17. sünnipäeva tähistamiseks suure peo, üürides peakoha ja reklaamides üritust nii suusõnaliselt kui ka internetipõhistes suhtlemisvõrgustikes (Orkutis ja Facebookis). Järgmisel hommikul pärast peo toimumist sain ka mina, kuuludes meediaõpetuse õpetajana paljude õpilaste virtuaalsete sõprade hulka, üksikasjalikult teada, kes kui palju alkoholi tarbis, kui kaua kainestusmajas aega veetis, kuidas emad-isad neid karistasid ja kuidas nad Eesti Politseisse suhtuvad. Siis tekkiski suurem uurijahuvi selle vastu, kas ja kuidas noored oma auditooriumi virtuaalsõrgustikes tajuvad ja saadetavaid sõnumeid analüüsivad.

Sotsiaalmeedia valdkond on praegu uurijate seas „kuum“, ning erineva fookusega teadustöid tehakse rohkelt (Lenhart et al 2010, Papacharissi 2009, Schrock 2009). Üks olulisematest ja produktiivsematest valdkonna uurijatest on danah m. boyd, kes on uurinud sotsiaalsõrgustike eri tahke, kontsentreerudes viimasel ajal Facebookis, Twitteris ja MySpace'is toimuvale (boyd 2010b, Yardi & boyd 2010, boyd 2008, boyd 2006).

Eesti noorte internetitarbimist on uuritud nii võrdlevalt Euroopa kontekstis (Livingstone et al 2010) kui ka kohalikul tasandil (Kalmus et al 2009, Kalmus 2008, Pruulmann-Vengerfeldt et al 2008), on uuritud suhtlemise eripärasid Rate.ee keskkonnas (nt Tamme 2010, Siibak 2009b, Miljan 2007), Orkutis (Aug 2010, Lamp 2009) ja ka Facebookis (Aug 2010, Mangus 2010). Põhiliselt on need tööd olnud keskkondade kasutuspraktikaid kirjeldavad, mitmed keskenduvad visuaalse identiteedi konstrueerimise ja enesepresentatsiooni uuringutele. Sotsiaalmeedia auditooriumi tajumist käsitlevaid uuringuid Eestis seni tehtud ei ole.

Uuritav teema on aga tähtis, kuna Eestis on toimunud teatud mõttes Facebooki-plahvatus ning keskkonna eestlastest kasutajaskond kasvab suure kiirusega (facebakers.com). Sotsiaalmeediat kasutatakse ka järjest enam, tegemaks inimese kohta mingeid otsuseid – informatsiooni otsivad internetist tööandjad, õppejõud, potentsiaalsed romantilised partnerid,

sõbrad jne (boyd 2009, Czekaj 2007, Balakrishna 2006), mistõttu on oluline uurida, mil määral sõnumi saatjad auditooriumi kohalolekut ja heterogeensust tajuvad.

Lähtudes eelpool öeldust käsitlevad käesoleva töö kaks suurt uurimisküsimuste blokki info jagamise praktikaid ning auditooriumit ja selle tajumist. Sõnastatud on neli peamist uurimisküsimust (alaküsimused on täpsemalt välja toodud uurimisküsimuste peatükis): milliste sõnumite edastamiseks kasutavad noored Facebooki, millistel põhjustel avaldatakse sotsiaalmeedias privaatselt iseloomuga infot, kes moodustavad Facebookis noorte kasutajate (tajutava) auditooriumi ning milline roll on auditooriumil sõnumi dekodeerimisel ja mõtestamisel?

Et neile küsimustele vastuseid leida, kasutati magistritöös kvalitatiivse uurimismeetodina struktureeritud küsitluskavaga fookusgrupi-intervjuusid, et saada võimalikult spontaanset vahetut teadmist. Kaks fookusgruppi viidi läbi gümnaasiumiealiste noortega (10. klass ja 12. klass). See grupp noori on antud teemal oluline uurimismaterjal, kuna kõige aktiivsemad interneti ja sotsiaalmeedia keskkondade kasutajad on just noored (Livingstone & Haddon 2009).

Töö esimeses osas antakse ülevaade teoreetilistest ja empiirilistest lähtekohtadest, vaadeldes lähemalt klassikalisi sõnumi saatja ja vastuvõtjaga seonduvaid mudeleid ja lähenemisi, eraldi tähelepanu all on sõnumi saatja ja vastuvõtja rolli muutumine uue meedia kontekstis. Avalikkuse ja privaatsuse alapeatükis räägitakse sellest, mida võiks üldse käsitleda avaliku ja mida privaatsena ning taas – kuidas on need mõisted internetis muutunud. Täiendavalt antakse ülevaade sotsiaalmeedia keskkondadest, Facebookist ning senitehtud uuringute põhjal sellest, millised on eestlaste peamised sotsiaalmeedia kasutamispärad.

Uurimisküsimuste esitamise järel kirjeldatakse teises peatükis lähemalt uurimismaterjali ja valitud meetodit.

Kolmandas peatükis antakse põhjalik ülevaade uurimistulemustest – infojagamise praktikatest (sh noorte endi poolt jagatav info ning privaatselt iseloomuga info avaldamise põhjused) ning auditooriumist ja selle tajumisest (sh tuuakse ära noorte nägemus peamistest sotsiaalmeedia kasutajatüüpidest, antakse ülevaade noorte endi auditooriumi liikmetest ja sellest, millisena näevad noored auditooriumi rolli sõnumite dekodeerimisel).

Neljandas peatükis vastab autor uurimisküsimustele, toob välja peamised järeldused ja arutelu ning meetodi kriitika. Magistritöö lõpeb eesti- ja inglisekeelse kokkuvõtte, kasutatud kirjanduse loetelu ja lisadega.

I TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Teoreetiliste lähtekohtade peatükis tulevad esmalt vaatluse alla sõnumi saatja, vastuvõtja ning sõnumi kodeerimise ja dekodeerimisega seotud klassikalised kommunikatsioonimudelid ja sõnumile tähenduse andmise käsitlused. Seejärel antakse ülevaade sõnumi, saatja ja vastuvõtjaga uues meedias toimunud muutustest – auditooriumi transformeerumine kasutajateks, egalitaarse kommunikatsiooni levik, konteksti tajumisega seonduvad probleemid, sotsiaalne steganograafia. Teises alapeatükis tuuakse välja avalikkuse ja privaatsusega seonduvad probleemid, eriti just uue meedia kontekstis. Kolmandas alapeatükis on vaatluse all kitsamalt sotsiaalmeediakeskkonnad ning eraldi käesoleva töö fookuses olev virtuaalkeskkond facebook.com. Eraldi alapeatükis antakse tehtud kohalike värskemate uuringute põhjal (Aug 2010, Mangus 2010, Kупenko & Ülesoo 2010) ülevaade Facebooki kasutamiskäitumise Eestis. Peatükk lõpeb uurimisküsimuste esitusega.

1. Sõnumi saatja ja vastuvõtja

1.1. Klassikalised lähenemised

1948. aastal defineeris sotsioloog Harold Lasswell kommunikatsioonitegevuse lausega: „Kes ütleb mida, mille kaudu, kellele ja mis mõjuga?“ (McQuail 2000). Seega oli tollase industriaalühiskonna kommunikatsioonisüsteemi keskmes massimeedia, mille kommunikatsiooni iseloomustas lineaarsus, ühesuunalisus ja sõnumi saatmine ühelt kommunikaatorilt paljudele auditooriumi liikmetele. Tänapäevase, nn võrguühiskonna kommunikatsiooni aluseks on seevastu horisontaalsete kommunikatsioonivõrgustike globaalne võrk, mis sisaldab multimodaalsete (erinevate suhtumistega) interaktiivsete sõnumite vahetust paljudelt paljudele, seda nii sünkroonselt (sümmeetriliselt) kui asünkroonselt (asümmeetriliselt) (Castells 2007).

Käesoleva töö kontekstis saab edastatavat sõnumit käsitleda kui teksti. Teksti mõiste defineerimiseks on magistritöös kasutatud Fiske (1987) lähenemist, kellest lähtuvalt tähistab teksti mõiste teksti ja lugeja kohtumise lõpptulemust. Teisisõnu ei ole Fiske (1987) kohaselt välja saadetud tekst nii kaua veel tekst, kuniks vastuvõtja ei ole sellele tähendust andnud. Fiske illustreeris seda mõttekäiku telesaate retseptsiooni näite varal, väites et: „telesaade

muutub tekstiks vastuvõtu käigus, saate interaktsioon kellegagi paljude vastuvõtjate hulgast aktualiseerib ühe võimalikest tähendustest (elamustest), mida saade suudab esile kutsuda“ (Fiske 1987: 14). Samal põhimõttel kui telesaadet võib vaadelda ka sotsiaalmeedia keskkondi, kas või Facebooki tehtud postitust, mille tegelik olemus realiseerub alles siis, kui saatja ja vastuvõtja on kokku saanud.

Erinevalt Fiskest (1987), kelle kohaselt sõnumi tõeline tähendus puudub, räägivad Severin ja Tankard (1992: 42) näiteks aga tõelisest sõnumist, mille vastuvõttu segab kõik see, mis sõnumile ilma saatja soovita lisandub – müra. Traditsiooniline lineaarne arusaam kommunikatsiooniprotsessist ei rahuldanud ka Stuart Halli (1980/2008), kelle teksti retseptsiooni teooria põhineb semiootika ja strukturalismi põhiprintsiipidel, mis eeldavad et iga tähenduslik teade konstrueeritakse märkidest, millel võib kodeerija valikutest sõltuvalt olla nii denotatiivseid kui konnotatiivseid tähendusi. Denotatsiooni võib defineerida kui tähistamise esimest astet (Barthes 1967, viidatud Chandler 1994 kaudu), kuna ta kirjeldab suhet tähistaja (füüsilise aspekti) ja tähistatu (mentaalse sisu) vahel. Teisisõnu on denotatsioon märgi ilmne ja otsene tähendus, konnotatsioon seevastu on tähistamise teine aste, viidates assotsieeritud kaastähendustele, mille võib esile kutsuda tähistatud objekt. Reeglina ongi igal märgil nii denotatiivseid kui konnotatiivseid aspekte (Hall 1980/2008), mis mängivad ühtviisi olulist rolli sõnumi kodeerimisel (saatjapoolne soovitatav tähenduste kogum) ja dekodeerimisel (vastuvõtja mõtestab omakorda sõnumit).

Üheks põhiliseks tähenduse loomise vahendiks sõnumite puhul on keel – representatsioonisüsteem, mis konstrueerib tähendust. Vaatamata sellele, et reaalsus eksisteerib ka väljaspool keelt, vahendab ja seega toodab reaalsust just viimane (Hall 1980/2008). Kuna „ükski semiootiline mehhanism ei saa talitleda isoleeritud, vaakumisse paigutatud süsteemina“ (Lotman 1999: 43), on keelega läbipõimunult tähenduste loomisel ülitähtis roll ka kultuuril. Tajumine on kodeerimisprotsess, kus inimene mõtestab tema ees asuva info ja saab sellest omal moel aru. Teisisõnu lisab igaüks meist infot, mis meieni jõuab, oma tähenduse. Polüseemiat ei tohiks aga Halli (1980/2008: 240) arvates segamini ajada pluralismiga, kuna konnotatiivsed koodid ei ole omavahel võrdsed, vaid iga kultuur ja ühiskond loovad oma domineerivad (mitte kindlaks määratud) eelistatud tähendusstruktuurid.

Kodeerimine ja dekodeerimine võivad kommunikatsiooniprotsessis küll üsna autonoomsetena esineda, ent on siiski protsessis väga määravad (Hall 1980/2008: 235). Enne, kui sõnumil

saab olla mingi efekt, peab see omandama tähendusliku diskursuse ja olema tähenduslikult dekodeeritud. Dekodeerija ehk sõnumi vastuvõtja ei pea ja ei saagi teateid saatja poolt esitatud kujul aktsepteerida: nad võivad teateid dekodeerida vastavalt oma kogemustele ja maailmavaatele. Ehkki žanrist tulenevalt on teadatel oma kindlad sisemised juhtnöörid, kuidas auditoorium võiks neid tõlgendada, ei pruugi dekodeeritud tähendus ühtida kodeeritud tähendusega. „Dekodeerimine võib võtta hoopis erineva suuna kui soovitud. Vastuvõtjad võivad lugeda ridade vahelt ja kavatsatud teate suuna lausa ringi pöörata“ (McQuail 2000: 52). Halli järgi (1980/2008) on saatja ja vastuvõtja koodide vahel asümmeetria, mis tekib sel momendil, kui sõnum väljub ühest diskursiivsest vormist ning siseneb teise. Enamasti on siiski koodidel teksti tähenduse edasi andmisel oluline roll – need sisaldavad ühiseid reegleid ja konventsioone kultuuriruumi liikmete või tõlgendava kogukonna jaoks. Koodid aitavad tekitada seose meedia tootjate ja auditooriumide vahel, andes baasi tõlgendamiseks.

Meediasisu ja sellega kaasnevad koodid võivad Bourdieu (1986, viidatud McQuail 2000 kaudu) kohaselt luua endale sobiva lugeja, ehk siis, seonduda kindla lugejatüübiga. Teatud tekstielementide põhjal saab uurija kindlaks teha, milliseid lugejaid võiks see tekst endale leida. Näiteks dominantset-hegemoonilist dekodeerimist (Hall 1980/2008: 242) (st vastuvõtja dekodeerib sõnumi saatja poolt soovitud referentskoodiga) võib pidada omaseks pigem nn „vanale meediale“. Seevastu uue meedia ja sotsiaalvõrgustike puhul ei ole kommunikatsioon nii läbipaistev ja üheselt defineeritav, kuna auditooriumi liikmetel puudub ligipääs kontekstile ning auditooriumi liikmete endi taustsüsteemid on samuti väga erinevad. Virtuaalsetes keskkondades on keele puhul levinud lühendite ja rohke slängi kasutamine, millega on juba teatud määral paika pandud sihtauditoorium, kes peab kõigepealt mõistma koodi, et üldse sõnumini jõuda.

Üldtuntud tähenduses tähistab sõna auditoorium (kasutusele võetud juba meediauurimise rajajate poolt – nt Schramm 1954, viidatud Steinberg 2007 kaudu) vastuvõtjate kogumit mudelis, mis koosneb allikast, kanalist, sõnumist, vastuvõtjast ja mõjust (McQuail 2000). Auditoorium võib sõnumi saatja jaoks olla ka sümboolne kapital, sest see „võib olla ükskõik milline omadus (mis tahes liiki, kas füüsiline, majanduslik või sotsiaalne kapital), kui seda tajuvad sotsiaalsed agendid, kelle tajukategooriad võimaldavad seda ära tunda (märgata) ja tunnustada, omistada talle väärtust“ (Bourdieu 1994/2003: 132). Sellist lähenemist auditooriumile võib märgata uue meedia mudelites, kus suur võrgustik võib anda utilitaristliku mõtteviisi järgi sõnumi saatjale rohkem võimalusi saada mingeid hüvesid.

1. 2. Uue meedia mudelid

Erinevad meedia auditooriumid on muutumas ja muutuste põhiliseks käivitajaks on uued tehnoloogiad (Napoli 2008). Uue meedia tulek on muutnud dramaatiliselt auditooriumi olemust ja seeläbi on pidanud teisenema ka auditooriumi mõiste definitsioon. Ilmnenud muutus on olnud peamiselt ajendatud sisu looja ja vastuvõtja rollidevahelise piiri hägustumisest (Svoen 2007, Cover 2006, Stewart & Pavlou 2002, viidatud Napoli 2008 kaudu). Nimelt on uue meedia tulek loonud platvormi egalitaarse kommunikatsiooni laiale levikule (Napoli 2009). Teisisõnu ei toimu massikommunikatsioon enam ühepoolset ja impersonaalselt (McQuail 2000: 36), vaid uues tähenduses toimub massikommunikatsioon massidelt massidele. Parimad näited sellistest kommunikatiivsetest suhetest on YouTube'is, Facebookis ja muudes sotsiaalmeedia keskkondades (Fonio et al 2007).

Viimati mainitud veebikeskkonnad, nagu paljud teisedki samalaadsed, on aidanud kaasa autor-tekst-auditoorium-suhte muutumisele, kuna varemalt passiivses ja pelgalt vaatleja rollis olnud auditoorium on sealsetes keskkondades teisenenud aktiivselt kaasa löövaks osaliseks (Livingstone 2003a). Livingstone tõdeb ühtlasi, et ilmnenud muutus toob kaasa auditooriumi kui mõiste ammendumise ja soovib mainitud termini asemel kasutada mõistet „kasutaja“ (Livingstone 2003a: 24). Jaffe (2005: 43) omakorda leiab, et tänane meediatarbija on „laastavalt kontrollivas rollis“, mis annab samuti tunnistust sellest, et vanad normid ja saatja-vastuvõtja-mudelid on hävimas, et anda teed uutele.

Kui räägime konkreetsemalt arvutite poolt vahendatud kommunikatsioonist, siis on internetisuhtluse üheks problemaatiliseks aspektiks see, et sõnumi saatja ei taju oma auditooriumi, olgugi et see on teabe edastamisel sotsiaalse konteksti tajumise mõttes ülima tähtsusega. „Ilma selle informatsioonita on raske kindlaks määrata, kuidas käituda, veel vähem sobitada oma käitumist, põhinedes saadud reaktsioonide hindamisele“ (boyd 2008: 36). Teisalt tundub fakt, et ollakse masina poolt vahendatud, juba iseenesest saatja puhul vähendavat teadlikkust inimestega kokkupuutes olemisest (McQuail 2000).

Meie reaalsuste konstrueerimises osalevad loomulikult ka teised, arusaamine ja kujutus maailmast luuakse intersubjektiivselt. Berger ja Luckmann (1966: 44) on öelnud, et kõige olulisema kogemuse saab inimene näost näkku suhtlemisel, sest see on jagatud olevik ning

teise inimese tõelisuse subjektiivsus on kättesaadav. Virtuaalvõrgustikes, kus teise suhtluse osapoole reaalsus ei ole nii kergesti tajutav, on sõnumite dekodeerimine seetõttu vastuvõtja jaoks raskendatud. See tähendab, vastuvõtja ei saa lisainformatsiooni nagu näost näkku suhtlemise puhul – näiteks sõnumi saatja kehakeelest, miimikast, prokseemikast ning metasõnumitest ja parakeelest (hääle kõrgus, tugevus, kõla, artikulatsioon, tempo, rütm) (McKay et al 1995).

Virtuaalvõrgustikes saavad inimesed omavaheliseks suhtlemiseks kasutada peamiselt keelt, ilma mitteverbaalsete lisadeta. Keel on mitmetähenduslik eri tasanditel toimiv märgisüsteem, mistõttu on võimalik tekste interpreteerida paljudel eri viisidel. boyd (2010b) on hiljuti oma blogis toonud välja sotsiaalmeedias levinud teadlikult mitmetähenduslike sõnumite saatmise praktika, mida noored harrastavad selleks, et osa auditooriumist mõistaks sõnumit ühtviisi ja osa hoopis teisiti, nimetades nähtust sotsiaalseks steganograafiaks. Steganograafia on ajaloost tuntud tehnika, mida kasutati selleks, et peita sõnumeid kõigi pilkude all – nähtamatu tint, piimaga kirjutamine, piltmõistatused ja salakeeled (boyd 2010b). Steganograafia muudab keerukaks justnimelt see, et sõnumi dekodeerimine on äärmiselt raske, kui ei tea, kuhu ja kuidas vaadata.

Teismelised on juba mõnda aega sama tehnikat kasutanud sotsiaalvõrgustikes. Tehakse postitus, näiteks laulusõnad, mille sisu on osale auditooriumist mittemidagiütlev infokild. Teatud kitsale sihtrühmale, kes on paremini kursis kontekstiga ja omavad sõnumi dekodeerimiseks vajalikku „tõlgenduslikku perspektiivi“ (mida boyd nimetab *interpretive lens*’iks), on see aga sügava tähendusega sõnum, mis informeerib neid näiteks saatja hingelisest seisundist, viimastest toimunud arengutest või hoiakutest (boyd 2010b). See kõik näitab boydi (2010b) arvates, et teismelised mõistavad erinäolise auditooriumiga seotud probleemkohti üsna hästi ning rakendavad samaaegselt paljude eri auditooriumitega suhtlemise strateegiaid agaralt. Auditooriumile on steganograafia puhul pandud väga suur vastutus ning kuna tegemist on mitmeti tõlgendatavate tekstidega, on probleemidki kerged tekkima. boyd (2010b) ütleb aga, et hoolimata tekkinud valestimõistmistest jätkavad teismelised õppimist ja eksperimenteerimist - mida avalikumalt elatakse, seda rohkem peab oskama avalikult peita.

2. Avalikkus ja privaatsus

Kõigepealt sellest, mida võiks käsitleda avalikuna ja mida privaatsena. On raske defineerida üht, ilma et viitaks teisele (boyd 2007). „Üldiselt viitab avalik sfäär avaliku arutelu rohkem või vähem autonoomsele ja avatud areenile või foorumile. Sellele ruumile on vaba juurdepääs, garanteeritud on kokkutulemise, grupeerumise ja väljenduse vabadus“ (McQuail 2000: 141). Privaatsus seevastu on laias tähenduses indiviidide, gruppide ja institutsioonide õigus määrata, millal, kuidas ja millises ulatuses kommunikeeritakse nende kohta käivat infot teistele (Westin 1967, viidatud Marwick et al 2010 kaudu). Solove (2002) definitsiooni järgi on privaatsusel kuus aspekti: õigus olla rahule jäetud; piiratud ligipääs endale, võimalus end kaitsta soovimatu juurdepääsu eest; teatud asjade teiste eest varjamise õigus; kontroll personaalse informatsiooni üle; oma väärikuse, individuaalsuse ja persooni kaitse; ja intiimsus – inimesel on õigus kontrollida ja piirata ligipääsu informatsioonile, mis puudutab tema intiimseid suhteid või aspekte elust.

Erinevad filosoofid ja õpetlased (Gross 1967, Miller 1971, Bennet 1992, Post 2001, viidatud Solove 2007a: 754 kaudu) on juba pikka aega väitnud, et mingit selget privaatsuse käsitlust ei ole võimalik välja tuua, sest mõiste on nii kompleksne, mitmedimensiooniline, vastandlik ning tähendusrikas.

Urijad (Meyrowitz 1985, Chandler & Roberts-Young 1998) on selgitanud, et elektroonilise meedia tulek on ähmastanud avaliku ja privaatsfääri piire veelgi. Mõned radikaalsemad autorid, näiteks Garfinkel (2001, viidatud boyd 2008 kaudu), on koguni väitnud, et privaatsus on surnud ja me peaksime harjuma mõttega, et ühiskond ongi ülimalt läbipaistev ning inimene peab oma olemust muutma. boyd (2008) arvab samas, et tegemist on lihtsalt transitsiooniga ning inimesed alles üritavad arvutipõhise võrguühiskonna toimetehhanismidest aru saada ja uusi struktuure paika panna. Ühtlasi viitab boyd (2008) sellele, et ajaloost on tuua palju näiteid, kus ülikontrollivast erasfääri tungivast režiimist hoolimata on inimesed arendanud strateegiaid, kuidas privaatsuse teatud aspekte siiski säilitada. Ühe strateegiana võiks nimetada eelmises alapeatükis kirjeldatud sotsiaalset steganograafiat (boyd 2010b) – avalikku peitmist, mida tänapäeva noored ka sotsiaalvõrgustikes harrastavad.

Sotsiaalvõrgustike puhul räägime me vahendatud avalikkusest. Kui seda võrrelda klassikalise arusaamaga avalikust sfäärist (pargid, tänav, kohvikud jne), kerkib esile neli põhilist eristavat unikaalset tunnust (boyd 2007):

1. Püsivus. 15aastasena tehtud teod ja väljaöeldud arvamused on kättesaadavad ja nähtavad ka siis kui oled 30, arvestamata seda, et hoiakud ja hinnangud on muutunud.
2. Otsitavus. Avaldatud infot on võimalik väheste vaevaga internetiavarustest üles leida.
3. Kopeeritavus. Digitaalne info on kergesti kopeeritav ning seega on võimalik infot ühest kontekstist teise tõsta, samuti originaalinfot märkamatuks moonutada.
4. Nähtamatu auditoorium. Vahendatud avalikkuses ei näe me enda jälgijaid ning eelmised kolm tunnust muudavad piilujatele kättesaadavaks aja ja ruumi, milles nad ise osalised olnud ei ole.

Nähtamatut auditooriumi ja selle käitumist on viimasel ajal kirjeldatud uue mõistega – omnoptikon (Rosen 2004, Linaa Jensen 2010). Välja pakutud mõiste seondub seejuures mitmete omataolistega. Meenutagem siinkohal kasvõi Foucault' (1991), kes kõneles ühiskonna puhul panoptikonist, (vähesed jälgivad-valvavad paljusid), või Mathieseni (1997, viidatud Rosen 2004 kaudu) arutlusi televisioonist kui sünoptikonist (paljud vaatavad väheseid). Omnoptikoni mõiste üheks tutvustajaks võib pidada Linaa Jensenit (2010), kelle käsitluses illustreerib omnoptikon ideed pidevast üksteise jälgimisest, nii-öelda ühisvalvest, mis uue meedia keskkondi iseloomustab. Omnoptikonist on eelnevalt kõnelnud ka Rosen (2004: 11), kes lisaks valvekaamerate ja laiema jälgimissüsteemi kirjeldamisele nentis, et internetiajastul on igaüks justkui kuulsus, keda pidevalt jälgitakse ning seetõttu peaksid inimesed arvestama, et erinevate aspektide kohta, mis nende isikut puudutavad, tekib avalik arvamus (näiteks hinnangud ärietikale ja maksekäitumisele eBays). Sotsiaalvõrgustikes toimuvat on nimetatud ka osalusjälgimiseks (Albrechtslund 2008) - paljud vaatavad paljusid, tehes seda läbi omavaheliste suhete- ja sõprusvõrgustike ning linkide. Keegi kasutajatest ei tea kunagi, kes neid antud hetkel jälgib. Omnoptikoni eristab osalusjälgimisest aga see, et omnoptikonis on osalejad üheaegselt nii agendid kui subjektid ning kõigi osalejate arusaamad eksisteerivatest normidest on erinevad (Linaa Jensen 2010).

Omnoptikumi puhul saame rääkida ka erinevat tüüpi auditooriumite erinevusest ja materjali ajalisest püsivusest. Näiteks internetipriivaatsuse puhul nähakse põhiprobleemina seda, et internetis suuremal või vähemal määral avalikult ja säilivalt dokumenteeritud isiklik materjal

võib kaasa tuua probleeme, juhul kui see materjal on kättesaadav inimestele, kellele see info suunatud ei olnud. Potentsiaalse riskina võib nimetada olukordi, kus ebasobiv materjal jõuab haridusasutuste, tulevaste tööandjate, pedofiilide ja lapspornograafiaga tegelevate inimeste kätte (Lenhart & Madden 2007). Paljuski just seetõttu on teadlased juhtinud tähelepanu seigale, et tänased noored saavad esimestena omal nahal tunda, milline koondmõju on digitaalselt vahendatud ja arhiveeritud elul pikemas perspektiivis (Marwick et al 2010: 11). Sellised väited kõlavad mõneti ähvardavalt, samas kui normatiivsele lähenemisele lisab manitsevat tooni ka diskursust läbiv noortesuunalise süüdistus, et nad on oma informatsiooniga hooletud (Kornblum 2007, Nussbaum 2007, Moscardelli & Liston-Heyes 2004, viidatud Marwick et al 2010 kaudu). Teise suurema probleemina nähakse personaalse info jagamist kommertsorganisatsioonidele ning reklaamivõrgustikele. Nimelt võivad sotsiaalmeedias avaldatud infot kasutada ettevõtted selleks, et informatsiooni ja selle põhjal tehtavate pakkumistega tulu teenida (Youn 2009). Info on väärtuslik ka spämmijatele ja küberkurjategijatele (boyd 2007).

Kuid tuleb meeles pidada, et noorte jaoks on internet igapäevane koht, kus suheldakse, flirditakse, klatšitakse, kujundatakse suhteid ning „hängitakse niisama“ (boyd 2008). Selliste suhtlemismustrite poolest on sotsiaalmeedia pigem privaatruumi alla kuuluv. Netis informatsiooni ja arvamuste avaldamine on noorte jaoks võrreldav pigem sõpradega suhtlemise, isikliku päeviku kirjutamise või telefonivestlusega, mitte aga samastatav *live*-televisioonisaates olemise, romaani kirjastamise või isegi esinemisega ruumitäie inimeste ees (Solove 2007b). Seetõttu on leitud, et noored käsitlevad privaatsust varasemast erinevalt, sotsiaalsed kontekstid on mitmekordsed ja osaliselt kattuvad, nüansirikkamad (West et al 2009, viidatud Marwick et al 2010 kaudu).

Levinud arusaama järgi pole privaatsust rikutud niikaua, kuni inimesel pole midagi tundlikku, illegaalset või häbiväärset varjata (Solove 2007a). Selle argumendi probleem seisneb Solove (2007a) arvates selles, et väide baseerub väärarusaamal, et privaatsus seisneb halbade tegude ja valesti käitumise peitmises. Samast eksiarvamusest kõneleb ka boyd (2008), kes muuhulgas rõhutab kontekstide tähtsust tegutsemise puhul. Inimese elu võib jagada erinevatesse sotsiaalsetesse situatsioonidesse, millel kõigil on oma auditoorium ja kontekst. Professionaalsetes suhetes jagatakse üht tüüpi infot, lähedaste sõpradega suheldakse teist moodi ja oma lastega kolmandal moel. Uus meedia on seganud kokku erinevad kontekstid, mis muidu olid eraldiseisvad, auditoorium on nähtamatu ja materjal püsiv. See ei loo häid

eeldusi privaatsuse kaitseks. Samas on teismelised võtnud kasutusele erinevaid strateegiaid, kuidas avalikus ruumis siiski privaatsust säilitada, olla nähtav vaid neile, kellele soovitakse. boyd (2010b, 2008, 2007) nimetab enam levinud taoliste strateegiatena siinkohal näiteks valenimede kasutamist (et inimest oleks raskem üles leida), mitme eri konto kasutusele võtmist, profiilide nähtavuse piiramist teatud auditooriumi liikmetele ning juba eelpool kirjeldatud sotsiaalset steganograafiat.

2.1. Personaalse info avalikustamise positiivsed aspektid

Info avaldamine virtuaalruumis ei pruugi alati seonduda negatiivsega. Sotsiaalvõrgustikes suhtlemisel on oluline roll sõprussuhete alal hoidmisel ja eakaaslastega sotsialiseerumisel. Virtuaalvõrgustikus enda kohta käiva info avaldamine on osaliselt ka usalduse demonstreerimine kaaslastele (Marwick et al 2010). Näiteks on leitud, et teismelised, kes avaldavad enda kohta *online*'is rohkem infot, arendavad seeläbi kõrgema kvaliteediga sõprussuhteid (Valkenburg & Peter 2008), anonüümseks jäädes võib noorest saada aga hoopiski tõrjutu. Larsen (2007) tõi personaalse info avaldamise puhul välja järgnevad positiivsed aspektid, miks internetis ennast eksponeeritakse ja mis mõju sellel on:

- Identiteedi konstrueerimine – internetis toimub pidev enda ja teiste identiteedi (re)konstrueerimine.
- Kinnituse saamine – eelkõige saadakse sotsiaalmeedias suheldes kinnitust sellele, et ollakse hinnatud kaaslane ja kuulutakse teatud kogukondadesse.
- Siiruse väljendamine – *online*'is väljendavad kasutajad end tihti ausamalt ja armastavamalt kui päris elus.
- Demokraatia rakendamine – virtuaalvõrgustikes on võimalik oma hääl kuuldavaks teha ja arvamusi väljendada.
- Koostöö arendamine – koos luuakse ühistekste ja diskussioone, seeläbi üksteist aidates ja õppides grupi- ja kommunikatsiooni toimetehhanisme.
- Oma koha ja aja konstrueerimine – sotsiaalvõrgustikes saavad noored luua omanäoliseid ruume, mis muutuvad sama reaalseks ja tähtsateks nagu *offline*-kohad.
- Lõbujanu – sotsiaalvõrgustikes suheldakse ka puhtalt mängurõõmu ja meelelahutuse pärast.

Digitaalne privaatsus on olnud alates interneti populariseerumisest 1990ndatel püsivalt uurijate ja legislaatorite murelapseks, tänapäeva noorte jaoks on aga avaliku ja privaatsfääri range eristamine paljuski vananenud kontseptsioon (Marwick et al 2010: 4) ja privaatsus on hoopis enda tegude, informatsiooni ja valikute kontrollimine, mille hulka kuulub ka võimalus personaalset infot *online*'is jagada ja *online*-sotsialiseerumises osaleda, olles omaette ja eemal täiskasvanutest (eriti lapsevanematest ja õpetajatest) (*ibid* 2010: 11). On võimalik, et noorte ja täiskasvanute avalikkuse ja privaatsuse käsitlemise vahelised erinevad ebakõlad esindavad püsivat muutust asjadest aru saamisel, „intiimsete saladuste veebis jagamine ei ole küpsuse puudumise tulemus, vaid generatsioonidevahelise erinevuse manifestatsioon“ (Solove 2007b: 197). Ehk on toimumas sümboolne revolutsioon, mis eeldab tajukategooriate ja sotsiaalsete agentide käitumisviiside rohkem või vähem radikaalset revolutsiooni (Bourdieu 1994/2003). Üheks revolutsiooni põhiliseks toimumispaigaks on sotsiaalmeedia keskkonnad.

3. Sotsiaalmeedia keskkonnad

Tänase päeva domineerivaim meedium internet on muutunud dokumentidele ja hüperlinkidele orienteeritud veebist sotsiaalsetele suhetele orienteeritud veebiks (Nicolai et al 2009). Marshal McLuhani (1992) globaalse küla mõiste on saanud eriti oluliseks internetisuhtluses, sest ükski paik ja ükski inimene ei ole liiga kaugel, kõikjale on võimalik ulatuda vaid mõne nupu- ja klahvivajutusega. Interaktiivne ja kasutaja-aktiivsusel põhinev veeb 2.0 baseerub suuresti sotsiaalmeedia keskkondadel ja võrgustikel. Interaktsioonil ja representatsioonidel põhinevat internetti on muuhulgas nimetatud ekspressiivseks internetiks, tehnoloogiliselt vahendatud sotsiaalsuseks (Tufekci 2008), millega kaasnevalt tõstatuvad paljud küsimused sõnumi saatja ja auditooriumi ning avalikkuse ja privaatsuse kohta. Just see temaatika on ka käesoleva magistritöö fookuses.

Küberruumiga tegelevad uurijad (Laurel 1990, Heim 1991, Springer 1991, viidatud Holloway & Valentine 2003 kaudu) eristasid algselt selgelt *online*-maailma ja *offline*-maailma, viidates erisust tehes seigale, et üks neist on „reaalne“ ja teine virtuaalne. Mõnede autorite arvates oli virtuaalne maailm parem kui „reaalne“, sest võimaldas astuda edasi füüsilises maailmas eksisteerivatest piirangutest; seevastu teiste jaoks oli virtuaalne maailm teisejärguline ja madalam, mida vaadeldi kui päris-maailma kehva imitatsiooni (Holloway & Valentine 2003: 9). Viimast käsitlest toetavad pikaajalised uurimistraditsioonid reaalsuse konstrueerimises –

näiteks Bergeri ja Luckmanni (1966) järgi inimesed küll tunnetavad maailma teadlikult erinevate reaalsustena, kuid kõigist teistest ülem on igapäevane füüsilises maailmas ärkvel veedetud (*wide-awake*) elu. Kriitilise lähenemise puhul nähakse virtuaalseid inimsuhteid pinnapealsetena. Virtuaalset maailma reaalselt eksisteerivast paremana nägevad uurijad on välja toonud, et internetis on inimsuhted kvaliteetsemad, kuna suhtlus ei pea olema näost näkku, vaid toimub nii-öelda mõistuste vahel. Seeläbi on inimsuhted intiimsemad, rikkamad ja vabastavamad (Holloway & Valentine 2003: 10). Enne suhete sõlmimist on sotsiaalmeedias enda kuvandit luues võimalik tuua välja baasväärtused ja põhihuvid, mille põhjal saab leida uusi tutvusi sügavamatel põhjustel kui füüsilises ruumis kokku sattudes (Walther 1996, viidatud Tufekci 2008 kaudu).

Tänapäeval on aina enam levinud käsitlused, mis näevad *online*- ja *offline*-maailmu vastandamise asemel ühtepõimunutena. *Online*'is nähtav maailm koosneb internetikasutajate poolt ühisesse foruumi paisatud killukestest, paljastades seetõttu vaid teatud aspekte kasutajate eludest, kuna saajaprotsendiliselt ei ole võimalik end virtuaalvõrgustikesse kopeerida. Need infokillud, millele on ligipääs sõpradel ja võõrastel, on tihti väga personaalse iseloomuga ning pandud üles erinevatele suhtluslehekülgedele vabatahtlikult nii noorte kui vanade kasutajate poolt (Acquisti & Gross 2006). Eeltoodud kirjeldusest lähtuvalt on uurijad (boyd & Ellison 2007, Ellison et al 2006, Acquisti & Gross 2006) *online*-sotsiaalmeediat defineerinud kui internetipõhiseid kogukondi, kus inimesed omavahel suhtlevad ja tutvuvad ning tihti toimub see läbi kasutajaid (re)presenteerivate avalike või poolavalike profiilide, mis moodustavad omavaheliste nähtavate ühendustega võrgustikke. Valdkonna üks põhilisi uurijaid danah m. boyd lisab definitsioonile, et koos profiilidega moodustavad sotsiaalmeedia ka osaliselt püsivad avalikud kommentaarid (boyd 2006). Definitsioonidest nähtub, et sotsiaalmeedia on konstrueeritud maailm, mille kujundamisel on oluline roll üksteise kogemuste jagamisel (boyd 2009). Sarnast mõtet on arendanud klassikutest ka Bourdieu (1994/2003), kes kõneles sotsiaalsetest reaalsustest üldisemalt, öeldes, et need on sotsiaalsed fiktsioonid, mille ainus alus on sotsiaalne konstruktsioon, kuid nad eksisteerivad reaalselt, kuivõrd nad on kollektiivselt tunnustatud.

„Päris elus“ tehtavad otsused on mõjutatud virtuaalmaailmast saadud teadmiste ja kuvandite põhjal (ja vastupidi). Nimelt on sotsiaalmeedia keskkonnad väga erinäolised – sinna alla liigituvad boydi (2008: 92) järgi grupitarkvara, *online*-kogukonnad, failide jagamiseks loodud keskkonnad ja võrgustikel põhinevad mängud. Tuntuimad sotsiaalmeedia keskkonnad on

teiste seas Facebook, Twitter, Youtube, Orkut, Flickr, Digg, LinkedIn jt. Kuid samuti erinevad foorumid, blogid, kommentaariumid (Kalda 2009). Samas ühendab neid kõiki sotsiaalmeedia osi see, et inimesed kasutavad pakutavaid võimalusi olles teistega võrgustike kaudu ühenduses ja suhtluses. Seega võivad ka kuvandid tekkida paljude inimeste koostöös. Näiteks leidub veebis palju lehekülgi, millel praktiseeritakse isikute tagaselja toimuvat „internetihäbistamist“ (Solove 2007b), näiteks bitterwaitress.com paneb avalikku häbiposti kliente, kes ei jäta jootraha; dontdatehimgirl.com ja thedirty.com teevad maha promiskuiteetselt käituvaid isikuid; paleisthenewtan.com eksponeerib ja mõnitab pilte ülepäevitanud inimestest; lamebook.com (joonis 1) ja failbook.failblog.org koguvad ekraanitõmmiseid Facebookis avaldatud tekstidest ja fotodest.



Joonis 1. Töötaja avaldas Facebookis tööandjat solvava postituse, unustades et tööandja kuulub tema kontaktidesse (lamebook.com).

Ehkki internetis leidub rohkelt näiteid, kus reaalsena tunduvad juhtumid on tegelikult tehtud meelelahutuseks ning auditooriumi ninapiditõmbamiseks (Hass 2006), on võimalik tuua rohkelt näiteid, kuidas sotsiaalmeedias tehtul on reaalne tagajärg inimese elule (Rosen 2010, MacDougall 2010, Sarrio 2010, Slattery 2009, Czekaj 2007).

Virtuaalset tajutakse aina enam reaalsena, eriti nendes eagruppides, kes veedavad *online*'is proportsionaalselt aina suurema osa ajast. Näiteks Euroopa uuringu EU Kids Online raporti kohaselt oli Eesti laste ja noorte interneti kasutamise aktiivsus esirinnas, ulatudes üle 90%ni (Hasebrink et al 2008). 2007. aastal eesti noorte hulgas läbi viidud ankeetküsitlusest „Noored ja Internet“ selgus, et igapäevaselt kasutab internetti 99,9% ning enamik vastanud noortest veedab internetis vähemalt kolm tundi päevas (Kalmus 2008). Viimase EU Kids Online uuringu järgi (Livingstone et al 2010) on eesti noored isegi nii aktiivsed internetikasutajad, et 50% vastanud noortest tunnistas, et on olnud olukorras, kus eksessiivse internetikasutuse tõttu on jäänud tagaplaanile sõbrad, koolitöö või uni.

3.1. Facebook

Facebook on praegusel hetkel veebipõhistest sotsiaälvõrgustikest suurim ja populaarseim, november 2010 seisuga on Facebookil üle 500 miljoni aktiivse kasutaja, see tähendab kasutaja, kes on 30 päeva jooksul veebilehte külastanud (Gaudin 2010) ning veebiliikluse tiheduse poolest on Facebook veebistatistikalehekülje Alexa.com andmetel Google'i järel teisel kohal. Facebook on uurijatele tänuväärseks materjaliks, kuna tegemist on ühiskondliku fenomeniga ning konkreetsete isikutega selgelt seostatav informatsioon annab võimaluse piiluda (personaalse) info avaldamise ning jagamise mustritesse (Acquisti & Gross 2006).

Facebookile panid 2004. aastal alguse Harvardi Ülikooli informaatikatudengid Mark Zuckerberg (praegune suurim Facebooki osanik, omades 24% firmast Facebook Inc.), Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz ning Chris Hughes (Carlson 2010). Alguses said suhtluskeskkonda kasutada vaid selle õppeasutuse üliõpilased. Hiljem laiendati kasutajaskonda järk-järgult ning alates 2006. aastast võivad kasutajana endale Facebooki konto luua kõik soovijad. Facebooki kasutajareeglites seisab küll, et kasutaja peab olema vähemalt 13 aastat vana, kuid nagu internetikeskkondades ikka, on esitatud andmeid reaalselt võimatu kontrollida (boyd 2008). Näiteks on Facebookis praegu põhjalikud profiilid nii Jeesus Kristusel, lemmikloomadel, veel sündimata lastel kui Darth Vaderil (facebook.com).

Kasutajad saavad endale tasuta luua profiilid, millele on võimalik lisada rohkelt fotosid ja videosid, märkida üles oma huvid, kontaktandmed, poliitilised vaated, seksuaalne suundumus, suhtestaatus palju muud infot. Fotodel ja videotes saab sildistada ehk *tag*'ida nendel kujutatud

erinevaid inimesi, kelle profiilidele need fotod ja videod seeläbi ilmuvad, mistõttu võib väita, et inimese Facebooki-imago on teatud mõttes kollektiivne looming. Uurijad (Walther et al 2008) on välja toonud, et see on isiku kuvandi kujundamise juures problemaatiline, kuna isikul ei ole teiste poolt postitatava sisu üle erilist kontrolli, küll aga mõjutab teiste poolt lisatud sisu potentsiaalselt lehekülje omanikust jäävat muljet. Paljud noored ei mõtle sellele, et tööandjad ja koolide vastuvõtuametnikud kontrollivad kandidaatide tausta lisaks silmast-silma intervjuudele ja üldisele taustauuringule ka Facebookis (Balakrishna 2006). Nimelt tõendavad uuringud värbajate ja personalijuhtide pidevat huvi suurenemist *online*-kekkonnas tehtavatele taustauuringutele, sest koguni 70% Microsofti korraldatud uuringus osalenud personalijuhist väitis, et on lükanud kandidaadi tagasi informatsiooni (ebasobivad pildid, foorumipostitused jms) tõttu, mis internetipõhises taustauuringus esile kerkis (Rosen 2010).

Kasutajate privaatsuse pani omakorda proovile üheks Facebooki eriliseks kasutajaliidese osaks peetav reaalajas uuenev sõprade uudistevoog (*News Feed*), milles kajastuvad kasutaja võrgustikku kuuluvate inimeste poolt kirjutatud postitused, kommentaarid, lisatud fotod-videod, jagatud lingid ja muud tegevused. Kui Facebook *News Feed*'i 2006. aastal esimest korda tutvustas ja selle keskkonnas rakendas, tekitas see paljudes kasutajates suurt meelehärmi, millele lehekülje loojad vastasid vabanduse ja paremini väljaarendatud turvameetmetega, tehti võimalikuks detailsemalt määrata, millist infot kellega jagada soovitakse (Muller 2009).

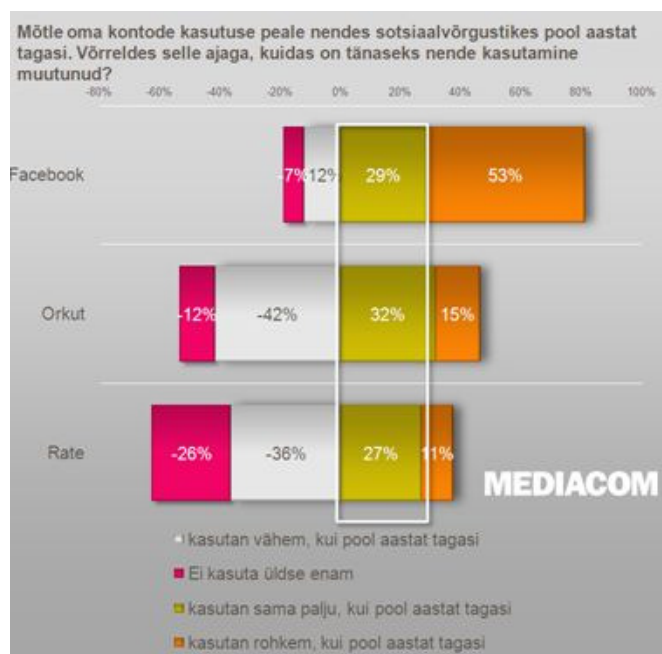
Lisaks on teiste kasutajatega võimalik suhelda kolmel viisil: läbi *Chat*'i (reaalajas toimuv MSN-tüüpi kahekõnelus), läbi privaatkirjade või avalikke postitusi kirjutades ja kommenteerides. Kasutajad saavad liituda või ise luua huvigruppe, üritusi ja fännilehekülgi. Lisaks saab Facebookis mängida erinevaid mänge, teha teste, saata üksteisele virtuaalkingitusi ja kasutada rohkelt erinevaid rakendusi ehk *application*'e.

Keskmiselt on Facebooki kasutajal 130 sõpra ja ta toodab igas kuus 90 ühikut infot, olgu see siis jagatud viide, staatus, foto vms. Kokku veedavad kasutajad leheküljel igas kalendrikuus 700 miljardit minutit (Facebook Statistics 2010.) Ellisoni, Steinfieldi ja Lampe 2007. aastal tehtud uuringu järgi nimetas üle 90% Facebooki kasutajatest ühe kasutamise peamise põhjuse eelkõige nende tuttavate käekäiguga kursis olemise võimalust, kellega muidu ei pruugi kontakti olla. Samast uuringust selgus ka, et Facebook on suurepärane võimalus saada uute tuttavate kohta operatiivselt rohkem infot – kas pärast tutvuse sõlmimist kodus arvuti

taha istudes või isegi tutvumisega samaaegselt, kasutades nutitelefone (Ellison et al 2007). Facebooki laiale levikule ongi aidanud kaasa ka see, et paljud nutitelefonide tootjad (olulisim neist iPhone) on teinud Facebooki kasutamise läbi mobiiltelefoni erakordselt lihtsaks ning praegusel hetkel kasutab Facebooki läbi nutitelefoni üle 200 miljoni kasutaja (Facebook Statistics 2010).

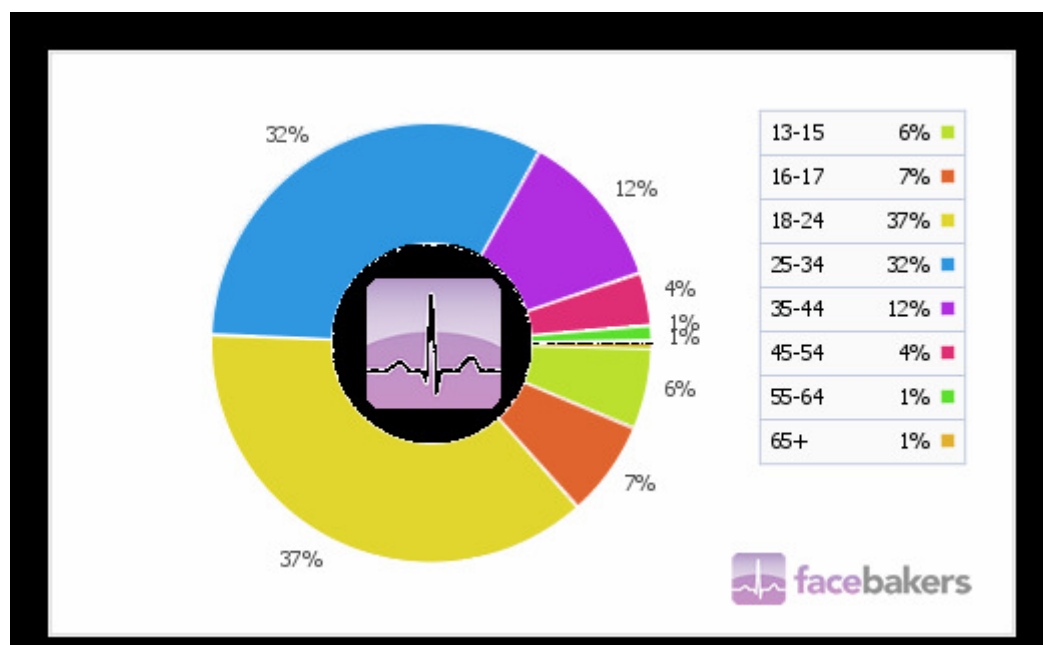
3.1.1. Facebooki kasutamispärad Eestis

Askur Alas (2009) kirjutas Eesti Ekspressis, et pikka aega oli Facebook Eestis justkui varjusurmas. Eestis domineerisid (vara)teismeliste lemmik Rate.ee ja Orkut, kuhu samuti vanematel väga asja ei olnud. Eelmise aasta kevadel oli Facebookis eestlastest kasutajaid umbes 50 000, statistikakeskkonna Facebakers.com andmetel ulatus eestlastest kasutajate arv käesoleva aasta detsembri alguse seisuga juba üle 312 000. Eestlaste seas pikka aega kõige populaarseim rahvusvaheline suhtlusvõrgustik Orkut (Aug 2010) ei paku paraku nii täpset statistikat, seega ei ole võimalik kindlalt määrata, kui palju on selles keskkonnas inimesi, kes on oma kodumaaks märkinud Eesti. Meediaagentuur MediaCom viis 2010. aasta septembris Eestis läbi uuringuprojekti, mille tulemustest selgus (joonis 2), et Eesti küllastatuim sotsiaalvõrgustik on aina kasutajaskonda laiendav Facebook, teisel kohal on Orkut ja kolmandal Rate.ee (Kupenko & Ülesoo 2010).



Joonis 2. Eestlaste seas populaarsemate sotsiaalvõrgustike kasutamiskiivsuse võrdlus (MediaCom).

Nagu on näha jooniselt 3, on Facebooki eestlastest kasutajate seas kõige enam 18-24aastaseid kasutajaid (37%), kelle kannul on 25-34aastased 32%ga. Nooremate eagruppide vähest esindatust võib põhjendada ka sellega, et nad ei soovi tihti oma vanust avaldada.



Joonis 3: Eestlastest Facebooki kasutajate ealine jaotus (facebakers.com).

Eesti noorte suhtlusportaalide kasutajapaktikaid uurinud Kaspar Augi (2010) ja Hedli Manguse (2010) uuringud kinnitavad paljuski varemate rahvusvaheliste uuringute tulemusi (Subrahmanyam et al 2008, boyd 2004). Nimelt nähtub Augi (2010) ja Manguse (2010) töödest, et suhtlusvõrgustiku kasutajaks hakkavad eesti noored eelkõige seepärast, et säilitada ja sõlmida sotsiaalseid sidemeid ja seeläbi muutuda suurema kogukonna osaks. Kuna põhiline Facebookis veedetud aeg kulub noortel uudisvooga seotud tegevustele (Aug 2010: 44), nähtub tulemustest, et noorte jaoks on oluline suhtlus ning neid motiveerib soov olla kursis oma sõbralistis olevate inimeste eludes toimuvaga ja tutvuda nende arvamused avaldustega. Kuna Facebooki kasutamine on laialt levinud rohkemates riikides kui näiteks brasiillaste ja indialaste seas populaarne Orkut.com (need rahvused moodustavad Orkuti enda statistika kohaselt üle 70% kasutajatest) või kodumaine Rate.ee, on Facebookis lihtsam leida kontakte erinevatest riikidest pärit inimestega. Teisalt on oluline roll ka kasutaja enda meelelahutusjanul, loovuse väljendusel ja enesepresenteerimisel (Mangus 2010: 97).

Teoreetiliste lähtekohtade peatükis väljatoodu põhjal nähtub, et sotsiaalsuhtlusvõrgustikes on niigi selgelt defineerimatud mõisted nagu privaatsus ja avalikkus muutunud veel raskestihoomatavatemaks. Samuti on olulisel määral segunenud teksti saatja ja vastuvõtja käsitlelused ning rollid. Sotsiaalsuhtlusvõrgustike ühed aktiivsemad kasutajad on noored ning seetõttu keskendus käesolev magistritöö just noorema eagrupi näitel privaatsuse/avalikkuse ja auditooriumiga seotud ilmingute uurimisele.

4. Uurimisküsimused

Magistritöös on keskendutud eelkõige saadetavate sõnumite vastuvõtule ja auditooriumi erinäolisusele, sellest tulenevalt jaotuvad uurimisküsimused kahte suurde teemablokki. Sõnastatud on neli suuremat uurimisküsimust, mis omakorda jagunevad alaküsimusteks.

I Info jagamise praktikad

Milliste sõnumite edastamiseks kasutavad noored Facebooki?

- Millise iseloomuga infot noorte arvates suhtlusvõrgustikus peamiselt jagatakse?
- Millise iseloomuga info jagamisest noorte arvates suhtlusvõrgustikes pigem hoidutakse?
- Millised postitused ei sobitu noorte arvates Facebookis vaikimisi kehtiva netietiketiga?
- Millist netietiketti järgivad noored postitustele reageerimisel?
- Mil määral kasutavad noored sotsiaalset steganograafiat (boyd 2010b)?

Millistel põhjustel avaldatakse sotsiaalmeedias privaatselt iseloomuga infot?

- Mida tajuvad noored privaatselt infona?
- Mil määral kasutavad noored info selektiivset jagamise võimalusi ja privaatsusseadeid?
- Millised probleemid võivad noorte arvates info avaliku jagamisega kaasneda?
- Kuidas/millega seletavad/põhjendavad noored tundliku materjali avalikku jagamist sotsiaalmeedias?

II Auditoorium Facebookis ning selle tajumine

Kes moodustavad noorte jaoks Facebooki auditooriumi?

- Kuidas kirjeldavad noored tüüpilisi Facebooki kasutajaid?
- Millistest kontaktidest koosnevad peamiselt noorte suhtlusvõrgustike sõbralistid?
- Keda peavad noored sotsiaalmeedia kontekstis sõbraks ja keda võõraks?
- Keda tajuvad noored enda poolt postitatud sõnumite peamise sihtrühmana?

Milliseks kujuneb noorte arvates auditooriumi roll sõnumite mõtestamisel?

- Kuidas auditoorium noorte hinnangul sõnumeid dekodeerib?
- Millist rolli mängivad noore kuvandi tekkimisel auditooriumi liikmed (sh virtuaalsõbrad)?
- Milliseid auditooriumi liikmeid tajuvad noored kui ohtu oma privaatsusele?
- Kuidas reageerib auditoorium sotsiaalsele steganograafiale?

II UURIMISMATERJAL JA METODOLOOGIA

Käesolevas peatükis antakse põhjalik ülevaade magistritöös kasutatud meetodist ja uuringu valimist. Meetodina oli kasutusel struktureeritud kavaga fookusgrupi-intervjuu, järgnevalt antakse ülevaade meetodist endast ja selle eelistest teiste uurimismeetodite ees. Välja on toodud analüüsi põhimõtted, grupi strateegilise kava kirjeldus ja uurimuse käik. Valimi peatükis on ära toodud põhjalik ülevaade fookusgruppides osalenute valimisse sattumisest ning gruppide moodustamise põhimõtetest. Lisaks antakse teemakohast taustainfot osalenud noorte kohta (kui kaua olnud internetikasutajad, täpsemalt sotsiaalmeedia keskkondade ja Facebooki kasutajad; kui palju on Facebookis kontakte; kui aktiivselt virtuaalkeskondi kasutavad).

1. Meetod

Teema uurimiseks kasutati kvalitatiivse meetodina struktureeritud küsitluskavaga fookusgrupi-intervjuusid. Fookusgrupi puhul on uurija poolt määratletud teema, millega kokku kutsutud respondendid koos tegelema hakkavad. Tavaline grupis osalejate arv on 7-10 inimest, kuid tehakse ka minigruppe, kuhu kuulub 4 kuni 12 inimest (Krueger 1988). Vestlust juhib moderaator, kes peab hoolitsema selle eest, et diskussioon ei kalduks etteantud teemast liiga kaugemale, et vähem sõna võtavad liikmed diskussioonist päris eemale ei jääks ning küsib täiendavaid küsimusi ja julgustab kõnelema (Dawson & Manderson 1993). Lisaks konkreetsele teemale peab fookusgrupi puhul olema määratletud ka ajaline raamistik ja üldised reeglid.

Grupiintervjuu valiti antud uuringu eesmärgini jõudmiseks mitmel põhjusel. Esiteks annab kvalitatiivne meetod uurijale võimaluse vaadelda, kuidas sotsiaalsed kogemused tekivad ning kuidas antakse neile tähendus (Denzin & Lincoln 1998). Fookusgrupimeetodi kaudu on võimalik saada otsest, spontaanset (lühike vastuse formuleerimise aeg) ning vahetut teavet vastajate arusaamadest, hoiakutest, tunnetest ning teadmistest valitud teema kohta (Berger 1991, Krueger 1988). Fookusgrupi-meetodi puhul on võimalik märgata ja pöörata tähelepanu ka vähem esinevatele nähtustele. Lisaks on rühmavestluses osalejatel võimalik vabas õhkkonnas räägitule kohe reageerida ning seeläbi luua nn ühisteksti. Samuti on antud meetodi eeliseks see, et uurijal tekib võimalus jälgida ja fikseerida osalejate otsest interaktsiooni ning grupidünaamika käigus stimuleerivad respondendid üksteist osalema, mis loob omakorda

lisateadmist uuritava kohta (Morgan 1996, viidatud Vihalemm 2010 kaudu, Berger 1991). Personaalsetele intervjuudele eelistati antud uurimuses fookusgruppi just potentsiaalse ühisteksti tekkimise tõttu ning selleks, et jälgida grupi liikmete reaktsioone räägitule.

Tavaline fookusgrupi kestvus on 1,5 kuni 2 tundi, maksimaalseks soovitatavaks kestuseks on 2,5 tundi (Vihalemm 2010). Käesolevas töös tehtud grüpiintervjuude pikkused olid 1 tund ja 43 minutit ning 1 tundi ja 24 minutit.

Fookusgrupi kava (lisa 1) koostati klassikalistest põhimõtetest lähtuvalt. Esmalt viidi läbi sissejuhatavad soojendusharjutused ja tööritmi saavutamise teemablokid (kui kaua oled olnud internetikasutaja, millistel lehekülgedel käid jne) ja seejärel lihtsamatelt teemaküsimustelt raskematele ning päris lõpus, kui osalejad tundsid end tekkinud õhustikus mugavalt, tekkinud konfliktide juhtumikirjeldused. Kava koostades püüti varieerida tegevuslikke ja vestlusel põhinevaid osi, samuti individuaalseid ja rühmatöid. Gruppiintervjuu kava ja intervjuuküsimused lähtuvad valitud teemast, muuhulgas on küsimuste sõnastamisel toetunud akadeemilistele teadusartiklitele ning eelnevalt erinevates magistriõppe ainetes tehtud väiksematele uurimustele.

Fookusgrupi tulemusi rikastavad loomingulised osad (joonistused tüüpikasutajatest, näidispostituste kommentaarid), kus osalejad saavad võimaluse teemat käsitleda erinevate vaatenurkade alt ning väljendada oma mõtteid erinevas vormis. Materjal lindistati diktofonidele ning transkribeeriti moderaatori poolt Adobe Audition (Cool Edit Pro) helitöötlusprogrammi abil käesoleva aasta suvel.

Tulemusi analüüsi kasutades kombineeritud horisontaalanalüüsimeetodeid, et näha, millised korduvad teemad noorte tekstis esile tõusevad. Rakendatud on põhistatud teooria (Glaser ja Strauss 1967, viidatud Lindlof 1995 kaudu) metodoloogiat, *cross-case* analüüsi, kvalitatiivset tekstianalüüsi, visuaalide sotsiosemiotilist analüüsi, kuna grupi kava sisaldas ka pildilist eneseväljendust ning diskursusanalüüsi võtteid.

Kuna materjali maht oli üsna suur, oli analüüsi alguses vajalik teksti hulka vähendada, eemaldati transkriptsiooni osad, mis ei olnud kuigivõrd informatiivsed ja mille eesmärk oli näiteks grupi tööle saamine. Sisuline analüüs algas laiemate ideede selekteerimise ja grüpeerimisega transkriptsiooni mitmekordsel läbitöötamisel, püüdes kategoriseerimisel

jälgida uurimisküsimuste struktuuri – info jaotus, netietikett, ohuolukorrad ja probleemid, auditooriumi taju ja auditooriumi roll. Transkriptsiooni kodeeriti nii tekstitöötaluprogrammides arvutis, kui ka varasematel aegadel praktiseeritud paberkandjatele trükitud teksti lõikamise ja kleepimise abil. Siin kasutati Glaseri ja Straussi (1967, viidatud Lindlof 1995 kaudu) põhinstatud teooria (*grounded theory*) meetodit – grupeerimisel vaadeldi iga uut juhtumit (osa fookusgrupist) eelnevalt kodeeritutega võrreldes, püüdes võimalusel leida ühisjooni ja luues vajadusel uue teemakategooria. Ajaliselt oli see, esimene sisulise analüüsi etapp väga mahukas. Järgnes märksõna-põhine tekstitöötlus, mille käigus joonistusi välja kõige enam kordunud alateemad ning teemadevahelised seosed (või ka vastandused). Hilisemad modifikatsioonid muutsid struktuuri järjepidevalt loogilisemaks. Töö käigus tekkis materjali põhjal võimalus luua mitmeid tüpoloogiaid (info jagamine, auditooriumi liikmed, põhilised ohud, interneti kasutamise tase, kasutajatuübid jne), millest olulisemad ja selgemini eristunud ka tulemuste peatükis esitatud on. Seejärel vaadeldi infot, arvestades konteksti ning toodi välja kõige asjakohasemad ja eredamad näited ning kaasused. Hiljem vaadeldi lähemalt, kuidas väljendasid noored end joonistustes, milliseid sõnu oma hoiakute väljendamiseks kasutati, kelle positsioonilt kõneldi, kuidas reageerisid teised grupiliikmed, kas respondendid muutsid interaktsiooni tulemusel oma seisukohti ja millest ei räägitud, mis teemasid välditi.

1.1. Grupi strateegilise kava kirjeldus

Fookusgrupid toimusid 2010. aasta juuniku esimesel nädalal, toimumispaigaks oli koolimaja klassiruum, kus õpilased ise õpivad. Tuttav keskkond valiti selleks, et noortel kuluks vähem aega sisse elamiseks ning oleks võimalik vähese energiakuluga teemasse süveneda. Fookusgrupi liikmed ja moderaator istusid ringis ümber suure laua ning lauale oli asetatud igaks juhuks kaks diktofoni, millele materjal lindistati. Toimumisaegade alguseks oli kell 10.00, mis sai eelnevalt osalejate soove silmas pidades kokku lepitud.

Fookusgrupis osalejaid teavitati alguses töö üldistest eesmärkidest ja fookusgrupi umbkaudsest ajalisest kestusest. Tutvustuses rõhutati osalejate anonüümsust, et saavutada vabam mõttearendus ja usaldus. Samuti tõi moderaator eraldi välja, et õigeid ja valesid vastuseid ei eksisteeri ning üksteise arvamustesse võiks suhtuda tolerantset.

Intervjuu kava:

- Töörütmi saavutamine (ajakulu umbes 25 minutit). Osalejatel paluti meenutada esimesi kokkupuuteid internetiga ning kirjeldada oma interneti- ja arvutikasutamist, millelt liiguti edasi sotsiaalmeedia teemale, täpsemalt Facebooki kasutamist kirjeldavatele osadele. Grupi liikmete koostöös koostati tahvlile ühine mõttekaart, millele kanti Facebookiga seonduvad märksõnad. Laiemad uurijaküsimused:
 - Miks sotsiaalmeediat kasutatakse?
 - Milliseid tegevusi noored seal teevad?
- Tüüpimisülesanne (ajakulu umbes 15 minutit), mille käigus selgus uuringus osalejate kujutlus tüüpilistest Facebooki kasutajatest. Osalejatel paluti võtta paaridesse ning joonistada umbes viis kasutajatüüpi. Hiljem ühine kommenteerimine ja selgitamine. Laiemad uurijaküsimused:
 - Milliseid erinevaid inimesi noored keskkondades tajuvad?
 - Kellega samastuvad, kellele vastanduvad?
 - Kuidas kirjeldavad noored tüüpilisi Facebooki kasutajaid?
- Info jagamise praktikad I (ajakulu 20 minutit), kus paluti individuaaltööna moderaatori poolt kaasa võetud 2010 aasta maikuu lõpu ja juunikuu alguse päevalehtedest (Pärnu Postimees, Postimees, Eesti Päevaleht, Õhtuleht) valida lauseid, mida nad tõenäoliselt võiksid Facebookis oma postitusena kasutada, järgnes arutelu. Laiem uurijaküsimus:
 - Milliseid sõnumeid saadetakse?
 - Millise iseloomuga on jagatav info?
 - Millise info jagamisest hoidutakse?
- Auditoorium sotsiaalmeedias (ajakulu 7 minutit) – osalejatel paluti kirjeldada oma sõbranimistutesse kuuluvaid inimesi, neid liigitada proportsionaalsuse ja reageerimisaktiivsuse järgi. Lisandusid küsimused auditooriumi eest info peitmise ja info jagamise selekteerituse kohta. Laiemad uurijaküsimused:
 - Kes on noorte kontaktid, „virtuaalsõbrad“?
 - Keda peavad noored sõbraks ja keda võõraks?
 - Millised on kasutatavad privaatsusseaded?

- Mida tajutakse privaatse infona?
 - Keda auditooriumi liikmetest tajuvad noored ohuna oma privaatsusele?
 - Keda tajuvad noored enda poolt postitatud sõnumite peamise sihtrühmana?
- Info jagamise praktikad II (ajakulu 10 minutit). Näidispostituste individuaaltöö (lisa 2), kus paluti osalejatel vaadata etteantud postitusi ning kujutleda, millised on postitaja sõprade ja tuttavate võimalikud reaktsioonid, mida Facebookis näha võiks ja kuidas ise reageeriks. Näidispostitused kirjutati põhinedes magistritöö autori enda tähelepanekutel ja teadmistel Facebookis levinud postitustest ning õpetlike ja humoorikate veebilehtede soovitusel Facebookis käitumise kohta (Lynch 2008, Sass 2010, theotmeal.com). Näidispostitused:

- ▶ Mis täna toimub?
- ▶ ☹ ☹ ☹ Kas saab veel hullemaks minna... Broken and hurt...
- ▶ Ma ütlesin narkootikumidele „ei“, aga nad ei kuulanud mind.
- ▶ Seal, kus on suur armastus, sünnib alati imesid. Arrmastan Sinnnd!!!
- ▶ Nägin unes, et leidsin maast kolm hõbemünti, mis muutusid kätte võttes koeras*taks. WTF?

Laiemad uurijaküsimused:

- Millised postitused pälvivad heakskiitu ja millised halvakspanu?
 - Milline on netietikett postitustele reageerimisel?
 - Mida tajutakse privaatse infona?
 - Mil määral kasutavad noored sotsiaalset steganograafiat?
 - Milline roll on auditooriumil sõnumite dekodeerimisel?
- Probleemid info jagamisel (ajakulu 25 minutit), mille käigus paluti noortel mõelda netietiketile konkreetsemalt (millist infot ei sobi avaldada, mis Facebookis närvidele käib). Grupiaruteluna kuvas moderaator projektorist teise ringi näidispostitusi (põhinesid taas isiklikel tähelepanekutel ja internetiartiklitel, nagu eelmises teemablokis), paludes mõelda, kellele võiks see sõnum suunatud olla ja kellele mitte, samuti et stimuleerida paralleelide tõmbamist noorte endi kogemustega. Näidispostitused:

- ▶ Miks jalka MM aafrikas toimub? Vaesemat riiki ei tahtnud valida?
- ▶ X, sa oled ikka eriline vördjas!
- ▶ Kell on 5 hommikul, jamai saa mitte idagi aru :D :D :D
- ▶ Õetütar hakkas just käima! Niiiii nunnunu! Ja kohe kakas püksi ka ☺

- ▶ Aja neeger hüppesse, aja neeger hüppesse
- ▶ Vanemad lahkusid. Poole tunni pärast kõik meile! Tarbitav kraam endal kaasa võtta!
- ▶ Nii haige, 39 palavik ja kõht on täiega lahti. Aaaaa....piiii.
- ▶ Vihkan kooli. Pange põlema ennast.
- ▶ Vennaga Hesburgeris, tellisin just kaks burgerit, salatit ja jäätist vist ei jaks süüa. Aga võib-olla jaksan ka...

Teemablokk lõppes noorte endi kaasuse-põhiste kirjeldustega kogetud olukordadest. Laiemad uurijaküsimused:

- Millised on vaikimisi reeglid (netietikett), mille järgi Facebookis suheldakse?
- Mida tajutakse privaatses infona?
- Mil määral kasutavad noored sotsiaalset steganograafiat?
- Millised on levinud probleemid info avalikul jagamisel?
- Keda nähakse „ohugruppidena“?
- Kuidas tajutakse auditooriumi?
- Milline roll on auditooriumil sõnumite dekodeerimisel?

2. Valim

Fookusgrupi intervjuud viidi läbi gümnaasiumiealiste noortega. See eagrupp on uurijate jaoks oluline ja põnev uurimisobjekt, kuna kõige aktiivsemad interneti ja sotsiaalmeedia keskkondade kasutajad on just noored (Livingstone et al 2010, Livingstone & Haddon 2009, Kalmus et al 2008, Hasebrink et al 2008). Samuti omavad nad piisavalt teadmisi, et teemal sõna võtta ja arutleda, kuna veedavad keskkondades palju aega ja oskavad seal toimuvat kirjeldada. Personaalse info avaldamise tõenäosus suureneb vanemas teismeliste eagrupis (Lenhart & Madden 2007), kuna siis rakendatakse vanemate poolt vähem kontrolli ning olemasolevate piirangute vastu mässatakse (Lwin et al 2008, viidatud Marwick et al 2010 kaudu).

Valimisse pääsemise eelduseks oli see, et noor kasutaks aktiivselt interneti ja Facebooki. Tegemist oli mugavusvalimiga, kus moderaatoriks oli gümnaasiumi meediaõpetuse õpetaja, kes värvas 10. ja 12. klassi õpilasi uuringusse tunnis. Vastutasuks said õpilased antud ainesse jooksva hindena juurde ühe „viie“.

Erinevas vanused noored võeti valimisse selleks, et tulemused esindaksid laiemat vanusegruppi ning tekiks võimalus gümnaasiumis õppimist alustanud kümnenda klassi õpilaste ja kooli lõpetavate abiturientide arvamuste kõrvutamiseks.

Fookusgrupi eelduseks on inimeste omavaheline vastasmõju kui „loomulik“ keskkond, sotsiaalse surve vältimiseks on vastajad sarnased, seda kas demograafiliselt, ametilt, vanuseliselt vms mõttes (Krueger 1998). Tegemist on taotluslikult homogeense valimiga, mille ühisteks tunnusteks on vanus, rahvus, elukoht ja haridus. Lisaks olid fookusgruppides osalejad eelnevalt omavahel tuttavad, kuuludes üldhariduskoolis samasse klassi. See lõi olukorra, kus hoolimata sellest, et valimi liikmed erinesid mõndadelt sotsiaal-demograafilistelt ja elustiili tunnustelt, siiski hea aluse vaba ühisteksti ja diskussiooni loomeks. Sarnasuse tunnetamine teiste grupi liikmetega võib inimesi diskreetsetel teemadel avada (Tracy et al 2006, viidatud Vihalemm 2010 kaudu).

Esimese fookusgrupi liikmed olid kümnenda klassi õpilased vanuses 16-17 eluaastat, seitse noormeest ja neli neidu (töös kodeeritud vastavalt: N1, N2, N3, N4, M1, M2, M3, M4, M5, M6 ja M7). Suurema osa oma mäletatavast elust on need noored olnud internetikasutajad, kel internetikasutamise staažiks orienteeruvalt vähemalt 7-8 aastat. Kõigil intervjueeritutel oli kodus arvuti ja internetiühendus kättesaadav. Kõik intervjueeritavad kasutasid aktiivselt suhtlusportaali Facebook, kõik valimisse sattunuist oli nimetatud keskkonnas profiili omanud vähemalt pool aastat kuni kolm aastat.

Teise fookusgruppi kuulusid 12. klassi õpilased vanuses 18-20 eluaastat, kaks noormeest ja kaks neidu (kodeeritud N5, N6, M8 ja M9). Abiturientide seas läbi viidud fookusgrupis osalenud olid interneti kasutajad olnud keskmiselt 8-13 aastat. Facebooki olid valimisse sattunud kasutama hakanud poolteist kuni kaks aastat tagasi. Kõigil noortel on olemas ka teiste sotsiaalmeedia keskkondade kasutamise kogemus.

Kaks rühma (vt Tabel 1) tulid erineva suurusega (11 osalejat kümnendast klassist *versus* 4 abiturienti) kahel põhjusel. Kuna grupiintervjuude toimumisaeg sattus juunikuusse, oli suur osa abiturientidest hõivatud gümnaasiumi lõpetamisega seotud tegevustega. Seetõttu ilmus kaheksast kutsutust toimumise ajaks kohale vaid neli. 10. klassi õpilased seevastu ilmusid kohale oodatust aktiivsemalt, kümnest kutsutust tulid kokkulepitud ajaks kohale kõik, lisaks

avaldas üks kümnenda klassi õpilane tungivat soovi grupiga liituda, kuna ta oli registreerimise päeval haige olnud.

Tabel 1. Valimi kirjeldus

Isiku kood	Sugu	Vanus	Facebooki kasutanud	Sõprade arv Facebooki kontaktides	Teised kasutatavad sotsiaalmeedia keskkonnad
Fookusgrupp 1					
M1	mees	17	1 aasta	146	Rate, MSN, Orkut
M2	mees	16	2 aastat	233	Rate, MSN, Orkut, Myspace
M3	mees	16	1 aasta	244	Rate, MSN
M4	mees	17	1 aasta	195	Rate, MSN, Orkut
M5	mees	17	1 aasta	364	Rate, MSN
M6	mees	17	3 kuud	390	Rate, MSN, Orkut
M7	mees	17	6 kuud	283	Rate, MSN, Orkut
N1	naine	16	1,5 aastat	408	Rate, MSN, Orkut
N2	naine	16	2-3 aastat	161	Rate, MSN, Orkut
N3	naine	17	6 kuud	144	Rate, MSN
N4	naine	17	1 aasta	222	Rate, MSN, Orkut
Fookusgrupp 2					
M8	mees	19	1 aasta	170	Rate, MSN, Orkut
M9	mees	20	1,5 aastat	468	MSN, Orkut
N5	naine	19	1,5 aastat	315	Rate, MSN, Orkut
N6	naine	18	1,5 aastat	206	Rate, MSN, Orkut, Twitter

Tabelis on välja toodud ka respondentide Facebooki sõprade arv, mille põhjal saab öelda, et enamus noori on aktiivsed suhtlejad ja omavad suurt kontaktide võrgustikku. Suur kontaktidenimistu annab põhjust eeldada, et valimisse sattunud noored on keskkonnas sotsiaalsele suhtlusele orienteeritud ja võivad seega omada potentsiaalselt head ülevaadet Facebookis toimivatest käitumismustritest. Lisaks nähtub fookusgrupis osalejate rutiinsest internetikasutuse kirjeldusest, et sotsiaalmeediakeskkonnad on noorte jaoks internetikasutuses tähtsusele esimesel kohal, esimeste tegevustena, mida arvutis tehakse, nimetati Orkuti või Facebooki külastamist.

III TULEMUSTE ESITUS

Alljärgnevalt antakse ülevaade uuringu peamistest tulemustest. Kõigepealt kirjeldatakse noorte poolt sotsiaalmeedia keskkondades jagatavat infot ning tuuakse välja kolm peamist põhjust, miks sotsiaalmeedias privaatse iseloomuga infot jagatakse. Järgneb alapeatükk auditooriumi ja selle tajumise kohta, kus on ülevaade sellest, keda näevad noored peamiste sotsiaalmeedia kasutajatüüpidenä ning ka sellest, kes kuuluvad noorte isiklike kontaktide sekka. Seejärel on välja toodud tulemused, mis kirjeldavad noorte poolt tajutavat auditooriumit ning peamiseid ohusituatsioone internetiprivaatsuse puhul. Tulemuste peatükk lõppeb ülevaatega sellest, millise rolli omistavad noored auditooriumile sõnumite dekodeerimisel.

1. Info jagamise praktikad

Intervjuudele toetuvalt võib väita, et paljuski saame me tänapäeva noorte *online*-suhtluspraktikate valguses rääkida infosõltuvusest. Inimesi kõikjal ümbritsevad kommunikatsioonivahendid on loonud olukorra, kus me oleme pidevas ühenduses ülejäänud maailmaga. Püsiv informatsiooni pealetulek ja kiire tempo on tekitanud pseudo-tähelepanupuudulikkuse häire (*pseudo-attention deficit disorder*), mis viitab sellele, et aktiivsete tehnoloogiakasutajate tähelepanuvõime on oluliselt lühenenud (Richtel 2003). Võimalik, et just seetõttu on aina populaarsemaks saanud *online*-suhtlusvõrgustikud nagu Facebook, mille kaudu jagatavad sõnumid on parajalt lühikesed ja ei lase kasutajate huvil nii kiirelt lahtuda. Seejuures pakuvad *online*-suhtlusvõrgustikud võimalust nende lühikeste teadete najal olla pidevalt kursis oma sõprade tegevustega. Viimane on ka intervjueeritud noorte jaoks üks peamine põhjus, miks nad pidevalt Facebookis käivad. Sarnaseid Facebooki kasutuspraktikaid on noorte hulgas täheldanud ka Kaspar Aug (2010) ja Hedli Mangus (2010). Näiteks kinnitasid pea kõik Augi (2010: 23) respondendid, et logivad end Facebooki sisse mitu korda päevas ning koguni kaks kolmandikku intervjueeritustest väitis, et suurema osa ajast tegelevad nad Facebookis just uudisvoo haldamisega. Samu nüansse on esile tõstnud ka Mangus (2010: 46) väites, et „üks peamine põhjus ja eesmärk, miks intervjueeritavad sotsiaalseid võrgustikke kasutavad on soov olla pidevalt kursis teiste kasutajate eluga, jälgida, mida teised teevad ning olla ühtlasi ka ise nähtav, kättesaadav ja informeerida enda kohta käivast teisi.“

Käesolevas uuringus osalenud noorte arvates ei ole Facebookis jagatav info väga sisukas, vaid pigem edastatakse infot väheolulistel teemadel ja üsna seosetult. Vaatamata sellele, et suhtlusportaal is jagatava info sisu hinnati noorte poolt üsnagi vähetähtsaks, nenditi et põnevust ja sõltuvust tekitab konstantne info lisandumine:

M9: minu arust ei ole seal üldse tähtsat infot, et see on kõik selline hall mull, mis tegelikult ei ole tähtis. Et mingeid fakte ega midagi sellist eriti ei ole, pigem on see, et „oh mulle meeldivad su juuksed, sa oled nii armas“ ja like like like.

Moderaatore: aga miks see on huvitav meile, miks meil on vaja minna ja vaadata?

M9: elud muutusid igavaks...seal on see faktor, et alati on midagi uut, tuleb. Kasvõi need uuendused, eriti need punaselt, et oo, vaadata neid ja klõpsida.

Info jagamise ja info saamise funktsioonidest olulisemgi on uuringus osalenud kasutajate jaoks suhtlusmoment – teiste reaktsioonid kirjutatule kommentaaride või meeldib-nupu vajutamise näol, nagu on välja toonud ka Mangus (2010) ja Aug (2010), kes uurisid muu hulgas sotsiaalmeedia kasutuspõhjuseid. Järgnevalt kirjeldatakse toetudes fookusgrupi-intervjuudes kuuldud, milliseid erinevaid informatsiooni jagamise strateegiaid ja praktikaid on noored Facebooki keskkonnas täheldanud ja praktiseerivad ise.

1.1. Info jagamise tüpoloogia

1.1.1. Ettevaatlik info jagamine

Nii mõnedki respondendid ütlesid, et nad ei jaga peaaegu kunagi mingit infot, sest ei saa sellest targemaks ja ei näe põhjust postitusi (Facebookis nimetatakse ka „staatuseks“) teha.

N3: ma olen vist ainult ühe korra selle staatuse kirjutanud. Muidu ma... ma ei kirjuta üldse nagu sinna mingeid asju, sest mulle ei lähe peale väga see kirjutamine...kus ma olen ja mis ma teen. /---/

M3: ei oska midagi kirjutada, et käisin seal ja tegin seda woohooo!

Tagasihoidlikul või üldse mitte info jagamisel võib olla mitu põhjust. Erinevad uurijad (Kalmus et al 2009, Siibak 2009a, Pruulmann-Vengerfeldt et al 2008) on täheldanud, et eesti

noored ei tegele *online*-sisuloomega nii aktiivselt, kui võiks arvata noorte üldise internetikasutuse aktiivsuse põhjal - Eesti kuulub ju Euroopa riikide võrdluses kõrge internetikasutusega Euroopa riikide hulka (Hasebrink et al 2008). Üsna passiivset sisuloomet põhjendavad noored ise motivatsiooni- ja ajapuudusega, kuid uurijad on leidnud, et tegelikkuses ei soovi noored võib olla tunnistada, et neil puuduvad oskused erinevates keskkondades sisu loomiseks (Kalmus et al 2009).

Käesoleva uuringu respondentidest nimetasid end tagasihoidlikeks info jagajateks ja suhtlejateks samuti need noored, kes olid enamasti veel üsna uued (liitunud kuni pool aastat tagasi) Facebooki kasutajad. Näiteks nenditi intervjuudes, et esialgu tekitas laiale auditooriumile sõnumite saatmine noortes kohati isegi õõvastavat tunnet.

N5: Alguses ma mõtlesin, et mis mõttes ma kirjutan mingi staatuse, et issand jumal kõik näeksid, aga praegu saab kirjutada küll.

Infojagamise mõttes hoitaksegi end tagaplaanile pigem värskete Facebooki kasutajatena, jälgides peamiselt seda, milliste mängureeglite järgi antud keskkonnas suhtlemine käib. Sellist üsna passiivset *online*-keskkonna seiret on Siibak (2009a) nimetanud ka virtuaalse muljekujunduse esimeseks raamistavaks staadiumiks, mille eesmärgiks on jälgida enda ümber toimuvat ja luua vaatlustulemustele toetuvalt hiljem enda isiklik muljekujunduse strateegia.

Teine aspekt, mida intervjuueeritud noored info jagamisest hoidumise põhjusena nimetasid, võib olla enda privaatsuse kaitsmine. Nimelt lähtus mitu intervjuueeritud noort põhimõttest, et enda kohta tohib jagada võimalikult vähe infot ning info jagamise osas tuleb olla keskkonda sisenemise hetkest peale väga hoolikas.

M8: Et ma pigem arvan nagu, et ära siis kirjuta, kui sa ei taha et teised näevad. See peitmine – noh selles mõttes, et kui saab siis saab, aga pigem nagu ära kirjuta sinna infot, mida sa ei taha, et teised näevad

M9: ma nagu ei kasuta isegi oma päris nime seal. Et ei jaga ka eriti informatsiooni.

Noorte ettevaatlikkus informatsiooni jagamisel on põhjendatud, kuna sõnumit välja saates kaob saatjal selle üle edasine kontroll. Thompsonile (2008) antud intervjuus modifitseeris

sotsioloog Zeynep Tufekci tuntud karikatuuri ja ütlust „Internetis ei tea keegi, et sa oled koer“ järgmiselt, mis võtab osade uuringu respondentide tegutsemispõhimõtte kokku: „Tänapäeva internetis teavad kõik, et sa oled koer. Kui sa ei taha, et inimesed seda teaksid, siis hoia klaviatuurist parem eemale“.

Kuigi noorte hulgas leidsid neid, kes on (isikliku) info jagamisel väga ettevaatlikud ja väheaktiivsed, saab fookusgruppides kuuldu põhjal siiski öelda, et suurem osa uuringus osalenud noortest teeb postitusi julgemalt ning alljärgnevalt on välja toodud põhiliselt välja joonistunud jagatava info tüübid.

1.1.2. Humoorikad postitused

Humoorika sisuga sõnumite osakaal on Facebookis uuringus osalenud noorte arvates kõige suurem. Nimelt leidsid intervjuueeritud noored, et Facebooki suhtluse juures on oluline see, et sinu sõbrad, kes on ühtlasi ka sinu jälgijad, saaksid naerda. Kõige olulisemaks tunnuseks potentsiaalsete staatuse-postituse puhul ongi noorte hinnangul huumor. Just selle kriteeriumi põhjal valis ajalehtedest postitustena kasutatava lause otsimise ülesandes endale meelepärased enamik uuringus osalenud respondentidest. Valikusõnelale jäid enamasti meelelahutuslikud naljakad pealkirjad, nagu näiteks „Vallikraavil tõmmati punn eest“ (M5); „Näe, hakkaski kettima. Ütle vedel, laku panni, sinu müügitaks on vedel“ (M7). Selliseid sõnamängudel ja kõlalisel koomikal põhinevaid staatuseid toodi välja veel: „Jänes, konn, Stieg ja teised ehk mida teevad karvajalad ja tsainikud ühel korralikul rattarallil“ (M6), „Makaroni ja kalavorm läks kõrbema“ (M7). Samamoodi võib noorte jaoks huumor peituda seksuaalsetes kaude vihjetes ja prominentsetes koloriitsetes isikutes. Näiteks oleks M6 kasutanud oma postitusena lauset „Juubilar Edgar Savisaare elu naistes“, mille peale ülejäänud grupp naerma hakkas. Naeru kutsus esile ka teine sarnane näide:

M5: „Üle 50aastased inimesed on ühiskonnas avastamata“

Naerukihin

Moderator: Miks sa seda kasutaksid?

M5: ma ei tea. Sest on nii. Sest nad on avastamata.

Naer

Moderator: Mis sa arvad, kuidas...

M5: keegi ei taha avastada neid

Vaatluse põhjal võib väita, et nooremas eagrupid valiti naljakaid lauseid enda võimalike staatuse-postitustena sagedamini ning ka otsuseid konkreetsete lausete kasutamise kohta langetati kiiremini. Abituriendid süvenesid lehtedesse pikemalt ning olid valimisel ettevaatlikumad.

1.1.3. Informatiivse sisuga viited

Informatiivse sisuga viideta alla võib liigitada huvitavate uudiste ja linkide (näiteks YouTube'i muusikalinkide) jagamise. Eelkõige postitatakse profiilile infot, mis on seotud enda huvide ja hobidega, ilmselt eeldades, et teatud hulk sõbralisti-liikmeid kindlasti jagab seda huvi.

Sellisel viisi infojagamist võib muuhulgas iseloomustada kui sekundaarset sotsialiseerimist, sest sekundaarsed grupid moodustuvad ka jagatud tegevuste ja arvamuste läbi (Berger & Luckmann 1966).

Jagamist on väärt kurioosse sisuga uudised, mõlemas eärühmas toodi jagatud uudiste puhul sama näide (Kopli 2010):

N1: aga veebilehed...tegelikult selliseid asju ma olen küll välja toonud, et eile näiteks... ma ei mäleta kus see oli, aga kus see suur auk maasse tuli...

M6: jah!

M3: jaa, seda küll

N1: sest see on põnev, onju!

/---/

N5: noh et saaksid naerda, no see üks uudis, kus mingi tekkis ühte linna auk lihtsalt, ma vaatasin, et M9-l oli see link just

Uudispõhiseid ja informatiivseid lauseid valisid noored ka ajalehtedest postitustena kasutatavate lausete otsimise ülesandes. Näiteks leidsid mitu õpilast, et nad jagaksid kurioosse iseloomuga päevakajalisi uudiseid (humanitaarabi kandva laeva ründamine, kaitseväge tahab soomukite hankimist, põnevad üritused). Peamiselt nimetasid nad, et sellist tüüpi tekstide jagamise põhjuseks on isiklik hinnang, et see on põnev ja võiks teistele huvi pakkuda.

1.1.4. Tugevat hinnangut väljendavad postitused

Positiivse sisuga sõnumeid postitades oodatakse toetavaid ja kiitvaid kommentaare. Näiteks kinnitasid noored, et tavaks on saanud postitada uuendusi hästi läinud arvestuste ja eksamite kohta. Kaks osalejat nimetasid, et nende enda poolt viimati postitatud lause oli seotud peatselt saabuva kooli lõpuga ning teised kasutajad jagasid postitaja rõõmu.

Negatiivsete emotsioonide puhul on Facebook väljaelamise kohaks ning taas oodatakse oma sõpradelt toetavaid reaktsioone. Ühe respondendi puhul oli viimaseks postituseks „Eurologu on täielik saast!“ ning selle postituse põhjenduseks ütles ta, et tundis vajadust seda avalikult väljendada:

N1: mu viimane staatus oli hüüdlause, et eurologu on saast, ma tundsin, et ma pean seda jagama teistega, kui saast see minu jaoks oli.

M6: ajaah, ma lugesin jah seda

M4: sind ajab palju asju närvi jah

N1: aga ei, mul on suht palju neid staatuseid ikka

Teine näide: üks abiturient oli postitanud: „Pange need kirjandi tulemused põlema!“, mille juures said klassikaaslased kommenteerides samuti oma rahulolematust väljendada.

Lisaks nimetati mõnel korral ka lauseid, mis võiksid panna lugejad mõtlema, nagu näiteks „Miski ei muutu, igal aastal ühesugused vead“ ja „Miks me vananeme?“ Või siis provotseerivaid lauseid nagu „Appi, Toompead rünnatakse!“ /---/ sest äkki mingi jobud jooksevad sinna Toompea ette“ (M4). Facebookis saadetakse ka sõnumeid, mis tunduvad lihtsalt lahedad ja mille saatmist ei osanud noored konkreetselt põhjendada. Ajalehtedest lausete valimise ülesandest näiteks lause „Disko pole oluline, punk on põhiline“, mille kohta ütles uuringus osalenud neiu, et ta võiks sellist lauset staatusena kasutada hoolimata sellest, et ta ise punkmuusikat ei kuula, kuid see „on siuke äge lause“.

Nagu näha, on nii positiivsete kui negatiivsete emotsioonide väljendamisel olulisel kohal ja oodatud auditoriumi reaktsioonid. Kusjuures, tagasisidena saadav reaktsioon peaks olema postitaja omaga ühtiv. Taani uurija Larsen (2007) ütleb, et muuhulgas on sotsiaalmeedia keskkonnad noorte jaoks ka kinnitavate ja julgustavate sõnumite vahetamise paik, kus

kinnitatakse üksteisele, et nad on toredad ja meeldivad inimesed. Lisaks annavad sotsiaalsõrgustikud Larseni (2007) järgi noortele võimaluse ennast väljendada armastaval viisil, luues sedasi armastuse diskursuse, mis ei eksisteeri väljaspool küberruumi.

1.1.5. Argitegevusi kirjeldavad infokillud

Argitegevusi kirjeldavate postituste jagamise puhul on Facebookil eelkõige mikrobloginise funktsioon. Lisaks sellele, et sellised postitused on suunatud teistele lugemiseks ja reageerimiseks, on sellistel tavategemiste kirjeldustel ka personaalse päeviku olemus ehk nagu intervjuueritid kirjeldasid: „pärast on hea vaadata, mida ma teinud olen.“

Samas nähtus, et noored ei suhtu argitegevuste kirjeldusi pakkuvatesse postitustesse just alati kõige positiivsemalt. Nimelt sai ülesandes, kus noortel paluti kommenteerida näidispostitusi, väheisukad argirutiini infot sisaldav postitus „Vennaga Hesburgeris, tellisin just kaks burgerit, salatit ja jäätist vist ei jaksa süüa. Aga võib-olla jaksan ka“ väga üleoleva reaktsiooni osaliseks. Noored tunnistasid, et argiseid sisutühje staatuseid näeb palju ja need on Facebookis tavalised. Selliseid uuendusi nimetasid noorema eagrupi esindajad täiesti mõttetuteks ning neid kommenteeriti mõnitaval toonil:

N1: „sa ketshupit ikka võtsid vä?“/---/

*M4: „ou kuule, seal Hesburgeris on ülihea majoneesi-kurgi kaste, võta parem seda“,
või mingi...“*

M5: jajah

M4: jah, „tahaks ka täiega seda jäätist praegu, ülikahju, et ma praegust ei saa“

M6: „oota seal, kohe tulen“

N2: jajah

N3: jälle sellised mõttetud vastused

N1: „jaksad ikka, pea pausi natuke“

M4: „nii armas, et sa venna kaasa võtsid“...“

Abituriendid olid veidi leebemad ning püüdsid arutleda, miks selliseid sisutühje postitusi nii tihti näeb. Põhjustena tõid nad taas välja Faceooki kui mikroblogini funktsiooni (hiljem tore vaadata, mida teinud oled), reaalselt kaaslaste leidmise (äkki keegi tahab ka tulla) või kadeduse tekitamise. Viimase puhul on pigem tegemist kinda viskamisega ja teatud mõttes

mänguga – staatuse kirjutaja juba teab ette, et keegi sõpradest kommenteerib „tahan ka“ ning kutsub seeläbi õrritavale mängule.

1.1.6. Praktilistel põhjustel kirjutatud postitused

Kõige enam jagavad noored praktilistel põhjustele kirjutatud postitustes erinevate hüvede võitmise eesmärgil reklaame. Sarnaselt Augi (2010) uuringus osalenutele, kinnitasid ka käesoleva uuringu respondendid, et Facebook on jaga-ja-võida-põhimõttel jagatavast infost ummistunud ning reklaami üleküllus neid häirib. Samas tunnistati, et enda postitustes ollakse siiski agarad reklaami edastajad.

Ehkki suur osa uuringus osalenud noortest tunnistas ka erinevate Facebooki mängude mängimist (Farmville, Fishville, Mafia Wars jne), ei suhtuta hästi liiga aktiivsetesse mängijatesse, kes paljuskki mängu jaoks boonuspunktide võitmise eesmärgil ummistavad postkastid ja uudisvood kutsete ja teadetega sellest, kuidas neil mängus läheb. Kuigi keskkond võimaldab blokeerida mängurite poolt sõpradele saadetavaid virtuaalseid kingitusi, kutseid või abipalveid, ei kasuta väga paljud intervjuueeritud seda võimalust. Noored ütlesid küll mitmel korral, et nad ei võta selliseid kutseid vastu ja blokivad need ära, kuid nagu ülejäänud kasutuspraktikate kirjeldusest selgus, pidasid blokkimise all silmas hoopis eitava vastuse andmist, palve kustutamist, mitte terve aplikatsiooni blokeerimist.

Eriti kriitilist vastuvõttu leidis vanema generatsiooni kasutajate mänguhimulisus. Noored kirjeldasid olukordi, kuidas nende võrgustikus olevad vanemad inimesed jagavad ebasobivat ja kriitilist vastuvõttu pälvivat infot:

M6: ma olen ühekorra oma isa ära blokinud

Naer

Moderator: Miks?

M6: kogu aeg saatis mulle Farmville'i neid...

Naer

M5: mul vana majandusõpetaja saadab Farmville'i neid kingitusi kogu aeg

Lisaks võib praktilistel põhjustel kirjutatud teadete kategooriasse liigitada postitused, mille sisuks on päris-elus tekkinud probleemid. Neile otsitakse Facebookis abi – näiteks telefoni

kaotamine ja numbrite taastamine; kes helistab varjatud numbril? Paljud Facebooki kasutajad paiskavad sotsiaalmeedia keskkonnas respondentide arvates õhku küsimusi, mis aitavad neil reaalse elu tegevusi planeerida. Nii pälvis äratundmisrõõmu näidispostitus „Mis toimub?“ Noored tunnistasid, et selliseid küsimusi näeb Facebookis sageli, eriti nädalavahetuse lähenedes. Seega on Facebook hea asendus telefonile või MSNile, ehk kommunikatsioonikanalitele, kus peaks igahelalt eraldi küsima, mida keegi hiljem teha plaanib. Facebookis aga on võimalik suunata küsimus kõigile korraga ning kommentaarides edasistes plaanides kokku leppida.

Selline kasutuspraktika eeldab kindlasti teate postitaja ja tema sõprade aktiivset keskkonna kasutamist. Samamoodi võiks paisata küsimuse ju õhku näiteks blogis, kuid on tõenäoline, et selle konkreetse platvormi kaudu edastatud sõnum ei jõuaks õigeaegselt auditooriumini, kuna Facebooki külastavad noored aktiivsemalt kui sõprade blogisid ning Facebooki uudistevoog viib sõnumi tõenäoliselt suurema osani soovitud auditooriumist. Kui arvestada, et eesti noortest peab blogi vaid 16% (Kalmus 2008), on tõenäoline, et Facebook on plaanide tegemises tõhusam abivahend.

1.1.7. Varjatud sõnumiga postitused

Varjatud sõnumitega postituste tüübi alla kuuluvad näiteks laulusõnad, tsitaadid klassikutelt, emotsionaalsed küsimused, mille sihtmärk ei ole konkreetselt nimetatud ning väga kitsale ringkonnale mõeldud siseringi naljad. Sellist tüüpi postitusi näeb uuringus osalenute arvates Facebookis palju ning neid saadetakse ka ise meelsasti.

Noorte arvates on põhjused selliste postituste tegemiseks erinevad. Esiteks postitatakse teatud sõpradele mõeldud nalju, mis on tihti alguse saanud eelnevalt reaalses elus toimunud sündmustest: näiteks ütles üks noormees, et tema viimane staatus oli „ma arvan, et me peame nüüd ära tapma ja tükkideks raiuma“, millest said aru vaid need, kes olid nalja sünni juures olnud. Noormees selgitas, et see lause oli tulnud ühe Läti-reisi käigus kummalise kohalikuga lõõpides.

M7: ma ei tea, lihtsalt see jäi nagu meelde, siuke, nagu teatud ringkondades saadakse sellest aru nagu, et kes olid seal Lätis ja võib-olla kes on sellest kuulnud.

Samas võivad teistele kasutajatele, kes naljast aru ei saa, siseringi naljad jätta halva tunde ja mulje. Kuid see ei tähenda, et teiste siseringi naljadest eemale hoitakse, võib ka juhtuda, et rõhutaksegi ignorantsuse koomilisusele:

M7: vahepeal ma nokin küll, kui keegi tõesti kirjutab mingi siukse asja, millest ma aru ei saa ja siis ma kirjutan sinna täpselt samamoodi, et nagu kommenteerin midagi siis ja...

Teiseks võib postitus olla konkreetselt ühele inimesele saadetav salasõnum, sotsiaalse steganograafia (boyd 2010b) praktiseerimine. Facebooki postitades on võimalik saada vihjeid näiteks vastastikuse sümpaatia kohta või saata passiiv-agressiivse sisuga postitusi, millede kohale jõudmise tunnuseks on selle inimese reageering kas kommentaari, *like*-nupu vajutamise või näiteks ka hilisema reaalse suhtluse näol.

M4: no ma olen ise ka paar korda ennast ära tundnud mõnes sõnumis

N1: oleneb näiteks sellest, et... et kes sinna alla näiteks like või kommentaare panevad, siis sa saad aru et...

M3: nojah

Moderator: Mis sa saad aru?

N1: no et sa saad aru, et kas see inimene kellele, või see ringkond, kellele see mõeldud on, on sellest aru saanud

M7: jah

N1: et tuleb nagu vastukaja

Ühe näitena toodi fookusgrupis välja laulusõnade kasutamine staatustena, mööndes veidi vastu tahtmist, et nendel laulusõnadel on teatud tähendus ja kindel vastuvõtja, kelle peale postitades mõeldakse.

1.1.8. Konfliktset postitused

Konfliktsete postituste kategooriasse kogunes näiteid fookusgrupi erinevatest osadest. Esimene suur teema, mis netietiketist kõneldes välja joonistus, oli noorte negatiivne hoiak postitustesse, milles väljendatakse tugevaid emotsioone (viha, armastus) ja lähisuhete üle-eksponeerimisse. Sellises info jagamises näevad noored eelkõige tähelepanujanu. Hingevalu

ja õnnetut seisundit väljendavad postitused, mis on eelkõige avalikuks tehtud kaastunde otsimiseks, on õpilaste hinnangul väga levinud, nii suhtlusvõrgustikes nagu Facebook, Orkut ja Rate kui pisut privaatsemas *online*-kommunikatsioonikanalis nagu MSN. Avalik armastuse avaldamine või südamevalu kurtmine Facebookis või muudes suhtluskeskkondades on miski, millele fookusgruppides osalenud noored vaatasid veidi põlglikult, leides, et pigem peaksid sellised tunded jääma päris ellu ja erasfääri.

Negatiivsete reaktsioonide kommentaariks kirjutamine on vastajate hinnangul vähelevinud, ehkki kuulnud verbaalsest suhtumisest võiks just sellist tüdinud ja õelat suhtumist välja lugeda. Siiski ei kiirustata seda sellistele postitustele vastu kirjutades jäädvustama.

M8: no, osadel inimestel on siiber lihtsalt juba, vaata, seda on lihtsalt nii palju seal

N5: jah, mida sa halad...nagu tõesti

M8: seda näeb ju igal pool

/---/

N6: no paljud jätavad kommenteerimata ka lihtsalt, et nagu mõtlevad issand...

Üleolevaid kommentaare ja silmade pööritamist pälvisid järgnevad näidispostitused: „☹ ☹ ☹ Kas saab veel hullemaks minna...Broken and hurt...“ ja „Seal, kus on suur armastus, sünnib alati imesid. Arrmastan Sinnnnnd!“ Fookusgrupis kõneldu põhjal võib aimata, et sellised poolinformeerivad intrigeerivad laused on saatja poolt avalikuks tehtud eelkõige dialoogi alustamiseks. Soovitakse, et keegi haaraks teemast kinni ja uuriks täpsemalt, mis on juhtunud, et avaneks võimalus pikemaks selgituseks. See tähendab, et inimestel on küll soov muret kurta, kuid ei taheta sellega „lambist peale lennata“, oodatakse küsimust, mis annaks ettekäände privaatasjadest avalikult kõnelda.

Valdav enamus noortest arvas, et konflikte peaks lahendama päris elus näost-näku ja mitte passiiv-agressiivses staatustesõjas. „X, sa oled ikka eriline vördjas!“ näidispostituse kohta ütles üks noormees, et see on „kaugelt kõva mees“ olemine ning viitab sellele, et postituse tegijal jääb julgusest vajaka. Konfliktide avalik klaarimine on taunitud, kuid siiski noorte seas üsna levinud, muutudes teatud mõttes kättemaksmise viisiks. Kui ollakse kellegi peale pahane, siis kirjutatakse konflikti teist osapoolt nimetav staatus, mida näidatakse kõigile sõbralistis olijatele, välja arvatud sellele konkreetsele isikule. Üks õpilane tõi välja, et avalik

probleemide lahkamine ja kaartide lauale löömine suhtlusvõrgustikus aitab teisel osapoolel probleemi tõsidust mõista:

M3: kui sa tahad, et keegi tropp sust aru saaks...

Selliste staatuste kirjutamise põhjusena nägid õpilased eelkõige viha ja emotsioonide välja elamise võimalust, mille käigus on võimalik saada kaaslastelt emotsionaalset tuge ja kinnitust/õigustust enda käitumisele, hukkamõistu konflikti teise osapoolle suhtes.

Samas, nagu juba eelpool mainitud, ei näe õpilaste arvates *online*-keskkondades eriti palju õelaid ja negatiivseid kommentaare. Netikeskkondades on nende arvates levinud positiivsete sõnumite vahetamine ning üksteise kiitmine, sest halvustamine tekitab liiga palju probleeme, kulutab energiat ja ei ühildu Facebooki meelelahutusliku funktsiooniga.

N3: pole [halvasti – M.M.]öeldud

N2: käitutakse ikka ilusasti

N3: et ikka issand, kui ilus sa oled ja

N2: on jah positiivne põhiliselt

N1: mina olen näinud, et on kirjutatud nagu mingi iro-irooniaga nagu või tagamõttega nagu, noh kuidagi teistmoodi väljendatud, aga seda ma pole küll näinud et on välja kirjutatud, et sitt morda või midagi.

Selline võidukiitmine, mille põhilisteks harrastajateks on noorte arvates just naissoost suhtlusvõrgustike kasutajad, võib mõnikord kõrvaltvaatajale kentsakana tunduda:

M5: jah, aga ei, sõbrannad panevad, et „oo, sa oled nii ilus“, siis keegi paneb vastu, et „ei, sa oled ikka poole ilusam“ ja siis jäävadki vaidlema, mingi sada kommentaari, et „ei, teie olete ikka kahekesi ikka kõige ilusamad“, „ei, sina oled ikka kõige ilusam“, niimoodi see ahel läheb järjest suuremaks

Teisalt tuli siiski fookusgrupis diskussiooni arenedes mitmeid näiteid ja mõttearendusi selle kohta, et vahel esineb ka Facebookis halvasti ütlemist, kuid sellised ütlemised on peamiselt tögamisi öeldud ja aktsepteeritavad. Noorte kirjeldustest nähtus, et suhtlusvõrgustikes on tekkinud kummaline topelttähendustega suhtlemine, mille käigus võib esineda isegi olukord,

kus sõnum (näiteks pildi kommentaar „sa oled nii rõve“) on saadetud siiraid tundeid edastades, kuid see võetakse vastu ümberpööratult ja rohkete *emoticon*’idega ilustatult (vastukommentaar „:D :D ah ole vait, ise oled :D“), millele siis esialgse sõnumi saatja võib vastata juba mänguliselt ja tagurpidi tähendustega kaasa minnes:

M6: ei, aga ütled ausalt, ütled mingile tüdrukule, et „kule, sitt morda sul“, ta paneb sulle mingi sulle pildile vastu, ta arvab, et see on nali

M3: jah, isegi kui sa oled tõsiselt mõelnud, ta ei saa ikka aru.

Intervjueeritavad leidsid, et selliseid halvasti ütlemissi võetakse egokaitse mõttes enamasti vastu naljana. Eriti võib solvang-komplimente leida lähedamate tutvavatega suhtlemisel, kus võib olla probleeme oma siiraste tunnete avaldamisega ja hästi ütlemisega ning seetõttu näidatakse kiindumust vastupidiste kommentaaridega, seejuures peavad saatja ja vastuvõtja seda koodi jagama:

Moderator: Aga see on ju selline topelttähendus on, et kunagi ei või ju teada, mida inimesed päriselt mõtlevad.

M7: ei, no osade kasutajate puhul ma saan aru, kui nad nalja teevad

Moderator: aga osade puhul?

M6: teiste puhul ei saa

M7: oh nagu... näiteks, mingi tutvavad, kindel kasutaja kirjutab, et kule, sa oled enndiselt väga rõve, siis ma saan ju aru, et ta teeb nagu nalja

Siinkohal on aga oluline märkida, et negatiivsete näidete puhul rääkisid noored läbivalt üldistatud teistest, üksikutel juhtudel öeldi ka „mul on üks tutvav“. Üldistatud „teised“ teevad osalejate arvates Facebookis kehtivas netietiketis mitmeid vigu, kuid ise ollakse enamasti patust puhas. Kui siiski noori oma käitumist analüüsima ärgitada, tunnistatakse ka enda poolt tehtud vigu.

Siiski nähtus vestlustest, et enda vead on andeks antavad ja väiksemad, kui teiste kasutajate prohmakad. Näiteks tuli Facebookis probleemide lahendamise diskussiooni käigus välja, et kahel uuringus osalejal on olnud sarnane juhtum, mida just teoreetilisel tasandil tauniti, kuid isiklikul tasandil on sellele õigustus, isegi kui seda selgitada ei suudeta:

N4: mina arvan, et see võiks ikka olla personaalne, ütle mulle näkku või keda huvitab, mida sa sellest arvad

M6: ise sõimasid ka mind

M5: ja jah

N4(ärritunult): ja mis siis, kui sõimasingi, muidugi sõimasin.

N4 sai siinkohal pahaseks ning ei selgitanud pikemalt, milles probleem oli. Sarnaseid grupisiseseid vaidlusi ja (teiste grupikaaslaste) loogikavigadele osutamisi toimus mõlemas grupis veel. Abiturientide fookusgrupis läksid osalejad mõttetu sisuga postitustest rääkides näiteks naljatamisi vaidlema („ise oleme ka teinud selliseid“ – „ei ole“ – „oleme ikka küll“ – ei ole, ei ole, ei ole“ – „sa kirjutad iga päev selliseid“). Samuti ütlesid abiturientid üleolevalt, et „Vihkan kooli. Pange põlema ennast“ näidispostitus on põhikooli õpilastele omane ning liiga lahmiv, kuid tunnistasid hetk hiljem, et nad olid ise pärast eksamitulemuste saamist Riikliku Eksami- ja Kvalifikatsioonikeskuse lubanud põlema panna.

Teine konflikti esile kutsuv tüüppostitus on noorte arvates selline, kus avaldatakse liiga palju infot, oodates kommentaarides teatud tüüpi reaktsioone. Postituse „Nii haige, 39 palavik ja kõht on täiega lahti. Aaaaa...piiiii“ puhul ütlesid noored, et see info on liiga personaalne ja selliseid postitusi tehakse nende meelest kaastunde otsimiseks, et keegi reageeriks näiteks verbaalselt kaasa tundes („issand kui kahju“) või nõuandega („söö söetablette“). Reeglina sellised sõnumid jäetakse reaktsioonita või vastatakse üleoleva kommentaariga. Üldse hindasidki noored liiga palju infot avaldavateks postitusteks need, mis on seotud ihuhädade kirjeldusega. Samasse kategooriasse läks postitus „Õetütar hakkas just käima! Niiiii nunnnu! Ja kohe kakas püksi ka“, mille kohta öeldi, et see on mõttetu infokild, mis pakub huvi vaid teatud väikesele auditooriumile (perekond ja perekonnatuttavad) ning jätab kõik need, kes selle sõnumi sihtgrupiks ei ole, täielikku segadusse, et millist reaktsiooni nüüd oodatakse. Üldiselt noored küll naersid fekaalidega seotud postituste peale, kuid hindasid neid Facebooki jaoks liiga avameelseteks.

Üks võimalus tehtud vigu parandada on ebasobivad postitused hiljem kustutada, nagu selgus postituse, mille sisuks „Kell on 5 hambikullll, jamai saa mitte idagi aru :D :D :D“ arutelust. Sellised postitused tekitasid noortes äratundmisrõõmu ja elavat diskussiooni, mida rikastati isiklike analoogsete lugude rääkimisega:

M9: mul oli ka kusjuures ükspäev siuke. Käisime... ma ei tea, Tallinnas hoorasime ringi vanalinnas ja mingi venelane tuli, ma ei tea mingi kickpoksija vend või ma ei tea, mis ta üritas olla, ja siis ta üritas mind jalaga lüüa ja ma tõmbasin kohe talle korralikult kohe tahti, siis ta kukkus sinna pikali vastu asfalti. Noh ise tuli ju! /---/ ja siis läksime tagasi korterisse ja siis ma kirjutasin sinna mingi, et kuradi venelased, et mul on käsi nüüd väga valus või midagi. Siis kui hommikul vaatasin, ise ei saanud ka aru, mis ma kirjutasin, mingid keelevead ja kustutasin ära.

Kuna selliste postituste sisu on tihti läbi mõtlemata ja tundlikku infot edastav, leidsid noored, et on palju sihtrühmi, kelle silmad selliseid tekste näha ei võiks. Eelkõige nähti probleemi selles, kui sarnaseid postitusi näevad võimuhetes kõrgemal asuvad inimesed (õpetajad, vanemad, tulevased tööandjad). N5 tõmbas Facebooki tehtud mõtlematute postituste puhul paralleeli öösel küsitavalt adekvaatses seisus SMSide saatmisega. On oluline märkida, et mobiiltelefonidel toimuv suhtlus on enamasti privaatne, Facebooki postitatud sõnumi auditoorium on mõõtnatult suurem. Õpilased ütlesid, et järgmisel päeval on sellistel postitustel küll kombeks saladuslikult kaduda (kui kasutaja end uuesti sisse logib, näeb, mida ta kirjutanud on ja selle häbi tundes kustutab), kuid internetis ei saa kunagi kindel olla, et see info juba nähtud ja kopeeritud ei ole.

1.2. Privaatse iseloomuga info avaldamise põhjused

Eelpoolkirjeldatust näeb, et noored tajuvad, millised võivad olla liiga innuka informatsiooni edastamise tagajärjed ning nad oskavad analüüsida, milline käitumine võiks internetis olla sotsiaalselt aktsepteeritav ja milline mitte. Miks aga avaldatakse siiski vahetevahel liiga palju informatsiooni, liiga privaatse iseloomuga infot või käitutakse viisil, mille kohta kõrvaltvaatajana fookusgrupis diskuteerides korralekutsuvaid märkuseid tehakse? Fookusgruppides kuuldu põhjal võib peamised sobimatu info jagamise põhjused liigitada kolme kategooriasse.

1.2.1. Oskuste ja teadmiste puudumine

Jagatava info tüpoloogia peatükis võis ühe info avaldamisest hoidumise põhjusena välja tuua selle, et noored ei oska erinevaid keskkondi sisuloome eesmärkidel kasutada (Kalmus et al

2009). Oskuste ja teadmiste puudumine võib olla ka info liigse jagamisega (*oversharing*) seotud probleemide põhjuseks. Facebookiga liitutakse eelkõige sõprade õhutusel (boyd 2008, Aug 2010, Mangus 2010) ning keskkonda sisenedes ei teata veel täpselt, millised tavad ja normid selles keskkonnas levinud on. Ehkki enamasti hoitakse uue kasutajana tagaplaanile, ei pruugi see alati nii olla. Kui noorel puudub arusaam potentsiaalse auditooriumi suurusest ning jagatava info sobilikkusest erinevatele auditooriumi liikmetele, võib see päädida konfliktse postituse või muu möödapanekuga.

Hilisteismelised noored kasutavad internetti reeglina mitmekülgselt kui nooremad (kuid mitte tingimata pädevamalt) (Livingstone et al 2010: 35). Oma arvutikasutusoskusi hindasid käesolevas uuringus osalenud noored keskmisteks, pidades arvutikasutustest kõneldes eelkõige silmas internetilehekülgedel tegutsemise osavust ja näiteks illegaalselt filmide ja muusika allalaadimist. Noorte endi arvates jääb neil aga tihtipeale vajaka teadmistest arvuti parandamise, programmeerimise ja rakenduste loomise osas. Lisaks tunnistasid paar uuringus osalenut, et nad tunnevad puudust piltide töötlemise oskusest. Vastavate oskuste oluliseks pidamine aga viitab taas internetikuvandi olulisusele, sest ilusad töödeldud pildid saavad reeglina suhtlemisvõrgustikus suuremat tähelepanu ning positiivsemat tagasisidet. Näiteks uskusi Siibaku (2009b) uuringuvalimis 76% tüdrukutest ja 67% poistest, et headel fototöötlusoskustel on kasutaja populaarsusele teiste kasutajate seas tugev positiivne mõju. Muud IKTga seonduvad programmid on õpilaste jaoks arvutikasutusoskustest eraldiseisvad:

M1: pff, ma arvan, et päris hea, netti ja neid ma ikka oskan kasutada, aga mingi Microsoft Wordid ja siuksed asjad, siis on natuke raskusi.

N1: mul on ka. Üle keskmise. Aga selleks, et need asjad nagu, mida ma tihti ei kasuta, nagu näiteks mingi Excel ja sellised asjad, neid nagu väga hästi ei oska.

N3: Mmm, ma arvan, et mul on keskmine, sest neid viiruseprogramme ja neid, nendest ma ei jaga üldse midagi.

N2: nendest ma ei saa ka aru.

N4: mul sama seis

Nagu ka varem mainitud, iseloomustab Facebooki kasutamise algust see, et tehakse konto, kuid keskkonna kasutamisel jäädakse tagasihoidlikuks ning jälgitakse, kuidas teised seal

käituvad ja luuakse oma suhtlusstrateegia. Uuringus osalenud noormees, kes oli kasutaja olnud alla poole aasta ja nimetas ennast algajaks, kirjeldas lehekülje tavalist kasutamist järgnevalt:

M6: esiteks ma ei oska [linke jagada – M.M.] ja teiseks ma eiii... mõttetu, ma käin korra vaatan seal, kas keegi mulle midagi kirjutand on. Ei ole, siis vaatan, kes mind sõbraks on tahtnud lisada ja vaatan, et mis need taotlused või asjad on. Ja siis lähen välja.

Tsitaadist saab kinnitust väitele, et vähese kasutajameisterlikkuse puhul on sotsiaalmeedias osalemine pigem passiivse iseloomuga ning oodatakse teise osapoole aktiivsust. Tuleb aga arvestada, et ehkki kasutaja endapoolne erineva info jagamine võib olla kasutajaks hakkamisel madala aktiivsusega, võib kasutajainfo koguneda teiste kasutajate poolse kollektiivse tegevusena (piltide *tag*'imine, seinale postitamine, gruppidega liitmine). Määravaks saab hoopis see, kui palju sellest infost on vabalt kõigile osapooltele kättesaadav ja kui palju tehtud ligipääsetavaks vaid sõpradele.

Vaatamata sellele, et Facebookis on võimalik kasutada info jagamisel erinevaid filtreid, ei saa kasutajad erinevatest privaatsusseadetest aru, veel vähem muudavad nad neid (Lederer et al 2004). Fookusgruppides osalenud noorte poolt räägitu põhjal võib samuti väita, et enamasti sellist info piiratud jagamist ei praktiseerita. Privaatsusseadeid on noored vaikimisi seadetest ümber muutnud vaid mõnel juhul. Seevastu valdav osa uuringus osalenuist tunnistas, et nad ei kasuta erilisi piiranguid, umbes poolte puhkudel on põhjus selles, et noored ei olnud sellistest piiramise viisidest teadlikud või on need liiga raskesti rakendatavad ja aeganõudvad.

Kui arutluse all oli piiratud info jagamine, siis kõnelesid uuringus osalenud noored eelkõige isikute ja *application*'ite täielikust blokeerimisest. Facebook pakub aga info jagamisel muidki piiranguid – näiteks *Chat*'is teatud gruppidele või kõigile nähtamatu olemist; postituste, linkide ja fotode jagamist ainult teatud gruppidele, jne. Võib oletada, et noored ei ole erinevate seadete muutmisvõimalustega väga hästi kursis, kuna kui moderaator tõi jutu sees erinevaid privaatsussätteid mainis, ei väljendanud respondendid äratundmist.

Fookusgruppides räägitu põhjal võib väita, et noorte poolt Facebooki keskkonna kohta tehtud kriitika taga ongi paljuski teadmatus. Kuna uuringus osalejad kritiseerisid eelkõige neid

Facebooki seadeid, mida annab muuta, võib sellest eeldada, et noorte üldine Facebooki kasutajateadlikkus on üsna madal. Näiteks ütles üks neiu, et talle ei meeldi see, kuidas ta näeb uudisvoogu. Ühise diskussiooni käigus selgus, et ta ei ole uudisvoogu vaadelnud reaalaajas, vaid olulisemate uuenduste seades. Samuti ütles üks noormees, et liiga agaralt erinevaid reklaame ja linke jagavad inimesed on põhjuseks, miks ta kasutab Facebooki vähem kui võiks, sest teiste poolt jagatav materjal ummistab *news feed*'i (uudisvoo) ja saadavat infot on tema jaoks liiga palju. Ka see näide illustreerib ilmekalt seda, et Facebooki keskkonda ei osata ise endale meelepäraseks teha, sest erinevad aplikatsioonid ning inimesed on võimalik ära peita, et vastavaid uudisnuppe enda personaalses uudisvoos näha ei oleks.

Facebooki kiirsuhtlusprogrammist *Chat*'ist kõneldes tuli poolkogemata välja hea näide selle kohta, kuidas kasutajad ei mõista mõnikord ka oma kontaktide haldamist ja auditooriumi tegelikku erinäolisust:

N5: mina vihkan seda chati, sest et kogu aeg mingid rootslased ja ma ei tea, mis keeles nad räägivad, kogu aeg üritavad lihtsalt hakata rääkima, mingi...

M9: miks sul rootslased seal sõbralistis on?

N5: no aga see ei tähenda, et nad on mu sõbrad ju, kas see tähendab et on vä?

M9: jaa, nad ei saaks sinuga muidu rääkida ju

N5: (naerab) ei ole! Ma ei teadnudki, mingid Lindström ja ma ei tea kes veel

Võimalik, et enamus uuringus osalejaist ei oma privaatsussätete küsimuses piisavalt informatsiooni, kuid selleks, et mitte endast võhiku muljet jätta, välditi nendel teemal pikemalt arutamist. Facebook küll muudab keskkonda pidevalt kasutajasõbralikumaks ning kriitikat pälvinud aspekte parandatakse jooksvalt, kuid siiski on privaatsusseadete muutmine mõnede kasutajate jaoks raskesti leitav, liiga mitmele eri tasandile laiali jaotatud ning keeruliselt navigeeritav. Samuti ei paku Facebook postituse tegemisel lihtsat võimalust seda näidata vaid teatud kitsale auditooriumi osale.

1.2.2. Hoolimatus ja mõtlematus

Internetis tekkiv anonüümsuse illusioon käis läbi käesoleva uuringu käigus tekkinud aruteludest mitmel korral ning väga otseselt. Kui moderaator küsis, kas erinevatesse kogukondadesse kuulumine näitab midagi nende endi kohta, siis vastas üks neiu:

N6: mina... ei minul ka vist ei ole, pole vahet, ma arvan, et kedagi ei huvita see, et kuhu ma kuulun

Sarnast suhtumist on esile tõstnud ka näiteks boyd, kes ütles, et „enamus intervjuueeritud teismelistest ei tundnud, et neil oleks midagi varjata, kuid olid hämmingus, miks peaks täiskasvanud, keda nad ei tunne, nende profiile külastama. Noored eeldavad, et juhuslikud võõrad küll satuvad nende leheküljele, kuid oletavad, et nad liiguvad sealt kohe edasi järgmiste juurde“ (boyd 2008: 85). Seega – ehkki avaldatav materjal on nähtav väga laiale auditooriumile, ei oodata, et võimalik auditoorium nende profiili vastu huvi tunneb.

Taoliste hoiakute poolest eristusid intervjuueeritud noored näiteks selgelt Solove (2007a: 750) arvamusest, kes on märkinud, et „igapähe on suure tõenäosusega midagi kellegi eest varjata“. Peamine info, mida respondendid enda profiilidel varjata otsustasid, puudutas nende vanust. Selline teguviis võib pidada aga üsnagi eagrupile omaseks käitumiseks. Nimelt on boyd (2008: 21) väitnud, et teismelistele tõkestatakse süsteemselt poliitilist ja kultuurilist avalikkust, kuid see on ajutine – kui nad jõuavad sobivasse ikka, saavad nad ligipääsu teatud õigustele, mis enne olid kättesaamatud. Et olla vaba alaealistele suunatud piirangutest (nii õiguslikul kui sotsiokultuurilisel tasandil), on oma tegeliku vanuse peitmine hea strateegia saamaks suuremaid õiguseid, samas otseselt valetamata.

Paaril korral ütlesid uuringus osalejad ka välja, et neil ei ole midagi varjata ja nad on oma käitumises, suhtlemises ja kuvandis kindlad (või on neil lihtsalt ükskõik) ning ei näe vajadust erinevat infot varjata. Sellise suhtumise ja käitumise üheks põhjuseks võib olla see, et sotsiaalmeedia kasutamise üks peamistest eesmärkidest on intervjuueeritute jaoks kerge meelelahutuse otsimine ja seetõttu tundub seal avaldatav materjal samuti kergema iseloomuga ja oluliste kaugeleulatuvate tagajärgedeta. Teine võimalik põhjus, miks intervjuueeritud noored leidsid, et neil ei ole midagi varjata, võib olla seotud sellega, et noored ei pidanud kommentaari andes silmas tervet auditooriumi, vaid et neil ei ole varjata midagi nende eest, kelle peale nad juhtuvad postitust tehes mõtlema.

Nimelt väitsidki intervjuueeritud noored enamjaolt, et nad mõtlevad reeglina konkreetsete inimeste peale, kui nad postitusi kirjutavad ja infot jagavad ning valdav enamus sõbralisti kuulujatest ei tule neile postitust lugeva auditooriumina mõttessegi. Sõnumi saatmisel oodatakse tihti just teatud inimeste reaktsiooni:

M4: no ma olen ise ka paar korda ennast ära tundnud mõnes sõnumis

N1: oleneb näiteks sellest, et... et kes sinna alla näiteks like või kommentaare panevad, siis sa saad aru et...

M3: nojah

Moderator: Mis sa saad aru?

N1: no et sa saad aru, et kas see inimene kellele, või see ringkond, kellele see mõeldud on, on sellest aru saanud

M7: jah

N1: et tuleb nagu vastukaja

Ülaltoodud näitest nähtub, et sõnumit saates mängitakse peas justkui edasine stsenaarium läbi: kes kommenteerib, mida ta kirjutada ja arvata võiks, mida saatja omakorda vastu võiks kirjutada jne. Kõik sellest mõttemängust välja jäävad inimesed on sõnumi saatja jaoks nähtamatud, kuid saadetakse sõnum ei muutu seetõttu nende jaoks varjatuks. Sellest pikemalt hiljem, auditoorimi tajumist käsitlevas alapeatükis.

Ennast kirjeldavat infot jagasid mõned noored küll ainult sõpradele ja tuttavatele, kuid „sõbralistidesse“ kuulub tihti ka võhivõõraid inimesi, keda ei teata ja nii muutub avaldatav info kättesaadavaks suuremale auditooriumile, kui oodata osatakse. Näiteks EU Kids Online värskeimast uuringust (Livigstone et al 2010) selgus, et Eesti lapsed ja noored suhtlevad võõrastega üsna julgelt: koguni 54% küsitletud noortest ütles, et nad on internetis suhelnud inimesega, keda nad näost-näku kohanud ei olnud. Selle näitajaga oleme me Euroopas teisel kohal, vaid rootslased on mainitud uuringu tulemuste järgi protsendipunkti võrra võõrastega suhtlemises eestlastest aktiivsemad. Euroopa keskmine aga on tunduvalt madalam – umbes 25% noortest on loonud kontakti võõraga.

1.2.3. Populaarsusjanu

Inimesed oma kuulumis- ja suhtlemisvajaduse rahuldamiseks hakanud üha enam kasutama virtuaalseid kogukondi (Mangus 2010) ning juba Facebookiga liitumine on seotud kuulumisvajaduse ja teiste seas hinnatud kaaslaseks olemisega. Viimast väidet kinnitab kõnekalt ka fakt, et kõik intervjueritud noored ütlesid, et nad liitusid keskkonnaga seetõttu, et sõbrad kutsusid ja avaldasid liitumiseks survet.

Eelnevalt vaadeldi liigse info jagamise põhjuseid saadetavate sõnumite põhjal, kuid unustada ei tohiks seda, et auditoorium on samuti mingil määral kontrollitav. Sõpradeks lisatakse *online*-kogukondades reeglina inimesi, keda teatakse ka päris elus. Justnimelt „teatakse“, eelnev reaalne suhtlemine ei ole vajalik. Sõbrakutsest loobumise puhul kardetakse endast halva mulje jätmist:

N1: „Pärast arvab muidu, et olen jube õel mingi teiste vastu.“

Alguses väitsid uuringus osalenud noored, et nad ei võta oma võrgustikku vastu inimesi, keda nad ei tea, kuid hiljem, teemade kordumisel ja täpsustumisel selgus, et noorte sõbranimistutes leidub isikuid ja firmasid, kellega puudub igasugune eelnev kontakt. Miks laiendatakse oma sõprusringkonda ka võhivõõrastele, saates või võttes vastu sõbrakutseid inimestelt (ja organisatsioonidelt), kellega puudub igasugune kontakt ning kelle motiivid virtuaalsõpruse otsimisel on samuti teadmata?

Selle teema arutelud läksid sageli fookusgruppides umbmäärasteks ja iseennast toodi kogemustesse sisse harva. Näiteks intervjuude jooksul tehtud praktiliste ülesannete käigus rääkisid noored tihti üldistatud „teistest kasutajatest“ ning mitmel korral toodi negatiivse ja taunimisväärse käitumisena välja just ohjeldamatu sõprade kogumine. Kui noortelt küsiti, miks need „teised“ kasutajad lisavad sõpradeks inimesi, keda tegelikult ei teata, tõid respondendid põhjusena välja, et siis kui sõbralisti kuulub rohkem inimesi võib selles „kogujal“ olla uhkem tunne, sest temast jääb teistele populaarse inimese kuvand.

Moderator: A miks on uhke siis olla?

N1: algul retsilt feimi

M6: jaa, kõik kadestavad

M2: kõik teavad

M1: võib olla on tuntud või et hea sõber kõikidele, et tal nii palju sõpru on.

Sellise käitumise põhjusena nähti inimese üksildust ja seda, et neil tegelikult ei ole sõpru ning vastavate sotsiaalsete suhete aseainet otsitakse virtuaalvõrgustikest. „Tahetakse näida populaarsed“, „et keegi neid tähele paneks“ ja „tahavad kuuluda seltskonda“ olid õpilaste poolt välja toodud põhjused. Sellistesse „sõprade kogujatesse“ suhtusid intervjuueeritud peamiselt üleolekuga. Ehkki noored rääkisid teistest, kes sellisel viisil käituvad, tuli (nagu

eelpool mitmel korral mainitud) korduvalt jutust välja, et ka nende endi virtuaalsõprade seas on inimesi, keda tegelikult ei tunta. Mingil määral on suur sõprade arv virtuaalkogukonnas ihaldusväärne populaarsuse indikaator, „staatuse tunnus“ (boyd 2008: 216), kuigi keegi sellist pealiskaudset hindamist enda kohta tunnistada ei taha. Teismelised võivad sõpru koguda ka potentsiaalse kaaslase leidmiseks, meelelahutuseks või omavahelise võistluse korras.

Et olla populaarne, pead sa silma paistma ning *online*-keskkonda aktiivselt kasutama. Et olla Facebookis nähtav, peab kasutaja postitama pilte, sõpradega diskuteerima ning jagama personaalseid huvisid ja informatsiooni (Christofides et al 2009, viidatud Marwick et al 2010 kaudu). Ühe enim esile kerkinud läbiva teemana rääkisidki noored intervjuudes internetikasutuse aktiivsusest. Tundub, et noorte seas on levinud nii-öelda *nolifer*'itest luuserite diskursus – see tähendab, halvustavalt suhtutakse neisse, kes internetis liigselt aega veedavad ja reaalsest elust võõrduvad. Negatiivset suhtumist ülemäärasesse interneti kasutamisse võis märgata näiteks oma igapäevase internetitarbimise kirjelduse juures, kus noored ei tahtnud esiti avaldada, mitu tundi nad päevas internetis veedavad:

M6: oi...

N2: ma ei taha sellele mõelda.

N1: ma istusin eile terve päev arvutis, ma tundsin ennast nagu tõeline geek.

Julgustamise järel tunnistasid õpilased end olevat üsna aktiivsed internetikasutajad, veetes internetis iga päev mitu tundi (tavaline vastus 4-6 tundi).

Erineva informatsiooni jagamise puhul on siiski oluline, et teised võrgustiku liikmed sellele sõnumile reageeriksid. Mõnikord soovitakse teada teiste arvamust millegi kohta, kuid reeglina soovitakse lihtsalt ükskõik milliseid reaktsioone (kusjuures eelnevalt kritiseerisid noored neid kasutajaid, kes liiga palju jagatud materjalile reageerivad). Sellest tulenevalt avaldataksegi Facebookis mõnikord materjali, mis võiks potentsiaalselt hiljem reaalses elus negatiivseid tagajärgi tuua – keskkonnas ringi vaadates võib näha, et tehakse ebakorrektsed nalju (näiteks homofoobsed, seksistlikud, rassistlikud või muul moel diskrimineerivad), jagatakse infot juhtunud piinlike seikade kohta (kui purju eelmisel õhtul jäädi; millise kujuga ekskrementide väljutati), laetakse üles pilte, mis võivad teatud auditooriumi liikmetes tekitada negatiivseid hoiakuid selle isiku suhtes (fotod relvadega, surnud loomadega, ebaadekvaatses olekus), jagatakse testide tulemusi, mis kõigi auditooriumi liikmete seas ei pruugi heakskiitvaid

reaktsioone saada („Milline narkootikum sa oled?“, „Milline suguühite asend sulle sobib?“) jne – ja seda kõike just teiste võrgustiku liikmete reaktsioonide saamise nimel. *Like*-nupu vajutamine või lühike väheisukas kommentaar võivad toimida sotsiaalsete paitustena – kinnitus sellest, et teised hindavad kasutajat vaimukaks, ilusaks, huvitavaks ja sügavaks. Samamoodi võib lühipostitus „hei, kuidas kulgeb?“ nii sõnumi saatjale kui vastuvõtjale olla tegelikult kodeeritud sõnum, mis ütleb avalikult, „hei, annan märku, et ma olen endiselt su sõber ja hoolin sinust“ (boyd 2010a).

N1: nagu see ka, et ma saan nagu teiste arvamust teada, no kasvõi näiteks, et mul on näiteks ajalooeksam, siis teised soovivad edu ja siis on tore.

Larsen (2007) on välja pakkunud, et üks vaatenurk ja käsitlusviis sotsiaalvõrgustike puhul on just veenev – seal saadetakse üksteisele pidevalt lühisõnumeid, mis kinnitavad üksteisele, et sümpaatia on endiselt olemas ja kõik osapooled on meeldivad inimesed. Selline populaarsus võib olla seotud väga konkreetset kitsas ajahetkes, ringkonnas või eagrupid hinnatud ja heakskiidetud käitumisega, mis mõne aasta möödudes enam kasutaja tõekspidamistega ei kattu, kuid võib olla internetiavarustesse juba säilitunud.

2. Auditoorium ja selle tajumine

Eesti noored on suhtlusringkondadelt ja sõprade hulgalt Euroopa tagasihoidlikemate seas: umbes kolmandik EU Kids Online uuringus osalenud Eesti lastest ütleb, et neil on vähem kui 10 sõpra ja vähem kui viiendikul on üle 100 sõbra (Livingstone et al 2010). Manguse (2010) töö põhjal, kus uuriti täisealiste sotsiaalmeedia kasutust, võiks väita, et eaga kasvab sõprade hulk, sest keskmiselt oli Manguse uuringus osalenute võrgustiku suuruseks 150-500 kontakti. Käesoleva töö valimisse kuuluvad noored on keskmiselt veidi vanemad kui EU Kids Online ankeetküsitluses osalenud ja suures osas nooremad kui Manguse (2010) uuringus. Fookusgrupis osalenud noored ütlesid, et nende võrgustikus on 144 kuni 468 „sõpra“ ja üldiselt kuuluvad nende sõbralistidesse sõbrad ja tuttavad. Sõprade ja tuttavate domineerimist nendes virtuaalsete sõbralistides on välja toonud ka eelnevad Eestis tehtud uuringud (Aug 2010, Mangus 2010). Samas nentisid intervjuueeritud noored, et kõikide virtuaalsõpradega ei suhelda, kontakte hoitakse umbes pooltega või alla selle. Ülejäänud kontaktide hulgas olevad inimesed on seega tihti lihtsalt numbrilised näitajad, kelle tegemised noortele korda ei lähe ja

kellega ei suhelda. Isegi kui omavahel ei ole väga pikka aega suheldud, ei saa ära unustada, et need inimesed näevad siiski postitusi mida kasutaja teeb ja saavad tema eluga pidevalt kursis olla.

2.1. Noorte nägemus peamistest sotsiaalmeedia kasutajatüüpidest

Tüüpimisülesandes aluti uuringus osalejatel joonistada ja lühidalt kirjeldada erinevaid Facebooki kasutajate tüüpe, keda nad keskkonnas liikumas on märganud. Järgnevalt kirjeldatakse peamisi noorte poolt välja pakutud Facebooki kasutajatüüpe, mis kirjeldustes kordusid: Üliagar Kasutaja, Edvistaja, Ärimees, Pervert, Tige kasutaja ja Tavakasutaja. Tüüpide juurde on illustreeriva materjalina lisatud noorte joonistused tüüpikasutajatest.

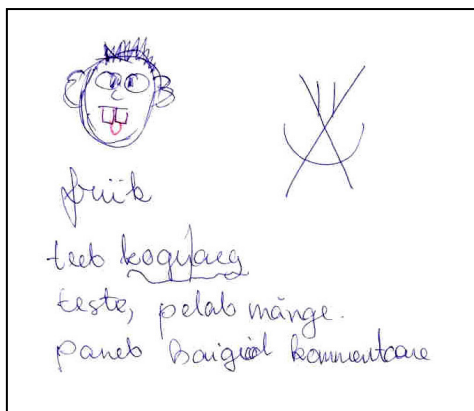
2.1.1. Üliagar kasutaja

Kõige enam kujutasid uuringus osalenud õpilased oma joonistustel ja suulises kirjelduses sellist sotsiaalmeedia kasutajatüüpi, kelle iseloomustused saaks koondada ühisnimetaja Üliagar kasutaja alla (noorte pakutud nimetused: Wannabe, Friik, Lisan-Kõiki-Sõbraks-Tüüp, Meelelahutaja, Rõõmus Pedekas).

Üliagarat kasutajat kirjeldasid noored kui äärmiselt suhtlemisaldis isikut, kes kommenteerib, vajutab tihti *like*-nuppu, lisab sõpru, tuttavaid ja võõraid oma võrgustikku nn inimeste kogumise eesmärgil. Samuti kuuluvad Üliagara kasutaja tüüpiliste sotsiaalmeedia praktikate hulka enda mõtete väljendamine, *offline*-keskkonnas toimuvate sündmuste planeerimine, arvukate testide täitmine ja mängude mängimine. Selline üliaktiivsus on osade intervjueeritud noorte arvates motiveeritud meeldimisvajadusest. Nimelt on noored täheldanud, et reeglina sellised kasutajad teisi keskkonna kasutajaid ei kritiseeri vaid üritavad iga hinna eest teistele meeldida.

Vaatamata sellele, et noored olid enda suulistest kirjeldustes Üliagara kasutaja osas üsnagi üksmeelsed, kujutati joonistustel sellist tüüpi kasutajat erinevalt. Nii kujutati noorte joonistustes Üliagarat kasutajat kurja või hullunud näoga (näiteks oli suu asemele joonistatud külili 8) või kõõrdsilmse suurte kõrvade ja esiletükkivate esihammastega meessoost

kasutajana (joonis 4), lähtudes eeldusest, et stereotüüpiliselt tähistavad lühikesed juuksed kritesdustel poissi ja pikad tüdrukut.



Joonis 4. Üliagara kasutajatüübi esindaja Friik (fookusgrupp 1).

Seevastu leidis ka joonistusi, kus kujutati sama kasutajatüüpi suure juuksepahmaka ja päikseprillide taha varjuva kriipsu-jukuna, kelle üles tõstetud kätest võis välja lugeda elevust. Nimetatud joonistuse puhul on eriti tähelepanuväärne märkida, et joonistatud kriipsujukul puudus suu, viidates justnagu sellele, et kirjeldatud sotsiaalmeedia kasutajatüübil ei ole noorte arvates tegelikult midagi öelda (joonis 5).

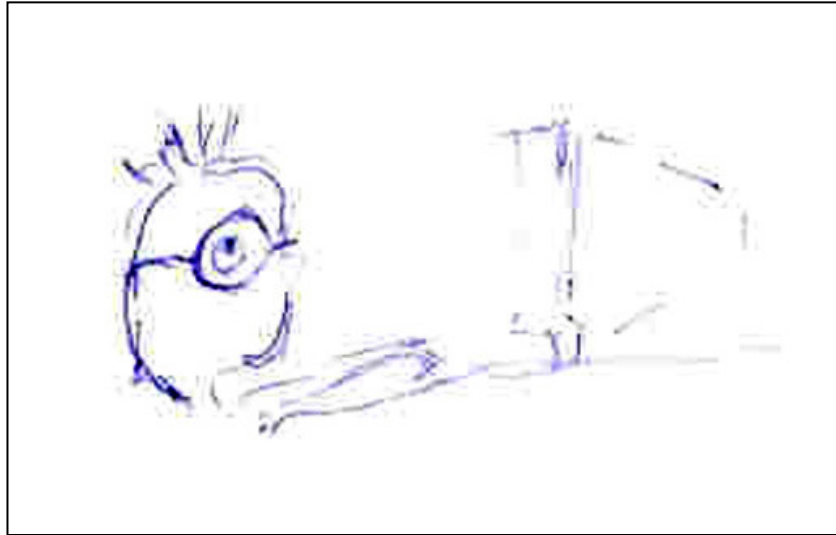


Joonis 5. Üliagara kasutajatüübi esindaja Lisan-Kõiki-Sõbraks-Tüüp (fookusgrupp 1).

Samas võib Üliagara kasutaja profiilipilt õpilaste arvates olla ka tavaline naeratav passipilt või mõni objekt, näiteks karumõmm.

Õpilaste kirjeldustele toetuvalt võib eristada ka üht Üliagara kasutaja alatüüpi - **Nohik**. Nohikust kasutajaid iseloomustab intervjueeritute arvates samuti aktiivne testide tegemine ja

mängimine, kuid väljaspool neid funktsioone suhtlemist Nohikust kasutajate puhul iseloomulikuks ei peetud. Pigem leidsid valimisse sattunud noored, et Nohikust kasutaja eesmärk on suhtlusportaalil demonstreerida oma laia silmaringi ja kõrget IQ-d.



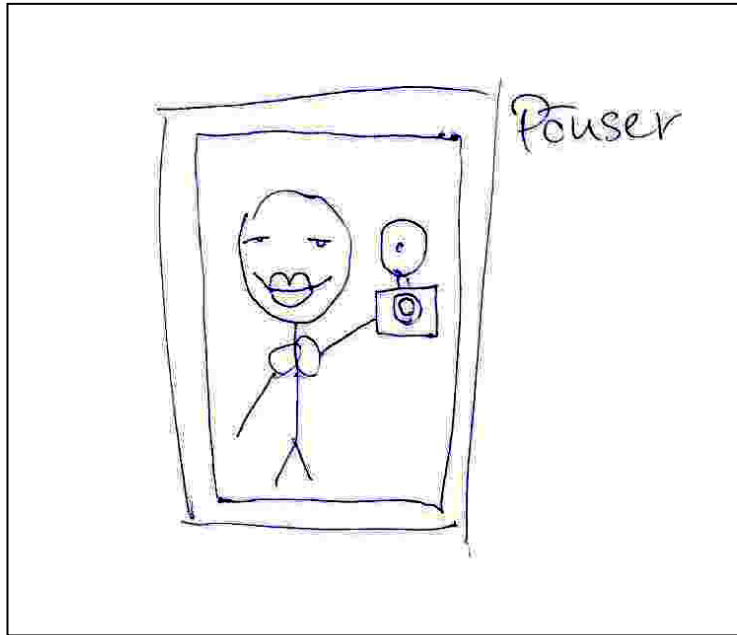
Joonis 6. Üliagara kasutaja alatüüp Nohik (fookusgrupp 2).

Joonistustel kujutati sellist tüüpi kasutajaid prillidega, suure pea ja tõsise näoga ning ühel juhul oli pildile joonistatud ka arvutikuvar, mida nohik vaatas, käed klaviatuuril trükkimas (joonis 6).

2.1.2. Edvistaja

Teise enam mainitud kasutajatüübina nimetasid noored Edvistajat (ka Põuser (joonis 7), Megabeib, Tibi, Ilus Poiss), kellele iseloomulikuks käitumisviisiks peeti Facebooki ohjeldamatult piltide üles laadimist („rohkem kui serverisse mahub“). Noorte arvamuse kohaselt teevad selle kasutajatüübi hulka kuuluvad Facebooki kasutajad endast iga päev mitmeid fotosid, mis koheselt ka Facebooki üles laetakse.

Lisaks peeti Edvistaja tüüpi kasutajaid aktiivseteks kommenteerijateks, testide tegijateks ja *like*’ide panijateks. Valimisse sattunud noortele tundus, et Edvistajad Facebooki keskkonnaga liitunud eelkõige seepärast, et sõbrad olid juba varemalt selle keskkonna kasutajad ning „nii on lahe“.



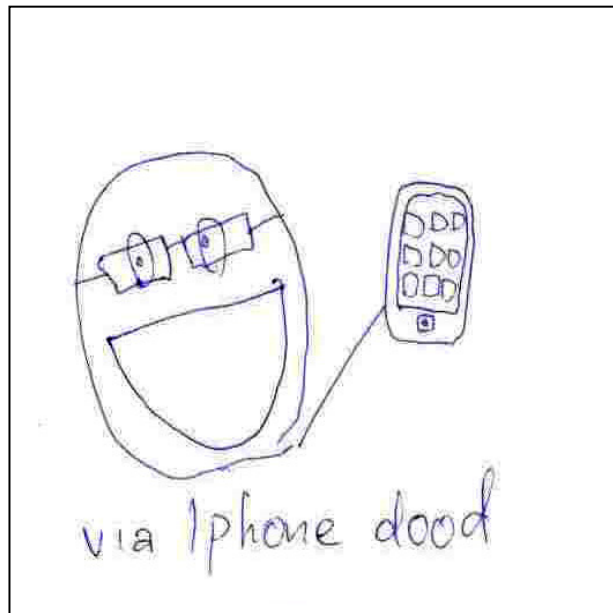
Joonis 7. Edvistaja kasutajatüübi esindaja Pouser (fookusgrupp 1).

Joonistustel kujutati Edvistaja tüüpi kasutajat peamiselt naisena, kes kutsuvalt naeratavana oli kujutatud suures plaanis. Kahel juhul oli Edvistajat kujutatavatel joonistustel rõhutatud ka kasutaja füüsilisi karakteristikuid, täpsemalt suuri rindu, millele lisasid seksikust miniseelik ja pikad kontsakingadega lõppevad jalad. Ühel joonistusel oli sellist kasutajat kujutatud ennast peeglist pildistavana. Vaid ühel juhul oli sellist kasutajat kujutatud joonistusel aktiivsemana, kui enda pildistamine – tõsise näoga „Tibi“ oli kõndimas ning hoidis käes kohvrit (joonis 8).



Joonis 8. Edvistaja kasutajatüübi esindaja Tibi (fookusgrupp 2).

Edvistaja kasutajatüübi alakategooriana töid noored välja ka täiendava kasutajatüübi **Via iPhone-kasutaja** (Via iPhone Dood [sic!] (joonis 9), iPhone).



Joonis 9. Kasutajatüüp Edvistaja alatüüp Via iPhone Dood (fookusgrupp 1).

Via iPhone-kasutajat iseloomustas noorte arvates samuti kõrge kasutajaaktiivsus ning paljude piltide lisamine, kuid kasutajatüübi iseloomulikuks jooneks saab siiski pidada nn õige tehnoloogia st iPhone'i omamist. Noored suhtuvad argitegevuste pidevasse raporteerimisse sarkasmiga (kuigi tunnistasid, et selliseid kasutajaid on palju ja sisutühje postitusi näeb Facebookis igal sammul) ning nimetavad seda omamoodi hälbeks või haiguseks:

M4: aga teate, üks raudne sihtgrupp on iPhone'i inimesed, need, see on mingi iPhone'i haigus, et kõik, kellel see on, käivad ringi ja pildistavad igat asja, igat tegevust.

M7: iPhone duudid on sellised, kes á la kirjutavad, et käisin just sital või just sõin vanaema juures kõhu täis või...

Enamasti oli sellist kasutajat õpilaste joonistustel kujutatud meesterahvana (või sootuna). Sellise kasutaja joonistustel oli nutitelefon ka pildil kaasatud, ühel juhul oligi kasutaja ise silmade ja ninaga iPhone, taaskord oli jäetud suu alateadlikult või tahtlikult joonistamata.

2.1.3. Ärimees

Kolmas noorte kirjeldusi läbiv kasutajatüüp on koondunud nimetuse alla Ärimees (ka Biznesman, Firma PR). Ärimees-tüüpi kasutajate alla liigitusid noorte silmis need täiskasvanutest Facebooki kasutajad, kes kasutavad keskkonda tööalasel eesmärgil ja endale või oma firmale reklaami tegemiseks ning kasu saamiseks.

Esiti koondasid noored sellesse gruppi ka poliitikud ja õpetajad, kuid hilisema arutelu käigus seda arusaama parandati ning õpetajad arvati sellest grupist välja. Viimast põhjusel, et õpetajad ei reklaami keskkonnas midagi, vaid „hoiavad õpilastel silma peal Facebookis“. Lisaks füüsilistele isikutele peeti Ärimehe-kasutajatüübi alla kuuluvaks ka firmasid (näiteks Vana Villemi Kõrts kasutajana, mitte grupi või fännilehena).

Visuaalselt kujutasid noored Ärimehest kasutajat peaaegu alati ülikonnas. Eraldi hoolikate detailidena olid osadel joonistustel välja toodud ka viigipüksid, kaabu, kikilips ja diplomaadikohver. Viimane on selliste kasutajate puhul üks oluline märksõna, mis käis läbi ka noorte antud suulistest selgitustest:

M5: panevad endast pilte: „mina siin kohvriga, äritsemas“

./---/

Moderator: aga tegelikult, millised pildid on ärimeestel tavaliselt?

M6: ongi...

N1: firmalogod

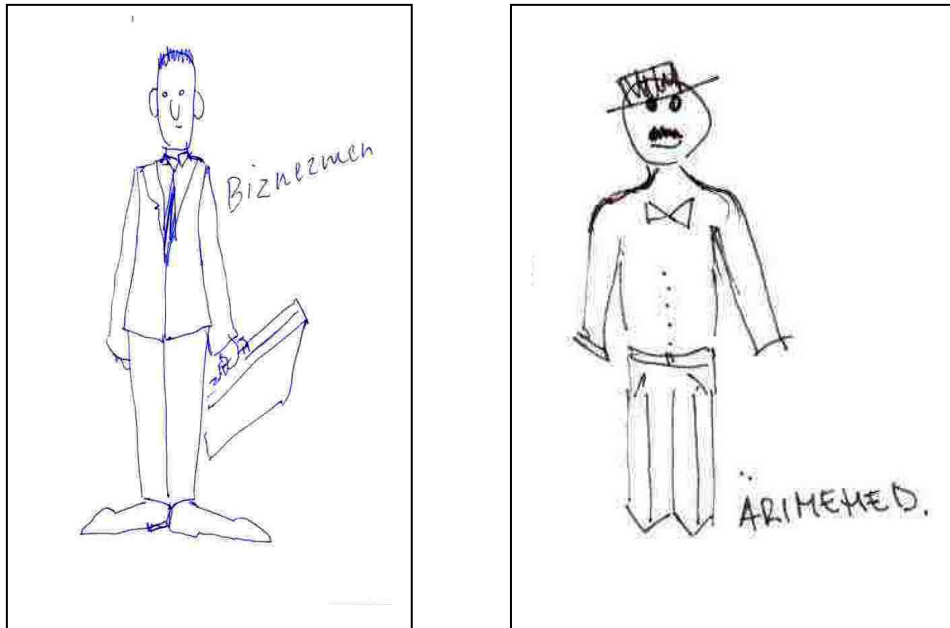
M6: eee, perepildid

M3: á la suvepeod

M7: püherdavad maas

M5: mhmh, ei, kõik on viisakad, voodi ees on kohver ja ise magad sees

Huvitava detailina tasub märkida, et ühel joonistusel oli Ärimeest kujutatud väga suurte jalgadega, mis võib alateadlikult tähistada seda, et sellist tüüpi kasutaja on kahe jalaga maa peal (ehkki seda respondendid ise ei nimetanud); teisel joonistusel oli paberile pandud küll pea ja ülikond, kuid jala- ja käelabasid mitte – justnagu oleks tegemist tühja ülikonnaga (joonis 10).



Joonis 10. Kasutajatüübi Ärimees illustratsioonid (mõlema autorid fookusgrupp 1st).

Joonistuste põhjal võib väita, et Ärimees-kasutajatüüp oli piltidel alati kujutatud pigem tõsise kui naeratavana ning nagu ka tüübi koondnimi ütleb, nähti sellist tüüpi kasutajatena alati meessoost isikuid.

2.1.4. Pervert

Kõige negatiivsema kasutajatüübina tõid õpilased mitmel korral välja Perverdi (ka Nerd-Perv, Karvane Välismaalane, Ida-Vend), kes kasutab sotsiaalmeediat eelkõige väikeste poiste ja tüdrukute otsimiseks (nimetati ka, et „otsib Eesti naisi“) ja nende piltide vaatamiseks, tihti ka lausa ahistamiseks. Sellised kasutajad on õpilaste määratluste järgi vanemaealised, kuid esitlevad end suhtlemisvõrgustikus noorematena. Valdavalt kirjeldati sellist negatiivset tegelast ebamäära hirmu tekitava välismaalasena (türklane, brasiillane või lähis-ida päritolu), kelle suhtlemiskultuur tundub eestlastele tihti liiga agressiivne või pealetükkiv („Mingid Ahmedid või asjad, kes üritavad lisada *friends*’i“; „kõik need neegrid kohe lisavad end sõbralisti ja lõuna-ameeriklased just kohe sõbralisti“). Uuringus osalejad nõustusid, et ka eestlane võib olla Pervert, kuid tema ei paista internetikeskkondades eriti silma. Näiteks tõi üks valimisse sattunud noormees välja erisuse, mille kohaselt välismaalane ahistab, aga eestlane „sebib“. Kusjuures „sebimine“ on andeksantav, kuid ahistamine mitte. Võib olla

tõmmatakse eralduspiir seetõttu, et eesti nooredki kasutavad internetti tihti vastassugupoolega suhtlemiseks ning selline käitumine on seega õigustatud ja tuttav:

Moderator: mhmh, a mis erinevus seal on? Näiteks ütleme, et eestlane ja türklane kasutavad täpselt samu sõnu?

M9: jaa, aga teises keeles ju, türklane tuleb: „Hi, how are you“ ja siis...

N5: „Do you have a cam?“

Naer

Moderator: jaa, aga kas see on normaalne, et tuleb Jüri näiteks ja ütleb, et „kuule, sul veebikaamera on vä?“

Naer

M9: pole kordagi küsinud

N5: see on normaalsem jah

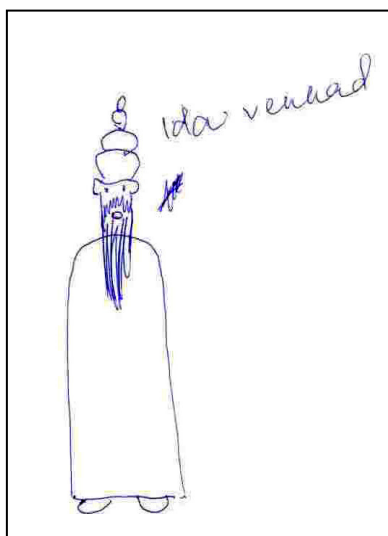
Naeravad

M9: ei, see tundub võib olla normaalsem

Moderator: jah, kodusem keel...

N5: aga samas nagu eestlasega saad juttu ajada, teda tundma õppida, aga türklane on – kohe blokk. Ja see reaktsioon on selline (tõmbub järsult eemale).

Kuna sellist tüüpi internetikuritegevus seostus noortele eelkõige välismaalastega, on siia tüübi alla arvatud ka Ida-Vend, keda oli kujutatud turbani, pika habeme ja maani langeva ürbiga (joonis 11).

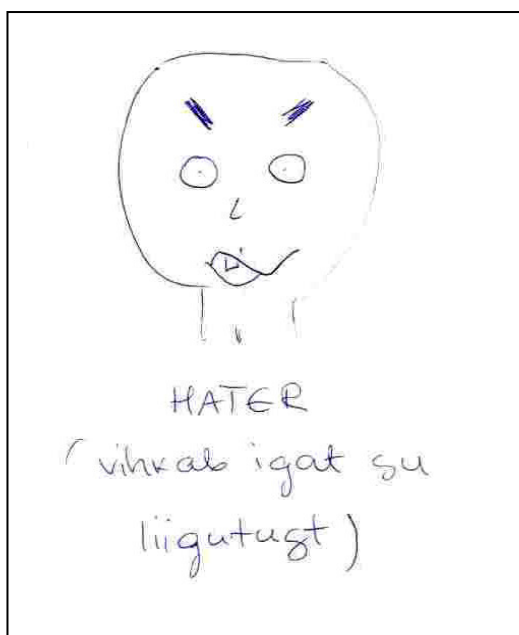


Joonis 11. Pervert-kasutajatyübi illustratsioon (fookusgrupp 1).

Piltidel kujutati Pervert-tüüpi kasutajaid enamasti tõsise näoga ning valdavalt oli talle joonistatud habe ja vuntsid.

2.1.5. Tige kasutaja

Noorte kommentaaride põhjal ilmneseid ka kaks negatiivse suhtumisega silma torkavat kasutajatüüpi - *Hater*'id ja Vanainimesed. Esimesed neist on kasutajad, kes „vihkavad iga su liigutust“, on põhjuseeta kriitilised ja ründavad. Kirjeldustest lähtuvalt kujutati *Hater*-tüüpi kasutajaid ka joonistustel kurja miimikaga – kulmud kortsus ja suunurgad allapoole, suu oli ka pooleldi avatud – pidevalt midagi tigated ütlemas (joonis 12). Siiski esineb pahatahtlikku suhtumist ja selliseid kasutajaid noorte arvates suhtlusvõrgustikus vähe, pigem leidsid valimisse sattunud noored, et sotsiaalmeedias toimub viisakuste ja meelituste vahetamine.



Joonis 12. Tige kasutajatüüp Hater (fookusgrupp 1)

Ehkki noored pakuvad esimese reaktsioonina põhilisteks Facebooki kasutajateks nooremaid inimesi, vanuses kuni 25, parandati end arutelu käigus ning korrigeeriti algselt öeldud numbreid suuremaks (30-40). Seeõttu ei saa fookusgrupi intervjuudele toetuvalt väita, nagu peaksid noored Facebooki vaid enda ja oma eakaaslaste mängumaaks. Fookusgrupi jutuajamistest selgus, et nad tajuvad väga hästi, et Facebookis liigub ka palju teistsuguste demograafiliste gruppide esindajaid. Üks uuringus osaleja tõi välja selle, et esmapilgul tundmatu „ekstravana“ (70- või 80aastane kasutaja) ja tema vahel eksisteerib arvatavasti

mingisugune side, näiteks võib see vanainimene teda teada läbi oma lapselaste. Vanainimeste puhul tuli mitmel korral noorte jutust välja arvamus, et nad on kurjad, selle konkreetse ülesande puhul ütles M4 kommentaariks, et see on „kuri vanatädi“.



Joonis 13. Tigeda kasutaja illustratsioon (fookusgrupp 1).

Vanainimese kasutajatüübi joonistuseltki vaatab vastu küürus ja kortsuskulmuline ebamäärast kleiti kandev inimene, kes vibutab ähvardavalt jalutuskeppi (joonis 13).

2.1.6. Tavakasutaja

Kõige positiivsemad kirjeldused ja hinnangud langesid noorte poolt omaks kasutajatüübile, kellega noored arvatavasti ise end kõige enam samastavad ja kes on koondunud nimetuse alla Tavakasutaja (ka Suhtleja, Tavatsillija, Cool Guy). See kasutaja on keskkonnas parajalt aktiivne, kuid ei avalda endast liigselt infot ning kasutab Facebooki peamiselt sõpradega suhtlemiseks ning on „lihtsalt lahe“.

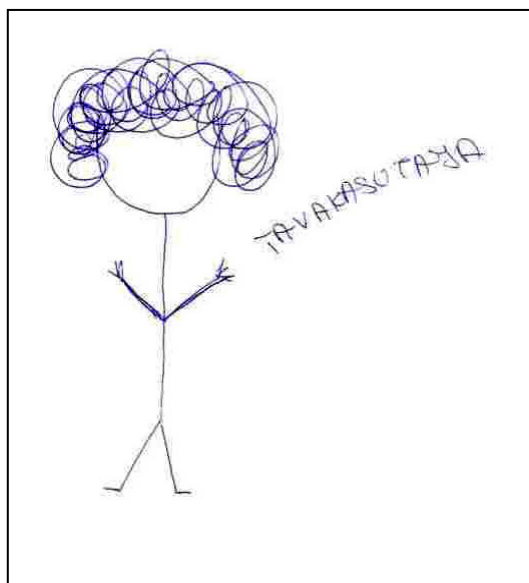
M4: mängib mängu ja

M5: vaatab ringi, paneb paar like'i ja....

M2: ta ei paista välja eriti seal

Nimelt võib fookusgruupiintervjuude põhjal väita, et Facebookis liiga agaral tegutsemisel on noorte silmis negatiivne maine, kuna liigne kasutusaktiivsus viitaks justnagu sellele, et sellisel kasutajal pole väljaspool netikeskkondi elu. Väidet kinnitab ka Tavakasutajale antud kirjeldus - lahe vend kasutab Facebooki aeg-ajalt, mitte ei istu seal pidevalt, et igavust peletada (N1). Samas leidsid noored, et päris tagaplaanile sotsiaalmeedias siiski ka jääda ei tasuks.

Joonistustel kujutati Tavakasutajat enamasti naeratava, sootu ning ühel puhul ka näotu (st. autor joonistas küll juuksed, keha ja pea, kuid silmad-nina-suu jättis joonistamata) tegelasena (joonis 14).



Joonis 14. Tavakasutaja (fookusgrupp 1).

Cool Guy puhul öeldi, et tal ei olegi profiilipilti, ta on selle jaoks liiga *cool*, kuid teda ennast joonistas meessoost autor nokamütsi kandva poisina. Lisaks kujutleti, et sellise kasutaja profiilipildil võiks olla objektid (positiivsete konnotatsioonidega) – lilled ja südamed, aga ka kokteiliklaas, millel sees kõrs ja sidruniviil.

Võis märgata, et tüüpide puhul kerkisid tugevalt esile eelkõige negatiivsed stereotüübid, kellega noored ei samastunud ja kelle käitumismustreid naeruvääristati ning halvustati.

2.2. Auditooriumi liikmed sotsiaalmeedias

Ülesandes, kus moderaator palus noortel mõelda konkreetsemalt iseenda sõbralistide peale Facebookis, eristusid järgnevad suured koguauditooriumi alajaotused, mis noored intervjuudes välja tõid.

2.2.1. Sõbrad ja tuttavad

Sõprade osakaal noorte võrgustikes on nende endi hinnangul maksimaalselt üks neljandik. Sõbrad on noorte jaoks need inimesed, kellega suheldakse ka väljaspool internetti ning tihtipeale on need suhted saanud alguse silmast-silma suhtlusest ning liikunud sealt edasi ka virtuaalsesse keskkonda. Nagu Mangusegi töös (2010: 115) on need enamasti „inimesed, kellega on kasutajal kas varem olnud või hetkel on mingi ühine sotsiaalne kuuluvus...peamiselt kasutatakse võrgustikke olemasolevate kontaktide hoidmiseks ja tugevdamiseks kui uute inimestega tutvumiseks.“

Tuttavad seevastu on endised ja praegused huviringide-, klassi- ja koolikaaslased ning neid leidub sõbralistides kõige enam. Reeglina on nende inimestega kunagi minevikus kokku puutunud või jagatakse ühist organisatsiooni, kuid ei suhelda isiklikul tasandil. Tihti on koolikaaslased üksteise sõbranimistutes, kuid see ei tähenda, et omavahel näost-näku suheldaks. Kui suhtlus on toimunud netis ning liigub siis „päris ellu“, ilma et mõlemad osapooled selleks valmis oleks, tekitab see kohmetust:

M9: päris palju kooli pealt selliseid lambi vennad, kes isegi ei ütle tere. Lihtsalt lisavad. /---/

N5: see on naljakas, et sa ütlesid, et need, keda sa nagu ei tea, aga vaata ongi, nad ongi nagu suhtlusportaalides nad ongi „oh, me oleme sõbrad“ ja siis kooli peal on (teeb ehmunud näo ja surub huuled kriipsuks) /---/

Moderator: Miks?

M8: ei tea, võib-olla ongi see, et sa nagu suhtled nii vabalt seal netis ja siis, kui sa näed neid päris elus, siis nagu tekib siuke hirm, et mis ma nüüd tegema peaks, või kuidas peaks käituma.

N5: mida ütlema ja...

M9: Ma arvan, et see sai alguse sealt reidist, et seal oli ka sõbrad olid...listide kasvatamine, tegelikult olid lihtsalt sellised...inimesed on nagu objektid, mitte ei olnud nagu isiksused.

Viimane mõte on intrigeeriv, M9 lisas, et kui seda virtuaalset objekti nähakse inimesena, siis seda lihtsalt ei tunnistata, sest ta eksisteerib vaid virtuaalmaailmas. Seega on reaalne inimene muutunud netis pelgalt avatariks, numbriks sõbralistis. boyd (2008) leidis, et sõprade kogumisel võistluse korras ja meelelahutuseks võib näha sarnast olukorda. Mõned noormehed näiteks koguvad oma sõbralisti kauneid neide, et paista ise seeläbi atraktiivsemate ja lähedamatena (boyd 2008). Seeläbi on inimestest aga saanud aksessuaarid.

Mitmel korral ütlesid noored, et nende sõbralistis on „mingid tuttavad“, mis võib vihjata sellele, et tegelikult ei eksisteeri nende tuttavatega mitte mingisugust püsivamat emotsionaalset või instrumentaalset suhet. Samuti liigitasid mõned noored tuttavate alla õpetajad, muusikud („kes teavad, et sa oled tema fänn“) ja „võõrad karvikud“. See näitab taas, et tuttava mõiste on väga lai.

2.2.2. Pere ja sugulased

Perekonnaliikmete kuulumist Facebooki sõprade nimekirja mainiti vähem, emade ja isade virtuaalsõprade hulka arvamisse suhtuti taunivamalt kui muude lähisugulaste Facebooki-sõbraks lisamise. Kui moderaator küsis, kas respondentide Facebooki-sõprade hulgas on ka nende vanemad, reageeriti mitmel korral sellele silmi pööritades ja naerdes eitavalt, justnagu tunduks ka mõte ema-isa Facebooki kasutajaks hakkamisest absurdne. Noorema generatsiooni esindajad on reeglina aktiivsemad arvutikasutajad kui vanema põlvkonna liikmed, selline on ka ühiskonnas levinud arusaam. 68% Euroopa noortest on arvamusel, et nad teavad interneti kohta oma vanematest rohkem (Livingstone et al 2010). Fookusgruppide põhjal võib väita, et kuna noored on oma vanematest sotsiaalmeedias enda arvates kõrgemal tasemel, võib nende kohtamine enda ja oma sõprade kohtumispaias olla sama piinlik ja ebamugavust tekitav kui isaga koos rokk-kontserdile minemine või emaga Viru keskuses hängimine.

Näiteks nähtus intervjuudest, et noored peavad end tihti interneti täieõiguslikeks pärismaalasteks ja vanem generatsioon on kohatud sisserändajad (Prensky 2001):

M7: ei ole [vanemad Facebookis – M.M.], mmm, ma ei tea, mu vanemad nagu ei leia, et siukseid asju, nagu psühhid, et neil on vaja trügida kuhugile noor...noorte ühiskonda või sellist asju.

Seega nentisid noored, et lapsevanemad ja nende tuttavad jäävad reeglina nende sõpradenimistust välja, kuna virtuaalruumis soovitakse end tunda vabalt ning eemal kontrollivatest pilkudest. Sama tendentsi on kirjeldanud ka Livingstone (2008) väites muuhulgas, et kuna virtuaalsed keskkonnad on vanemlikust kontrollist võrdlemisi vabad sobivad need seetõttu ka piiride painutamiseks või selleks, et teha asju, mida vanemad ehk ei lubaks.

Taolisest suhtumisest ajendatult võib juhtuda ka nii, et isegi kui vanemal on Facebookis konto olemas, ei pruugi laps teda sõbrana vastu võtta.

M6: jaa! Mul emal on [Facebooki konto – M.M.], aga ma ei lisa teda sõbralisti.

Moderator: Miks?

M6: ma ei taha.

Moderator: Miks?

M6: sellepärast, et...

M5: siis see ema saab lugeda kõike mis ta...

M6: ta nagunii loeb Orkutis juba noh

Eesti noorte puhul tuleb arvesse võtta, et Facebook ei ole nende jaoks reeglina esimene suhtlusvõrgustik, mida kasutatakse ning mõned „vead“ on tehtud juba Rates või Orkutis. Filosoofilisema käsitluse järgi võivad noored jagada Bourdieu (1994/2003) käsitlust, et perekond on eraldiseisev privaatne sotsiaalne universum, mida ei soovita suletud uste tagant nähtavale tuua.

2.2.3. Õpetajad

Õpetajaid leidub uuringus osalenud noorte sõbralistides vähe. Üks põhjus on selles, et paljud õpetajad ei ole noortega võrdselt aktiivsed sotsiaalmeedia kasutajad ja isegi kui on, siis ei luba mõne kooli juhtkond ja koolis järgitav suhtlemiskoodeks neil õpilasi sõpradeks lisada. Lisaks ei ole õpetajad stereotüüpelt noorte arvates väga oskuslikud arvutikasutajad ning õpilased ei

oska oodatagi, et ka pedagoogid sotsiaalsõrgustikes tegutseda võivad. Nimelt olid ka intervjueritud noorte hoiakud mõjutatud stereotüübist vanamoodsast pedagoogist, kes ei suuda uue meedia arengutega kaasas käia.

Stereotüübi tõestamiseks tõid intervjueritud ka paar eredat näidet. Näiteks rääkisid abiturientid intervjuus, et võõrkeeltes on nad oma kodutöid juba pikka aega teinud Google Translate abil, kus vähese vaevaga on võimalik tõlkida näiteks eestikeelne tekst venekeelseks. Noorte väitel ei saa õpetajad aru, et on kasutatud arvutiprogrammi abi ja arvatavasti nad ei teagi sellisest tõlkevõimalusest.

Kolmas põhjus, miks õpetajaid aktiivselt oma sõbraks ei lisata, on kindlasti ka see, et õpetajad on vanemate kõrval teine autoriteetne „ohugrupp“, keda ei soovita oma mängumaale kontrollivaks ja distsiplineerivaks „mängijaks“. Hoiatava loona räägiti juhtum selle kohta, kuidas üks põhikoolinoor oli matemaatika eksamil spikerdanud, sotsiaalmeedia keskkonda selleteemalise postituse teinud, mida nägi õpetaja, kes kukutas ta seejärel eksamilt läbi.

Nagu lapsevanemate, nii ka õpetajate puhul võis näha, et Orkuti ja Facebooki sõbralistidesse kuuluvad erinevad inimesed. Üks uuringus osalenud noor ütles, et Facebookis tema sõprade hulgas õpetajaid ei ole, küll aga on neid Orkutis. Kuna osad noored peavad Orkutit nii-öelda eilseks päevaks (Aug 2010), siis võib olla see teadlik strateegia – hoida õpetajad keskkonnas, kus noor ise enam väga aktiivselt ei tegutse. Teine võimalus on, et nagu vanemate puhulgi, on Rate.ee-s ja Orkutis tehtud „vead“ olnud piisavaks õppetunniks ja neid vigu Facebookis enam korrata ei taheta.

2.2.4. Võõrad

Võõrana defineerisid noored näiteks välismaalaseid (ameeriklased, türklased, inglased), bände ja muusikuid, firmasid. Sellesse gruppi kuuluvate kasutajatega puudub profiilimanikul reeglina igasugune eelnev *online*- või *offline*-kontakt. Võhivõõraste sõbralistidesse lisamisel on noorte arust küll halb maik küljes, kuid ometi tuli välja, et ka nende endis sõbranimistutes selliseid kontakte leidub.

2.3. Tajutav sihtauditoorium

Sõnumit saates, sotsiaalvõrgustikus suheldes ja infot jagades, postitustele reageerides ei mõtle noored tavaliselt kõigile sõbranimistusse kuuluvatele inimestele ja potentsiaalsele auditooriumile. Ehkki noored tajuvad teatud auditooriumi liikmeid ohuna ning oskavad tuua näiteid sellest, kuidas info on liikunud algsest kontekstist välja, ei mõelda reeglina neile aspektidele, kui infot jagatakse. Järgnevalt ongi vaatluse all see, kellele mõeldakse sõnumit saates, keda tajuvad noored ohuna oma privaatsusele ning kuidas võib sõnum näiteks kanalit vahetades konteksti ja auditooriumi muuta.

2.3.1. Kitsale sihtrühmale mõtlemine

Kõigepealt võib auditooriumi tajumisel noorte poolt tuua välja käitumise, kus sõnumit saates mõeldakse väikesele osale koguauditooriumist, unustades kõik need, kellele sõnum ei pruugi huvi pakkuda või sobiv olla.

Ülesandes, kus uuringus osalejad moodustasid Facebookiga seonduvatest mõistetest ühise mõttekaardi, seostusid selle sotsiaalmeedia keskkonnaga teiste hulgas märksõnadena „palju kasutajaid“ ja „globaalne populaarsus“. Need konnotatsioonid peaksid rõhuma auditooriumi suurusele ja heterogeensusele, kuid fookusgrupi-intervjuudest nähtus, et ise sõnumeid välja saates mõeldakse siiski vaid väga väikesele osale sellest (potentsiaalsest) auditooriumist. Postitades mõeldakse väga konkreetsetele isikutele sõbralistist, kes saadetud sõnumit ehk naudiksid. Kõik ülejäänud inimesed, kes sõbranimistusse kuuluvad, ei tule meeldegi:

N5: ma ei mõtle elu sees sellele, et kui paljud reaalselt seda tegelikult näevad.

Kui Facebookis tegutsedes oma tervele auditooriumile ei mõelda, võib üheks tulemuseks olla see, et jagatakse infot, mida reaalses situatsioonis kindlasti ei avaldataks. Ülesandes, kus moderaator palus kommenteerida erinevaid näidispostitusi, tekitasid kõige rohkem elevust postitused, milledes edastatakse infot, mis ei pruugi kõigile auditooriumi liikmetele sobida („Kell on 5 hommikul, jamai saa mitte idagi aru :D :D :D“; „Vanemad lahkusid. Poole tunni pärast kõik meile! Tarbitav kraam endal kaasa võtta!“). Fookusgrupis tekkinud aruteludes

selgus, et seda tüüpi postitused on noortele tuttavad, see on olukord, milles mõned noored on isiklikult olnud või seda tunnistanud.

M6: M7 oli ka siuke...

M5: ei pand, ta pani täiega jooki, jõudis koju ja siis kirjutas mingit läminat...

M7: ei olnud ma midagi, hahh /---/

M4: see on mingi jube normaalne vend, võib olla, ei tea ju, kergelt joogine, mingi hommikul kell viis...

Sõna „normaalne“ kasutamist ei sa pidada ainult heakskiitvaks, kuna eesti noored kasutavad seda väljendit valimatult erinevates olukordades ning alati ei ole sellel positiivne varjund. Kuid postituste tajutavaks sihtrühmaks on tegelikkusest väiksem auditoorium, eelkõige oodatakse reaktsioone inimestelt, keda pidutsema oodatakse või kellega koos pidutseti.

Nooremas fookusgrupis osalejad olid mõni aeg tagasi saanud omal nahal tunda, kuidas võib informatsiooni liiga avalik edastamine „oma mullina“ tundub ruumis päris elus realiseeruvaid tagajärgi kaasa tuua. Moderaatorile, kes töötab fookusgruppi kuulunud noorte koolis ja kuulub ka paljude õpilaste Facebooki sõbralisti, oli teada lugu sellest, kuidas valdavalt alaealised õpilased korraldasid üüritud peopaigas suure sünnipäevapeo, mille kutset levitati üsna valimatult erinevates kanalites – Orkutis ja Facebookis nii personaalprofiilidel kui ka erinevates kommuunides ja gruppides. Peole järgnenud päeva hommikul toimus osavõtnute Facebooki profiilidel ulatuslik arutelu selle kohta, mis öösel toimunud oli. Peopaika oli saabunud mitu politseibussi, kes suure osa pidutsejatest alkoholi ja tubakatoodete tarbimise eest kinni nabis ning politseimajja vanematele üles korjamiseks toimetas. Facebookis kirjutasid noored üsna detailselt, mis toimunud oli, avaldades võrdlemisi tundlikku materjali väga suurele publikule, kuna enamus kasutajatest, kelle seintel arutelu toimus, ei olnud privaatsusseadeid rakendanud viisil, mis takistaks kolmandatel osapooltel vestluseid vaadelda. Kui moderaator teema fookusgruppides tõstatas, muutusid noored väga emotsionaalseks ning kõnelesid läbisegi erinevatest aspektidest, millest ehk märkimisväärne on see, et politsei sai arvatavasti sellest peost teada just sotsiaalmeedia kaudu, peamiselt Orkutis leviva info põhjal. Fookusgrupis käsitleti teemat alguses nalja ja üleolekuga, kuid süvenedes tunnistasid noored, et tegelikult oleks võinud selle juhtumi puhul küll need jutud veidi privaatsemalt ajada ning nägid mõningaid probleemkohti nii tundlike teemade avalikul käsitlemisel.

Moderator: Mis te arvate, mis võib selle nagu... selline halb tulemus olla, kui siukseid...

M5: teie loete ja siis te arvate meist halvasti

M6: kuigi tegelikult te ei tea, mis seal toimus /---/

Moderator: Noooh, min... mina nüüd kõrvale jätta, mis võivad veel tagajärjed olla?

M4: aga politseile tulevad igast vihjed niimoodi

M3: et „oh, ma panin jooksu“ või midagi /---/

M6: jaa ja siis keegi pärast räägib emale mingi...

M2: õpetajad hakkavad halvasti suhtuma

M6: koolist välja viskamine

M7: ja mainet kahjustab siuke asi.

Nagu tsitaadist näeb, on noorte suurimaks hirmuks sanktsioonid autoriteetide poolt (politsei, lapsevanemad ja õpetajad). „Kuigi te tegelikult ei tea, mis seal toimus“ – noored tunnetavad konteksti tähtsust ja seda, et Facebookis avaldatu on vaid kild tervikust. Maine ja arvamuse langemise hirm näitab lisaks seda, et noored suudavad probleeme sügavuti analüüsides näha kaugemale ja laiemalt, tajuda ka seda, et sotsiaalmeedias avaldatud postitused võivad endaga kaasa tuua sõbralisti liikmete hoiakute muutumise. Facebookis postitusi tehes noored aga seda ei arvestanud, kuna postitades mõeldakse vaid väga kindlale auditooriumi osale (antud juhul „kaaskannatajatele“).

Abiturientide eagrupis oli ohutunne veidi suurem ning antud näitesse suhtuti palju kriitilisemalt:

N5: ja ma mõtlen ka, et need kümnendikud, kuulutavad sellist asja. Noh, alati on ju keegi koolist listis ja siis terve kool teab seda ja varem või hiljem jõuab see koolijuhtideni, õpetajateni.

Teisalt ütlesid abiturientid veidi hiljem, et reaalseid samme sellise info põhjal ette võtta ei saa, sest internetisuhtluse puhul võib alati olla tegemist fiktsiooniga:

N5: sa võid öelda ju, et ma tegin nalja või

M9: esiteks see on privaatinfo ja kohtus ei saa ega saa...see ei jää vett pidama mitte kuidagi

Nende noorte suhtumisest ja arvamustest nähtub, et intervjueritute jaoks mõjub sotsiaalmeedias avaldatud postitustega kaasnev tõendamatus turvakilbina, mille taha varjudes on võimalik avaldada väga privaatset infot, konkreetseid karistusi kartmata. Kohtus ei pruugi sotsiaalmeedias avaldatu tõendina vastuvõetav olla, kuid siinkohal on jäänud piisava tähelepanuta taas fakt, et paljud teisedki olulised isikud omavad virtuaalvõrgustikes avaldatud infot ligipääsu ilma, et nad sellele reageeriks. Ühel juhul tõi respondent näite, kuidas sellise info avaldamine võib hiljem kätte maksta.

N5: ma kujutan seda ette, et okei, kui sul ei ole nii privaatne, või näiteks sa ei tea, et ta on su sõbralistis ja siis ütleme näiteks, et kümnendik läheb... tahab suveks tööle minna ja siis see vaatab, et aa, normaalne mingi siuke asi on ajaloos

Üldiselt aga noored pikas perspektiivis mõtlema ei kipunud ning pigem oskasid kirjeldada olnud olukordi kui teoreetiliselt tekkida võivaid.

2.3.2. Ohuna tajutavad auditooriumi liikmed

Põhiliselt reageerivad noorte tegevustele Facebookis sõbrad. Kui reageerijaks on keegi võõras, kes sõbralisti kuulub, seostatakse seda tihti konfliktiga. Mis on mõistetav, arvestades, et paljud postitused on kindlale kasutajaskonnale mõeldud siseringi naljad, mis võivad võõrastele solvavad tunduda. Abituriendid tõid välja, et põhiliselt suheldakse Facebookis oma klassi rahvaga, seda nii avalikult, üksteise seinte peal, kui ka eraldi loodud grupis Orkutis, kuhu tekib justnagu oma maailm, oma mull (mis lisab veelgi privaatruumi illusioonile juurde):

Moderator: aga kas on ka keegi, kes ei tohiks seda näha, näiteks ütleme seesama näide, kus te arutasite oma [ühiskonnaõpetuse eksami – M.M.] punkte, et kas on ka mõni inimene, kelle eest see võiks varjatud olla?

N5: võiks küll. Aga me ei mõtle, sel hetkel, et on nii palju inimesi, kes seda näevad

M8: jaa, just!

N5: et nad näevad mis me teeme seal

M8: samas see, et minu arust me nagu need privaatsemad jutud teeme seal klassi kommuunis ja me nagu ei räägi nii avalikult omavahel muidu

Hiljem selle mõtte kinnitus:

Moderator: aga miks inside joke pannakse niimoodi laiale ringile?

N5: aga see ongi seesama, millest me enne rääkisime, et sa mõtled ju ainult teatud inimestele, kellele sa tahad seda öelda, aga tegelikult nagu reaalselt näevad seda kõik.

Nagu eelmises alapeatükis toodud näitest nähtus, tajuvad noored ohuna oma privaatsusele põhiliste kontrollgruppide politseid, õpetajaid ja lapsevanemaid. Näidispostituse „Vanemad lahkusid. Poole tunni pärast kõik meile! Tarbitav kraam endal kaasa võtta!“ juures sai politseihirm kinnitust, kui toodi välja, et sellise info avaldamise puhul on võimalik kutsuda politsei. Emad ja isad ei pruugi nende fookusgruppide tekstide analüüsi põhjal olevat enam nii autoriteetsed ja karmid. Näiteks alkoholi tarbimisega seotud postituste puhul ei näinud enamus noori (vanuses 16-20) suurt probleemi selles, kui vanemad postitusi näevad. Täisealiste puhul on see mõistetav, kuid see, et kümnenda klassi õpilaste vanemad võtavad noorte alkoholitarbimist iseenesest mõistetavana, võib tekitada mõningaid küsimusi.

M5: mõnel on suva ka...

M7: või siis ema või isa kirjutab via iPhone, et „awww“/---/

M4: „noh, poja, võin ka tulla vä?“

Eelpool viidatud postitused on tekstilised ja seetõttu saab rohkem mängida konteksti rohkete tõlgendamisvõimalustega (boyd 2008), kuid piltide puhul jääb laveerimisruum veidi väiksemaks, sest fotole jäädvustunu on justkui objektiivsem. Kui noor kirjutab postituseks „Ma armastan Laua Viina“, saab seda arvatavasti mitte sihtrühmaks olnud auditooriumi liikmete ees paremini välja vabandada, kui fotot, kus ta pudelist viina joob. Noorema eagrupi arutelus tõstataski ka teema piltidest, millele on noored jäädvustunud alkoholipudelitega. Taaskord ütles valdav enamus õpilastest, et probleeme ei ole sellest tekkinud:

N2: tegelikult nii oli, et kui mul ema tegi Orkuti, siis vaatasin, N4 ka...kähku oma pildid üle ja kustutasime osad ära

Moderator: Miks te mõned ära kustutasite? Millised?

N2: sellised, kus ühe tuttava juures läbud olid.

Naer

Moderator: Aga mis siis oleks saanud, kui ei oleks jõudnud neid ära kustutada ja ta oleks neid näinud?

M6: uuuh, valus

N2: jah, need kus rohkem jooki peal oli, need kustutasime ära. Ta [ema – M.M.] nagu teadis, et me seal olime, aga ta ei teadnud täpselt, mis me seal korraldasime, et me nii palju napsutasime.

M3: no tavaliselt ongi niimoodi, et [vanemad – M.M.] teavad ja lubavad, et natuke mingi paar õlut võetakse...

M5: või paar siidrit

M6: ja lõpuks on ikka viinad laua peal, siis tulebki viinad ära koristada.

Kõigepealt on noored probleemse sisuga pildid postitanud, kuid „turvariski“ tekkides need maha võtnud. Selline tegutsemine annab aga tunnistust sellest, et noored ei adu eriti hästi seda, kuivõrd internetti paisatud info seal säilima kipub. Pildi (või teksti) kustutamisega olekski justnagu kõik korras ja ebameeldiv jäädvustus kaotatud.

Facebook on selle poolest eriline keskkond, et inimene ei kontrolli täiel määral oma kuvandit, vaid see kujuneb tema ja sõprade koostöös (Aug 2010). Sõbrad saavad sinu seinale postitada ükskõik, millist materjali, *tag*'ida sind postitustes, videotest ja piltidel ning seeläbi mõjutada sinust tekkivat kuvandit olulisel määral. Teistest inimestest tehtud piltide üles laadimisse ja *tag*'imisse suhtutakse erinevalt. Noored arvasid suures osas, et enne sõbrast tehtud pildi üles laadimist tuleks ikkagi luba küsida, kuid tihtipeale seda ei tehta. M9 ütles vastukaaluks, et tema paneb teistest tehtud pilte südamerahuga üles, sest „kui oled ikka kaamera ette jäänud, siis on oma viga“. Kiire infovahetusega ühiskond on veidi nagu papparazzo-ühiskond, kus pidevalt peab vormis ja valmis olema.

2.3.3. Informatsiooni mobiilsus erineva meedia vahel

Noortel on üksikutel kordadel olnud väga tõsiseid juhtumeid, mis illustreerivad avaliku ja privaatse kokkupõrget, kui info vahetab ootamatult kanalit ja seeläbi ka auditooriumit. Tõsisemalt rääkis N1 loo, kuidas tema sõbranna oli kunagi, olles 11aastane, ühele noormehele veebikaamera vahendusel striptiisi teinud ning see fakt tuli internetikeskkonna

kommentaariumis välja („ja siis ma levitasin seda juttu veidi, sest see oli nii jube, ja siis ta...mina kuskil kommentaarides nagu vihjasin, ma otse välja ei öelnud“). Kuna selle kommentaariumi üheks lugejaks oli ka striptiisitegija ema, siis võttis lapsevanem N1ga koheselt ühendust. Oma vigu näevad noored taas väiksematena ning N1 hinnangul oli valesti on käitunud nii striptiisitegija tüdruk, et ta lasi sellel saladusel välja tulla kui ka tema ülereageerijast ema. Teised fookusgrupis osalejad märkasid loogikaviga (saladus tuli avalikuks, kuna N1 levitas juttu) ning eriti just uuringus osalenud poiste poolt leidis selline saladuse avalikus ruumis väljalobisemine halvaks panu.

M3: jah, oma viga, et sa ei oska oma sõbranna saladust hoida

N1: ahh, ole vait,

M7: see pole mingi sõbranna ju.

Antud juhtumist vaates loo jutustaja ennast ohvrina, striptiisi teinud sõbrannat valesti käitunud provokaatorina ja lapsevanemat agressorina. Teised fookusgrupi liikmed, kes olid jutustuse auditooriumiks aga nägid ohvrina striptiisi teinud tüdrukut ja valesti käitunud provokaatorina N1-te. Ka see illustreerib auditooriumi võimalusi sõnumi interpreteerimisel. Samuti on tähelepanuväärne info mobiilsus erinevate kanalite vahel, mis tõestab taas, et ühes kontekstis tehtu muutub kanali vahetudes hoopis millekski muuks, eriti kui infot vahendab isik, kes ei olnud originaalsituatsiooni üks osapooltest.

Tagajärjed hoolimatult teiste kohta käiva informatsiooni jagamise puhul on kaugemaleulatavamad kui noored esmapilgul näha oskavad. Striptiisi teinud neiu juhtumi puhul on (negatiivne) mõju avaldatud infol lapse ja lapsevanema, noore ja tema sõprade ning tüdruku ja (potentsiaalsete) romantiliste partnerivahelistele suhetele.

N1, kes oli ka oma fookusgrupi kõige aktiivsem osaleja, rääkis teisegi sarnase loo, mille kanalid olid küll veidi erinevad. N1-le saatis tema klassiõde mobiiltelefoni endast pildi, kus ülakeha oli napilt kaetud. Mobiiltelefonile said ligipääsu N1 klassivennad, kes printisid seda 150 koopiat ja riputasid need koos tüdruku telefoninumbriga linna üles, misjärel esitas piltidel olnud tüdruk kaebuse politseisse. Ehkki N1 oma süüd info levitamises otseselt ei tunnistanud („ja siis ühed mu klassivennad said selle pildi kätte“; „ja siis see läks nagu politseisse ja siis ma pidin ka käima“), kuid tunnetas moraalset vastutust kaudselt:

Aga nüüd sügisel käidi meil ühest nagu... noorte... mingist kohast, mingi naine rääkimas, siis ta rääkis, et see oligi üks jubedamaid sündmuseid siinkandis, et need pildid üles pandi, ja siis mul oli siuke... suht halb olla.

M5: suht mark jah.

Privaatsed fotod ei pea tingimata liikuma tänavapilti, need võivad tekitada ebamugavaid situatsioone ka virtuaalruumis.

Ehkki negatiivseid näiteid, mis puudutavad avalikku ja privaatset, kerkis diskussioonis esile mitmeid, juhtuvad need peamiselt teistega. Noortel on paljuskki puutumatuse tunne, mis segab iseenda info jagamise kriitilist analüüsi ja adekvaatset hinnangut sellele, kuidas privaatse iseloomuga materjal internetis liigub.

2.4. Auditooriumi roll sõnumi dekodeerimisel

Intervjueeritud noorte arvamused avaldustest jäi nii mõnelgi korral kõrva seisukoht, milles võib aimata muutunud suhtumist eksisteerivatesse ja ühiskonna poolt tunnustatud normidesse. Osaliselt on tegemist eakohase võitluse ja mässuga olemasolevate piirangute vastu, kuid osaliselt võib tegemist olla ehk muutunud arusaamaga sõnumi saatja ja vastuvõtja rollidest. Näiteks panevad nad auditooriumile tunduvalt suurema vastutuse sõnumist aru saamisel.

Isegi, kui postitust kirjutades mõeldakse kõigile teistele, kes ei ole sõnumi soovitavaks vastuvõtjaks, muutub kommunikatsiooniprotsess teatud mõttes mänguks – laulusõnade, aforismide ja siseringi naljade puhul on see nagu test, kas sihtauditoorium on piisavalt nutikas end sõnumi sihtrühmana ära tundes. Samas lisab sõnumi avalikkus teatud närvikõdi – kas ta reageerib, kuidas ta reageerib, kas teised saavad aru, kellele see sõnum suunatud on? Kuna tegemist ei ole selge ühetasandilise mänguga, kus on osapooled nimetatud, kaob ka vastutus ning hiljem saab bluffida, et see ei olnud üldse nii mõeldud. Kuigi tegelikult oli, kuid reaktsioon ei olnud selline nagu oodati. boyd (2010b) kutsub seda nähtust sotsiaalseks steganograafiaks – info peitmine kõigi pilkude all, saates sõnumeid, mida on võimalik lugeda mitmel erineval moel. Inimesed, kes teavad konteksti, mõistavad sõnumit ühel moel; inimesed, kes konteksti ei taju saavad sellest aru hoopis erinevalt. Oluline on see, et saatja saadab sõnumi, mõeldes juba teadlikult erinevatele auditooriumi liikmetele.

Fookusgrupi-intervjuudes kuuldu põhjal võib väita, et ühelt poolt on teismeliste suhtumine lahmiv – „oma süü, kui aru ei saa“, kuid teisalt oodatakse, et auditoorium oleks homogeenne, samade teadmiste, hoiakute ja huumorisoonega, nagu sõnumi saatja.

Näidispostituste ülesandes, kus postitused olid seotud teisest rassist inimestega („Miks jalka MM aafrikas toimub? Vaesemat riiki ei tahtnud valida?“; „Aja neeger hüppesse, aja neeger hüppesse“) puhul võis märgata, et kooliõpilased tajuvad poliitilise korrektsuse olulisust tänapäeva maailmas. Kui „aja neeger hüppesse“ oleks ilma jutumärkideta, siis oleks see noorte arvates küll „mingi feil“ (M3), rassistlik (M4) ja alatu (M5), kuid Eestis üldiselt aktsepteeritav, kuna Eestis elab noorte hinnangul vähe tumedanahalisi ja seega kuulub neid ka eestlaste sõprusringkonda vähe.

M5: nojah, pohhui, Eestis on ju ainult mingi kaks või kolm neegrit, keda mingi teatakse

Muudes riikides peab noorte arvates sõnumi saatmisel olema tundlikum:

N1: näiteks need, kes elavad Soomes ja see oleks soome keeles, siis võiks juba mingeid probleeme tekitada

Kui tegemist on viidatud rassismiga (näiteks antud juhul laulusõnad), siis on noorte arvates kõik korras ja sõnumi edastaja ei pea vastutust endale võtma, pigem peab sõnumi vastuvõtja end „harima“:

M4: ma paneks selle jutumärkidesse ainult. /---/

M7: no see, kes seda lugu kuulnud ei ole, see ei pruugi aru saada, aga...

M6: see, kes sellest aru ei saa, peab seda lugu kuulama

M1: jah, rohkem on ikka neid inimesi, kes nagu teavad seda lugu

M5: see on nagu nii legendaarne

M6: peaks seda lugu kuulama

Kui tekst oleks ilma jutumärkideta, siis on edastajal suurem vastutus, traditsiooniliste kirjakeele reeglite järgi on see originaaltekst ja edastaja on autoriks. Kui aga tegemist on

tsitaadiga, siis muutub selle sõnumi kopeerija ja edastaja lihtsalt sõnumi levitajaks. Talle aga teksti loojale omistatav vastutus ei laiene.

Tulles tagasi eelmises alapeatükis käsitletud alkoholitarbimisega seotud diskussiooni juurde leiame ka siin ühe piiri, mis noorte arvates enam ei eksisteeri ja mõjutab arusaama avalikult edastava informatsiooni sobilikkusest. Suur osa respondentidest (sealhulgas selgelt alaealised) olid kindlal seisukohal, et teatud määral alkoholi tarbimine igati lubatud ning omamoodi normiks saanud (ehkki seadusega vastuolus olevaks) ja seetõttu võib eksponeerida ka visuaalset ja tekstilist materjali üsna vabalt:

M7: jah on küll, aga lihtsalt niimoodi, et mu meelest, et osad asjad on ju täiesti loogilised, mis toimuvad, enesestmõistetav ju tegelikult, et noored tegelevad selliste asjadega

M6: jah, mis sest peita, noored

Tõik, et noorte arvates on alaealiste alkoholitarbimine aktsepteeritavam kui rassistlike sõnumite saatmine, on mõtlemapanev ja kõneleb meie ühiskonnas levinud hoiakutest. Ehkki riik võitleb liigsele alkoholitarbimisega kampaaniatega ja pikaajaliste strateegiatega, ei ole teadmine alkoholi kahjulikkusest auditooriumini päris plaanitult jõudnud. 2009. aastal, kui Tervise Arengu Instituut teatas sellest, et eestlased jäävad joodava absoluutse alkoholi kogustelt alla vaid tšehhidele (Lohk 2009), leidis nii meedias kui mujal rohkelt naljahambaid, kes arutlesid selle üle, kuidas esikoht ikkagi eestlastele saada. Lisaks on noortele suunatud alkoholireklaamid ahvatlevad ja propageerivad noortele meelepärast eluviisi. „Piltilusate neidudega pidudest on saanud justkui alkoholi sünonüüm, mida reklaamitegijad järjest enam ära kasutavad“ (Objartel 2009: 21).

IV JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Magistritöös keskenduti eelkõige sotsiaalmeedias saadetavate sõnumite vastuvõtule ja auditooriumi erinäolisuse tajumisele, sellest tulenevalt esitati neli suuremat uurimisküsimust, millele alljärgnevalt järelduste peatükis varem tehtud uuringute ja teooriate kontekstis vastatakse. Peatükk jätkub diskussiooniga ning viimase osana on välja toodud meetodi kriitika.

1. Järeldused

I Info jagamise praktikad

Milliste sõnumite edastamiseks kasutavad noored Facebooki?

Uuringus osalenud noorte hulgas jäi prevalveerivma arvamus, et Facebookis tavaliselt väga sisukat informatsiooni ei näe. Valdavalt jagatakse keskkonnas vähetähtsat infot, peamise eesmärgiga lahutatada kaaslaste meelt. Meelelahutuse tähtsust kinnitab muuhulgas ka asjaolu, et kõige enam näeb Facebookis noorte arvates humoorika sisuga postitusi. Sellised postitused põhinevad näiteks sõnamängudel ja kõlalisel koomikal, seksuaalsetel vihjetel või on seotud mõne koloriitsete avaliku elu tegelasega. Humoorika meelelahutuse pakkumise olulisusele viitab ka noorte poolt valitud informatiivsete postituste sisu, sest ka informatiivsete teadete kategoorias jagatakse enamasti kurioosseid uudiseid, nauditavat (uut) muusikat ja oma hobidega seotud teateid. Sellisel viisi infojagamist võib muuhulgas iseloomustada kui sekundaarset sotsialiseerimist, sest sekundaarsed grupid moodustuvad ka jagatud tegevuste ja arvamuste läbi (Berger & Luckmann 1966). Nagu on näidanud eelnevad sotsiaalmeedia kasutust puudutavad uuringud (boyd 2008, Subrahmanyam et al 2008, Livingstone & Haddon 2009, Mangus 2010, Aug 2010), on mõjuka informatsiooni saamisest ja jagamisest vaat et olulisemaks funktsiooniks sõpradega suhtlemine. Suhtluse all ei pea noored tihti silmas verbaalset suhtlust, vaid üksteise *tag*'imist piltidel ja *like*-nupu vajutamist sõprade postituste all.

Kuna kiri on mälu vorm (Lotman 1999), kasutavad noored Facebooki ka oma igapäevategevuste jäädvustamiseks, ehk teisisõnu on Facebook võtnud üle (mikro)blogimise funktsiooni. Jagatav info võib olla tugevalt hinnanguline. Selliste postituste puhul on

sõnumist tähtsam kaaslaste tagasiside ja toetus, seega esinevad taas sekundaarse sotsialiseerimise tunnused. Noored jagavad oma elu kõrg- ja madalhetki sotsiaalvõrgustikes teistega eelkõige seetõttu, et end välja elada ja et teised loodetavasti seda emotsiooni jagaksid. Eelkõige on levinud positiivse sisuga sõnumite vahetamine, seevastu õela ja negatiivse sisuga postitusi netikeskkondades noorte arvates väga tihti ei kohta. Noored olid seisukohal, et veebikeskkonnas üksteise halvustamine võib tekitada liiga palju probleeme ning taoline praktika ei ühildu ka Facebooki meelelahutusliku funktsiooniga. Seetõttu leiti, et saadetavates sõnumites domineerib üksteise kiitmise ja toetamise mentaliteet, ehk nagu Larsen (2007) enda uuringus on viidanud, niinimetatud armastuse diskursus. Virtuaalvõrgustikke kasutatakse sotsiaalsete paituste ja kiituste jagamiseks ning postitusi tehakse selliste paituste ootuses. Facebookis on noorte arvates tavaline, et kiitusele vastatakse kiitusega ning sedasi võib nii-öelda „nõiaring“ pikalt kesta. Tobeda ja naeruväärsena tunduvatele postitustele reageerimisel ei kiirustata hukkamõistu jäädvustamisega, pigem jäetakse postitus kommenteerimata, kuid mitte alati. Olgugi et (pool)avalik suhete klaarimine on noorte hinnangul taunitav, oli ka noorte endi kogemustes ette tulnud juhtumeid, kus ka negatiivseid emotsioone vahetatud oldi.

Suur osa edastatavast infost on praktilise suunitlusega, noored võtavad aktiivselt osa jaga-ja-võida-kampaaniatest (ehkki teiste kasutajate sellisesse käitumisse suhtuvad väga kriitiliselt), kutsuvad sõpru erinevaid mängu, et seeläbi ise mängus edeneda. Lisaks kasutavad noored Facebooki, et teha plaane nädalavahetuseks, leida ettevõtmiste puhul kaaslaseid ning taastada telefoni kaotamise puhul sõprade kontakte.

Kõige keerukamad on noortevahelise virtuaalsuhtluse puhul laialt levinud varjatud sõnumiga postitused, kus praktiseeritakse sotsiaalset steganograafiat (boyd 2010b). Selline sõnum võib olla tsitaat klassikult, read mõne laulu sõnadest või väga kitsale ringkonnale teada siseringi naljad. Ka halvastiütlemine ja õelutsemine on noorte arvates enamasti tagurpiditähenduslik ning sihtauditoorium oskab seda koodi noorte puhul enamasti lugeda. Sellest võib järeldada, et antud eagrupid on levinud topelttähendustega suhtlemine.

On oluline märkida, et valimisse sattunud noored edastavad suure osa informatsioonist pildiliselt. See võib taas tõestada, et sotsiaalvõrgustikes toimuval suhtlusel ja muljekujundusel on tähtis roll visuaalsel enesepresenteerimisel (Siibak 2009a, 2009b). Verbaalset infot jagavad noored pigem tagasihoidlikult, nii mõnedki respondendid ütlesid, et nad ei kirjuta kunagi Facebooki ise postitusi. Küll aga reageerivad teiste saadetud ja üles laetud kirjadele, piltidele

ja postitustele. Põhjuseid selliseks käitumiseks on mitmeid – värskete Facebooki kasutajatena soovetakse kõigepealt vaikselt jälgida, milliste mängureeglite järgi teised suhtlevad (Siibak 2009a). Suurele, hoomamatule auditooriumile postitamine võib tekitada isegi õõvastust. Teine aspekt, mida intervjueritud noored info jagamisest hoidumise põhjusena nimetasid, on enda privaatsuse kaitsmine. Kolmandaks tuleb esile tõsta, et eesti noored on ka laiemas plaanis tagasihoidlikud sisu loojad (Pruulmann-Vengerfeldt et al 2008, Kalmus et al 2009, Siibak 2009a), eriti just verbaalse sisu loomise poolest.

Millistel põhjustel avaldatakse sotsiaalmeedias privaatsel iseloomuga infot?

Üldiselt taunisid intervjueritud noored sotsiaalvõrgustikes liiga suurt kasutaja-aktiivsust, mis eelkõige seisneb peaaegu lakkamatus isiklike mõtete ja tegevuste edastamises. Sellist üliagarat info jagamist motiveerib noorte arvates tähelepanu, millesse suhtuti üleolevalt. Lisaks leidis noorte hulgas hukkamõistu personaalsete konfliktide ja sügavate tunnete eksponeerimine veebikeskkondades, kuna leiti, et sellised tunded peaks välja elama nii-öelda päris elus ja erasfääris. Samuti leiti, et hoiduma peaks postitustest, mis kirjeldavad detailselt kasutaja personaalseid ihuhädasid ja kehalisi funktsioone, mis võivad olla küll naljakad ja tähelepanu tõmbavad, kuid Facebooki auditooriumi erinäolisust arvestades keskkonda sobimatud. Respondendid ise on enamjaolt varjata püüdnud enda vanusega seonduvat informatsiooni. Et olla vaba alaealistele suunatud piirangutest (nii õiguslikul kui sotsiokultuurilisel tasandil), on oma vanuse peitmine hea strateegia saamaks suuremaid õiguseid, samas otseselt valetamata (boyd 2008, Marwick et al 2010).

Fookusgruppides räägitu põhjal võib välja tuua kolm peamist põhjust, miks avaldatakse privaatsel iseloomuga infot: oskuste ja teadmiste puudumine, hoolimatus ja mõtlematus ning populaarsusjahu.

Vaatamata sellele, et Facebookis on võimalik kasutada info jagamisel erinevaid filtreid, ei saa kasutajad erinevatest privaatsusseadetest aru, veel vähem muudavad nad neid (Lederer et al 2004). Noorte poolt räägitu põhjal võib samuti väita, et enamasti sellist info piiratud jagamist ei praktiseerita, kuna automaatseid privaatsusseadeid on noored vaikimisi seadetest ümber muutnud vaid mõnel juhul. Uuringus osalejad kritiseerisid eelkõige neid Facebooki seadeid, mida saab iga kasutaja personaliseerida ning sellest võib järeldada, et noorte üldine Facebooki kasutajateadlikkus on üsna madal.

Teine privaatse iseloomuga info avaldamise põhjus on ühelt poolt sõnumi saatjapoolne anonüümsuse illusioon ja teisalt auditooriumi mittetajumine – hoolimatus ja mõtlematus. Noored ei oska oodata, et nende vastu huvi tuntakse (boyd 2008), pigem on internetikäitumises levinud arvamus, et „keegi ei tea mind, ei hooli minust ja ei jälgi mind“ (Abril 2007). Lisaks väljendasid osad noored arvamust, et neil ei ole midagi peita, kuna avaldatav materjal on pealiskaudne ja meelelahutuslikult kerge. See arvamus võib põhineda ka sellel, et ei peeta silmas tervet auditooriumi, vaid neil ei ole varjata midagi nende eest, kelle peale nad juhtuvad postitust tehes mõtlema. Intervjueeritavad tunnistasid valdavalt, et postitusi tehes mõtlevad nad väga kindlatele inimestele ja valdav enamus koguauditooriumist meelde ei tule.

Kolmas põhjus privaatinfo hooletuks jagamiseks on populaarsusjanu. Virtuaalkeskkondi kasutatakse kuulumis- ja suhtlemisvajaduse rahuldamiseks (Mangus 2010) ning sõpradeks lisatakse ka inimesi, keda päriselt ei teata, kuid kes on avaldanud soovi virtuaalsõpruseks. Sõbrakutsest keeldumist ei peeta heaks tooniks, kuna kardetakse oma isikliku maine langust. Kui kasutajal on palju sõpru, on see „staatusetunnus“ (boyd 2008) ning temast võib noorte hinnangul tekkida populaarse inimese kuvand. Inimesed on sellisel juhul kasutaja jaoks virtuaalses keskkonnas kogutavad objektid, aksessuaarid – sümboolne kapital (Bourdieu 1994/2003). Et olla populaarne, peab kasutaja lisaks ka silma paistma ning *online*-keskkonda aktiivselt kasutama (Christofides et al 2009, viidatud Marwick et al 2010 kaudu, Mangus 2010). Et saada teistelt kasutajatelt tagasisidet ja suhelda, on vaja teha postitusi, mis tooksid kommentaare ja seetõttu avaldataksegi Facebookis mõnikord materjali, mis teatud auditooriumi liikmete jaoks on TMI – *Too Much Information*.

II Auditoorium Facebookis ning selle tajumine

Kes moodustavad Facebookis noorte kasutajate auditooriumi?

Noored tõid välja kuus peamist Facebooki kasutajatüüpi. Kõige enam kordus Üliagara Kasutaja tüüp. Selline kasutaja on suhtlemisaldis, kommenteerib ja vajutab tihti *like*-nuppu, lisab sõpru, tutvavaid ja võõraid oma võrgustikku nn inimeste kogumise eesmärgil. Kasutajatüüp Edvistaja on kasutajaaktiivsuse poolest üsna sarnane, kuid selle tüübi puhul on noorte arvates ülekaalus visuaalselt avaldatav materjal – Edvistaja laeb üles suurtes kogustes pilte (alatiüüp Via iPhone Kasutaja puhul rõhutati kommunikatsioonikanali, nutitelefoni, olulisust).

Suhtlusvõrgustikes võib harva kohata Tigidat kasutajat, kes on noorte arvates põhjuseta kriitiline ja ründav. Selline tüüp võib olla konkreetsemalt määratlemata vihkaja (*Hater*) või konkreetsemalt kuri Vananimene. Põlvkondadevaheline pinge on noorte ja vanade vastanduses suurt rolli mängimas (Kalmus 2008, Livingstone 2003b) ning ehk ka seetõttu nägid noored vanu inimesi nende vastu agressiivselt meelestatutena. Kõige negatiivsema kasutajatüübina toodi mitmel korral välja välismaalasest Pervert, kes on samuti ealiselt vanem ning kasutab sotsiaalmeediat eelkõige väikeste poiste ja tüdrukute otsimiseks. Eestis on lähiajaloost tuua ere näide välismaa-ahistajast, mis lõppes nurkaaetud teismelise poisi enesetapuga (Kalma 2009), seega on nii tugev võõraviha internetisuhete puhul osaliselt mõistetav.

Üsna neutraalsena töid respondendid välja Ärimhe-kasutajatüübi, kes kasutab Facebooki tööalasel eesmärgil või kasu saamiseks. Kõige positiivsemalt kirjeldati Tavakasutajat, kellega noored ka ise samastuvad. See kasutaja on keskkonnas „parajalt aktiivne“, kuid ei avalda endast liigselt infot ning kasutab Facebooki peamiselt sõpradega suhtlemiseks.

Kui vaadata esimese uurimisküsimuse juures kirjeldatud tüüpilisi postitusi, mida kasutajad Facebookis saadavad, võib noorte kirjelduste põhjal luua seosed postituse tüübi ja kasutajatüübi vahel (tabel 2).

Tabel 2. Kasutajatüüpide poolt tõenäoliselt saadetava info iseloom.

Sõnumi tüüp	Kasutajatüüp
Argitegevusi kirjeldavad postitused	Üliagar kasutaja
Humoorikas postitus	Tavakasutaja
Informatiivne postitus	Tige kasutaja Pervert
Tugeva emotsiooniga postitus	Tige kasutaja Pervert
Praktilised postitused	Ärimees Üliagar kasutaja
Pildiline postitus	Edvistaja

Lisaks üldistele Facebooki kasutajatüüpide kirjeldustele, rääkisid noored fookusgrupis ka eraldi konkreetsemalt enda sõbralistidesse kuuluvatest inimestest. Käesoleva uuringu

respondentide kontaktide arv Facebookis jääb 144 ja 468 inimese vahele, sarnase tulemuse (150-500) sai oma uurimuses ka Mangus (2010). EU Kids Online uuringus (Livingstone et al 2010) oli see number tunduvalt väiksem – kolmandik Eesti lastest ütles, et neil on vähem kui 10 sõpra ja vähem kui viiendikul on üle 100 sõbra. Põhjus erinevates tulemustes võib seisneda uuritud laste vanuses. EU Kids Online uuringus osalesid 9-16aastased noored, Manguse töös 18-32aastased ning käesoleva töö respondendid olid vanuses 16-20. Vanuse kasvades kasvavad ka sõbranimistud, kuna on olnud rohkem aega erinevate inimestega sotsiaalseid suhteid luua ning ka internetikasutamise aktiivsus tõuseb noorte vanusega.

Nagu eelnevad Eestis tehtud uuringud (Mangus 2010, Aug 2010) on näidanud, kuulub virtuaalsetes kogukondades kasutajate reaalsete kontaktide hulka kõige enam tuttavaid, see tähendab inimesi, kellega kunagi minevikus on kokku puutunud või jagatakse ühist organisatsiooni (näiteks endiseid ja praeguseid huviringide-, klassi- ja koolikaaslased), kuid tihti peale ei eksisteeri nende tutvavatega mitte mingisugust püsivamat emotsionaalset või instrumentaalset suhet. Samuti liigitasid mõned noored tutvavate alla õpetajad, muusikud ja „võõrad karvikud“. See näitab, et tuttava mõiste on väga lai.

Sõprade, ehk inimeste osakaal, kellega suheldakse ka väljaspool internetti, on noorte endi hinnangul võrgustikes maksimaalselt üks neljandik. Sõpradega suheldes kasutatakse Facebooki näiteks nii nädalavahetuse plaanide tegemiseks kui reaalsete probleemide lahendamiseks (telefoni kaotamisel numbrite taastamine).

Seevastu perekonnaliikmete, näiteks emade ja isade virtuaalsõprade hulka arvamisse suhtuti teatud üleolekuga. Noorema generatsiooni esindajad on reeglina aktiivsemad arvutikasutajad (Livingstone & Haddon 2009) ning enamuse Euroopa noortest on arvamisel, et nad teavad interneti kohta oma vanematest rohkem (Livingstone et al 2010). Ka uuringus osalenud noored peavad end tihti interneti täieõiguslikeks pärismaalasteks ja vanem generatsioon on kohatud sisserändajad (Prensky 2001), seetõttu lapsevanemaid eriti hea meelega oma sõbralisti vastu ei võeta. Sarnaselt suhtusid noored ka õpetajate sõbraks lisamisse.

Virtuaalkontaktide sekka öeldi kuuluvat vähesel määral võõraid. EU Kids Online värskeimast uuringust (Livingstone et al 2010) selgus, et Eesti lapsed ja noored suhtlevad võõrastega üsna julgelt: koguni 54% küsitletud noortest ütles, et nad on internetis suhelnud inimesega, keda nad näost-näkku kohanud ei olnud. Võõrana defineerisid uuringus osalenud noored näiteks

välismaalaseid (ameeriklased, türklased, inglased), bände ja muusikuid ning firmasid, ehk teisisõnu sellesse gruppi kuuluvate kasutajatega puudub profiiliomanikul reeglina igasugune eelnev *online*- või *offline*-kontakt. Noored märkisid, et virtuaalsuhte initsiaatoriks on reeglina võõras, kelle sõbraskutse aktsepteeritakse ning seejärel tema olemasolu unustatakse. Sõnumit saates, sotsiaalvõrgustikus suheldes, infot jagades ja postitustele reageerides ei mõtle noored tavaliselt kõigile sõbranimistusse kuuluvatele inimestele (boyd 2010a) ja potentsiaalsele auditooriumile. Nii muutub avaldatav info kättesaadavaks suuremale auditooriumile kui oodata osatakse.

Milliseks kujuneb noorte arvates auditooriumi roll sõnumite mõtestamisel?

Noorte räägitu põhjal võib väita, et sõnumit postitades on saatjatel ka auditooriumile teatud nõudmised ja ootused. Üldiselt oodatakse, et auditoorium oleks homogeenne, samade teadmiste, hoiakute ja huumorisoonega nagu sõnumi saatja, moodustades kujuteldava kogukonna (boyd 2008). Seeläbi panevad noored auditooriumile üsna suure vastutuse sõnumite dekodeerimisel. Vastutuse delegeerimist võis näha ka diskrimineeriva sisuga postituste arutelus. Tavaliselt defineerib solvamise solvatav, mitte solvaja, kuid postituse „aja neeger hüppesse“ puhul on auditooriumi liige, kes ei tea, et tegemist on laulusõnadega, noorte arvates harimatu ja rassistlikud süüdistused alusetud. Eriti kui tekst on jutumärkides. Tsitaadi puhul muutub sõnumi kopeerija ja edastaja lihtsalt sõnumi levitajaks. Talle aga teksti loojale omistatav vastutus ei laiene.

Ohuna oma privaatsusele tajuvad noored põhiliselt täiskasvanuid, eelkõige õpetajaid ja lapsevanemaid. Lapsevanemad jäävad reeglina noorte sõpradenimistust välja, kuna virtuaalruumis soovitakse end tunda vabalt ning eemal kontrollivatest pilkudest. Sama tendentsi on kirjeldanud ka Livingstone (2008), väites muuhulgas, et kuna virtuaalsed keskkonnad on vanemlikust kontrollist võrdlemisi vabad, sobivad need seetõttu ka piiride painutamiseks või selleks, et teha asju, mida vanemad ehk ei lubaks. boyd (2008) on välja toonud, et elu võib jagada erinevatesse sotsiaalsetesse situatsioonidesse, millel kõigil on oma auditoorium ja kontekst. Sotsiaalvõrgustikke kipuvad noored seostama siiski oma eakaaslastega, kõige selgemini tajutava auditooriumi segmendiga ja seetõttu tundub paljude noorte jaoks Facebookis lapsevanemaga kohtumine piinliku ja pinget lisavana. Nende esindatus sotsiaalvõrgustikes ei ole noortele teadmata ning isegi, kui lapsevanem lubab oma järeltulijal teha asju, mis ei ole legaalses mõttes eakohased, nähakse lapsevanemaid sõbralistis siiski segava faktorina. Filosoofilisema käsitluse järgi võivad noored jagada Bourdieu

(1994/2003) käsitleb, et perekond on eraldiseisev privaatne sotsiaalne universum, mida ei soovita suletud uste tagant nähtavale tuua. Lapsevanemad võivad olla noorte kujutluses väga selgelt seotud kodu ja privaatsfääriga ning nende tulek avalikku sfääri muudab noored rahutuks. Teavad ju vanemad ka nende kohta palju ülimalt privaatseid detaile.

Õpetajaid noored väga aktiivselt oma sõbraks ei lisa, eelkõige kuna õpetajad on teine autoriteetne „ohugrupp“, keda ei soovita oma mängumaale kontrollivaks ja distsiplineerivaks mängijaks. Õpetajad ongi osade noorte arvates Facebookis selleks, et õpilastel silma peal hoida, mitte oma isiklikel põhjustel.

Politsei on ohuks eelkõige sellise käitumise puhul, mis ei ole legaalne – erinevate ainete tarbimine alaealiste poolt, peod ilma täiskasvanud järelevalvajata jne. Oht ei tundu noorte jaoks väga reaalsena, sest internetisuhtluse puhul on kaitsvaks kilbiks tõendamatus – probleemide tekkides on võimalik väita, et avaldatud materjal oli väljamõeldis, fiktsioon. Ehkki reaaalses elus rakenduvaid otseseid karistusi ei pruugi tundliku informatsiooni jagamisele järgneda, võib avaldatu muuta auditooriumi liikmete hoiakuid ja isiku kohta käivaid otsustusi. Noored tajusid seda väga nõrgalt, vaid ühel korral mainiti abiturientide fookusgrupis, et konfliktised Facebookis avaldatud infokillud võivad negatiivselt mõjutada edasist karjääri, kui tööandja otsustab kandideerija tausta sotsiaalsfääris kontrollida.

Facebook on selle poolest eriline keskkond, et inimene ei kontrolli täiel määral oma kuvandit, vaid see kujuneb tema ja sõprade koostöös (Aug 2010). Sama olulised kui postitused ise, on teiste poolt kirjutatavad reaktsioonid. Seega ei ole auditoorium enam lihtsalt auditoorium, vaid sõnumi saatjaga võrdne kasutaja (Livingstone 2003a). Sõbrad saavad kasutaja seinale postitada ükskõik millist materjali, *tag*'ida postitustes, videotes ja piltidel ning seeläbi mõjutada inimesest tekkivat kuvandit olulisel määral. Kuigi respondendid tõid välja, et Facebookis võib näha üsna palju konfliktseid postitusi, kus nii-öelda „pestakse musta pesu“ kõigi silme all, ei taju nad oma sõpru ohuna iseenda privaatsusele. Teisalt tõid nad näiteid olukordadest, kus nad ise on oma sõpradele privaatse info levitamisega probleeme tekitanud ning mõnel juhul nähti isennast ohuna iseendale – olukorrad, kus postitatakse ebaadekvaatses olekus või liiga tormakalt ning hiljem on tulnud olukorda siluda, kas lisades selgitusi või üles laetud/kirjutatud materjali kustutades. Võib märgata puutumatuse tunnet, mis segab iseenda info jagamise kriitilist analüüsi ja adekvaatset hinnangut sellele, kuidas privaatse iseloomuga materjal internetis liigub.

2. Diskussioon

Võrguühiskonna kommunikatsiooni aluseks on horisontaalsete kommunikatsioonivõrgustike globaalne võrk (Castells 2007), milles vahetatakse igapäevaselt tohututes kogustes erinevaid informatsiooni, seejuures on uue meedia puhul kommunikatsioon enamasti egalitaarne (Napoli 2009). Käesolevas uuringus osalenud noored on agarad netikasutajad ning puutuvad erinevates võrgustikes osaledes iga päev kokku sadade, kui mitte tuhandete ja kümnete tuhandete infokildudega. Isegi kui tunnistatakse ja teadvustatakse, et internetis, eriti sotsiaalvõrgustikes tegutsedes ollakse ümbritsetud vähetähtsast informatsioonist, on selline kerge meelelahutus muutunud noorte jaoks iseenesestmõistetavaks. Paljuskki saame me tänapäeva noorte *online*-suhtluspraktikate valguses rääkida infosõltuvusest. Sarnastele trendidele on viidanud ka Aug (2010: 23) kelle respondendid logisid end Facebooki sisse mitu korda päevas ning koguni kaks kolmandikku intervjuueeritute väitis, et suurema osa ajast tegelevad nad Facebookis oma sõprade jagatud info lugemisega.

Seoses sellega, et info liigub ja täieneb uues meedias kiiresti, selle kogus on tohtu ning ligipääs enamasti vaba, on kasutajatele omane kiirustamine ja kärsitus (Richtel 2003). Pikad tekstid ja analüüsid, mõtteavaldused tõmbavad ligi vähem publikut kui lühikesed, tabavad ja kergestihaaratavad infojupid. Tempokas infoühiskonnas on mõistetav, miks on viimastel aastatel suure populaarsuse saavutanud just lühikeste tekstide ja pildilise info vahetamise keskkonnad. Mikrobloginiskeskond Twitter, mis lubab kasutajal postitada vaid kuni 140 tähemärgilisi postitusi, ületas 2010 aasta septembris 75 miljoni kasutaja piiri (twitter.com). Magistritöö fookuses olnud sotsiaalmeediakeskkond Facebook on sarnaste omadustega, kuna postituse maksimumpikkuseks on 420 tähemärki (Dsouza 2010) ning suur osa jagatavast infost on pildiline, kuna kasutajate poolt igas kalendrikuus 2,3 miljardit üleslaetavat fotot teevad Facebookist fotode jagamisele suunatud lehekülgede liidri (Putnam 2010).

Teisalt soodustavad sellised keskkonnad pealiskaudse ja kiirustava lähenemise normiks saamist. Tehnoloogilise determinismi teooria järgi põhjustavad muutused tehnoloogias muutusi ka ühiskonnas. Internet ja seal domineerivad kommuniqueerimisviisid muudavad inimesi, näiteks Castellsile (2001) toetuvalt võib väita, et inimesed on suuresti defineeritud oma kommuniqueerimisviisidega ning kanali muutus (telefon ja näost-näku suhtlemine *versus* suhtlemine arvutiekraaniga) on toonud kaasa muutuse nii suhtlemisviisis kui käitumismustreis. Ei saa unustada ka sotsiaalse konstruktivismi põhiideid, sest on selge, et

tehnoloogia ei arene üksi ja iseseisvalt, vaid selle arengu põhjustab ühiskond ning selles tegutsejate vajadused. Inimesed on need, kes andsid internetile sellised kasutusviisid, nagu seal tänapäeval domineerivad. EU Kids Online viimasest uurimusest (Livingstone et al 2010) selgus, et noored tegelevad internetis peamiselt järgmiste asjadega: kasutavad internetti koolitööks (84%), mängimiseks (74%), videoklippide vaatamiseks (83%) ja MSNis olemiseks (61%); vähem postitatakse teistega jagamiseks pilte (38%) või sõnumeid (31%), kasutatakse veebikaamerat (29%), failide jagamise lehekülgi (17%) või blogitakse (10%). Eelpool toodud praktikate kirjeldus iseloomustabki paljuski internetis toimuvat info otsimise ja jagamise siksakitamist – hüpatakse ühelt leheküljelt teisele, liigutakse hüperlinkide abil aina edasi, samal ajal MSNi akendes mitmeid erinevaid vestluseid pidades. Suuresti *online*-keskkondade kasutuspraktikatest ajendatud pidev *multitasking* on teinud murelikuks paljusid uurijaid (Tapscott 2009, Alderman 2007), kes on viimastel aastatel väljendanud muret selle üle, kuidas mõjub uus meedia noorte tähelepanu- ja keskendumisvõimele. Alderman (2007) nimetas uut generatsiooni isegi *ADD Generation*'iks (*attention deficit-disorder*: tähelepanu puudulikkuse häire), ehk põlvkonnaks, kel on raskusi ühele asjale keskendumisega ning keda vaevab pidev kärsitus. Pealiskaudsust ja kiirustamist võib muuhulgas näha ka veebikeskkonnas toimuvaid info jagamise praktikaid analüüsides.

Nagu öeldud, teadvustavad noored, et sotsiaalsõrgustikes jagatav info on reeglina kerge, meelelahutuslik ja vähetähtis. Ka ise jagatakse peamiselt sellise iseloomuga infot, kuna noorte arvates on Facebook eelkõige meelelahutuslik vaba aja veetmise koht, kus ei ole vaja pead keerukate probleemidega vaevata. Vähemalt nii neile tundub, sest tegelikult käib ka Facebookis väga mitmekihiline sotsialiseerumine, oma grupist väljaheitmiste või tõrjumiste, aktsepteerimise otsingute ja infonäljaga (boyd 2008). Mõnikord avaldatakse Facebookis väga tugevalt hinnangulisi arvamusi või klaaritakse tekkinud konflikte, mille puhul oodatakse virtuaalsõprade toetust, kuid ei mõelda neile, kes võivad teistsugusel arvamusel olla. Noorte arvates jäetakse küll negatiivsed kommentaarid enamasti enda teada ja neid ei kiirustata jäädvustama, kuid mulje inimesest on selle info põhjal muutunud. Konflikte ja liiga avameelseid postitusi teevad noorte arvates tavaliselt ikka teised, mitte nemad ise.

Käesoleva uuringu respondentide arvates teevad nn „teised“ kasutajad (viimastele viitavad fraasid: „kõik teavad“, „kõik lisavad“, „kõik võtavad naljana“) üldse Facebookis kehtivas netietiketi mitmeid vigu, kuid intervjueritud noored ise enda arvates netiketi vastu ei eksi. Selline seisukoht võib olla pluralistlik teadmatus, sest reeglina jätkatakse enda seisukoha

tutvustamist. Samas võis fookusgruppides räägitus märgata kolmanda isiku efekti (Davison 1983) tekkimist. Viimase puhul kipuvad inimesed arvama, et erinevad faktorid avaldavad teistele suuremat mõju, kui neile endile. Noorte seas on levinud arusaam, et halvad asjad juhtuvad alati teistega ja teised käituvad valesti. Ühelt poolt võib selline suhtumine olla tingitud vastajate noorest east ja noorusega kaasnevast puutumatuse tunest, kuna nii-öelda „meri põlvini“ on teismelistele omane suhtumine. Teisalt on mõisteta, et grupivestluses ei soovi noor ennast ja enda tehtud vigu avalikuks kritiseerimiseks teiste ette laotada ning seetõttu võiski intervjuude puhul läbivalt märgata, et negatiivsete näidete puhul rääkisid noored üldistatud teistest, üksikutel juhtudel öeldi ka „mul on üks tuttav“. See „tuttav“ on tavaliselt ealiselt noorem, mis kinnistab ühiskonnas levinud „rumal ja noor *versus* vanem ja targem“-diskursust. Ka on Eestis olnud mitmeid internetiohutuse kampaaniaid (näiteks Jänku-Jussi multikad, AssaPauk!), milles on toodud välja põhikooliealiste ja nooremate eagruppi kui põhilist ohustatute sihtrühma. Näib, et uuringus osalenud respondentide kujutlustes on vigu tegev üldistatud „teine“ osaliselt meedia mõjul samuti laps või varateismeline. Fookusgrupis räägitud reaalse kogemuste näidetest selgus aga, et respondendid ise avaldavad sotsiaalvõrgustikes samuti tundlikku infot – olgu see siis telefoninumber, fotol viinapudeliga poseerimine või postituses sõbra sõimamine.

Miks aga avaldavad noored pigem erasfääri kuuluvat informatsiooni sotsiaalmeedias suuremal või vähemal määral avalikult? Üks olulisemaid suurtele inimhulkadele personaalse info jagamise põhjuseid on tähelepanu- ja populaarsusjanu. Nimelt nähakse auditooriumi sotsiaalvõrgustikus paljuski kui sümboolset kapitali (Bourdieu 1994/2003), millele Facebookis tegutsevad agendid seesuguse väärtuse omistavad. Kui kasutajal on palju sõpru, on see „staatuse tunnus“ (boyd 2008) ning profiiliomanikule võib noorte hinnangul omistada populaarse inimese kuvandi. Näiteks on leitud (boyd 2008), et mõned meeskasutajad lisavad oma võrgustikke atraktiivseid naissoost kasutajaid, kuna see aitab neil endil lähedam välja paista. Ka käesoleva uuringu meessoost vastajate öeldu põhjal võib täheldada sama tendentsi, sest mitmed noormehed lisasid oma kontaktidesse võõraid kenasid tüdrukuid, kellega suhtlema ei pruugitudki hakata. Lisaks võivad teismelised sõpru koguda ka potentsiaalse kaaslase leidmiseks, meelelahutuseks või omavahelise võistluse korras. Niinimetatud inimeste kogumine on noorte seas Facebookis laialt levinud ning noored väljendasid sel teemal avalikult kõneldes halvaksapanu ja üleolekut. Sarnast negatiivset hoiakut „teiste“ netikasutajate suurtesse sõbranimistutesse on täheldatud ka varem (Acquisti ja Gross 2006, boyd 2008), muuhulgas on leitud, et näiteks MySpace’is populaarsuse nimel inimeste kogujaid kutsuvad

osad noored üleolevalt „MySpace’i hooradeks“ (boyd 2008). Üks üleoleva halvustava suhtumise põhjus võib olla võrdlusemoment – kui noor näeb, et tal on vähem sõpru kui teistel, peab seda enda jaoks kuidagi põhjendama ning toimetulemise strateegiana kinnitatakse endale (ja teistele), et paljude kontaktide omamine on väär ja „nõme“.

Käesolevas uuringus osalenud tunnistasid aga peale väikest pinnimist samuti, et nende virtuaalsõprade seast võib leida võhivõõraid inimesi. Eesti noorte puhul tuli välja, et kui sõbrakutse tuleb teiselt osapoolt, siis on sellest keeldumine ebaviisakas ning sõbrana aktsepteeritakse ka võhivõõraid, et mitte jätta endast ebaviisakat muljet. Seevastu USA ja Kanada noortega läbi viidud uuringust selgus (boyd 2008), et viimaste jaoks oli virtuaalsõpruse tagasilükkamine lihtne, kuna puudub vajadus nende inimestega reaalselt kokku puutuda. Selline suhtumiste erinevus võib muuhulgas seisneda ühiskondlike mastaapide erinevuses. Eesti ühiskond on kordades väiksem ja paljudele on juba noores eas saanud selgeks see, et inimesed on omavahel tihedalt seotud ning „kõik teavad kõiki“. Pealegi, kuna enamus teismelistest ei mõista, miks peaksid võõrad täiskasvanud nende vastu huvi tundma (boyd 2008), võib noortele jääda mulje, et järelikult on sõbrakssaamise soovil mingi põhjus, nende vahel võib eksisteerida mingi side. Inimeste kogumine sotsiaalvõrgustikes on teisalt üsna ohtlik tendents, kuna inimestest saavad virtuaalvõrgustikes aksessuaarid ja objektid, kelle puhul unustatakse nende inimlikkus (et nende tunded saavad haavatud või et nad võivad suhtlemisel omada mingeid tagamõtteid). Niikui tundub fakt, et ollakse masina poolt vahendatud, juba iseenesest vähendavat veebikeskkonna kasutajate teadlikkust inimestega kokkupuutes olemisest (McQuail 2000).

Samas aga nähtus fookusgrupis räägitust, et ainult suurest kontaktide arvust Facebookis populaarsuseks ei piisa. Vaatamata sellele, et sotsiaalmeedia kaudu on igalühel võimalus saada mikro-kuulsuseks, ei ole mikro-kuulsuse staatuse pälvimine sugugi nii lihtne, sest „isegi kui kasutaja teeb oma profiili kergesti ligipääsetavaks ning otsib suurt auditoriumi, pööravad talle pilgu vaid üksikud“ (boyd 2010a: 5). Suurem edu on tihtipeale võimalik vaid juhul, kui kasutaja on populaarsuse nimel nõus enda kohta üsna palju paljastama (Marwick et al 2010). Nagu on väitnud Tufekci (2008): need noored tahavad olla nähtavad. Ehk teisisõnu, populaarsuse saavutamiseks peab kasutaja lisaks silma paistma ja *online*-keskkonda aktiivselt kasutama ning jagama personaalset infot (Christofides et al 2009, viidatud Marwick et al 2010 kaudu). Sellise info avaldamist võib vaadelda ka kui omaette usalduse demonstreerimist,

misläbi võivad kaaslastega tekkida kvaliteetsemad ja siiramad sõprussuhted (Valkenburg & Peter 2008).

Solove (2007a) järgi on ühiskondades on levinud „pole midagi varjata“-argument – inimene protesteerib avalikustamise vastu vaid siis, kui tal on midagi varjata. Paljud noored kasutavad seda ka enda tegevuse kirjeldamiseks – ma tegutsen netis vabalt, sest mul pole midagi varjata, eks vaadake, ma ei hooli. Eriti omaseks võib sellist suhtumist pidada digitaalsetele pärismaalastele (Prensky 2001), seevastu kui digitaalsete immigrantide (vanem generatsioon) jaoks, kes kasvasid üles maailmas, kus eksisteeris enda kohta käiva info kontrollimise luksus (Abril 2007), tundub taoline suhtumine problemaatiline. Varemalt oli võimalik isiklikke ajalugusid maha vaikida ja muuta, kuna andmetele ligipääs oli piiratud, mälestused tuhmusid ja ajalehed kolletusid raamatukogudes ning pea alati võis ära kolides nii-öelda puhta lehena otsast peale alustada. Uue meedias peetakse „mul pole midagi varjata“- argumenti baasiks internetikasutajate rohkust (paljude seas jääb indiviid peitu) (Abril 2007) ning auditooriumi nähtamatust, millest on kõnelnud ka boyd (2008). Harmoonilise ühiskonna huvides on, et inimesel oleks õigused iseolemisele ja teatud seadused ning institutsioonid kaitseks neid teiste sissetungi eest (Solove 2007a: 762), kuid kui inimesed annavad ise oma õigused privaatsusele ära, ei saa mingid institutsioonid enam indiviidi kaitsta. Näiteks võrdleb Abril (2007) internetis tajutavat anonüümsusust (respondent N6: „*ma arvan, et kedagi ei huvita see, et kuhu ma kuulun*“) autoga sõites nina nokkimisega – ehkki liigutakse rahvarohkes avalikus ruumis, tekib oma väikeses eraruumis (autos) nähtamatuse tunne, mistõttu tehakse seal asju, mida muidu ehk avalikus ruumis ei tehtaks (nina nokkimisele lisaks laulmine, endaga rääkimine ja rõhitsemine). Autojuhil, nagu ka internetis tegutsejal on tunne, et keegi ei tunne teda, keegi ei hooli, keegi ei jälgi teda selles suures massis.

Fookusgruppidest nähtus ka, et noored ei tunneta oma profiile olemasolevatena väljaspool seda aega, kui nad aktiivselt internetis on. Loomulikult on Facebooki puhul näiteks selgelt tajutavad teiste tegevused keskkonnas ajal, mil kasutaja on eemal viibinud. Punaselt märgistatud teadaanded informeerivad kasutajat sisselogimisel või keskkonnas tegutsemise ajal sellest, et keegi on tema pilte kommenteerinud, positiivselt hinnanud tema mõtteid vms, kuid see saab kasutaja jaoks reaalseks alles sisselogimise hetkel või internetti kasutades. Muul ajal eksisteerib keskkond koos seal tegutseva auditooriumiga vaid tagaplaanil. Vaataja rollis olevad inimesed omavad ligipääsu üles riputatud infole aga igal ajal. Vaatleja omab vaadeldava üle ka teatavat võimu – ta on nähtamatu ning tihti on vaatlejad ka võimu aspektist

kõneldes mõjukamal positsioonil: „Õpetajad vaatavad. Tööandjad vaatavad. Valitsused vaatavad. Korporatsioonid vaatavad.“ (boyd 2009a).

Teisisõnu võib öelda, et sotsiaalmeedia omnoptikonis (Linaa Jensen 2010, Rosen 2004) jälgivad meid pidevalt paljud. Internetiajastul on igaüks justkui kuulsus, kelle tegemistel pidevalt silm peal hoitakse. Meyrowitz (1985) on juba ammu toonud välja, et elektroonilise meedia puhul on avalik ja privaatne omavahel segunemas ning privaatsus on kadumas. Sotsiaalmeedia puhul, kus on võimalik jälgida igaühte nagu tabloidid jälgivad staare, on privaatsust veelgi vähem. Iga väike argielu kirjeldav infokilluke on üksinda võttes vähetähtis ja igav, kuid koos moodustavad need puäntillistliku maalina tervikpildi (Thompson 2008). Kasutaja elu erinevate aspektide kohta tekib avalik arvamus (Rosen 2004). Kusjuures, omnoptikonis ei saa keegi olla vaid jälgija rollis, sest ühisjälgimise puhul on kõik osalejad üheaegselt nii agendid kui subjektid (Linaa Jensen 2010). Olukorra muudab keeruliseks tõsiasi, et kõigi osalejate arusaamad õigest ja väärast, normaalsest ja ebanormaalsest on erinevad.

Et olla pigem jälgija kui jälgitav ning piirata mittesoovitava auditooriumi ligipääsu oma andmetele, peab oskama sotsiaalmeedia keskkondi endale sobivaks modifitseerida. Paraku jääb paljudel noortel, eriti algajatel sotsiaalmeedia keskkonna kasutajatel, nendest oskustest vajaka. Enamasti hoitakse uue kasutajana tagaplaanile, jälgitakse kuidas teised käituvad ning luuakse selle põhjal isiklik muljekujunduse strateegia (Siibak 2009a), mida kinnitab ka Bandura (1997, viidatud Burke et al 2009 kaudu) sotsiaalse õppimise teooria. Fookusgrupis osalenud noorte seas leidis samuti värskeid Facebooki kasutajaid, kes seda teooriat tõestasid – kuna keskkonda ja selle toimemehanismi ei mõisteta veel täiel määral, eelistatakse jääda tagaplaanile (Burke et al 2009).

Suurem osa noortest pidas end Facebooki vilunud kasutajaks, kuid üllatuslikult nähtus kuuldust, et erinevaid piiranguid ja selektiivse info jagamise võimalusi kasutatakse siiski minimaalselt. Facebookis on muu hulgas võimalik panna oma profiil koos kõikide lisadega peitu nende silmade eest, keda ei ole oma sõbrana aktsepteeritud; piirata teatud kindlate kasutajate või rakenduste ligipääsu oma profiilil olevatele andmetele; määrata postitust tehes, kellele seda mitte kuvada; blokeerida kasutajaid jne. Valdav osa uuringus osalenuist tunnistas, et nad ei kasuta erilisi piiranguid, umbes pooltel puhkudel on põhjus selles, et noored ei olnud sellistest piiramise viisidest teadlikud või leiti, et need sätted on liiga raskesti rakendatavad ja

ateganõudvad. Sarnaseid tulemusi on saanud mitmed eelnevalt tehtud uuringud: Acquisti ja Gross (2006) leidsid oma valimi põhjal, et 22% Facebooki kasutajatest ei ole kursis, kuidas nende profiili nähtavus seatud on. Hiljem avaldatud uuringute (Marwick et al 2010) põhjal võib väita, et kasutajateadlikkus on tõusmas, kuid märkimisväärne osa kasutajatest jätab veel tänagi Facebooki puhul kehtima vaikinisi seaded. Sellisel juhul on ligipääs inimese informatsioonile ka sõprade sõpradel, mis tähendab suurte võrgustike puhul tuhandeid ja tuhandeid inimesi.

Virtuaalkeskonna kriitikana tuleb esile tõsta, et Facebookis on privaatsusseaded laiali jaotatud mitmele eri tasandile ja nendevaheline navigeerimine võib osutuda üsna keeruliseks. Lisaks arenevad ja täiustuvad digitaalsed tehnoloogiad ja keskkonnad nii kiiresti, et isegi ekspertidel on raske kõigi muutustega sammu pidada ning mõista, mis on avalikult ligipääsetav ja mitte, kõnelemata siis tavakasutajast (Palfrey 2008, viidatud Marwick et al 2010 kaudu). Ka on netis liikumise tavapärase käitumise osaks paljude kasutajate jaoks erinevate programmide ja keskkondade kasutamistingumustega nõustumine, vajutades „I accept“ ilma lepingust ridagi lugemata. 77% kasutajatest ei ole lugenud Facebooki kasutamistingimusi (Acquisti & Gross 2006). Respondendid kritiseerisid mitmel korral Facebooki selliseid seadeid, mida on võimalik kasutajal endal muuta, mis annab taas tunnistust sellest, et keskkond ja selle seadete muutmise loogika on noorte jaoks raskesti arusaadav. Oskuste ja teadmiste puudumine võib seega samuti olla privaatse info liigse jagamisega (*oversharing*) seotud probleemide põhjuseks.

Keerukaim põhjus privaatse iseloomuga info avaldamiseks on see, et sõnumit saates tajub saatja vaid väikest osa auditooriumist. boyd (2010a) ütleb, et sotsiaalvõrgustikes suheldes on inimeste kujutletavad auditooriumid need, kellega nad on otsustanud virtuaalvõrgustikus sõbruneda. Käesoleva uuringu põhjal võib kujutletava auditooriumi mõistet veelgi kitsendada – see on see üliväike osa virtuaalsõpradest, kelle peale mõeldakse. Facebooki üks segadust ja probleeme tekitav aspekt on see, et ühte keskkonda on kokku kogunenud väga erinevad inimesed – õpilase suhtlusvõrgustikku võivad kuuluda parim sõber, eks-tüdruksõber, matemaatikaõpetaja, vanaema, isa töökaaslane jne (boyd 2009a), kes kõik omavad ligipääsu infole, mis oli mõeldud näiteks vaid tüdruksõbrale.

Uuringus osalenud noored ütlesid, et nende Facebooki-kontaktide hulka kuuluvad peamiselt sõbrad ja tuttavad, aga ka lapsevanemad ja sugulased, õpetajad, muusikud, ettevõtted ja täiesti

võõrad inimesed On selge, et need on väga erinevad sihtrühmad, kellele saadetavad sõnumid on väljaspool internetisuhtlust erinevad. Küsimusi, hinnanguid ja nalju esitatakse selleks, et sihtauditooriumi liikmed (kes on reeglina lähedased sõbrad) sellele reageeriks. Küsimusele „Mis täna toimub?“ oodatakse eelkõige vastust peamiselt sihtauditooriumilt – sõpradelt –, mitte koolidirektorilt, Keskerakonnalt või Tanel Padarilt. Vaevalt, et mõni kümnenda klassi õpilane paluks õpetajalt vahetunnis allkirja, mis kinnitaks, et õpilane on aktiivne ja väärrib rohke alkoholiga auhinnatava konkursi võitu. Facebookis aga jagatakse tihti just sellise sisuga linke, palutakse *like*-nuppu vajutama jne.

Reeglina unustatakse kõik need, kellele sõnum ei pruugi huvi pakkuda või sobiv olla. Kuna auditoorium on varjus ja nähtamatu, ei suuda kasutajad oma tõelist publikut hoomata (Tufekci 2008). Võõrad võivad meelest minna ka seetõttu, et Facebooki vaikimisi seaded näitavad uudisvoos vaid 250 inimese tehtud postitusi, kui kasutajal on sõpru rohkem, teeb Facebook ise kasutajate omavahelise suhtlemisaktiivsuse põhjal otsustuse, kelle postitusi kuvada ja kelle omasid mitte (Gupta 2010). Kõik need, kes uudisvoost välja jäävad ja enda olemasolu postitustega meelde ei tuleta, ununevad veel kiiremini. Igäihel aga on suure tõenäosusega midagi kellegi eest varjata (Solove 2007a). Fookusgrupis osalenud noored jutustasid näiteks mitmeid lugusid, kus neil on tekkinud erineva mõjuga probleeme. Eelkõige just nendest lugudest kerkisid esile ka põhilised grupid, keda nad tajuvad ohuna oma privaatsusele. Eelkõige nähti probleemi selles, kui tundlikku infot edastavaid postitusi näevad võimusuhetes kõrgemal asuvad inimesed – politsei, õpetajaid ning lapsevanemad.

Perekonnaliikmed (eriti emad-isad) sotsiaalmeedias on noorte jaoks valdavalt häirivaks teguriks. Ühelt poolt soovivad noored sotsiaalmeedia keskkonnas olla isekeskis, ilma et täiskasvanud neid kontrolliks. Kui teismelisele tuleb reaalses elus külla sõber, siis istutakse ja vesteldakse pigem omaette eraldi toas ning lapsevanema tupp astudes võib eelnenud meeleolukas jutuvada vakatada. Sama võib täheldada ka sotsiaaltööstuses, kui lapsevanem endast seal märku annab – piltlikult öeldes toauksele koputab või tere öeldes tupp siseneb – pannakse kiiresti peitu pildid, kuhu on jäädvustunud olukorrad, mida vanem heaks ei pruugi kiita ning kontrollitakse ka keelekasutust. Teisalt ei soovi noored ehk oma pere liikmeid sotsiaalmeedias sõprade seas liikumas näha ka seetõttu, et „kõiki perekonna definitsioone ühendab eeldamine, et perekond eksisteerib eraldiseisva sotsiaalse universumina, mis on pühendunud oma piiride põlistamisele ning orienteeritud sisemaailma (vastandina välismaailmale) idealiseerimisele pühana, *sanctum*’ina. See on sakraalne, salajane, oma

intiimsust suletud uste taga peitev maailm, mida lahutab välismaailmast ukسلävi kui sümbolne barjäär“ (Bourdieu 1994/2003: 155). Perekond peaks jääma justnagu kulisside taha, et kaitsta seda välismaailma eest ja teisalt ka, et takistada sinna privaatsfääri kuuluvate tegude ja käitumisviiside liikumist avalikku sfääri. Näiteks ei oleks noored õnnelikud, kui nende ema laeks Facebooki üles nende lapsepõlvepilte, kus nad, tatimull suunurgas, paljast tagumikku näitavad või kollast kaisukaru kallistavad.

Kuigi noored tõid sarnaselt eelnevate uuringute (Aug 2010, Mangus 2010) tulemustele ühe Facebooki kasutajaks hakkamise põhjusena välja välismaalastest sõpradega kontakti saamise, seostusid välismaalased noortele eelkõige ohuna – võõramaalasest pervert. *Online*-ahistaja on stereotüüpselt kole vanem mees, kes valetab end nooremaks (boyd & Marwick 2009). Suhtlusportaalides aktiivselt tegutsevad noored on pea sajabrotsendiliselt kokku puutunud põhiliselt Türgi või Brasiilia päritolu meesterahvastega, kes eestlase jaoks harjumatu pealetükkivusega sõprust (või küberseksi) otsivad. Kummaline leid on see, et eestlane ei ole pervert isegi siis, kui kasutab suhtluse algatamiseks täpselt samu lauseid („*Hi, do you have a webcam?*“ versus „Hei, kas sul veebikaamera on?“). Keel mängib tõlgendamisprotsessis olulist rolli ning emakeel jätab parema ja turvalisema mulje.

Ohuna privaatsusele ei nähta ka oma sõpru, hoolimata sellest, et Facebookis võib noorte kinnitusel näha üsna palju konfliktseid postitusi, kus omavahel emotsiooniderohkelt ja avalikult eraasju klaaritakse. Kui Facebookis tegutsedes oma tervele auditooriumile ei mõelda, võib üheks tulemuseks olla see, et jagatakse infot, mida reaalses situatsioonis kindlasti ei avaldataks. *Your business is everybody's business* ja olemegi tagasi väikeküla mentaliteedis (Thompson 2008), kus kõik teavad kõigi kohta kõike. Respondendid tunnistasid ka ise tagantjärele enda tehtud postitusi analüüsides, et toona ei andnud nad endale aru, kui palju erinevaid inimesi seda infot lugeda said, kuna postitades mõeldi keskendunult kitsale ringkonnale. Teatud määral rakendatakse siiski strateegiaid, kuidas avaldada privaatset infot avalikult negatiivseid tagajärgi vältides.

Üks teismeliste poolt kasutusele võetud strateegia on sotsiaalne steganograafia (boyd 2010b), mis on oma olemuselt kõigi pilkude all saadetak salasõnum, millest aru saamiseks peab vastuvõtja mõistma täiel määral konteksti ja omama dekodeerimiseks vajalikke teadmisi, „tõlgenduslikku perspektiivi“ (boyd 2010b). Referentskood (Hall 1980/2008) ja konteksti tajut (boyd 2008) annavad võtme sõnumi tõlgendamiseks saatja poolt eelistatud

tähendusstruktuuris. Reeglina ei ole sõnumi sihtmärk konkreetselt nimetatud, isegi kui postitades on teatud sihtauditooriumi silmas peetud. Märk sõnumi kohale jõudmisest on vastuvõtja reageering kommentaari, *like*-nupu vajutamise või ka hilisema reaalse suhtluse näol. Sotsiaalne steganograafia on oma olemuselt suuresti mäng, kus postituse tegija viskab auditooriumile kinda, kutsub mängule. Sotsiaalse mängu omaks võtnud agendid on seda enam mängu poolt vallatud, mida rohkem nad mängu valdavad (Bourdieu 1994/2003: 177), mistõttu sõnumi saatja võib oma peas juba järgneva oodatud stsenaariumi läbi mängida, auditooriumi ülesanne on need vaikimisi reeglid ära arvata ja kaasa mängida. Sõnumi avalikkus tekitab saatjale närvikõdi – ehk hammustab koodi läbi ka mõni, kes ei tohiks? Kas sihtrühm ikka saab aru, et see on neile mõeldud? Facebooki postitust tehes on seeläbi võimalik saada vihjeid näiteks vastastikuse sümpaatia kohta või saata solvanguid ja etteheiteid. Kui näiteks noor neiu postitab Facebooki Koit Toome muusikavideo „Mälestused“ ning paneb postituseks laulusõnade fragmendi „ei hooli, on hetki mida võime korrata ja on kordi millest mööda tormata...“, siis võib postitaja ema seda näha viitena ilusale laulule, kuid reetlikult käitunud poiss-sõber tunneb selles sõnumis ära ennast ning tõlgendab sõnumit kui lahkumineku märki. Teine näide: kui peale raju pidu teeb noor postituse, mille sisuks on „Oioi, milline peavalu. Ma hakkan vist... haigeks...köhhh...jääma“, siis sõbralisti kuuluv õpetaja loeb sellest välja, et noor on tõbine, kuid koos pidutsenu mõistab, et sõber vaevleb tõsisel pohmellis. Alkoholi tarbimisega seotud info avaldamine on riskantne, kuid märkimisväärne osa noortest on otsustanud seda infot sotsiaalvõrgustikus avaldada ka ilma steganograafiat praktiseerimata, sarnaselt leidsid ka Hinduja ja Patchin (2008, viidatud Marwick et al 2010 kaudu), et 18% noorte profiilidest sisaldasid infot, mis viitas alkoholi tarbimisele. Teise uuringu järgi on see number 16-17aastaste kasutajate seas isegi 25% (Moreno et al 2007, viidatud Marwick et al 2010 kaudu).

Teist strateegiat võiks vaadelda taganemistee jätmise ja vastutuse oma õlgadelt ära veeretamisena. Kuigi noored ütlesid, et valdavalt Facebookis negatiivse sisuga kommentaare ei näe, tunnistasid nad, et salaja mõnitamist vahetevahel siiski esineb. Sellise näite puhul kirjutatakse solvav lause, kuid kirjutatakse see rohkete naerusuiste *emoticon*'idega, et hiljem saaks konflikti tekkides öelda: „aga ma tegin ju nalja“. See aga lisab omavahelisele kommunikatsioonile mõistujutu dimensiooni, koos oma kõikide võimalike tõlgenduste ja tähendusvarjunditega. Teksti jutumärkidesse pannes on võimalik öelda ka väga ebasobivaid ning diskrimineerivaid (näiteks rassi, soo või usu põhjal) asju, kuid vastutust ei pea kandma, sest sõnumi postitaja ei ole sellisel juhul autoriks, vaid vahendajaks ja levitajaks ning talle

noorte arvates autori vastutus ei laiene. Nagu ütles Gerbner (1970, viidatud Hall 1980/2008 kaudu) televisiooni kohta: teleekraanil näidatav vägivald ei ole ise vägivald, vaid teated vägivallast. Kui tuua paralleel, siis võib öelda, et Facebookis vahendatav rassism ei ole rassism, vaid teade rassismist. Lisaks on netisuhtluses võimalus oma karme hinnanguid ja kellegi au ja hea nime teotust välja vabandada, öeldes, et tegu oli fiktsiooniga. Eesti ühiskonnast võib asjakohase näitena tuua ka Inno ja Irja Tähismaa laimublogi, mida uuris andmekaitse ning mille üheks õigustuseks oligi, et tegemist on fiktsiooniga ning kokkulangevused tõeliste inimestega juhuslikud (Herm 2009).

Kolmas strateegia on auditooriumi ja enda kuvandi erinäolisus erinevates keskkondades. Eesti noored olid kõigepealt agarad Rate.ee kasutajad ning seejärel liikusid järgmisesse suhtluskeskkonda Orkut.com-i. Seega ei ole Facebook nende jaoks esimene sotsiaalmeediavõrgustik ning on olnud võimalus tehtud vigadest õppida. Noorte poolt kasutatavas strateegias hoitakse Orkutis lapsevanemad ja õpetajad ning sealsel infojagamisel arvestatakse sellega. Facebooki hoitakse nende jaoks, keda ei nähta ohuna.

Magistritöö alguses sai välja toodud, et küberruumi uurimistraditsiooni algusaegadel nägid uurijad (Laurel 1990, Heim 1991, Springer 1991, viidatud Holloway & Valentine 2003 kaudu) *online*-maailma ja *offline*-maailma eraldiseisvatena ning praeguseks on levinud käistlused, mis näevad neid kahte ühtepõimunutena. Uuringus osalenute käitumispraktikates võib näha mõnes aspektis tagasipöördumist kahe maailma erisuse juurde. Nimelt kuulub sõbralistidesse palju „sõpru“, kellega suheldakse vaid Facebookis. Kui sellistele virtuaalsõpradele päris maailmas ligi astuda ja tere öelda, võib see mõjuda väikese šokina ja tekitada kohmetust. Respondent M9 selgitas seda öeldes, et kui virtuaalset objekti nähakse inimesena, siis seda lihtsalt ei tunnistata, sest ta eksisteerib vaid virtuaalmaailmas.

Neljas strateegia on algusest peale informatsiooni väga tagasihoidlik jagamine. Mõned noored hoiavad oma infot teiste sotsiaalvõrgustikes liiklejate eest väga kiivalt ja osad respondendid ütlesid, et nad ei jaga peaaegu kunagi mingit infot. Sellist lähenemist kasutasid uuringus osalenud noortest vähesed ja seega ei kattu tulemus eelnevalt välja käidud 90-9-1 kasutamispunktide reegluga, mis ütles, et 90% kasutajatest on hiilijad, kes ei loo sisu, kuid jälgivad; 9% kasutajates lisab materjali harva; ning 1% kasutajatest postitab väga aktiivselt (Nielsen 2006). Sotsiaalvõrgustikes tuleb arvestada seda, et isegi kui sa ise postitusi ei tee ja jagad infot tagasihoidlikult, võib kuvand sinust tekkida teiste kasutajate koostöös - sama

olulised kui postitused ise, on neile teiste poolt kirjutatavad reaktsioonid. Seega ei ole auditoorium enam lihtsalt auditoorium, vaid sõnumi saatjaga võrdne kasutaja (Livingstone 2003a). Sõbrad saavad kasutaja seinale postitada ükskõik millist materjali, *tag*'ida postitustes, videotes ja pildidel ning seeläbi mõjutada inimesest tekkivat kuvandit olulisel määral. Fookusgruppides räägitu põhjal võib väita, et seda aspekti noored ei teadvusta. Enamasti ollakse kindlad, et kui nad ise mingeid postitusi ei tee, on kõik korras. Pildid ja kommentaarid teiste postitustele oleks justnagu privaatsemad, kuigi tegelikult on need sama nähtavad kui verbaalsed postitused. Samuti on paljudel noortel tunne, et kui mõtlematusest avaldatud informatsioon kustutada, siis see ongi hävitatud. Selline tulekustutamine ei pruugi olla eriti tulemusrikas, kuna sotsiaaltvõrgustikku info üles laadimisega kaotab kasutaja selle edasise leviku üle kontrolli.

Viienda strateegiana võiks nimetada ka valeinfo avaldamise, kuid seda praktiseeris käesoleva uuringu respondentidest väga väike osa. Kuigi internetis on võimalik teisi petta, võttes endale ükskõik millise identiteedi (Walther et al 2008), eelistab suur osa inimestest siiski end võimalikult realselt portreerida, avaldades suhteliselt palju isiklikku informatsiooni (Huffaker & Calvert 2005). Valdav enamus käesoleva magistritöö valimist kasutab Facebookis samuti oma pärisnime, mis kattub eelnevate uuringute tulemustega (Debatin et al 2009, Tufekci 2008). Eelnevad uuringud on näidanud (Youn 2009, boyd 2008, Tufekci 2008), et väike osa sotsiaalmeedias olevatest noortest võtavad endale vale-kasutajanime, et soovimatud isikud neid üles ei leiaks ja kaitsevad oma privaatsust sellega, et nad ei ole otsitavad. Peamine info, mida selle uuringu respondendid enda profiilidel valetasid või varjata otsustasid, puudutas nende vanust. boyd (2008: 21) on väitnud, et teismeliste keelatakse paljut ning selleks, et saada luba teatud õigustele, eelistatakse oma vanus sotsiaaltvõrgustikes määratlemata jätta.

Üldiselt ootavad noored auditooriumilt mõistvust, teatud mõttes isegi kamraadlust. Kuna piir sõnumi saatja ja vastuvõtja vahel on hägustunud (Cover 2006, Stewart & Pavlou 2002, Svoen, 2007, viidatud Napoli 2008 kaudu), on auditoorium teisenenud kaasa löövaks osaliseks, kasutajaks (Livingstone 2003a). Fiske (1987) järgi on tekst teksti ja lugeja kohtumise lõpptulemus, uue meedia omnoptikoni puhul annab lugeja samuti tekstile oma tähenduse ja võtab seeläbi justkui osa vastutusest endale.

Tundub, et sotsiaalmeedias tegutsemine ja avalikkuse/privaatsuse küsimus ei ole noorte endi jaoks läbi mõeldud, sest fookusgruppide läbi viimise käigus rääkisid respondendid endale erinevates ülesannetes tihti vastu, olid kord ühel ja kord teisel arvamusel, justnagu unustaksid ära, millisel seisukohal on. Analüüsidest väljendati ühesugust suhtumist, praktiliste kogemuste kirjeldustest aga tuli välja, et käitutakse vastupidiselt. Noorte väärtused ja normid ei pruugi veel lõplikult paigas olla ning seetõttu kombitakse piire ja katsetatakse, mis on aktsepteeritav ja mis mitte.

Garfinkeli (2001, viidatud Boyd 2008 kaudu) väide privaatsuse täielikust kadumisest uue meedia kontekstis võib tunduda ekstreemne, kuid teatud määral vastab praegu sotsiaalmeedias toimuv just sellisele perspektiivile. Detailselt arhiveeritud infoühiskonnas on kõige hullem asi, mis sa korda saatnud oled, kõige esimene, mida inimesed näevad (Thompson 2008). On võimalik, et täiskasvanud käsitlevad avalikkust ja privaatsust harjumuse tõttu järgalt normatiivselt, seda illustreerib näiteks Govani ja Pashley (2005) arvamus, et noored ei õpi oma privaatsust kaitsma enne, kui nad on isiklikult olnud identiteedivarguse, netijälgimise või muu kuriteo ohvrid. Selline vaade jätab välja isikliku info avaldamise positiivsed aspektid (usaldus, tugevamad suhted, demokraatia väljendus jne). Võib olla on praegu avalikustamise ajastu (vaadakem või Wikileaksi-temaatikat) ning Facebook on antud ajahetke sobiv keskkond. Ehk on aga noorte kaudu toimumas sümbolne revolutsioon (Bourdieu 1994/2003), mis muudab ka arusaama sellest, kuidas võib inimene ennast presenteerida keskkonnas, kus kontekstid on kokku sulanud ning erinevaid auditooriumi liikmeid ei ole võimalik hoida erinevates inforuumides.

Sellises olukorras on põhirõhk teavitustööl. Mitte hirmutaval assapauk.ee- tüüpi, vaid mõtlema ärgitavatel „Think B4 U post!“-tüüpi kampaaniatel. Eriti peaks tähelepanu pöörama noorematele teismelistele. Kuna käesoleva uuringu fookusgrupid viidi läbi kahes erinevas eagrupis – kümnendate klasside õpilaste (vanuses 16-17) ja abiturientide (vanuses 18-20) seas – jäi silma see, et abituriendid olid info jagamisel tunduvalt ettevaatlikumad. Facebooki kasutajastaaž oli hoolimata vanusevahest mõlemas grupis üsna sarnane (keskmiselt veidi üle ühe aasta), mida võib selgitada Eestis toimunud Facebooki-plahvatusena (Alas 2009). Noorem eagrupp oli teismelistele omase mässumeelsusega tunduvalt hooletum, üleolevam ja kohati ka väärarusaamal, et halvad asjad juhtuvad teistega.

Õpetaja roll on siinkohal ärgitada õpilasi analüüsima enda infojagamise praktikaid, sotsiaalmeedias info jagamine võiks olla käsitletava teemana sees kas ühiskonna-, IT- või meediaõpetuse ainekavas, lisaks annab ainetevaheline integratsioon võimaluse teemat käsitleda näiteks eesti keele ja kirjanduse või võõrkeelte tundides. boyd (2007) toob seejuures välja, et õpetaja peaks teemat käsitlema läbi vestluslike tegevuste ning hoiduma hinnangute andmisest. Ta lisab, et õpetaja peaks ka endale tegema populaarsematesse keskkondadesse profiili, et mõista dilemmasid, millega õpilased silmitsi seisavad. Õpetaja ei tohiks aga õpilasi jälitada, boydi (2007) hinnangul peab sõbrakutse alati esitama õpilane. Õpetajad on Eesti ja Soome puhul omavahel kõnelnud aga sellest, et mõned koolijuhid on oma õpetajatel ja õpilastel sotsiaalmeedias suhtlemise keelanud. Käesoleva töö autori hinnangul on tegemist väärä lähenemisega, kuna seeläbi kasvatatakse õpetajate ja õpilaste vahelist lõhet ning haridustöötaja ei pruugi enam noori abistada osata või mõista.

Familiaarsemates suhetes peaks enam kasutama empaatilist lähenemist, võtma kasutusele üldtunnustatud eetikakoodeksi, mis sätestaks Solove (2007b) välja toodud punktid:

- 1) Kasutaja peab kiirelt kustutama ründava või solvava materjali, kui seda temalt palutakse
- 2) Küsima teistelt luba, kui soovitakse jagada nende kohta käivat personaalset infot või visuaalset materjali.
- 3) Kaitsma ja hoidma varjus nende identiteeti, kes ei soovi enda eksponeerimist
- 4) Vältima internetihäbistamist.

Facebook tegutseb pidevalt keskkonna arenduse nimel ning kasutajatel on olemas võim kollektiivseks surveamiseks – privaatsusseaded ja info selektiivne jagamine võiks olla lihtsamini hoomatav ja mitmekülgsem.

Käesoleva töö tulemustest lähtuvalt võiks edasiste potentsiaalsete uurimissuundadena välja tuua sotsiaalse steganograafia – kuidas noored varisõnumeid täpsemalt koostavad ja vastuvõtul dekodeerivad. Samuti oleks huvitav uurida informatsiooni mobiilsust erinevate kanalite vahel.

3. Meetodi kriitika

Fookusgrupi meetodi miinusteks peetakse muu hulgas representatiivse grupi kokku saamist, grupiliikmete ebaühtlast osavõtuaktiivsust, moderaatori mõju grupi liikmetele ja grupidünaamikale, tulemuste üldistatavust ning uurija suurt mõju tulemuste tõlgendamisele (Berger 1991, Denzin & Lincoln 1998).

Käesoleva uuringu puhul võib väita, et grupi moodustamise põhimõtted ja uuringu fookuse püstitus võimaldasid tuua kokku representatiivses mõttes üsna otstarbeka valimi. Gümnaasiumiealised noored on aktiivsed interneti ja sotsiaalmeedia kasutajad (Livingstone et al 2010, Kalmus et al 2008) ning oskasid vaatlusalusel teemal kaasa rääkida, argumeteerida ning analüüsida. Krueger (1998) on välja toonud, et ideaalis võiksid fookusgrupis osalejad üksteist mitte tunda, sest kui osalejad puutuvad üksteisega kokku ka väljaspool uuringut, võib see info avaldamisele pärssivalt mõjuda. Antud juhul otsustati grupid siiski moodustada samadesse klassidesse kuuluvatest õpilastest, et vältida sotsiaalset survet, mis võib tekkida võhivõõrastest noortest grupi moodustamisel ning takistada avameelse diskussiooni tekkimist.

Samuti peab rõhutama, et tegemist oli raske eagrupiga – noorte puhul võib märgata suurt konformse vastamise osakaalu ning uue internetipõlvkonna puhul kohati ka vähest verbaalset võimekust, mis vähendab fookusgrupis tekkiva ühisteksti mahtu. Noorte jaoks on vastamine ka kui enese esitus (Vihalemm 2010) ning eriti nooremas eagrupis võis märgata, et vastustes esitati samuti mõnel puhul (alkoholitarbimine, koolikohustusse negatiivselt suhtumine poose, mis eagrupis positiivse tagasiside saavad. Teismeliste jaoks on väga oluline grupikuuluvus, mistõttu paljudes olukordades allutakse grupi survele ja üksikisiku käitumine on tugevasti mõjutatud grupis üldiselt valitsevatest normidest, hoiakutest, väärtustest ja käitumisest. Konformsusega kaasneb aga oma tegelike tõekspidamiste maha salgamine.

Tavaline fookusgrupis osalejate arv on 7-10 inimest, kuid tehakse ka minigruppe, kuhu kuulub 4 kuni 12 inimest (Krueger 1988). Esimesse fookusgruppi kuulus 11 kümnenda klassi õpilast ning teise gruppi vaid neli abiturienti. Kaks rühma tulid erineva suurusega kahel põhjusel. Kuna grupiintervjuude toimumisaeg sattus juunikuusse, oli suur osa abiturientidest hõivatud gümnaasiumi lõpetamisega seotud tegevustega. Seetõttu ilmus kaheksast kutsutust toimumise ajaks kohale vaid neli. Seda takistust oleks fookusgrupi hoolikamal planeerimisel

ja ajastamisel saanud vältida. 10. klassi õpilased seevastu ilmusid kohale oodatust aktiivsemalt, kümnest kutsutust tulid kokkulepitud ajaks kohale kõik, lisaks avaldas üks kümnenda klassi õpilane tungivat soovi grupiga liituda, kuna ta oli registreerimise päeval haige olnud. Üheteistkümneliikmeline grupp tootis küll palju põnevat materjali, kuid transkribeerimisel selgus, et nii mõnelgi juhul ei lastud noorel oma mõtet valjult lõpuni mõelda, kuna keegi teine võttis juba sõnasabast kinni ja võttis rääkimisvooru üle. Ühisteksti tootmise mõttes on see isegi kasulik, kuid mõtete terviklikkuse vaatenurgast mitte.

Üks probleemsemaid aspekte käeoleva uuringu puhul on see, et uuringus osalejad värbas ja fookusgruppe modereeris õpilaste endi meediaõpetuse õpetaja, mitte neutraalne moderaator. Täna Eestis koolisüsteemis on õpetaja enamasti autoriteetne isik, kelle puhul kehtivad teatud tunnetuslikud võimusuhted. Võib väita, et õpetaja modereeritud grupis ei räägi noored teemasid päris lõpuni lahti, ei too ekstreemsemaid näiteid, kuna räägitu annab õpetajale mõjuvõimsa info, mida hiljem õpilase vastu kasutada saaks. Kindluse uuringu läbiviimiseks andis kõnealuses koolis läbi viidud sisehindamine, millest selgus, et õpilased hindavad eriti kõrgelt õpetajate ja õpilaste omavahelist ausat, sõbralikku ning võrdväärsena suhtlemist, eriti valikainete (sh meediaõpetus) puhul. Ka fookusgrupi transkriptsioonist võib näha, et väga olulisel määral uurimuse sõlmpunktides õpilased end ei tsenseerinud. Moderaatorilt nõudis see grupi läbi viimisel läbimõeldud enesekehtestamist, mis ei rõhutaks õpetaja-õpilane suhet.

Moderaatori ülesanne on tagaplaanile jäädes diskussiooni juhtimine (et diskussioon ei kalduks etteantud teemast liiga kaugele, et vähem sõna võtavad liikmed diskussioonist päris eemale ei jääks, huvitavate teemade edasiarendamine jne) (Dawson & Manderson 1993). Magistritöö jaoks läbi viidud uuringus püüdis moderaator küll meetodit selgitavas teoorias antud näpunäidetest kinni pidada, kuid parandamisruumi ja võimalusi moderaatoritöö professionaalsemaks arendamiseks jätkub kindlasti. Grupis kerkinud teemadega kaasamine – ka selliste teemadega, mida ei osatud strateegilise kava koostamisel ette näha – on nende teemade relevantsuse puhul oluline, kuid käesolevas uuringus võis kohati märgata arutelu liiga laiali valgumist. See muutis hilisema kodeerimise ja analüüsi uurija enda jaoks keerukamaks.

Põhistatud teooria (Glaser ja Strauss 1967, viidatud Lindlof 1995 kaudu) puhul on oluliseks aspektiks see, et meetod peab tootma uut teoreetilist teadmist ning käesolevas uuringus tõestas meetod oma otstarbekust näiteks kas või sellega, et fookusgrupi käigus võis märgata

arusaamade muutuseid ning ebakõlasid noorte abstraktses analüüsi ja reaalse käitumiskogemuste vahel. Samuti täpsustasid noored üksteise vastuseid ning seadsid mitmel juhul kaaslaste poolt väljaõeldu kahtluse alla, ärgitades üksteist diskussioonile.

Magistritöö tegemise käigus sai kinnitust veendumus, et fookusgrupi meetodi puhul on äärmiselt oluline ja otstarbekas kombineerida eri meetodeid ja tegevusi ka grupi sees. Kava koostades püüti käesolevas töös varieerida tegevuslikke ja vestlusel põhinevaid osi, samuti individuaalseid ja rühmatöid. Tüüpkasutajate joonistamise ülesanne osutus üheks pareminiõnnestunuks, kuna noorte jaoks pakkus see vaheldust, kutsus neid teistmoodi mõtlema ja oma arvamusi käeliselt väljendama. Uurija jaoks rikastab selline materjal saadava analüüsimaterjali hulka, toetab (või lükkab ümber) verbaalselt väljendatut ning muudab käsitletava teema mitmekihilisemaks. Sama võib öelda ka näidispostituste ülesande puhul. Uurijalt nõuavad sellised ülesanded fookusgrupi sees selgelt eesmärgipüstistust ja ülesande läbimõeldust.

Nagu on märkinud Lindlof (1995) on fookusgrupi puhul uurija jaoks tõeline väljakutse loobuda kõigest, mis uurimuse fookusest välja jääb. Nii ka käesolevas uuringus – noored kõnelesid paljust, mis on küll äärmiselt huvitav ning uurimisväärne, kuid kahjuks ei sobitunud magistritöö teemaga. Küll aga on võimalik seda materjali kasutada edaspidi sondeeriva materjalina, teatud mõttes pilootuurimusena.

KOKKUVÕTE

Magistritöö eesmärk oli uurida, milliseid sõnumeid saadavad hilisteismelised virtuaalsetes kogukondades, eelkõige Facebookis ja kes on nende sõnumite (tajutavaks) auditooriumiks. Püüti leida vastus küsimusele, milline roll on auditooriumil sotsiaalsõnastikus toimivas kommunikatsiooniprotsessis. Teema on oluline, kuna aina enam inimesi võtab aktiivselt osa sotsiaalmeediast ning tihti on virtuaalmaailmas tehtud negatiivsed tagajärjed nii-öelda „päris elule“, kuna tihtipeale on digitaalselt arhiveeritud elud kergesti kättesaadavad nii (tulevastele) õppejõududele, tööandjatele, lastele ja vanematele, romantilistele- kui äripartneritele.

Uurimisküsimustele vastuse saamiseks viidi läbi kaks fookusgrupi-intervjuud 15 gümnaasiuminoorega vanuses 16-20. Uuring keskendub noortele just seetõttu, et reeglina on just nemad ühed aktiivsemad uue meedia ning sotsiaalmeedia keskkondade kasutajad. Fookusgruppides räägitut analüüsiti kasutades kombineeritud horisontaalanalüüsimeetodeid (aspekte põhistatud teooriast, *cross-case* analüüsist, kvalitatiivsest tekstianalüüsist ja visuaalide sotsiosemiotilisest analüüsist).

Magistritöö põhimõisted ja –teooriad toetusid klassikalistele lähenemistele. Teiste hulgas leidsid kasutust Fiske (1987) käsitlus tekstist kui sõnumi ja lugeja lõppkohtumisest, Halli (1980/2008) kodeerimise ja dekodeerimise ning Bourdieu (1994/2003) sümboolse kapitali teooriad. Uue meedia mudelitest ja lähenemistest rakendusid antud töö kontekstis järgmised mõisted ja terminid: egalitaarse kommunikatsiooni levik (Napoli 2009), auditooriumi teisenemine osalevateks kasutajateks (Livingstone 2003a), omnoptikon (Rosen 2004, Linaa Jensen 2010), konteksti kadu (boyd 2008), sotsiaalne steganograafia (boyd 2010b) ning privaatsuse erosioon (Solove 2007b) sotsiaalmeedias.

Uuringu tulemustest nähtub, et infoühiskonnas panustavad noored meid kõiki ümbritsevasse infotulva ka sotsiaalmeedia keskkondades informatsiooni jagades. Analüüsi tulemusena selgus, et sotsiaalmeedia kanalites jagatav informatsioon on reeglina vähetähtsa, meelelahutusliku ja kirjeldav-argise iseloomuga, kuna postituste eesmärk on eelkõige kaaslaste lõbustamine ja nendepoolsete reaktsioonide saamine. Eelkõige on noorte seas levinud positiivse sisuga sõnumite vahetamine, kuigi virtuaalsõnastikus (taas)elatakse läbi ka oma elu madalhetked ning lahendatakse teravaid konflikte. Viimastel puhkudel laotatakse auditooriumi ette nii verbaalselt kui pildiliselt laiali üsna privaatse iseloomuga info.

Fookusgrupi-intervjuude põhjal võib väita, et noored jagavad sotsiaalmeedia keskkondades privaatsuse loomuga informatsiooni peamiselt kolmel erineval põhjusel: osadel noortel napib sotsiaalmeedias tegutsemise oskusi; osad otsivad suurtest võrgustikest ja elu avalikult elamisest ning intiimsete detailide jagamisest populaarsust, seevastu kui mõned kasutajad lihtsalt ei hooli sellest, kelle silme ette isiklik info satub, kuna nende jaoks kaasneb uue meedia kasutusega anonüümsuse illusioon. Valdav enamus intervjuueeritud noortest aga kujutleb oma auditooriumi info jagamise hetkel oluliselt väiksemana, kui see tegelikult on. Nimelt nähtus uuringust, et sotsiaalvõrgustikes suheldes on inimeste kujutletavad auditooriumid mitte need, kellega nad on otsustanud virtuaalvõrgustikus sõbruneda (boyd 2010a), vaid see üliväike osa virtuaalsõpradest, kelle peale postitust tehes mõeldakse. Uuringus osalenud noored ütlesid, et nende Facebooki-kontaktide hulka kuuluvad peamiselt sõbrad ja tuttavad, aga ka lapsevanemad ja sugulased, õpetajad, muusikud, ettevõtted ja täiesti võõrad inimesed. Postitusi tehes mõeldakse üldiselt oma sõpradele. Unustades seejuures ära, et ülejäänud „nähtamatu“ auditooriumi liikmed nende postitusi jälgivad. Hoolimata üsna vähesest elukogemusest on noored juba kogetud olukordades „oma vitsad kätte saanud“ ja tajuvad sotsiaalmeediat kasutades teatud määral siiski ka ohte oma privaatsusele. Eelkõige nähti probleemi selles, kui tundlikku infot edastavaid postitusi näevad võimusuhetes kõrgemal asuvad inimesed – politsei, õpetajaid ning lapsevanemad.

Osad noored on välja kujundanud strateegiaid, kuidas elada oma elu avalikult, ent siiski privaatsust säilitades. Keerukaim ja ehk ka olulisim neist strateegiatest on sotsiaalne steganograafia, kõigi pilkude all saadetak salasõnum, millest aru saamiseks peab vastuvõtja mõistma täiel määral konteksti ja omama dekodeerimiseks vajalikke teadmisi, „tõlgenduslikku perspektiivi“ (boyd 2010b). Uuringu tulemused illustreerivad ilmekalt tööka, et piir sõnumi saatja ja vastuvõtja vahel on hägustunud, kusjuures auditooriumi roll on teisenenud passiivsest vaatlejast/sisu tarbijast aktiivseks protsessi osaliseks ja sisu tootjaks, kellelt sõnumite postitajad ootavad nutikust, mõistvust ja kohati sõnumi dekodeerimisel vastutuse enda peale võtmistki.

SUMMARY

The purpose of the present Master's thesis „The Importance and Role of Audience in New Media: Messages on Social Networking Sites“ was to explore the characteristics of the messages that teens post in virtual communities, more precisely on Facebook. Another goal of the thesis was to analyze who is the (perceived) audience of these messages and what is the role of the audience in decoding the messages. The topic is important, because social networking sites attract more and more people and information disclosed on these sites may have negative effects on one's offline life. For example, it is important to bare in mind that these digitally archived lives are easily accessible to (future) educators and employers, to romantic- and business partners, and to children and parents.

The empirical analysis of the thesis is based on two focus-group interviews which were conducted among 16-20 year old high school students. This age-group deserves special academic attention not only for being very eager internet users, but also for the fact that present day young people belong to the generation which has been growing up with the new media right from their birth.

The main concepts and theories used in this thesis are the following: from classic approaches Fiske's (1987) text as the final meeting of the message and the reader; coding and decoding by Stuart Hall (1980/2008) and symbolic capital by Bourdieu (1994/2003). From more recent theories about new media the thesis has been profited from the approaches to egalitarian communication (Napoli 2009), audience's trasformation into users (Livingstone 2003a), omnopticon (Rosen 2004, Linaa Jensen 2010), the removal of context (boyd 2008) and social steganography (boyd 2010b), as well as the erosion of privacy (Solove 2007b) in social media.

The findings of the study suggest that present day young people give their own share to the information society by exchanging information on social networking sites. The results of this study showed that this information is usually of little importance and mainly aimed to entertain and attract comments or „likes“ from other users. The messages sent through Facebook are predominantly positive, however virtual networks are also used as places where to re-live the low-points of one's life or as battlefields for conflicts. In the latter cases, the audience can access information that is rather private by traditional way of thinking.

The findings of the study show that there are three main reasons for sharing private information through social media. Some users lack the knowledge and skills needed to protect privacy on-line. Others seek gratification and popularity from the public at large by sharing intimate details of their lives. Some users just do not care who can access their private information because they feel protected by the illusion of internet anonymity. The majority of the young people involved in the study, however, imagine their audience to be immensely smaller than it actually is. According to the perception of the young, the imagined audiences are not those that belong to one's friend list (boyd 2010a), but only a small part of this public – the precise couple of people that are kept in mind while posting the message. The respondents in this study stated that their Facebook-contacts are mostly made up of friends and acquaintances, but also parents and relatives, teachers, musicians, companies and complete strangers. The messages the young post, are meant just for friends but it does not mean that other members of the audience can not see that info. Youngsters involved in the study confessed having had problems in the past because of miscalculating the actual size and heterogeneity of their audience, from these experiences they have developed a sense of jeopardy. The main groups that are perceived as a danger to teenager's privacy are mostly those who have some power over them – the police, teachers and parents.

Some youngsters have developed strategies to handle this new situation of virtually no privacy. Despite living their lives in public, they still manage to preserve some privacy. One of the most important and intricate of those strategies is social steganography, sending a hidden message in plain sight. In order to decode this message correctly (using the preferred reference code), audience must have extra knowledge about the context and an interpretive lens. The findings of the study at hand clearly illustrate that the boundaries between the sender and the receiver are blurred in the new media field where the members of audience are no longer just passive receivers of information but also participate actively as producers. Hence, the young expect their audience to be clever and understanding enough as well as liable to decode the message.

Kasutatud kirjandus

1. Abril, S. P. (2007). A (My)Space of One's Own: On Privacy and Online Social Networks. *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property*, Vol. 6, URL (kasutatud november 2010) <http://ssrn.com/abstract=1392285>
2. 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 (kasutatud november 2010) http://petworkshop.org/2006/preproc/preproc_03.pdf
3. Alas, A. (2009). Kuidas Facebook tapab meie Orkuti. *Eesti Ekspress*, 10. detsember, URL (kasutatud november 2010) <http://www.ekspress.ee/news/paevauudised/tehnoloogia/kuidas-facebook-tapab-meie-orkuti.d?id=27693775>
4. Albrechtslund, A. (2008). Online Social Networking as Participatory Surveillance. *First Monday*, Volume 13, Number 3, 3. märts, URL (kasutatud detsember 2010) <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2142/1949>
5. Alderman, T. (2007). Welcome to the ADD Generation. *The Huffington Post*, 12. detsember, URL (kasutatud detsember 2010) http://www.huffingtonpost.com/tom-alderman/welcome-to-the-add-genera_b_76548.html
6. Aug, K. (2010). *Suhtlusportaalide kasutajaeelistuste muutumine Orkuti ja Facebooki näitel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, URL (kasutatud november 2010) <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/15306>
7. Balakrishna, K. (2006). Facebook Becomes Tool for Employers. *Yale Daily News*, 2. veebruar, URL (kasutatud november 2010) <http://www.yaledailynews.com/news/university-news/2006/02/21/facebook-becomes-tool-for-employers/>
8. Berger, A. A. (1991). *Media Research Techniques*. Newbury Park etc: Sage Publications.
9. Berger, P. L. & T. Luckmann. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise its the Sociology of Knowledge*. Garden City, New York: Anchor Books.
10. Bourdieu, P. (1994/2003). *Praktilised põhjused. Teoteooriast*. Tallinn: Tänapäev.

11. boyd, d. m. (2004). Friendster and Publicly Articulated Social Networks. *Conference on Human Factors and Computing Systems (CHI 2004)*, 24.-29. aprill, URL (kasutatud November 2010) <http://www.danah.org/papers/CHI2004 Friendster.pdf>
12. boyd, d. m. (2006). Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network Sites. *First Monday*, 11(12), URL (kasutatud november 2010) <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1418/1336>
13. boyd, d. m. (2007). Social Network Sites: Public, Private, or What? *Knowledge Tree 13*, mai, URL (kasutatud november 2010) http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28
14. boyd, d. m. & N. B. Ellison. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), URL (kasutatud november 2010) <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.
15. boyd, d. m. (2008). *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*. Doktoritöö. University of California, Berkeley, URL (kasutatud november 2010) <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>
16. boyd, d. m. (2009). Do You See What I See?: Visibility of Practices through Social Media. *Supernova and Le Web. San Francisco and Paris*, 1. ja 10. detsember, URL (kasutatud november 2010) <http://www.danah.org/papers/talks/2009/SupernovaLeWeb.html>
17. boyd, d. m. & A. Marwick. (2009). The Conundrum of Visibility. *Journal of Children & Media*, 3 (4), URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.danah.org/papers/2009/ConundrumVisibility.pdf>
18. boyd, d. m. (2010a). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network*, pp. 39-58, URL (kasutatud november 2010) <http://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf>
19. boyd, d. m. (2010b). Social Steganography: Learning to Hide in Plain Sight. *danah boydi blogi*, 23. august, URL (kasutatud november 2010) <http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2010/08/23/social-steganography-learning-to-hide-in-plain-sight.html>
20. Burke, M. & C. Marlow & T. Lento. (2009). Feed Me: Motivating Newcomer Contribution in Social Network Sites. *Konverentsimaterjal, ACM CHI '09: Proceedings of the 27th international conference on Human factors in computing*

- systems*, URL (kasutatud detsember 2010)
<http://www.thoughtcrumbs.com/publications/paper0778-burke.pdf>
21. Carlson, N. (2010). At Last - The Full Story of How Facebook Was Founded. *Business Insider*, 5. märts, URL (kasutatud november 2010)
<http://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3>
 22. Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. New York: Oxford University Press.
 23. Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-Power in the Network Society. *International Journal of Communication* 1 (2007), 238-266, URL (kasutatud november 2010) <http://www.nabilechchaibi.com/resources/Castells%20-%20Communication,%20Power%20and%20Counter-Power.pdf>
 24. Chandler, D. (1994). *Semiotics for Beginners*. Aberystwyth University kodulehekül, URL (kasutatud november 2010)
<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html>
 25. Chandler, D. & D. Roberts-Young. (1998). The Construction Of Identity In The Personal Home Pages Of Adolescents. URL (kasutatud november 2010)
<http://users.aber.ac.uk/dgc/strasbourg.html>
 26. Czekaj, L. (2007). Workers Fired Over Internet Postings. *Ottawa Sun*, 17. jaanuar, URL (kasutatud november 2010)
<http://cnews.canoe.ca/CNEWS/Canada/2007/01/17/3394584-sun.html>
 27. Davison, W. P. (1983). The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, URL (kasutatud november 2010)
<http://poq.oxfordjournals.org/content/47/1/1.short>
 28. Dawson, S. & L. Manderson. (1993). *A Manual for the Use of Focus Groups*. Boston: International Nutrition Foundation for Developing Countries (INFDC), URL (kasutatud november 2010)
<http://www.bvsde.paho.org/texcom/cd045364/focgroups.pdf>
 29. Debatin, B. & J. P. Lovejoy & A.-K. Horn & B. N. Hughes. (2009). Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 15, Issue 1, pages 83–108, oktoober, URL (kasutatud detsember 2010) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01494.x/full>
 30. Denzin, N. K. & Y. S. Lincoln. (1998). *Strategies of Qualitative Inquiry*. Thousand Oaks: Sage.

31. Dsouza, K. (2010). Facebook Has a 420 Character Status Update Limit Too. *Techie Buzz*, 14. märts, URL (kasutatud detsember 2010) <http://techie-buzz.com/social-networking/facebook-has-a-420-character-status-update-limit-too.html>
32. Ellison, N. B. & R. Heino & J. Gibbs. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), article 2, URL (kasutatud november 2010) <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/ellison.html>
33. Ellison, N. B. & C. Steinfield & C. Lampe. (2007). The Benefits of Facebook „Friends“: Social Capital and College Students' Use of Online Social Networks Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), URL (kasutaud november 2010) <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
34. Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London, New York: Routledge.
35. Fonio, C. & F. Giglietto & R. Pruno & L. Rossi & S. Pedriol. (2007). Eyes on You: Analyzing User Generated Content for Social Science. *Towards a Social Science of Web 2.0 conference, York, UK*, mai, URL (kasutatud november 2010) http://larica.uniurb.it/signa/blogs.dir/6/files/2010/07/eyes_on_you.pdf
36. Foucault, M. (1991). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. London etc: Penguin Books.
37. Gaudin, S. (2010). Facebook Hits Milestone: Half a Billion Users. *Computerworld*, 21. juuli, URL (kasutatud november 2010) http://www.computerworld.com/s/article/9179506/Facebook_hits_milestone_Half_a_billion_users
38. Govani, T. & H. Pashley. (2005). Student Awareness of the Privacy Implications When Using Facebook. *Avaldamata*, URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.pdf-finder.com/Student-Awareness-of-the-Privacy-Implications-When-Using-Facebook.html>
39. Gupta, N. (2010). How to Get Updates from More than 250 Friends on Facebook. *TheitechBlog*, 14. märts, URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.theitechblog.com/553/how-to-get-updates-from-more-than-250-friends-on-facebook>
40. Hall, S. (1980/2008). Encoding/Decoding. Badmington, N. & S. Thomas. (toim.). *The Routledge Critical and Cultural Theory Reader*. London, New York: Routledge, 234-244

41. Hasebrink, U. & S. Livingstone & L. Haddon. (2008). Comparing Children's Online Opportunities and Risks across Europe: Cross-National Comparisons for EU Kids Online. *London: EU Kids Online*, URL (kasutatud november 2010)
http://eprints.lse.ac.uk/24368/1/D3.2_Report-Cross_national_comparisons-2nd-edition.pdf
42. Hass, N. (2006). In Your Facebook.com. *The New York Times*, 8. jaanuar, URL (kasutatud november 2010)
<http://www.nytimes.com/2006/01/08/education/edlife/facebooks.html>
43. Herm, T. (2009) Ametivõimud otsisid läbi Inno ja Irja Tähismaa kodu. *Virumaa Teataja*, 28. aprill, URL (kasutatud november 2010)
<http://www.virumaateataja.ee/?id=112748>
44. Holloway, S. L. & G. Valentine. (2003). *Cyberkids: Children in the Information Age*. London, New York: RoutledgeFalmer.
45. Huffaker, D. & S. L. Calvert. (2005). Gender, Identity, And Language Use In Teenage Blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2), URL (kasutatud detsember 2010) <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>
46. Jaffe, J. (2005). *Life After the 30-Second Spot: Energize Your Brand with a Bold Mix of Alternatives to Traditional Advertising*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. URL (kasutatud november 2010)
<http://books.google.ee/books?id=cUNPhicYehIC&lpg=PP1&ots=nhPBCjbnN0&dq=Life%20after%20the%2030-second%20spot%3A%20Energize%20your%20brand%20with%20a%20bold%20mix%20of%20alternatives%20to%20traditional%20advertising&hl=en&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
47. Kalda, K. (2009). *Mis on sotsiaalne meedia ja turundamine sotsiaalses meedias?* URL (kasutatud november 2010) <http://www.okia.ee/blog/2009/11/mis-on-sotsiaalne-meedia-ja-turundaminesotsiaalmeedias/>
48. Kalma, S. (2009). Pervert "hispaanlanna" noolib jälle internetis lapsi. *Pedofiil.Politsei.Com*, 13.jaanuar, URL (kasutatud november 2010)
<http://pedofiil.politsei.com/?p=224>
49. Kalmus, V. (2008). Riskialtid tiigrikutsud: Eesti lapsed kui (uue) meedia kasutajad. Ots, L. (toim.), *Uued ajad – uued lapsed*. Tallinn: Tallinna Ülikooli kirjastus.

50. Kalmus, V. & M. Keller & P. Pruulmann-Vengerfeldt. (2008). Elukvaliteet tarbimis- ja infoühiskonnas. Lauristin, M (toim.), *Eesti Inimarengu Aruanne 2008*, pp. 115–122, URL (kasutatud november 2010) <http://www.kogu.ee/10976/>
51. Kalmus, V. & P. Pruulmann-Vengerfeldt & P. Runnel & A. Siibak. (2009). Mapping the Terrain of “Generation C”: Places and Practices of Online Content Creation Among Estonian Teenagers. *Journal of Computer-Mediated Communication*, volume 14, Issue 4, pages 1257–1282, 3. august, URL (kasutatud november 2010) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01489.x/full>
52. Kopli, K. (2010). Terve maja neelanud auk on uskumatult suur. *Eesti Päevaleht*, 4. juuni, URL (kasutatud november 2010) <http://www.epl.ee/artikkel/577937>
53. Krueger, R. A. (1988). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Newbury Park: Sage.
54. Kupenko, P. & T. Ülesoo. (2010). Pilguheit Eesti internetikasutaja mõttemaailma. *Best Marketing*, 22. november, URL (kasutatud november 2010) <http://est.best-marketing.com/?lang=est&show=news&id=1361>
55. Lamp, B.-H. (2009). *Fotode ja pildiallkirjade tõlgendamine suhtlusportaali Orkut.com näitel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, URL (kasutatud november 2010) <http://hdl.handle.net/10062/15772>
56. Larsen, M. C. (2007). 35 Perspectives on Online Social Networking. *Social Computing Magazine*, 5. juuli, URL (kasutatud november 2010) http://vbn.aau.dk/files/17515817/35_Perspectives_on_Online_Social_Networking_by_Malene_Charlotte_Larsen.pdf
57. Lederer, S. & J. I. Hong & A. K. Dey & J. A. Landay. (2004). Personal Privacy through Understanding and Action: Five Pitfalls for Designers. *Personal and Ubiquitous Computing* 8: 440–454, URL (kasutatud november 2010): <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.4.4407>
58. Lenhart, A. & M. Madden. (2007). Teens, Privacy and Online Social Networks. *Pew Internet & American Life Project*, URL (kasutatud november 2010) <http://www.pewInternet.org/Reports/2007/Teens-Privacy-and-Online-Social-Networks.aspx>
59. Lenhart, A. & K. Purcell & A. Smith & K. Zickuhr. (2010). Social Media & Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults. *Pew Research Center*, URL (kasutatud november 2010) <http://pewinternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults.aspx>

60. Linnaa Jensen, J. (2010). The Internet Omnopticon - Mutual Surveillance in Social Media. *Ettekanne. Internet Research 11.0: Sustainability, Participation, Action. Gothenburg, Rootsi*, 19.-21.oktoober 2010.
61. Lindlof, T. R. (1995). *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks: Sage.
62. Livingstone, S. (2003a). The Changing Nature of Audiences: From the Mass Audience to the Interactive Media User. *London: LSE Research Online*, URL (kasutatud november 2010) <http://eprints.lse.ac.uk/417/>
63. Livingstone, S. (2003b). Children's Use of the Internet: Reflections on the Emerging Research Agenda. *New Media & Society*, 5 (2), URL (kasutatud detsember 2010) <http://eprints.lse.ac.uk/415/1/NMS-use-of-internet.pdf>
64. 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), URL (kasutatud november 2010) http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_%28LSERO%29.pdf
65. Livingstone, S. & L. Haddon. (2009). EU Kids Online: Final Raport. *LSE, London: EU Kids Online*, URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.lse.ac.uk/collections/EUKidsOnline/Reports/EUKidsOnlineFinalReport.pdf>
66. Livingstone, S. & L. Haddon. & A. Görzig & K. Ólafsson. (2010). Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. Initial Findings. *LSE, London: EU Kids Online*, URL (kasutatud november 2010) www2.lse.ac.uk/media@lse/research/.../Initial_findings_report.pdf
67. Lohk, M. (2009). Eesti on alkoholitarbimiselt Euroopas teisel kohal. *Postimees*, 10. november, URL: (kasutatud november 2010) <http://pluss.postimees.ee/?id=186008>
68. Lotman, J. (1999). *Semiosfäär*. Tallinn: Vagabund.
69. Lynch, C. G. (2008). Facebook Etiquette: Five Dos and Don'ts. *PC World, Business Center*, 23. november, URL (kasutatud november 2010) http://www.pcworld.com/businesscenter/article/154374/facebook_etiquette_five_dos_and_donts.html
70. MacDougall, D. W. (2010). Facebook Photos Lead to Cop's Firing. *The State*, 22. september, URL (kasutatud november 2010) <http://www.thestate.com/2010/09/22/1477405/facebook-photos-lead-to-cops-firing.html>

71. Mangus, H. (2010). *Sotsiaalse kapitali kogumine sotsiaalsete võrgustike veebikeskkondades*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, URL (kasutatud november 2010)
<http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/15360>
72. 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 (kasutatud november 2010)
<http://ssrn.com/abstract=1588163>
73. McKay, M. & M. Davis & P. Fanning. (1995). *Suhtlemisoscused*. Tallinn: Väike Vanker.
74. McLuhan, M. & B. R. Powers. (1992). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. New York: Oxford University Press.
75. McQuail, D. (2000). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
76. Meyrowitz, J. (1985). *No Sense Of Place: The Impact Of Electronic Media On Social Behavior*. US: Oxford University Press etc.
77. Miljan, M. (2007). *Noormeeste visuaalne eneserepresenteerimine suhtlusportaalil rate.ee*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, URL (kasutatud november 2010) <http://hdl.handle.net/10062/15663>
78. Muller, A. (2009). Updates on Your New Privacy Tools. *Facebook Blog*, 10. detsember, URL (kasutatud november 2010)
<http://blog.facebook.com/blog.php?post=197943902130>
79. Napoli, P. M. (2008). Toward a Model of Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences. *McGannon Center Working Paper Series*, URL (kasutatud november 2010)
http://fordham.bepress.com/mcgannon_working_papers/15
80. Napoli, P. M. (2009). Media Policy in the Era of User Generated and Distributed Content: Transitioning from Access to the Media to Access to Audiences. *Media in Transition Conference, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge*, aprill, URL (kasutatud november 2010)
<http://web.mit.edu/com-mforum/mit6/papers/Napoli.pdf>
81. Nicolai, T. & L. Kirchhoff & A. Bruns & J. Wilson & B. Saunders. (2009). The Self-Googleing Phenomenon: Investigating the Performance of Personalized Information Resources. *First Monday*, Volume 14, Number 12, 7. detsember, URL (kasutatud november 2010)

november 2010)

<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2683/2409>

82. Nielsen, J. (2006). Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute. 9. oktoober, URL (kasutatud detsember 2010)

http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html

83. Objartel, H. (2009). *Lahja alkoholi reklaami vastuvõtt Eesti teismeliste seas*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, URL (kasutatud november 2010) http://mail.jrnl.ut.ee:8080/390/1/Objartel_Helen.pdf

84. Papacharissi, Z. (2009). The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and AsmallWorld. *New Media & Society*, Vol 11(1&2), URL (kasutatud november 2010)

http://tigger.uic.edu/~zizi/Site/Research_files/VirtualGeographiesFacebook.pdf

85. Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, Vol. 9, No. 5, URL (kasutatud november 2010)

<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

86. Pruulmann-Vengerfeldt, P. & V. Kalmus & P. Runnel. (2008). Creating Content or Creating Hype: Practices of Online Content Creation and Consumption in Estonia. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(1), article 1, URL (kasutatud november 2010)

<http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008060202>

87. Putnam, C. (2010). Faster, Simpler Photo Uploads. *Facebook Blog*, 6. veebruar, URL (kasutatud detsember 2010) <http://blog.facebook.com/blog.php?post=206178097130>

88. Richtel, M. (2003). The Lure of Data: Is It Addictive? *New York Times*, 6. juuli, URL (kasutatud november 2010)

<http://www.nytimes.com/2003/07/06/business/yourmoney/06WIRE.html>

89. Rosen, J. (2004). The Naked Crowd: Reclaiming Security and Freedom in an Anxious Age. *Workshop, Florida State University veebilehekülg*, URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.law.fsu.edu/faculty/2003-2004workshops/rosen.pdf>

90. Rosen, J. (2010). The Web Means the End of Forgetting. *New York Times*, 21. juuli, URL (kasutatud november 2010)

http://www.nytimes.com/2010/07/25/magazine/25privacy-t2.html?_r=1

91. Sarrio, J. (2010). Tennessee Teen Expelled for Facebook Posting. *The Tennessean*, 28. jaanuar, URL (kasutatud november 2010):
http://www.usatoday.com/news/nation/2010-01-28-student-facebook-expelled_N.htm
92. Sass, E. (2010). 12 nõuannet sotsiaalmeedias suhtlemiseks. *Let's Fox! Avameelselt sotsiaalsest meediast*, 6. oktoober, URL (kasutatud november 2010)
<http://www.letsfox.com/2010/10/06/12-nouannet-sotsiaalmeedias-suhtlemiseks/>
93. Schrock, A. (2009). Examining Social Media Usage: Technology Clusters and Social Network Site Membership. *First Monday*, Volume 14, Number 1, 5. jaanuar, URL (kasutatud november 2010)
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2242/2066>
94. Severin, W. J. & J. W. Tankard, Jr. (1992). *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media*. New York: Longman.
95. Siibak, A. (2009a). *Self-presentation of the „Digital Generation“ in Estonia*. Doktoritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, URL (kasutatud november 2010) <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/10593>
96. Siibak, A. (2009b). Constructing the Self through the Photo Selection - Visual Impression Management on Social Networking Websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1), article 1, URL (kasutatud november 2010) <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009061501&article=1>
97. Slattery, B. (2009). Burglar Checks Facebook During Raid, Gets Busted. *PC World*, 18. september, URL (kasutatud november 2010)
http://www.pcworld.com/article/172224/burglar_checks_facebook_during_raid_gets_busted.html
98. Solove, D. J. (2002). Conceptualizing Privacy. *California Law Review*, Vol. 90, 7. jaanuar, URL (kasutatud november 2010)
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=313103
99. Solove, D. J. (2007a). 'I've Got Nothing to Hide' and Other Misunderstandings of Privacy. *San Diego Law Review*, Vol. 44, URL (kasutatud november 2010)
<http://ssrn.com/abstract=998565>
100. Solove, D. J. (2007b). *The future of reputation: gossip, rumor, and privacy on the Internet*. Yale University Press. URL (kasutatud november 2010)
<http://docs.law.gwu.edu/facweb/dsolove/Future-of-Reputation/text.htm>

101. Steinberg, S. (2007). *An Introduction to Communication Studies*. Cape Town: Juta & Co. URL (kasutatud november 2010)
http://books.google.ee/books?id=g8GRgXYeo_kC&lpg=PP1&dq=An%20Introduction%20to%20Communication%20Studies&hl=en&pg=PP1#v=onepage&q&f=false
102. Subrahmanyam, K. & S. M. Reich & N. Waechter & G. Espinoza. (2008). Online and Offline Social Networks: Use of Social Networking Sites by Emerging Adults. *Journal of Applied Developmental Psychology* 29, 420-433, URL (kasutatud november 2010)
<http://www.socialcapitalgateway.org/R%20Internet%20Subrahmanyam%20et%20al%20%282008%29%20-%20Online%20and%20offline%20networks,%20use%20of%20social%20networking%20sites%20by%20emerging%20adults.pdf>
103. Tamme, V. (2010). *Eelteismeliste suhtlusportaalide kasutamise praktikad rate.ee näitel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, URL (kasutatud november 2010) <http://hdl.handle.net/10062/15346>
104. Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*. New York etc: McGraw-Hill. URL (kasutatud detsember 2010)
http://books.google.com/books?id=DWIIY1PxkyYC&printsec=frontcover&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
105. Thompson, C. (2008). Brave New World of Digital Intimacy. *New York Times*, 5. september, URL (kasutatud november 2010)
http://www.nytimes.com/2008/09/07/magazine/07awareness-t.html?_r=1
106. Tufekci, Z. (2008). Can You See Me Now? Audience and Disclosure Management in Online Social Network Sites. *Bulletin of Science and Technology Studies*, Volume 11, Number 4, juuni, URL (kasutatud november 2010)
<http://userpages.umbc.edu/~zeynep/papers/ZeynepCanYouSeeMeNowBSTS.pdf>
107. Valkenburg, P. M. & J. Peter, J. (2008). Adolescents' Identity Experiments on the Internet: Consequences for Social Competence and Self-concept Unity. *Communication Research*, 35(2), 208, URL (kasutatud november 2010)
http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apr_research_citation/1/6/8/9/7/pages168975/p168975-1.php
108. Vihalemm, T. (2010). *Fookusgrupp*. Tartu Ülikooli loengukonspekt, URL (kasutatud november 2010) <http://www.jrnl.ut.ee/triin/Fookusgrupp/loengumaterjal/>

109. Walther, J. B. & B. Van Der Heide & S. Y. Kim & D. Westerman & S. Tom Tong. (2008). The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep? *Human Communication Research*, 4. jaanuar. URL (kasutatud november 2010) https://www.msu.edu/~jwalther/vita/pubs/facebook_hcr.pdf
110. Wood, D. (2003). Foucault and Panopticism Revisited. *Surveillance & Society* 1(3): 234-239, URL (kasutatud november 2010) <http://www.surveillance-and-society.org/journalv1i3.htm>
111. Yardi, S. & d. m. boyd. (2010). Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization over Time on Twitter. *Bulletin of Science, Technology & Society* 30(5), 316-327, URL (kasutatud november 2010) <http://www.danah.org/papers/2010/BSTS-TwitterPolarization.pdf>
112. Youn, S. (2009). Determinants of Online Privacy Concern and Its Influence on Privacy Protection Behaviors Among Young Adolescents. *Journal of Consumer Affairs*, 43(3), 389-418, URL (kasutatud november 2010) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1745-6606.2009.01146.x/full>
113. *Alexa The Web Information Company: Top Sites*. (2010). URL (kasutatud november 2010) <http://www.alexa.com/topsites>
114. *AssaPauk – Oht on reaalne!* URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.assapauk.ee/>
115. *Bitterwaitress*. URL (kasutatud detsember 2010) <http://bitterwaitress.com/forums/content.php>
116. *Don'tDateHimGirl*. URL (kasutatud detsember 2010) <http://dontdatehimgirl.com/home/>
117. *How to Suck at Facebook - The Oatmeal*. URL (kasutatud november 2010) http://theoatmeal.com/comics/facebook_suck
118. *Insafe – Safer Internet Day 2010: Think B4 U post!* (2010). URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.saferinternet.org/web/guest/safer-internet-day-2010>
119. *Facebakers: Heart of Facebook Statistics*. (2010). URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.facebakers.com/facebook-statistics/estonia>
120. *Facebook Statistics*. (2010). URL (kasutatud november 2010) <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>
121. *Failbook - Funny Facebook Status Messages*. URL (kasutatud detsember 2010) <http://failbook.failblog.org/>

122. *Lamebook – Funny Facebook Statuses, Fails, LOLs and More*. URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.lamebook.com/>
123. *Pale Is The New Tan – a blog on terrible looking tans*. URL (kasutatud detsember 2010) <http://www.paleisthenewtan.com/>
124. *Orkut: Demographics*. (2010). URL (kasutatud november 2010) <http://www.orkut.com/Main#MembersAll>
125. *The Dirty*. URL (kasutatud detsember 2010) <http://thedirty.com/>
126. *Twitter: About Twitter*. (2010). URL (kasutatud detsember 2010) <http://twitter.com/about>

LISAD

Lisa 1: Fookusgrupi strateegiline kava

Teemablokk	Sisu	Ajakulu
Tutvustus	Moderaatori enesetutvustus, uuringu eesmärk (üldiselt), mida teada soovitakse; vestluse ligikaudne kestvus, salvestamisega seonduvad küsimused, põhireeglid: pole õigeid/valesid vastuseid, teineteise mitteamustamine, püüda vältida üksteisest üle rääkimist jne. Grupiliikmete enesetutvustus paari lausega, hobid ning huvialad.	3- 5 min
Töörütmi saavutamine I	„Alustuseks, lihtsalt räägime niisama...” Kui kaua on grupi liikmed olnud internetikasutajad? Millised on esimesed arvutikasutamise mälestused? Milliseks pead oma arvutikasutusoskusi? Millised on enimkasutatavad leheküljed? Millised on online-tegevused? Kui palju ajaliselt internetti kasutad? Millistesse suhtlusvõrgustikesse kuulud? Kui tihti kasutad Facebooki?	10 min
Töörütmi saavutamine II	Ühise mõttekaardi koostamine: Mis on esimesed märksõnad, mis meenuvad kui öelda Facebook? Millal ja miks hakkasid Facebooki kasutajaks? Esimesed kogemused? Mida tegid alguses? Mida teed nüüd? Millised funktsioonid kõige tähtsamad? -informatsioon -meelelahutus -kogukonnatunne Milliseid kasutajatüüpe facebookis liigub?	15 min
Paaristöö I	PAARISTÖÖ: joonistamine – millised on põhilised kasutajatüübid, kes su sõbralistis on? Veelkord meelde tuletada, et kõik vastused on õiged. Lasta igäihel hiljem koos erinevaid pakutud variante kommenteerida ja täiendada.	15 min

	Küsida edasiviivaid vaheküsimusi.	
Info jagamine Facebookis Individaaltöö I	Millist infot tavaliselt ise jagad? Töö ajalehega, milliseid lauseid sa kasutaksid tõenäoliselt oma staatuseks? Arutelu.	20 min
Info jagamine Facebookis	Kes kuuluvad põhiliselt sinu sõbranimistusse? Protsendiliselt jagatult – kui palju sõpru, kui palju firmasid, ühendusi, tuttavaid, töö ja õppimisega seotud inimesi, päris võõraid? Kuidas on nähtavuse seaded? Kes põhiliselt reageerivad (verbaalselt, like'ides või muul moel)?	7 min
Info jagamine Facebookis Individaaltöö II	Lisa 1, tööleht. Arutelu.	10 min
Probleemid info jagamisel.	Millist infot ei sobi Facebookis avaldada/kasutada? Mis sulle facebookis närvidele käib? Järgmised staatused, kui sa neid kasutaksid, siis kelle eest võiks see peidus olla? - Miks jalka MM aafrikas toimub? Vaesemat riiki ei tahtnud valida? - X, sa oled ikka eriline vördjas! - Kell on 5 hommikul, jamai saa mitte idagi aru :D :D - Õetütar hakkas just käima! Niiiii nunnnnu! Ja kohe kakas püksi ka ☺ - Aja neeger hüppesse, aja neeger hüppesse - Vanemad lahkusid. Poole tunni pärast kõik meile! Tarbitav kraam endal kaasa võtta! - Nii haige, 39 palavik ja kõht on täiega lahti. Aaaaa....piiiii. - Vihkan kooli. Pange põlema ennast.	25 min

	- Vennaga Hesburgeris, tellisin just kaks burgerit, salatit ja jäätist vist ei jaksa süüa. Aga võib-olla jaksan ka... Kas oskad tuua mõne näite, kui oled Facebookis jaganud infot, mis ei olnud hiljem tagasi vaadates sobilik? Too näiteid, kuidas võib Facebookis kirjutatu kätte maksta, halvasti mõjuda?	
--	--	--

Lisa 2: Näidispostituste individuaaltöö

Milliseid kommentaare võiks saada järgnevad staatused? Milliseid sa ise kirjutaksid?

Nimi	Mis täna toimub?	
Perenimi		
	Tema sõber	
	Mina	
	Tema tuttav	

Nimi	☹ ☹ ☹ Kas saab veel hullemaks minna... Broken and hurt...	
Perenimi		
	Tema sõber	
	Mina	
	Tema tuttav	

Nimi	Nägin unes, et leidsin maast kolm hõbemünti, mis muutusid kätte võttes koeras*taks. WTF?	
Perenimi		
	Tema sõber	
	Mina	

Tema tuttav	
----------------	--

Nimi Perenimi	Ma ütlesin narkootikumidele „ei“, aga nad ei kuulnud mind.
------------------	--

Tema sõber	
Mina	
Tema tuttav	

Nimi Perenimi	Seal, kus on suur armastus, sünnib alati imesid. Arrmastan Sinnnnd!!!
------------------	---

Tema sõber	
Mina	
Tema tuttav	

Lisa 3: Fookusgruppide intervjuude transkriptsioonid

1. FOOKUSGRUPP

Osalejad: M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7, N1, N2, N3, N4

TUTVUSTUS

Moderator: Igaks juhuks läheb tööle kaks diktofoni.

M3: Ühel pole mikrofoni...

Moderator: Ja siis ma panen need erinevatesse kaugustesse. Jaa täna siis nagu ma natuke teile juba rääkisin, on meil tegemist sellise vahva vestlusega nagu ee fookus grupp, see on üks uurimismeetod ja mina kasutan seda oma magistritöö jaoks. Ee sarnaseid fookusgruppe ma teen veel ka teistega, magistritöös ma teie nimesid ei kasuta, nii et selles suhtes võite ennast vabalt tunda. Ää, meil läheb aega siis nagu öeldud umbes kõige kauem poole kaheteistkümneni, pigem ma kaldun arvama, et me teeme noh, umbes tunniga selle asja ära. Emmm, põhireeglid on tänases vestlusringis sellised, et õigeid-valesid vastuseid ei ole, ee püüame teistest mitte üle rääkida, sest et muidu on mul hiljem hästi raske seda lindilt kuulata, et kes on mingil hetkel midagi öelnud. Ee, üksteise arvamusi ka ei maksa arvustada, et „oh see oli nüüd küll eriti loll väljaütlemine“ või midagi muud säärast...

Naer

Moderator: Sellepärast et iga inimene arvab nii nagu ta arvab ja arvamused ei saa olla valed. Aga alustuseks ää teeme sellise väikse tutvustusringi, et ma saan küll aru, et teie küll kõik üksteist tunnete, aga siis mul jälle hiljem on jällegi lihtsam teid hääle järgi ära tunda, et kes on kes. Noh, mina olen Maria ja mina olen teie meediaõpetaja ja minu uurimisvaldkond ülikoolis on ää, on justnimelt uus meedia.

M1: Ma olen M1, kas veel midagi?

Moderator: Oma iseloomustus, millega sa tegeled või...

M1: Õppimisega.

Naer

Moderator: Aga mis su hobid on?

M1: Vaba aja nautimine

Naer

Moderator: Väga hea.

M2: Ma olen M2, käin siin gümnaasiumis ja siis sama.

N1: Ma olen N1, käin eee ka siin koolis ja ... naudin niisama elu.

M3: Ma olen M3 ja naudin ka elu.

N2: Olen N2 ja vaba aega veedan sõpradega.

N3: Khm, olen N3, käin koolis

M4: Mina olen M4 ja ...käin ka siin koolis ja ... õpin.

N4: Olen N4 ja käin ka vist siin koolis.

M4: „Vist“ (naerab)

M5: Ma olen M5 ja ma ka õpin.

M3: (sosistab M6-le) ütle, et sa oled skeiter.

M6: Khm, olen M6, mängin trummi ja laulan.

M7: Olen M7. I like what I like because I like it... tükk aega mõtlesin....

Naer

TÖÖRÜTMI SAAVUTAMINE I (00:02:50)

Moderator: Te olete väga õpihimulised, mul on tore seda kuulda. Ja alustuseks ee... noh nii-öelda soojenduseks räägime niisama, et kõigepealt, kui kaua te olete internetti kasutanud?

N1: kas me hakkame ükshaaval ütlema niimoodi või?

Moderator: Võite ükshaaval jah, aga noh, ei pruugi.

M6: Mingi 7 aastat, 7-8 aastat umbes.

N1: Jah umbes, umbes tuleb jah.

(Tüdrukud noogutavad)

M7: Kümme

Naer

M6: Pidi ikka üle panema, mis sul esimene arvuti oli umbes mingi Juku vä?

M7: eei...

M5: Windows 97.

M4: Jah, mul umbes seitse kaheksa

Moderator: Ää, nii et see keskmine on siis teil umbes 7 kuni 8 aastat...

M5: Jah.

M2: Jah

(teised noogutavad)

Moderator: Kas te mäletate ka esimesi kokkupuuteid, et milline see esimene tutvus arvuti ja internetiga oli, et mis te tegite seal?

(Hakkavad läbisegi hõikuma)

N1: Reit. Reit.

M1: Mängud...

M2: Mängud jah

M5: Reit

M4: Mängud

N1: Mängukoobas ja...

M5: Mängukoobas jah...

M7: Reit

M6: Kusjuures minu meelest see oli suht kahtlane

N1: Kusjuures ee reit oli täiega kõva koht siis.

Moderator: Aga jah, mis mulje see reit jättis, miks te sinna läksite?

M3: midagi uut ja vägevat.

N1: sõbrad olid ja...

M5: kõik käisid seal

N1: jah, sai ennast netti üles riputada...

M6: jah, see oli populaarsuse...

M7: feim ja väljavalitud.

N1: äkää, feimi ei olnud siis veel, feim tuli hiljem

M7: jajaja, ma tean, sorry.

Moderator: M2? Sa taas veidi vaiksem.

M2: aa ma ei tea, ma mängisin mängu, Runescape'i ja...

(Heakskiitv melu)

Moderator: Ää jaa ja kuidas ee, või kuskohas te seda kasutasite, kuskohas oli esimene arvuti, kas teil oli kõigil kodus?

M1: kodus ikka.

M3: kodus jah.

N1: Jah.

M6: Jaa, kodus.

(Ülejäänud noogutavad)

M4: mul oli arvuti kodus, kuid mul arvutis ei olnud päris pikka aega internetti.

M6: jaa, mul ka

Moderator: aga mis te tegite seal, kui ei olnud internetti?

M3: no see oli ikka, no oli ikka, no mingid imemängud

M4: supakat...

M6: Supaflex ja mis iganes seal olid. Super Mario ja värgid.

Naer

Moderator: Millis...

N1: Super Mario oli tase!

Moderator: Milliseks te praegu peate oma arvutioskuseid?

M6: päääris keskmised

M7: Netis oskan käia

Naer

M5: (sosistab) arvutist oskad porri tõmmata...

N1: no selles mõttes, et see olenebki, kust maalt nagu seda võtta, et kui sa nagu oled mingi arvutihäkker või siis nagu internetitasemel, vaata...

M6: ma arvan, et mul on keskmised

Moderator: No teeme siis jälle ringis, mis sina arvad, M1, milline on sinu arvutikasutamisoskus?

M1: pff, ma arvan, et päris hea, netti ja neid ma ikka oskan kasutada, aga mingi Microsoft Wordid ja siuksed asjad, siis on natuke raskusi.

M2: kuna ma mingi paar aastat tagasi jõhkralt ainult arvutis elasingi ja häkkisin, siis peaks päris... päris selline üle keskmise olema.

M5: SEB panga häkkis ära.

N1: mul on ka. Üle keskmise. Aga selleks, et need asjad nagu, mida ma tihti ei kasuta, nagu näiteks mingi Excel ja sellised asjad, neid nagu väga hästi ei oska.

Moderator: selge...

M3: Keskmine. Et noh... tavaliste asjade ja nendega saab kõigiga hakkama, aga siis, kui mingi ulme asju vaja siis paneb päris mõtlema.

Moderator: Mis asi on ulme asi?

M3: No kõik need igasugused need programmid, mida ei kasuta igapäevaselt.

N2: ma arvan, et mul on ka keskmine, nagu internetitasemel niimoodi ma... saan hakkama.

N3: Mmm, ma arvan, et mul on keskmine, sest neid viiruseprogramme ja neid, nendest ma ei jaga üldse midagi.

N2: nendest ma ei saa ka aru.

N4: mul sama seis,

M4: ma arvan, et mul on natuke üle keskmise, sest ma ei tea, vanasti oli ikka nii, et kui mingi onu tuli või kellegi arvuti katki läks või midagi, siis ma olin see, kes ikka putitasin neid natuke, nagu väike Neeme...

Naer

M4: Aga jah, mingid Wordid ja asjad on muidu enam vähem lihtsad, nendega saan ikka hakkama.

N4: mul on ka keskmine, ma arvan, internetis oskan kõike teha ja kui Wordis ja sellist asja ja siukest tavalist, nagu näiteks kirjutada vaja on, siis ma saan ka hakkama.

Moderator: mhmh.

M5: mina arvan, et mul on ka siuksed keskmised, keskmised oskused, et oskan ka arvutis suht palju korda saata

M6: njaah.

Naer

M6: jah nõustun, ma arvan, et mul on sama.

M7: mul ka üle keskmise veidikene, oskan teha asju küll.

Moderator: mhmh, järgmine teema, kui te mõtlete selle peale, et kui te lähete internetti, no näiteks mmm... esimene kord päevas või... või siis õhtul siis kui on vaba aega, siis mida te seal teete?

M7: Facebook, Orkut...

M6: Orkut...

M7: Mafia Wars...

Naer

M7: Neonet, MSN ja...

M6: neonats...

Moderator: Nii, okei, mis sina teed?

M6: ääm, Orkut, Facebook, ää MSN...hot, e-kool....

Moderator: mhmh

M7: Counter Strike...

M6: Counter Strike.

Naer

Moderator: M2?

M2: äää, kindlasti...

(Naeravad, sest moderator ajas M2 ja M5 nimed segi)

M2: äää, e-mailid, siis ka Orkut, Facebook, Myspace ja siis MSNi ka natuke

M3: (sosinal) reit!

M2: ei.

Moderator: Tegelikult ma tahtsin öelda M5, vabandust!

M5: mm, ää, ma ei tea...vaatan üle kõik, tõmban filme, kuulan muusikat ä...

M6: tegeleb piraatlusega!

Naer

M5: enam-vähem ä, Facebookis, MSNis ja ... enam vähem.

N4: MSNis ja Orkutis ja Facebookis ja e-koolis ja vahest loen lehti ka, sest ma tavaliselt neid, paberlehti eriti ei loe.

M4: esimene asi, mis ma teen, ma lähen MSNi, siis tavaliselt Facebooki, vahe... vahel lähen esimesena Orkutisse, a need kaks ja siis ongi kõik põhimõtteliselt, aa no ja muusikat kuulan

N3: Mmm, MSN, Facebook ja Youtube.

N2: Mul ka MSN, Facebook, Orkut ja siis ä... elu24.

Naerukahin

M3: põhimõtteliselt kuulan muusikat jaa... siis räägin juttu.

M6: teed endast videosid, MSNi pilte ja...

M3: jaa-jah.

N1: einoh, ma panen arvuti tööle ja siis kohe automaatselt esimesed asjad, mis mul lahti tulevad, on MSN ja Winamp, onjä ja siis panen muusika ja MSN tööle ja siis saan alles nagu netti, mingi Orkut ja Facebook ja Postimees ja ...ja Buduaar ja igast siuksed e-kool ja hot ja osta.ee ja...

Moderator: M2ga me juba vestlesime.... M1?

M1: mul ka ikka need kaks sama suunda, sama, nagu kõik ütlesid, pluss uudised, neid ma loen ka päris palju päevas...mitu korda.

M5: misasja sa ütlesid?

N1 ja N4 koos: uudised.

M4: uudiseid loeb.

M6: päris sa loed ju!

Naer

Moderator: Uudised? Ei, aga mis lehekülgedelt?

M1: Postimees ja Pärnu Postimees ja vahest elu24, kuigi mulle eriti ei meeldi see.

Moderator: Ja nüüd teeks sama tiiru, mõelge selle peale, kui palju te päevas veedate internetis kokku aega.

M6: oi...

N2: ma ei taha sellele mõelda.

M3: seda ei saa nii võtta, oleneb kõik päevast ju, kui vihmane ilm, siis põhimõtteliselt oledki arvutis, aga kui on ilus siis sa...

N1: ma istusin eile terve päev arvutis, ma tundsin ennast nagu tõeline geek.

M6: maa, olin haige, siis ma ei käinudki arvutis, ei suutnud...

M4: mul on nii, et talvel... talvel ma käin rohkem ja suvel käin palju vähem, suvel ma olen kogu aeg väljas, ma korra mingi käin läbi võib olla päevas...

N2: jah

M2: jah, räägid mingi jutu ära, vaata...

N1: jah suvel ongi see, et ärkad hommikul, käid kähku netist läbi, küsid, et mis täna teed, vaata ja siis....välja.

M6: jah

Moderator: Ja siis kas... kas nimetada seda netis olemiseks, kui sul on MSN sisse logitud, aga sa oled ise kuskil mujal?

Läbisegi: ei

Moderator: Et see ei ole?

M4: Äkää, see ei ole netis olemine, vahepeal võib olla vaadat, kas keegi, kuskilt kaugelt näed, et seal all vilgub, siis lähed vaadat, mis toimub.

N1: mhmh.

Moderator: Aga kas siis kui näed, et all vilgub, kas siis on selline tunne, et peab minema ja vaatama, et mis..

Läbisegi itsitades: jaaa

M3: oleneb, kes muidugi, kui on keegi inimene...

M6: Juhan!

M3: ...kes on sattunud kogemata su MSNi ja hakkab mingi rääkima, siis ei viitsi vastata.

M5: „Hi, sexy!“

Naer

N2: Kaugelt sa näed seda?

M3: no näed ikka ju.

Moderator: Nii et põhiliselt on siis ikkagi selline vajadus vastata?

N1: on küll jaa, nagu kripeldama jääb, et huvitav, mis ta nüüd tahab.

M2: uudishimu.

M4: see on umbes nagu telefonikõnele vastamine, see on sama asi, et kui keegi helistab, siis sa...kuskil teises nurgas helistab, siis sellega on samamoodi, et lähed ikka vaadat, et kes helistab, mitte ei ole selline ükskõikne...asshole.

Moderator: Ee, te nimetasite siin oma arvutikasutuses päris palju juba ära neid lehekülgi, suhtlemisvõrgustikke, ehk siis Orkut käis läbi, Facebook käis läbi...

M5: reit

Moderator: Kas te reiti ka kasutate?

Kooris: ei

Moderator: Miks?

M6: ma vahepeal kasutasin

M1: nii mõttetu koht

M5: mõttetu

M3: läks nii labaseks ära

M6: päris on ju!

Naer ja melu

M7: siis kui seda uuendati, siis läks käest ära.

Moderator: Oot-oot, ükshaaval!

M1: seal võib vastata mingi viiekümneaastased, kes need ka möllavad seal...

M6: mul on ka üks viiekümneaastane seal, saatis kirja...

Naer

N1: ma avastasin, et seal on uuendusi tehtud, et kui sul kasutajat pole, siis sa ei saa teiste pilte ka enam vaadata.

M3: haige, päris kurb ju.

M6: ma ei tahagi et sa mu pilte vaadat.

Naer

Moderator: Aga see on ju, ju täitsa uus, selles mõttes, et enne oli ju kogu aeg...

N1: jaa, et sõpru enam ei näe ja iseloomustusi, seda enam ei näe, kui sul endal kasutajat ei ole.

M4: Orkuti copy juba ju

Moderator: Nii, M1, sa hakkasid midagi ütlema?

M1: Einoh, ma mõtlesin, siiski seda, et kui kunagi uuendati, kunagi oli see vana ja siis uuendati, tulid igast uued kujundused ja siis läks nii käest ära, ei osand midagi otsida, nii mõttetu, igav, läks keeruliseks.

M4: jaa

M2: läks keeruliseks jah, ah ma ei viitsi enam.

N1: ja järjest, järjest hakkasid kõik tuttavad ka reidist ära minema.

M6: nagunii kõik asjad uuenduvad, samamoodi, nagu Orks ja kõik noh.

N1: ja ikka veel sa näed seal pealehel on mingid feimimehed ja sada prossa ja ma ei tea noh, osta elu noh.

Moderator: aga kellel on olnud reidis kontod, tõstke käed!

Kõik tõstavad käed

M4: kõigil

Naer

Moderator: Kõik tõstavad käed. Kellel on praegu veel alles konto? Üks, kaks, kolm... kolmel.

M6: jee

Moderator: kellel on Orkutis konto?

M4: kõigil

Moderator: Kõigil. Kellel on Facebookis konto?

M4: kõigil...

TÖÖRÜTMI SAAVUTAMINE II (00:12:34)

Moderator: Kõigil. Nii ja nüüd olemegi jõudnud ä... Facebooki juurde. Esimene asi, mis ma praegu teie käest tahaksin, on see, et öelge mulle märksõnu, mis teil Facebookiga seonduvad.

N1: Farmville!

M4: Meeldib, ei meeldi.

M7: hakka fänn...Fänn!

M4: Mafia Wars

M6: testid ja hakka fänniks või mis see oligi.

Moderator: Jaa-jah. (Kirjutab)...hakka....

M5: Jaja, Mafia Wars

N1: ääää...

M5: kuigi seal on veel mingeid sõdasid.

Moderator: Nii, mis veel Facebookiga seonduv?

M2: kommuunid

N1: viited

M7: staatus

N1: viited, vaata seina peale...

M3: Sein!

N1: jah, sein jah

M6: palju kasutajaid

N1: kommentaarid

Moderator: Niii...

M6: see on mingi jõhkralt üle maailma kuulus asi ju...

M1: muidugi

N1: aaa ja siis üritused

M6: jah, mul mingi tuttav elab Ameerikas, noh sellel on ka ju.

Moderator: Nii mis veel?

N1: kutsed, iga...igasugused erinevad

M5: seal on see chat ka

N1: aa, õigus jah. Mis on palju parem kui Orkuti oma.

Moderator: Aga mõelge nüüd sellele, milline ta on, et praegu on siin hästi palju selliseid...

M6: kasutajasõbralik!

M4: on jah, et ta on hästi lihtne

M7: ta on ilus

N2: jaa

M6: minu arust see on haige, kui keegi kirjutab su seinale midagi, siis mingi paari päeva pärast seda sa ei näe...

M4: miks ei näe, näeb ikka...

M3: näeb küll

N4: näeb

M6: no mina ei tea, mitu päeva seal läheb...

M5: alla läheb seal...

N1: kaob ära, eriti veel kui neid ee... teste hulgi teste teed

M5: oi need Facebooki testid panevad eriti pange

N1: jaa, ikka täiega

M7: elad mingi 102aastaseks, jee saad äikest, sured ära...

Naer

N1: milline tuleb sinu laps ja mingi lampi...

M6: N1-l tuli mingi rajakas laps...

Naer

Moderator: Nii, aga mis siit teile tundub, mis nendest sõnadest kõige paremini iseloomustab Facebooki?

M7: Facebook!

Naer

M6: Farmville

N1: Farmville ja siis üks asi veel, see näiteks meeldib või ei meeldi. Ma ei teagi, kus seda veel üldse oleks. Neid like jagatakse seal ikka täiega palju.

Moderator: Mhmh

M5: seal ei saagi panna seda mingi ei meeldi

N1: aga võiks tulla!

M5: jajaa

M7: saad panna ju ja hiljem tagasi võtta.

M5: ma tahaks jumala paljudele asjadele seda unlike panna, ma paneks igale asjale

N1: jaa, et oleks mõlemad, aga siukseid kommuune on ka juba ju tehtud, et oleks.

Moderator: Kas need kommuunid saavad midagi muuta?

Kooris: jah

M2: Ühikarottide kohta on just see, et mingi 10 000 liiget ja siis hakkab kaks korda nädalas

N1: sada tuhat

M2: sada? Kümme!

M3: kümme tuhat.

M4: ah, neil on üldse igasugustel firmadel igast mingid eri kogumised...

M6: jaa!

Melu

Moderator: Oot-oot püüame ükshaaval rääkida!

M4: mingi riigiasutustel on sellel mingid kasutajad, näiteks siis, kui see tuhavangis olid kõik

N1: jaa-jaaa.

M4: siis oli see, et mingi inimesed otsisid mingi Facebookist abi mingitele probleemidele

M3: praegu on see euro taotlemise asi ka ju

M5: seal on üldse paljud suurfirmad on sinna kolinud, et teha nagu mingi noorte seas ka reklaami ja asju.

N1: jaa

N2: jaa!

M7: Jaja, et pane mingi laik ja jaga seda teistega ja siis mingi, et võid auhinna võita või midagi

M6: ja siis oli see Top Gari tegelane...

N1: jajaa.

M2: Top Gari taotlus...

M3: jaa

Moderator: Aa jah, Top Gari selleks eetrissejäämiseks. Mis...mis need tulemused seal ümmarguselt on?

M2: praegu on päris palju...

Moderator: Aga kas sellest on ka mingit kasu?

M6: peab olema ju.

N1: aa ja mingi selline community oli ka, et saab, et saaks siis, kui eurod tulevad, saab viieeurost automaadist välja võtta.

Moderator: Jaa. Mis veel oli?

M4: Vaata, minu meelest on kõige kuulsam see Savisaare... see tüüp

M2: kurk

N1: kas see kurk saab rohkem fänne kui Savisaar. See on täiega kõva.

M4: Jah

Moderator: Kes on selle kommuuni liikmed?

Naer

Moderator: Üks kaks kolm neli viis kuus seitse inimest üheteistkümnest siis

N1: see on täiega populaarne ju kusjuures

Moderator: Jaa. Nii, kui rääkida Facebookist veel, siis lähme ringis, ää millal ja miks hakkasid Facebooki kasutajaks, kas sa mäletad?

M2: noh, M1!

M1: aa, mina pean alustama jah?

Moderator: mhmh.

M1: ma ei tea, nii paljudel oli mu sõpradel, sest mul on päris palju neid, noh Eestist Ameerikas, kes elavad, kes Kanadas ja seal ja siis need andsid idee ja siis tegin ise ka ja siis suhteliselt palju on nagu neid ameeriklasi tuttavaid ja...

Moderator: Aga, kas Orkut ei ole seal siis abiks?

M1: ei ole.

Moderator: miks?

M1: ma ei tea, Orkut ei ole nagu nendepärane, neile meelepärasem, et pigem nad jah kasutavad ikka Facebooki, suhtlevad seal.

Moderator: Nii, M2?

M2: ma ei teagi. Mul oli vist mingi kellegagi vaja suhelda ja siis ma ei teadnud ta MSNi, ja siis ma läksin Facebooki kaudu, hakkasin sealt otsima ja nii ta läks.

Moderator: Aga millal see oli, mäletad?

M2: kaks aastat tagasi.

Moderator: kaks aastat tagasi...

M2: vähem võib-olla...

N1: mmm, ma ei teind väga ammu, mingi äkki 2009, alguses alles ja siis, ma ei mäletagi täpselt mille pärast ma tegin, ma ei tea... lampi vist, oli kodus hullult igav ja...filmides ja igal pool on ammu...ammusest ajast peale seal Facebook-Facebook ja siis kui ma selle tegin, siis lampi ma vaatasin, et mingi ülejäämine päev juba järjest mingid sõbrad kõik juba lisavad ja

siis mul mingi vau, et ma ei teadnudki, et siin niipalju rahvast nagu tuttavat on siis arenes järjest.

Moderator: Mhmh, M3?

M3: Täiesti lambist. Selles mõttes, et mõtlesin, et vaatan, mis see on ja siis hakkasin kasutama.

Moderator: Millal see oli?

M3: Umbes aasta äkki vä? Alla aasta, ma arvan või midagi sellist.

Moderator: Mhmh.

N2: mul on ka hästi kaua, mingi kaks-kolm aastat vist. Mul oli sugulane seal ja siis nagu ainuke kontakt temaga oli nagu Facebookis suhtlemisega. Ja siis see Facebook on hästi palju muutunud, siis polnd neid mingeid mänge ja mingeid siukseid kommuune ja asju seal. Et nüüd ta on hästi teistsugune.

N3: ma tegin mingi jõulude ajal ja tegin ka Facebooki, sest nagu sõbrad ümberringi tegid kasutajad, hea suhtlemiseks. Ja siis enamasti ka tädiga suhtlemiseks.

Moderator: A miks su tädi Orkutit ei kasuta?

N3: Sessst ma ei tea, Facebook sobib talle paremini. Nagu tal on ka need kõik tuttavat ja mingeid tööasju saab ka teha seal.

M4: ma tegin ka täiesti lambist, nagu M3, et mingi lihtsalt ükspäev ka tegin, a ma olen kasutaja mingi üle aasta olnud juba.

Moderator: üle aasta jah. Nii?

N4: Ma ei teagi, millal ma tegin, mingi, aastat vist päris pole, aga mul tuli sinna MSNi sinna inbox'i hästi palju neid kutseid mingi, et see kutsub sind Facebooki ja siis ma tegin ka lõpuks kasutaja.

M5: ää... ma lihtsalt sain ühe inimesega tuttavaks ja siis ta küsis, et kas mul on Facebook ja siis ma mõtsin, et savi, teen ka endale ja...

M6: ja vaatasid, et jumala fun on?

Moderator: aa, millal see oli?

M5: Võib-olla veidi üle aasta, aga kaua ei ole olnud.

M6: Ma tegin mingi... kolm kuud tagasi äkki... koolis, nägin et see vend (näitab M4 poole) käis kogu aeg tundide ajal seal sees...

Naer

M6: ja siis... ee mõtlesin, et teen ka, päris vägev koht tundus.

Naer

M7: Ma tegin mingi, mingi eelmise aasta lõpus vä? Alguses tegin ära ja siis ei käinud seal üldse, ei tajunud üldse seda teemat, hakkasin Mafia Warsi mängima.

M5: ja nüüd käib iga päev..

M7: jah, nüüd saan juba aru Facebookist, nüüd teen midagi muud ka peale Mafia Warsi.

Moderator: mhmh. Ää, kumb on tähtsam, kas Orkut või Facebook?

N1: Facebook

Moderator: Miks?

M4: ma arvan, et mul on Orkut näiteks, sest seal on, ma ei tea, rohkem sõpru näiteks. Aga tegelt ei tea ka.

M3: Facebookis on...

M4: ideaalis tuleks neilt mõlemalt...

M6: Facebookis...

M4: Nüüd on suurem, Facebookis on palju rohkem

N1: jah, Facebookis on nagu see paneb põnevust juurde, et sa kus sa saad mingi eee laiike panna ja suhelda ja seina peale teisele inimesele mingeid asju kirjutada ja neid linkida ja värki.

M6: mhmh, ja Orkutis ei saa ju...

Moderator: aga Orkutis on ju samamoodi, et hakatakse tegema mingeid uuendusi, et sa saad...

M5: jah scrapbook... aga nad kõik võtavad üksteiselt

M6: no saabki

N1: no Facebook ongi huvitavam ju, sellepärast ongi. Orkut on vana juba.

M6: suht uus ju jah

Moderator: Kas te arvate et Orkutist kasvatakse samamoodi üle nagu reidist?

Läbisegi: ei, jaa.

M6: seal on, seal on liiga palju kasutajaid.

M5: see on siuke, mis lihtsalt jääb ja lihtsalt käid seal sees vaatamas.

M4: ma ei usu

N1: niipea kindlasti mitte.

N4: ei kasva.

M6: Seal on ju üle maailma, reidis oli ju ainult mingi Eesti ja Vene

M2: ja seal olid ju need moderaatorid

M7: jaa, Sposato oli...

M4: see Orkut oli ka mingi, Orkut oli alguses vist üldse mingi siuke koht, kus said ainult mingi sõprusringkonda, et mingi teatud kutsete ja asjadega...

M5: jaja

M3: jaa.

N1: jaa. Aga kas enam ei saa vä, mina, kui mina Orkutisse kasutajat tegin, siis ka niisama liituda ei saanud, et kui keegi pidi kutsuma

M4: jah

Moderator: nüüd vist...

M4: nüüd on jah, teed Googlis konto ja on olemas.

M6: aga no kas see on samas normaalne, kui sa mingeid lambi inimesi võtad automaatselt omaks?

M4: ja siis pidid 18 ka veel olema.

Moderator: niiviisi, kui rääkida veel nüüd Facebookist, siis siin ka juba tuli see teema sisse, mis need esimesed tegevused olid seal? Et mängiti Mafia Warsi... mis veel?

N2: Petville

M5: ei, ma alustasin Farmville'st ja siis läksin Mafia Warsile üle.

Naer

Moderator: ma saan aru, et põhiliselt mängud olid?

M2: ei olnud

M6: ei.

M1: ei

N1: ma tegin neid teste alguses täiega

M6: ma polegi midagi teinud seal veel

M4: mul oli ka, ma vaatasin, otsisin veits sõpru juurde ja siis veits mängisin...ei ma ei mänginud, alguses ma ei mänginud, a mingi aeg ma olin, mul oli ka see Mafia Warsi värk, aga siis ma ei saand enam mängida mingi aeg...

M5: ma nägin ka kogu aeg, kuidas M2 mängis Farmville'is ja siis see oli nii põnev, siis pidin ka mängima

Naer

M5: aga lõpus viskas nii koppa!

Moderator: M3, sa hakkasid midagi ütlema.

M3: ma ei tea, ma lihtsalt vaatasin teiste pilte ja siis tegin neid teste seal ja ... ma ei tea, need mängud üldse ei tõmmanud.

N1: Mafia Wars on sul siiamaani ju.

Moderator: mis teie tegite alguses?

N3: Farmville

N2: seal ei olnudki neid mängu alguses, siis ma suhtlesingi oma nende tuttavatega, kes Rootsis on. Ja siis kui ükskord nüüd läksin, siis vaatasin, et netis oli nii palju tuttavaid tulnud ja siis ma hakkasin ka neid mängu vaatama.

Moderator: M1?

M1: ma alustasin seal... vaatasin siis muidugi lisasin tuttavaid igasuguseid, ja siis laadisin pilte näiteks ja siis vaatasin teiste oma...omi ja polegi väga muud teinud siiaaale.

Moderator: niiviisi, ämm. Kas Facebookis'is olemine lisab teile ka mingisugust sellist nagu kogukonnatunnet, et ma kuulun kuskile?

M1: ei

M3: mulle küll ei

M6: savi

N1: võib-olla mõnes kommuunis olek, aga üldiselt nagu Facebookis küll mitte.

Moderator: Millistes kommuunides näiteks te olete, mis näitavad seda, kes te olete ja kuhu te kuulute?

M4: Pärnu

M3: „Ema on sul juust“

Moderator: Ema on sul juust?

M3: jah

Naer

Moderator: Veel?

M4: ma olen Pärnu kommuunis.

N1: ää

Moderator: Pärnu kommuun.

M2: jah

M6: jah

M3: ka Pärnu jah

N1: Pärnu ranna kommuun ja

M4: mingi koht vahepeal hullult reklaamis, mingi oli mingi, et võis võita tasuta läbu enam-vähem.

M2: aajajaa.

M4: ja siis liitusin sellega selle pärast

M2: Villem

M4: jaa, vist oli

N1: aga kusjuures väga paljud ää korraldavad neid äää loose seal, et enam vähem jaga oma lehel seda ja siis kogu aeg saad midagi võita

M5: Ongi, teevad reklaami ju

Moderator: Kas teie jagate seda infot?

Kooris: jaaa

M6: ei, ma küll ei jaga

Moderator: Miks ei?

M6: Ma ei viitsi

Moderator: Kas sa ei taha võita?

M6: esiteks ma ei oska ja teiseks ma eiii... mõttetu, ma käin korra vaatan seal, kas keegi mulle midagi kirjutand on. Ei ole, siis vaatan, kes mind sõbraks on tahtnud lisada ja vaatan, et mis need taotlused või asjad on. Ja siis lähen välja.

Moderator: aga kas teile, või kuidas teile tundub õigemini, kas äm, see et turundajad on Facebooki avastanud, et oo, hakka fänniks ja jaga ja mida iganes, kas see muudab selle keskkonna lärmakaks?

M3: ja
 N2: jaa
 M4: ja
 N1: ja, aga see ei häiri
 M5: logid sisse ja vaatad sinna pealehele, kõik on ainult need, mingi kõik jagatud mingi pask.
 M6: jaa, see häirib
 N1: mind häirib palju rohkem see, kui nagu, lihtsalt nagu uuenduste terve see, terve mu uuenduste leht on täis mingi „lover of the day“ või mingi „drunk friend of the day“ või lihtsalt, see on nii jama
 M4: jaah, see küll.
 M6: mind ajab see närvi...
 N1: no miks nagu publish, või noh avaldada...
 M6: iga päev saan mingi miljard Farmville'i kutset või..
 M3: jaaaa
 M5: või kingitusi saadetakse ja ei võta vastu ja siis ma panen...panen ära
 M4: jaa ma panen, blokin kohe ära
Moderator: Kui palju te seda blokkimise varianti üldse kasutate?
 M3: ikka kogu aeg. Kõik need reklaamid, mis seal külje peal on, mingi lambi, mingi reklaamid, pole vaja seda, panen kohe ära.
 M6: või siis postkasti tuleb sulle iga päev mingi Kanpoli jama.
 M4: ma olen mingid Farmville kutsed ära blokkind näiteks, siuksed, mingid mängude kutsed, aga muidu ei ole.
Moderator: Kuidas sul on, N4, oled sa kunagi kedagi või midagi ära blokinud?
 N4: mkmm, mis mõttes?
 M3: ei, talle meeldib.
Moderator: Sest noh, iseenesest on ju võimalik panna ka teatud kasutajad, et sa ei näe neid oma feedis, et sa paned nad peitu ja...
 N4: mkmm.
 M6: ma olen ühekorra oma isa ära blokinud
 Naer
Moderator: Miks?
 M6: kogu aeg saatis mulle Farmville'i neid...
 Naer
 M5: mul vana majandusõpetaja saadab Farmville'i neid kingitusi kogu aeg
 N1: ah?
 M5: eelmise kooli majandusõpetaja saadab mulle Farmville'i kingitusi
 Naer
Moderator: Ää, milliseid kasutajatüüpe Facebookis liigub, et millised, nagu kui peaks inimesi kategoriseerima, siis millised need oleks?
 M7: poseriid.
Moderator: nii poseri, kes see on?
 M6: poseerija
 M5: poosetaja
 M7: kes naguuuu lisavad mingi pilte kogu aeg kõigest.
 M5: lähevad koju ja teevad pilte endast
 M4: aga teate, üks raudne sihtgrupp on iPhone'i inimesed, need, see on mingi iPhone'i haigus, et kõik, kellel see on, käivad ringi ja pildistavad igat asja, igat tegevust.
 M5: aa ja see, siis on eraldi album, „iPhone“, kus on kõik iPhone'i pildid sees.

PAARISTÖÖ I (00:26:16)

Moderator: aga teemegi praegu hoopiski ühe väikese harjutuse siia vahele, võtke paaridesse, aga kuna teid on paaritu arv, siis ühes grupis 3 inimest.

M6: meie oleme.

Moderator: Jaa... ma tahan, et te joonistaksite neid põhilisi kasutajaid...

N1: äää?

M7: kuidas ma joonistan neid?

Moderator: No täpselt, et nagu üritage... üritage mõelda, et kes need põhilised tüübid on, kes Facebookis esinevad...

N1: duckface

Moderator: Ja proovige neid joonistada

M3: N1!

M5: joonista N1!

M4: N1.

Moderator: Nii, on kõik grupeerunud?

Kooris: Jaa

Moderator: Et see ei pea olema mingi eriti ilus maal, see joonistus võib olla mingi kribens-krabens, aga püüdke mingi viis erinevat tüüpi paberile panna, kes Facebookis liiguvad.

Jutukatked grupitöö ajal:

M6: kahemees, ühemees

Naer

M4: joonistame mõlemad koos

N1: ma ei oska... Hehe, kes see on?

M7: aga joonistamegi igast sellest sotsiaalarühmast kellegi, panedki, et mingid emod, ossid, ma ei tea, mingid tüdod...

Naer

M3: kas me oleme paaris vä?

N1: oleme vä? Heheh, ääm, khm, oota, ää.

M2: ei, nii ei saa

M5: jaa, peegli ees...

M4: ei, nii vist ei saa

M5: aa... firmad

Moderator: ja kirjutage alla siis ka, et kes see... kes see tüüp on.

N1: aa, aga kes see on?

M3: ma ei tea, kõrvik!

M5: kivamees

M4: nii, joonistame iPhone'i siia

M7: emo

M5: aga cut-free

M7: stabbib ennast

M5: on küll siukseid haigeid tüüpe, kes teevad pilte nuga

M6: jaajaah

M7: I'm so emo, I'm so dark

N2: joonistame siukse kriipsu-Juku, muidu läheb nii aeglaselt

N3: teeme näo ka ikka

N1: see, kes see on?

M3 see vä? Mina ei tea, sina tegid selle ju.

Moderator: Kui te ei oska mingisugust ühte nime sellele tüübile välja mõelda, siis kirjutage selline hästi pisike kirjeldus, et mis ta teeb siis Facebookis, et mis on talle selline ise...iseloomulik.

M4: via iPhone!

Naer

M6: tee-tee, see on mingisugune...

M5: ma ei oska.

M6: jah

M5: kepiga vanamutt

M1: tee siit, siis on kõik

M2: jaa, sedasi sobib? Mingi tavakasutaja.

M6: nagu see anekdoot oli, lugesin, lugesin kuskilt ajalehest, teiste käest olen kuulnud...

M5: misassja, mis anekdoot?

M6: mingi naine hääletab kuskilt ee... mingi suusataja, onju

M7: mhmh

M6: hääletab kuskilt ja tahab koju saada, onju. Mägedest ja siis see rekka tuleb ja rekkamees ütleb, et noh, viska suusad ee... sinna, kasti onju. Ja naine ütleb: kepid ka?

M5: jajah, heh heh.

M2: diktofonid käivad muidu...

M5 õpetaja saab nalja, kui vaja üle kuulata

M2: jah, kerib tagasi.

M7: jaajah.

M6: saate vä?

Naer

M7: Okei, karu kõnneb metsas, onjä, mingi jänes tuleb vastu, kuule jänes, sul tuld on vä?

Jänes... jänes ütleb, et loomulikult on, karu...

M6: ropp anekdoot...

M6: Ja siis karu vaatab jänesele silma, et miks sul üks silm nagu naerab ja nagu nutab. Nutab sellepärast et tõukeratas perses ei ole väga hea, aga naerab sellepärast, et siil tuleb teerulliga! Naeravad kahekesi.

M1: see on pervert jah

N1: kusjuures see näeb täpselt nagu fag välja

M4: Joonista pesumasin

M5: AEG

M1: see on niisama tsillija

M3: a see on mingi dauni pilt ju

M5: see on see, et lähevad sauna ja teevad enne paar õlut ja pärast sauna...

M6: ma ei tea seda jah

M5: (lünklik) Panevad õlut seal ja neeger tuleb juurde...Istub saunalaval kuradi neegrile...et...kannatab mingi jubedalt ja siis hoiab kinni ja läheb kraadi juurde ja...soomlane ütleb, voi vittu, neeger sulab.

M6: neeger sulab!

Naeravad

M5: Vanainimesed on kõige paremad, see meenutab mingit asja

M6: jah

M4: kuri vanatädi

M5: see on nagu see, ää, Cyanide and Happinessi koomiks

Moderator: jaa!

M3: jajaa

N1: vaata, veel peaks midagi minema

M5: jah.

M6: ma nägin mingit, keegi lisas mingi siukse pildi, kus ä... mingi neeger ja mingi mees rääkisid, ja siis lõpuks see valge...

N2: meil on neli.

Moderator: jah.

M6: ...mees küsis...põhimõtteliselt teema oli siuke, et see neeger oli mingi vend, kes sai teha, mida ta tahtis. Või so-soovida, mida ta tahtis

M5: aa

M6: lõpp oli siuke, kui see valge küsis, et miks sa ikka siis neeger oled...

Naeravad vaikselt

M6: Olku lisas selle pildi vist

M4: võib olla, Olku teeb hullult neid neegrinalju

M5: mhmh, ma üks õhtu, terve õhtu lugesin aint rassistinalju. Päris naljakad olid.

M4: mulle meeldib, kõige rohkem see mingi et jõehobu ajab mingi neegrit taga, oled näinud seda?

M5: äkää

M7: nii hale, aga sa ikka naerad

Naeravad

M5: (laulab) Everybody was kung-fu fightiiiiin. Läheb käest ära.

Moderator: nii, okei, kung-fu karude juurest tuleme nüüd korraaks nende piltide juurde, vaatame kõigepealt siit seda esimest tööd. Ää, selgitage juurde, kes need on – poser, via iPhone duud, vanainimesed, bisnesmän ja ida-vennad ja ma saan aru, et M7, M6 ja M5 tegid selle jah?

M6: jah, äähäh. M7 õelutses.

Moderator: Nii, selgitage natuke juurde, et kes see poser siis on?

M7: nii

M6: see on siuke vend, kes teeb... kes teevad endast pilte

M5: lähevad koju ja ainult pildistavad ennast ja li-lisavad päevas vähemalt kolm uut pilti

M7: kümme

M5: jah, kümme vähemalt.

M7: kogu aeg

M6: enamasti pildid on peegli eest

Moderator: Aga mis vahe on poseri ja via iPhone duudil?

M6: äää

M5: üks...üks...

M7: iPhone duudid on sellised, kes a la kirjutavad, et käisin just sital või just sõin vanaema juures kõhu täis või..

M5: telefoniga on näiteks mingi Facebookis alati kirjutanud

M7: kogu aeg, igalt poolt edastavad seda, mida nad just parasjagu teevad

M4: tmi

M6: jah

Moderator: Vanainimesed?

M6: (naerab)...käisin sital...

M7: nojah noh.

Moderator: Jah, on selliseid ka, vanainimesed? Kui palju on Facebookis vanainimesi?

M3: palju

M6: jõhkralt. Jõhkralt. Mind lisas eile mingi ekstravana, noh ma vähemalt pildi pealt oli näha. Heh, noo... ma ei teadnud küll, kes see nagu oleks.

Moderator: Kui vana on ekstravana?

M5: sitaks

M6: mingi 70 või 80

N4: siuksed tunnevad sind vä ja on Facebookis?

M6: ma ei tea, äkki tema mingi poja lapselapsed ja asjad

Moderator: Mis te arvate, mis on keskmine Facebooki kasutaja vanus?

M3: 38

M4: ma arvan, et mingi 17- 18, kuni 21

M1: 25

N1: äkää, ma arvan just, et mingi kol-kolgend, mingi kolgend.

M2: üle maailma on nii palju neid ju

N1: mingi kolgend, ma arvan

M2: jah, mingi kolmekümne kanti

M6: (moderaatorile) ise teate vä?

Moderator: (sosinal) 38. Ää, bisnesmän, vaatame järgmist.

M3: no mul jäigi tunnist meelde see ju.

M6: need ongi need ärimed, kes teevad endale kommuune ja asju

Moderator: mhmh

M5: panevad endast pilte: „mina siin kohvriga, äritsemas“.

Moderator: Kas tööpoolest?

M7: lasin just ühe tüübi üle!

Naer

M7: meil käis siin ä... rahapesu

N1: ostsin aksia!

Moderator: aga tegelikult, millised pildid on ärimedestel tavaliselt?

M6: ongi...

N1: firmalogod

M6: eee, perepildid

M3: a la suvepeod

M7: püherdavad maas

M5: mhmh, ei, kõik on viisakad, voodi ees on kohver ja ise magad sees

M6: Edgar Savisaarel on Orkut

M4: nägid vä?

M6: rohelist värvi ja...

Naer

Moderator: idavennad on teil siin viimased...

M5: jaa

M7: neid näeb hästi palju seal ää... pokkeris

M6: jah

M2: need on päris jubedad ju

M7: türklased ja siuksed

M5: lauas on igast tumedanahalised

Moderator: ja mis nad teevad siis?

M6: osad on perverdidi.

M5: osad skräpivad jah

Naeravad

Moderator: mida nad teevad?

M3: sa räägid mingis imekeeles.

M5: skräpivad

M3: okeei.

Moderator: Nii, võtame järgmise, eee...N4 ja M4

M4: jah

Moderator: Teil on kõigepealt on pesumasin siin.

Naer

M4: see on lampi

Moderator: Mis asi see on?

M4: Ei, see on niisama, see on see esindab seda, segunenud massi

Moderator: Okei, see on selline käe harjutus. Nii esimene tüüp on teil matemaatik-nohik jaa...on see iPhone temaga seotud või ei ole?

M4: ei ole.

M6: nina on nagu.... (naerab)

Naer

Moderator: Nii, matemaatik-nohik ee, kuidas ta Facebookis käitub?

M4: ääääm, ma ei tea, teeb mingi IQ-teste ja siis näitab et tal on hästi suur skoor seal

Naer

Moderator: M6 demonstreerib meile praegu khm...

M7: nokut.

Naer

Moderator: Nii, iPhone on järgmine, see on siis eraldiseisev?

M4: jaa, sellest juba räägiti.

M5: via iPhone duud.

Moderator: Ilus poiss?

M4: jaa, need on need, kes pildistavad ennast ja lisavad päevas...no neil oli mingi sama asi, mingi taoline

Moderator: Neil oli vist see posser

M4: posser jah

Moderator: Ää... edvistaja on siis naisversioon?

M4: jah

Moderator: Mhmh, hater?

M4: see on lihtsalt see, kes paneb igale asjale „ei meeldi“, a siukest asja ei ole seal vist...

M5: ei ole jah, aga lihtsalt... noh ütleb sitasti, ei meeldi talle miski.

M4: jajah.

Moderator: Kuidas... kuidas võib ta, no... too mõni näide?

M4: näiteks kui...

M3: kogu aeg kritiseerib kõike

M4: näiteks kui iPhone'i vend teeb jälle mingi uue asja, siis hater on kohe (lööb käega vastu lauda) mingi sekundipealt umbes, et kuradi lohh, mida v.

Moderator: Ja tavakasutaja, mida teeb tavakasutaja?

M5: lihtsalt tsillib

M6: tsillib

M4: mängib mängu ja

M5: vaatab ringi, paneb paar like'i ja....

M2: ta ei paista välja eriti seal

Moderator: Mhmh... Niiviisi, kolmas ees leht on meil siin ees ja selle tegid N3 ja N2.

Eee, nero või nerd?

N2: nerd

M6: hehehe, Nero.

M7: neeeeerrrrrrrd!

M5: hero

Naer

Moderator: kuidas ta käitub?

N3: see on see, kes tambib päev otsa ainult arvuti pihta

N2: et noh...

N3: ta mingi, ta lihtsalt vaatab, ta ei tee mitte midagi seal

M6: tal ei ole sõpru

M2: koguvad sõpru ka

M5: tal ei jää Facebooki jaoks aega... äkää, ta mingi mängib mängu ja tal ei ole aega Facebooki jaoks...

M4: need on mingid häkkerid

Moderator: Ei aga, kuidas ta tundub, m... mis mulje ta endast Facebookis jätab?

N3: mõttetu

Moderator: Mõttetu?

N3: ta lihtsalt nagu on seal ja siis ta vaatab kõiki ja siis ta mängib oma mängu ja ta ei teegi mitte midagi

M6: lihtsalt üks number töötab tema kohal

Moderator: Lisan kõiki sõbraks tüüp?

N2: see on mingi selline kahtlane

N3: jah siis nagu hakkavad, kõik need neegrid kohe lisavad end sõbralisti ja lõuna-ameeriklased just kohe sõbralisti

M6: Lõuna-Ameerikas ei ole neegreid kahjuks.

N3: ah jah, a noh seal...

Moderator: Aga mis te arvate, miks mõned inimesed lisavad niimoodi?

M6: tahavad palju sõpru saada.

M2: uusi tutvusi

N1: veebkämmi tahavad

M3: kes....

M2: mingi võistluse, et kes saab rohkem sõpru mingi aja jooksul

M1: jah, ja siis on uhkem, kui palju sõpru on seal

Moderator: A miks on uhke siis olla?

N1: algul retsilt feimi

M6: jaa, kõik kadestavad

M2: kõik teavad

M1: võib olla on tuntud või et hea sõber kõikidele, et tal nii palju sõpru on.

Moderator: Mhmh, kas teie võtate vastu võõraste inimeste neid...

Kooris: ei

M6: võtan

M7: vahest ikka võtan, oleneb

Moderator: Miks?

M7: ma ei tea, kui ma ...

M5: kui mingi eriti ilus tüdruk lisab, siis..

M7: nojah, ma ikka vaatan, et kui mingi siuke tüüp (näitab paberilt) mind lisab, siis ma väga nagu ei taha.

M6: siis ma just võtan, siis on eri pull vend

N1: no ma vaatan ka, et nagu okei, ütleme et, kes käib mu'ga samas koolis näiteks, aga ma ei suhtle ta'ga, siis ma ikka võtan ta vastu.

M4: aa, siuksed jah

Moderator: Et kui tead...

Läbisegi jutt

N1: pärast arvab muidu, et olen jube õel mingi teiste vastu

Moderator: Mhmh, ärimehed teil ka...

N3: need on need, kes reklaamivad ennast kogu aeg, vaata...

Moderator: Ja megabeib?

N2: ja need on ka need, kes kogu aeg pilte lisavad juurde ja noh, iga päev...

N3: jah, mingi otsivad sõpru endale ja siis kirjutavad, et mis nad teevad ja no, otsivad tähelepanu lihtsalt

M5: mhmh

Moderator: Nii, neljas, ja selle tegid N1 ja M3, esimene on friik! Kirjeldage, kuidas ta käitub Facebookis?

M3: lambist trollib seal

N1: no kogu aeg pelab oma neid teste ja neid...

M5: pelab...

N1: hehe, no mängib, no teeb teste kogu aeg ja no usub ka neid, vaata niimoodi ja siis ä... mängib nagu kõiki mängu, mingi Fishville'i ja Treasure Islandi ja Farmville'i ja kõike, kõike, kõike ja paneb kogu aeg haigeid kommentaare ja nagu... ausalt ma tean ühte siukest tüüpi! Nii haigeid kommentaare pole näinud.

Moderator: No mis on haige kommentaar?

N1: No näiteks. Ma ei teagi teda, eksju ja siis ta mingi lampi kirjutab mulle, „kas sa jooksed tihti hommikul bussi peale, ilusat päeva jätku sulle“ (itsitab)

M6: no ma mõtsin, mul oli ka, no kõnnib koolist koju ja siis saadab sõnumi, ma ei mäleta isegi, mis seal sõnumis oli, aga noh, et kes sa oled. Ja siis see vend saatis uuesti, et ma näen sind küll.

Naer

Moderator: Ja kuidas see Facebookiga seotud on?

M6: ei olnd, aga lihtsalt...

Naer

Moderator: Nii teine tüüp on teil siin pildistaja ja on aktiivne üldse.

N1: noh, siukee...

Naer

Moderator: Praegu näitavad äää...nimetissõrmed N1 peale, miks? No kirjelda siis?

M5: kirjelda, mis sa teed, kui sa koju lähed?

M7: räägi

N1: noh...

M5: võtad digika välja...

N1: noh, mulle meeldib pildistada nagu näiteks nagu noh... vahest ennast ja vahest nagu väljas muud jah...

M3: punastad ja...

N1: jajah

M5: peet

N1: selles suhtes, et mul on nagu täiega kahju, et kui ma nagu väiksem olin, siis mul ei olnud nagu väga head fotokat, onjä, aga ma oleks tahtnud endast palju rohkem pilte väiksema ja mul on neid kunagi jumala lahe vaadata, kunagi hiljem ja...

Moderator: Mhmh

M5: no aga mingid aju pildid ju, mingi pikutad mingi, sikutad enda juukseid ja teed peeglist, tulevikus vaatad siukseid pilte vä?

N1: jah.

M7: ja mõtled, et oh ma olin nii lahe.

N1: äkäää.

Moderator: Aga miks mitte?

N1: mina ei tea, äkki mul on kahju pärast kui ma ei jäädvusta

M6: ma ei saa oma juukseid sikutada eriti

Naer

M5: ma saan

Moderator: Pilte võib ju ikka teha, sest inimesed vananevad ju ja pärast vaatad, et oh küll ma olin noor ja ilus...

N1: selles mõttes et...

M3: jah

N1: et Facebooki nagu põhimõte on ju, et sinna pilte lisada ja miks mitte nagu...

M6: mhmh

Moderator: Nii, järgmine tüüp on meil khm, rõõmus pedekas?

Naer

Moderator: Nii, kirjeldage!

M5: ei kritiseeri, eks

M3: las N1 räägib.

N1: see on siuke hästi tore ja kõigi vastu väga sõbralik ja...

M6: nunnu

N1: jah

Moderator: M3, ma näen, ei ole nii positiivne, räägi milline on rõõmus pedekas?

Naer

M6: M3 ongi!

M3: ei, et ää... siuke imelik, paneb mingi haigeid mingi kommentaare, oma arust tahab väga sõber kõigiga olla, aga tegelikult ei ole.

N1: jaa, no näiteks, ütleme, et sa oled teda elus ühe korra näind, onjä ja siis ta mingi, lihtsalt nagu igat pilti kommenteerib, „oo, sa oled kõva“, mingi... aaaa... mingi

M4: lülib teemasse

Moderator: Aga mis te arvate, miks nad nii teevad?

N1: noo, ma arvan, et nad tahavad...

M4: neil ei ole sõpru

N1: neil ei ole nagu sõpru jah ja nad tahavad olla...

M4: tahavad olla ja ... tahavad näida populaarsed

M1: et keegi neid tähele paneks ja kui nad seal midagi...

M5: tahavad kuuluda seltskonda ja...

Moderator: Nii et see kuuluvuse küsimus on ikkagi... kuidas teie suhtute neisse, et kas üleolekuga või kaastundega?

M4: pohhuistlikult

N1: mul on nagu pigem niimoodi, et kui asi läheb nagu liiga hulluks, nagu praegu on üks tüdruk, kes... nojah, siis on küll siuke tunne, et nagu get lost, tõsiselt ka

M6: ei, ma võtan küll ja vahepeal hakkab sõbraks

Naer

M5: hästi imelikuks läheb

M6: no aga sa ei saa ju inimest mingi ühe selle kohtumise järgi hinnata ju, et korra nägid ja vaatad kohe, et oh, miks ma suhtlen?

M4: põhimõtteliselt saab ju, oleneb kui pikk see kohtumine on.

Naer

M6: ehtne pedekas

M5: öö läbi räägid, siis juba õpid veits inimest tundma.

N1: kohting on nädal aega jutti.

Moderator: Nii ä, võtame järgmise, töölasel eesmärgil Facebookis olija, kes see on?

N1: noo jah, õpetajad ja poliitikud ja firmajuhid ja need on lihtsalt, okei... õpetajad tegelt väga ei kuulugi sinna alla, sest nad nagu ei reklaami kooli väga

M4: need, kes kasu teenivad seal

N1: ma ei tea, Facebookis aga... aga njah, hoiavad õpilastel silma peal Facebookis ja annavad nõu, mida postitada seinale ja mida mitte postitada...

Naer

Moderator: Nii, selle juurde me tuleme veel tagasi, aga kuulsused on hüüumärgiga jaa...

M7: Justin Bieber!

Moderator: Kuulsused, mis nemad siis seal Facebookis teevad?

N1: ee.. osad kuulsused on näiteks äää... fake-kontosid on ka muidugi õudsalt palju, aga muidu on ühed need, kes ää, ka nagu suhtlevad oma fännidega ja on normaalsed ja teised on need, kes on kõik, kõik on ära blokinud, mõni on näiteks nii, et tema pilte ei saa vaadata, seina ei saa vaadata, infot ega midagi.

M6: ise reklaamivad ennast vä?

M2: enamus muusikutest ja kuulsustest on tegelikult Myspace'is

M7: jaa

M5: no sinna saab ju bändi muusikat ka üles panna

N1: jaa, ja Orkutit ei olegi nii palju, aga ikka enamus Eesti kuulsustel on küll Facebook ikka

M3: mis Orkut?

M5: Twitteris on ka

M7: jaa, Twitteris

M6: ja reidis

N1: ma pole sellest Twitteri põhimõttest siiani nagu aru saanud

M4: mu meelest see on mõttetu

M7: jaa, mingil riigipeal on kaheksaliikmeline mingi crew, kes nagu hooldab tema Twitterit.

Moderator: Mhmh, kas te arvate, et Facebookis on nagu samamoodi, et näiteks mõnel väga kuulsal inimesel on seal konto ja, no ta ei ole ise näiteks seal ühtegi korda käinud?

Kooris: jaa

M4: kindlasti jah

N1: no Eesti kuulsustel vast mitte, aga...

M2: lihtsalt maine pärast

Moderator: Ja siis on viimane, on lihtsalt lahe...

N1: no see on siuke mõnus, siuke tsill vend, kes teeb kõike nagu parajalt ja noh...

M4: lihtsalt on, eksisteerib seal

N1: jah, lihtsalt on, aga ei jää ka päris tahaplaanile ja... ja kasutab seda Facebooki nagu nii-öelda, nagu aeg-ajalt, tavaliselt, mitte ei istu seal, et igavust peletada.

Moderator: Ja nüüd siis läheme selle viimase juurde meil, mis on meil tehtud, mille autoriteks on M2 ja M1 jaa, esimene on firma/pr, reklaamivad firmat, selline väga kandiline ja kolmnurkne inimene.

M2: noo, firmajuhid, või noh, mitte tegelt juhid, aga noh...

M1: töötajad näiteks

M2: et ee jagavad mingi...

M1: bisnesmännid noh...

M2: panevad pressiteateid, et jee, jälle aktsia kukkus tulge ostke, jee

Moderator: Mhmh

M6: jee

M2: või siis nagu Villem, et jee, jagage, saate tasuta midagi

M3: jee

M7: jälle aktsia KUKKUS? Tulge ostke?

Naer

Moeraator: Nii, teil on ka poser, kellel on pilte rohkem, kui serverisse mahub.

M1: räigelt on pilte

M2: no osadel on, jääd seal vaatama, osadel vaatad on kaks pilti, oh normaalne, teisel vaatad on...

N1: no mõnel on juba albumeid mitu lehekülge

Moderator: Agaaa, aga öelge mulle, miks tehakse nii palju pilte endast ja tihtipeale on need pildid ju täpselt ühesugused...

M4: jaa

M3: et saaks näidata

M6: näidata

M1: ma ei tea, sa imetled ennast

M2: enesehinnangut tõsta, et siis tulevad inimesed ja ütlevad, et jee, sa oled nii kena

Moderator: Mhmh, aga kas siis tõuseb enesehinnang?

M5: jaa

M7: kogu aeg oled esilehel

M5: pead olema, vaata, peavad olema uued pildid, kui kõik kommenteerivad sind, boostivad sind üles.

Moderator: Kas... kas öeldakse halvasti ka piltide kohta?

M3: jah

M4: jah

M6: jah

M5: jah, aga ei, sõbrannad panevad, et „oo, sa oled nii ilus“, siis keegi paneb vastu, et „ei, sa oled ikka poole ilusam“ ja siis jäävadki vaidlema, mingi sada kommentaari, et „ei, teie olete ikka kahekesi ikka kõige ilusamad“, „ei, sina oled ikka kõige ilusam“, niimoodi see ahel läheb järjest suuremaks

M6: jaajaa, vaidlevad. No mõni võib öelda otse ka, et mingi morda.

Naer

M6: tavaliselt võetakse seda naljaga, vaata

M7: sa oled ikka eri sõve!

M3: ei, ütled ausalt!

M5: ajah, et „aa, sa oled nii rõve“ ja siis teine paneb vastu, et „ei, sa oled rõvedam“ ja nii jälle päevast päeva

M6: ei, aga ütled ausalt, ütled mingile tüdrukule, et „kule, sitt morda sul“, ta paneb sulle mingi sulle pildile vastu, ta arvab, et see on nali

M3: jah, isegi kui sa oled tõsiselt mõelnud, ta ei saa ikka aru.

M6: jah

Moderator: Aga see on ju selline topelttähendus on, et kunagi ei või ju teada, mida inimesed päriselt mõtlevad.

M7: ei, no osade kasutajate puhul ma saan aru, kui nad nalja teevad

Moderator: aga osade puhul?

M6: teiste puhul ei saa

M7: oh nagu... näiteks, mingi tuttavad, kindel kasutaja kirjutab, et kule, sa oled enndiselt väga rõve, siis ma saan ju aru, et ta teeb nagu nalja

Moderator: Aga üldine praktika suhtle..või noh üldiselt, kuidas inimesed käituvad Facebookis, Orkutis, et seal...

M4: nad on positiivsed, sest noh, keegi ei viitsi tegeleda lihtsalt mingi siukse asjaga, et lähed ja ütled kellelegi halvasti

N1: no ei tea tegelikult

M4: sa ei saa sellest midagi

M6: jaa, ja siis hakkad jõhkralt vaidlema ka nendega

Moderator: Aga mida teie arvate, kuidas on, te olete veidi vaiksemad olnud? Et kas öeldakse halvasti ka?

N3: pole öeldud

N2: käitutakse ikka ilusasti

N3: et ikka issand, kui ilus sa oled ja

N2: on jah positiivne põhiliselt

N1: mina olen näinud, et on kirjutatud nagu mingi iro-ironiaga nagu või tagamõttega nagu, noh kuidagi teistmoodi väljendatud, aga seda ma pole küll näinud et on välja kirjutatud, et sitt morda või midagi.

Moderator: Nii... siis on wannabe'd – teeb teste, teeb rohkem kui vaja.

M2: need on põhimõtteliselt need, kes passivad seal esilehel ja ainult lihtsalt jagavad põhimõtteliselt igast asju, nii palju ja siis lähengi Facebookist ära, sest seda on liiga palju.

Moderator: Et ei jõua nagu läbi võtta, mhmh. Kui...kas te olete üldse kedagi blokinud ära?

M6: jah

M2: jah

M1: ei

Moderator: Mis põhjusel?

M6: saatis liiga palju taotlusi ja kutseid.

Moderator: Mhmh, kas ää... kas te teate, kas teid on kunagi ära blokitud?

M6: ei

M4: ei

M2: ei

M6: ajaaa, ikka

N1: kunagi kindlasti on

M7: rates küll on

M4: reidis on jõhkralt palju, panid jälle kellelegi ühe...

M5: jaa, said kohe bloki

M3: jaa, said kõigepealt igale pildile ka ühe veel

N1: no vaata näiteks, reidis oli niimoodi, et ee... tahtsid neid boonuspunkte saada ja siis pidi hindama, et saada ja juba siis sa said, ma sain portsu blokke hindamise käigus, lambist võtsime pilte ja ladusime ühtesid ja siis vaatasime, et appi, viis inimest on ära blokinud.

Moderator: Nii, aga võtame siit veel ühe põneva sellelt viimaselt lehelt: nerd perv, tuimalt uurib ning vaatab väikeseid lapsi?

Naer

M2: noo, aga on ka siukseid ju

N1: nagu on küll, vaata, mingi Hitler vä?

M1: aga tegelikult umbes selline kommionutaline, teeb endale mingi kasutaja, ma ei tea, paneb kasvõi netist mingeid pilte ülesse ja siis hakkab mingi nooremaid tüdrukuid vaatama ja kas lisama neid oma sõpradesse, lisama...

M2: või nooremaid poisse

M1: jaa, poisse ka lisama

M5: paneb endast noorepõlve pildi üles, ise on mingi 60aastane

N2: vaatab salaja

M1: ja hakkab nendega juttu rääkima ja siis, ma ei tea, need on mingid haiged inimesed lihtsalt.

Moderator: Nii, aga... nüüd me jõuame tegelikult ühe teise teema juurde, aga ma tahan korraks teid ikkagi panna mõtlema sellele – väga paljud noored emad panevad oma lastest pile...üles pilte, kus on ää... noh laps vannitamisel, laps...noh kusiganes.

Mis te arvate, kuidas sellesse suhtuda?

M3: CP

M5: child porn

M7: no tegelt ei ole

M4: minul on küll, ma...

M7: kui rannas on lapsed

M4: võib olla siis, kui mingid perverdid vaatavad, aga nad ei saa sellega halba teha, et nad lihtsalt vaatavad neid imikuid, need imikud ise ei ole seal, nad ei saa seal kuidagi kannatada. Näiteks rannas käivad ka mingid väiksed ja nad jooksevad mingi...

M6: ...paljalt

M4: jah, palju, mitte mingi aluspesus või midagi siukest.

M3: ükskõik

Moderator: Aga mõelge enda peale, kas te tahaksite, et teie emal oleks blogi olnud teie sünnist alates ja teie pildid oleksid seal...

Naer

M6: oooho

M2: ei tegelt, tegelt...

M7: haha, tegelikult jah

M5: ei, vaata, kui albumis... kodus albumis, siis on savi, vaata, aga kui kuskil netis üleval on ja kõik vaatavad, et ööööö, mingi, siis on veits imelik võib-olla

N1: jah

M6: titepiltidest on suva, aga vaata, kui oleks niimoodi titest kuni praeguse ajani välja, siis

M4: järjest kõik (naerab)

Naer

M6: iga päev paljas pilt siis

Naer

Moderator: Kas ää... kui tütarlapsed, kui teie saaksite lapsed, see on rohkem nagu, tundub olevat naisinternetikasutajate teema, et kui te saaksite lapse, kas te peaksite blogi sellest?

N2: ei

N3: ei

N4: ei

N1: Ei ma ostaks sealt raamatupoest selle raamatu selle Minu esimene aasta, paneks sinna raamatusse kirja, mitte netti.

Moderator: Aga ometi ju peetakse väga aktiivselt blogisid?

M6: oh, sain tite, jee

M2: igast inimesi on ju

M4: aga kui sa teedki siukse blogi, siis tuleb see selline kinnine blogi teha, et ainult enda sõbralistile, vaata

N1: ausalt öeldes, kui ma 16 oleks ja lapse saaks, ma ei paneks mitte ühtegi pilti oma lapsest kuskile üles.

M3: ja-jaa

M4: raudselt paneks, et oo, vaata kui nunnu!

M7: jaja, kindlalt

M5: oo, nii nunnu!

M6: nunnu printsess!

N1: ma ei tea, ma ei blogiks

M6: N1 läheks, ma arvan, et ta läheks Eestist ära elama

M3: nutaks

N1: läheks küll

INFO JAGAMINE FACEBOOKIS I (00:55:38)

Moderator: Nii, nüüd aga läheme edasi järgmise bloki juurde ja ma tahaksin teada teie käest, et läheme jälle ringis, et...et millist infot sa tavaliselt ise jagad Facebookis, et mis on sinu staatused või mida sa seal teed, mis on sinu aktiivsed tegevused?

M1: no midagi väga ei olegi, kui midagi on päevas hästi läinud või tahaks midagi teistele teatada, siis ma panen sinna, kirjutan...

Moderator: näiteks mis sul viimane staatus oli?

M1: ajalooeksam oli, aa ei, see oli vist viimane koolinädal, et kool läbi ja korras ja mõnus.

Moderator: M2, sama sulle, et mis tavaliselt ja mis viimati?

M2: tegelt ega ma väga palju ei jagagi, ma loen seal rohkem uudiseid, neid JJ Streeti võistlused ja asjad ja muid uudiseid.

Moderator: Aga mis oli viimane asi, mis sa ise kirjutasid sinna või jagasid?

M2: jagasin ma... ma ei mäleta, oli ka mingi võistlus, et võib võita midagi.

Moderator: mhmh. Nii?

N1: mu viimane staatus oli hüüdlause, et eurolugu on saast, ma tundsin, et ma pean seda jagama teistega, kui saast see minu jaoks oli.

M6: ajaah, ma lugesin jah seda

M4: sind ajab palju asju närvi jah

N1: aga ei, mul on suht palju neid staatuseid ikka

N2: jumala hea eurolaul oli.

M6: see oli kõige normaalsem laul

Moderator: okei, ärme sellest räägime.

N1: no üks asi on ka see, et ma panen neid sellepärast, et ee... endal hea pärast vaadata, et mis ma tegin ja mingite asjade kohta... nagu see ka, et ma saan nagu teiste arvamust teada, no kasvõi näiteks, et mul on näiteks ajalooeksam, siis teised soovivad edu ja siis on tore.

M7: „mul on ajalooeksam, et mis te arvate“

M3: ma olen jaganud mingeid...

M5: tundeid!

M3: heh, jah, ei, see mingi Estraveli mingi see reisivärk, seda jah, rohkem ei ma ei tea...

N1: aa see ka, mida tihti jagan, viiteid, et nagu muusikat, mis noh...

Moderator: ise sa, M3, ei kirjuta midagi?

M3: mida ma kirjutan sinna? Ega ma ei saa targemaks sellest, või noh ma ei tea, mu selle ei istu vabsjee.

Moderator: Mhmh

N2: ma ei ole ka...sinna midagi sinna niiväga kirjutanud. Ma ei leia põhjust sinna kirjutada

Moderator: Mhmh

N3: ma olen vist ainult ühe korra selle staatuse kirjutanud. Muidu ma... ma ei kirjuta üldse nagu sinna mingeid asju, sest mulle ei lähe peale väga see kirjutamine...kus ma olen ja mis ma teen.

M3: ei oska midagi kirjutada, et käisin seal ja tegin seda woohooo!

Moderator: eee, kas sa mäletad, mis see oli, mis sa kirjutasid?

N3: jaa, see oli see nädalavahetus, kui ma küsisin, et kes see helistab mulle varjatud numbri pealt.

Moderator: Said sa vastuse sellele?

N3: ma sain MSNis vastuse.

M3: kes see oli siis?

N3: ahh...

Moderator: Nii?

M4: ma ka vist olen mingi... head lugu, mingid mõned head lood pannud, kui ma midagi huvitavat leian. Siis...

M2: Tower Blocks...

M4: Tower Blocks (naerab), on jah siuke pull mäng

N2: ma hakkasin ka tema pärast mängima

M4: ja siis me võistleme seal kõik enam-vähem lambist. Aga muidu...muidu...muidu ei ole nagu midagi erilist

Moderator: Selliseid sõnalisi staatuseid ei kirjuta?

M4: ei, võib-olla mingid lambid laulusõnad võib olla, jah see on nagu, ma ei tea...

M6: heart like this...

M4: midagi siukest, lambist.

Moderator: Nii?

N4: ma olen ka pealkirja ühte kirjutand, ka mingi ühe korra vist jaaa... siis ma kirjutasin kah, et ä kui mul telefon ära kadus, siis mind lihtsalt telefonilt kätte ei saa...vist...midagi siukest

M5: ma olen ka ainult ühe korra kirjutand: „Aitäh!“

Moderator: Mille eest sa tänasid, kui tohib küsida?

M5: mul oli sünnipäev, siis kõik soovisid õnne ja siis ma panin aitäh.

Moderator: Ja rohkem ei ole...sa oled siuke luuraja siis või, et sa nagu vaatad vaikselt....

Naer

N1: stalker!

M5: jah, käin ja luuran.

M7: stop stalking me!

Moderator: Ei, aga nimetakse ju seda tüüpi selleks, kes on nagu Peeping Tom, et kes ise midagi ei tee, aga vaatab, mida teised teevad.

M5: Tom, heh, võib-olla jah.

Moderator: Nii?

M6: Tom kuule! Mina? Pole ühtegi asja kirjutanud, ma arvan, et ma ei kirjuta ka.

Moderator: Mhmh.

M7: ma ei tea, mul vist viimane asi oli see: „ma arvan, et me peame nüüd ära tapma ja tükkideks raiuma“

M3: Jee!

Moderator: Miks selline staatus?

Naer

M7: ei, me käisime nagu Lätis ja seal mingi Läti tüüp tuli ja hakkas lallama meie ruumis

M3: Tartus ei käinud?

M7: ei, me olime Lätis. No ja siis...öö... me ütsime, et me ei räägi läti keelt ja siis ta üts, aa et ta räägib inglise keelt ja hakkas jälle läti keeles rääkima. Ja siis me hakkasime talle siukest juttu ajama, et umbes, et me peame su nüüd ära tapma. Naljaga ikka.

Moderator: Aga ju nagu reaalse elu situatsioon, miks see liikus edasi ka Facebooki sinu puhul?

M7: ma ei tea, lihtsalt see jäi nagu meelde, siuke, nagu teatud ringkondades saadakse sellest aru nagu, et kes olid seal Lätis ja võib-olla kes on sellest kuulnud.

Moderator: Aga ongi nüüd see hästi põnev küsimus, et kui te kirjutate staatuse, kas te mõtlete sellele, kes seda loevad?

M7: jaa

N1: jaa

M2: jaa

N1: eriti veel siis, kui sa paned mingi tagamõttega aforismi sinna

Moderator: Mhmh, kui tihti saavad need inimesed aru, et see on neile mõeldud, kui te saadate sellise nii-öelda krüpteeritud sõnumi?

N1: jaa, noo...

M4: no ma olen ise ka paar korda ennast ära tundnud mõnes sõnumis

N1: oleneb näiteks sellest, et... et kes sinna alla näiteks like või kommentaare panevad, siis sa saad aru et...

M3: nojah

Moderator: Mis sa saad aru?

N1: no et sa saad aru, et kas see inimene kellele, või see ringkond, kellele see mõeldud on, on sellest aru saanud

M7: jah

N1: et tuleb nagu vastukaja

Moderator: Aga sellised siseringkondade naljad – kui palju neid Facebookis näeb?

N1: ikka palju

M3: jah, päris palju

M6: kogu aeg

Moderator: Aga noh, kindlasti olete te ka ise...

M4: aga noh, meie ei saa neist üldjuhul aru...

M6: jah

Moderator: Ja mis mulje need jätavad?

M6: paha

M4: ükskõik

M3: jah

M6: ma ei ole tegelt näindki siukseid, ma ei käi eriti seal niisama

M7: vahepeal ma nokin küll, kui keegi tõesti kirjutab mingi siukse asja, millest ma aru ei saa ja siis ma kirjutan sinna täpselt samamoodi, et nagu kommenteerin midagi siis ja...

INFO JAGAMINE, INDIVIDUAALTÖÖ I (01:01:41)

Moderator: Mhmh. Nii aga teeme ühe väikese ülesande jälle vahepeal. Ma panen teile posu ajalehti siia laua peale, haarake ja vaadake, millist lauset, kui te peaksite kasutama, kui te peaksite kirjutama ühe staatuse (lärm), ae-uu!

M6: jää vait!

M7: Tasaa!

N1: ühe staatuse vä?

Moderator: Jah, kui te peaksite kasutama sealt lehest ühte lauset, mida teie tõenäoliselt kasutaksite oma Facebooki staatuseks, siis mis see oleks?

M2: „Tasumise tund“

M6: „Juubilar Edgar Savisaare elu naistes“ näiteks?

Moderator: Miks sa kirjutaksid?

M6: no ma ei tea

M5: ma kirjutaksin, et vallikraavil tõmmati punn eest!

Moderator: Miks?

M5: sest see kõlab naljakalt!

M6: sest see on pull!

M7: see on suht-koht jah...

N1: aga veebilehed... tegelikult selliseid asju ma olen küll välja toonud, et eile näiteks... ma ei mäleta kus see oli, aga kus see suur auk maasse tuli...

M6: jah!

M3: jaa, seda küll

N1: sest see on põnev, onju!

M5: see ka

M6: näe vaata, siin on veel palju paremad – „Jänes, konn, Stieg ja teised ehk mida teevad karvajalad ja tsainikud ühel korralikul rattarallil“

Moderator: Miks sa seda kasutaksid?

M6: see on päris pull, mingi jänes, konn ja Stieg sõidavad koos

M7: „Laku panni!“ (Loeb karikatuuri) „Näe, hakkaski kettima. Ütle vedel, laku panni, sinu müügimaks on vedel“

Moderator: Kust sa loed seda? Aaa, nii... nii Õhtulehe siis koomiks...või õigemini karikatuur.

M5: vaata, see on päris hea tegelt.

N3: sellest samast, siin on näiteks uudis, kus merevägi ründas, ma kasutaks seda.

Moderator: Miks sa seda kasutaksid?

N3: sest et nagu.... ma ei tea...nagu....või mingi....mingil laeval on mingi 10 000 tonni mingit humanitaarabi ja siis järsku mingi merevägi mingi ründab seda laeva...

Moderator: See tundub sulle põnev?

N3: jaa ja siis nagu mingi...mingi...ebareaalne nagu.

M5: kuule, vaata, Vaprus kaotas Tamme Autole... hehe

M4: ma kirjutaksin „Appi, Toompead rünnatakse!“

Moderator: Miks?

M4: ma ei tea, sest äkki mingi jobud jooksevad sinna Toompea ette.

Naer

Moderator: Mulle tundub, et praegu on ülekaalus on need, sellised tsitaadid, mis on naljakad...

M4: jaa.

Moderator: Kas Facebookis on huumor väga tähtis?

M4: jaa

Moderator: Miks?

M4: see on vaba aja veetmiseks, vot see ongi vaba aja koht, kes see läheb sinna mingi tõsi...oma pead vaevama mingi keeruliste asjadega?

Moderator: Kas te uudiseid ei saa Facebookist?

M4: äkää

M7: vahest ikka saab midagi teada...

M2: a vahepeal saan näiteks sõidu kuskile äkki

M4: see Pärnu... Pärnu kommuun levitas vahepeal igast neid huvitavaid asju, mis Pärnus toimub

N1: mhmh

M7: ma paneks „Makaroni ja kalavorm läks kõrbema“.

Moderator: Makaroni ja kalavorm?

M7: jah.

M6: okei

Moderator: aga leidke siis see, mis teid kõige paremini, või noh mida te kõige tõenäolisemalt kasutaksite ja siis läheme jälle ringis...

N1: mul on siuke tunne, et mul on väga vale leht käes.

Naer

M1: „Kaitsevägi tahab soomukite...soomukite hankimist“.

Moderator: Miks sa seda jagaksid?

M1: noh, sest Eesti saab soomukid endale, või noh sõjavägi, et siis on kindlalt olemas seal, töökorras ka

Moderator: Mhmh, M2, oled sa midagi leidnud?

M2: „Miski ei muutunud, igal aastal ühesugused vead“

Moderator: See on selline...

M2: see oleks päris äss

Moderator: Ee, kas see on miski ee, millele inimesed reageeriksid?

M2: kindlasti mõned, kes vaatavad, neid paneks mõtlema, ma usun, või siis oleks täiesti pohhui.

Moderator: N1?

N1: ma ei tea

Moderator: Sa ei ole leidnud?

N1: mkmmm...

Moderator: M3?

M3: nada. Mitte midagi.

Moderator: N2?

N2: ma ei ole ka leidnud

Moderator: Nii, N3-l oli see Iisraeli rünnak, M4 pakkus siin ka juba oma staatuse, ee...N4?

N4: ma ei teagi...

Moderator: M5?

M5: „Üle 50aastased inimesed on ühiskonnas avastamata“

Naerukihin

Moderator: Miks sa seda kasutaksid?

M5: ma ei tea. Sest on nii. Sest nad on avastamata.

Naer

Moderator: Mis sa arvad, kuidas...

M5: keegi ei taha avastada neid

Moderator: Mis sa arvad, kuidas sellele reageeritaks?

M5: ma ei tea, ma arvan, et kõik võtavad seda nagu naljana.

Moderator: mhmh, M6, sa juba töid ühe välja ka enne?

M6: jah, see on päris hea. Ma arvan, et ma panekski selle Ma paneks, tegelt ma paneks selle jänese ja konna ja Stiegi.

Moderator: Mhmh

M6: Stieg on rallisõitja ja siis mingi metsloomad, hehe

Moderator: M7?

M7: „Kus on mu raha?“

N4: Kus on M7 raha?

N1: M6, anna Õhtuleht mulle.

Moderator: Nii...

M4: N1, sa pole ikka veel midagi leidnud vä?

N1: äkää

M3: sa jäädki otsima

M5: Tal ei hakka mõte lippama

N1: „Miks me vananeme“ vä? See on selline...jaaa, „Miks me vananeme!“

M5: sa paned nagu see... mingi Koit Toome laulusõnu paned sinna mingi iga päev

M4: (laulab) toome kevadeee, shalalalalallaa

INFO JAGAMINE FACEBOOKIS II (01:07:16)

Moderator: Nii, aga paneks siis need lehed käest ära ja jätkaks vaikselt, et noh need kes leidsid need leidsid ja kes ei leidnud need ei leidnud, ei ole nii oluline. Nii, aga nüüd räägime teie sõpradest ää...kes siis põhiliselt on Facebookis teie sõbranimistus?

M2: meie sõbrad ja tuttavad

Moderator: Aga...M7? Kusskusskuss, teistele.

M7: klassikaaslased, tuttavad...ongi.

Moderator: Võõraid ka?

M7: noooo...ikka on jah, välismaalased ja noo siis... noh bändid ja ee... jah.

Moderator: Kas oskate välja tuua protsendiliselt, et keda on kõige rohkem ja keda on kõige vähem?

M7: sõpru on kuskil 25, tuttavaid niimoodi...

M5: (sosistab) 50

M4: 90

M7: äää... umbes niimoodi 40 ja bände ja siukseid firmasid ja muid asju niimoodi, mis see sealt üle jäi..

Moderator: Mhmh. Ee...õpetajad ja tööandjad?

M7: noo inglise keele õpetaja on sõbralistis mul, tema norib mind vahest.

Moderator: Või siis näiteks oma vanemate tuttavad?

M7: mkmm

Moderator: Või kas... kas su vanemad on Facebookis?

M7: ei ole, mmm, ma ei tea, mu vanemad nagu ei leia, et siukseid asju, nagu psühhid, et neil on vaja trügida kuhugile noor...noorte ühiskonda võin sellist asju.

Moderator: Nii, M6?

M6: jaa! Mul emal on, aga ma ei lisa teda sõbralisti.

Moderator: Miks?

M6: ma ei taha.

Moderator: Miks?

M6: sellepärast, et...

M5: siis see ema saab lugeda kõike mis ta...

M6: ta nagunii loeb Orkutis juba noh

Moderator: On sul mingeid jamasid sellepärast olnud?

M6: ei. On, võib-olla isegi on, ma ei mäleta, mul on Orkut päris pikka aega olnud ju. Aga isa on arvutis, isad on alati siuksed teistsugused olnud.

Moderator: Aga lisaks sellele, et su isa Farmville'i jagab, tahab mingi seal appi endale, kuidas oled sa veel Facebookis isaga suhelnud või on mingeid juhtumeid olnud?

M6: ei ole vist.

Moderator: Aga ülejäänud sõbrad?

M6: ongi sõbrad ee... tuttavad ,endised klassikaaslased, praegused-endised koolikaaslased, praegused... siis tuttavad- sõbrad niisama. Siis...

Moderator: Firmad?

M6: eiii...vist ei ole. Õpetajaid ka ei ole. Aint Orkutis on õpetajad.

M5: mul on mingi uued ja vanad koolikaaslased ja siis on väga palju mingeid tuttavaid ja siis on noh, sõpru on ka, ikka mingi paar tükki leiab, hehe.

M6: perekonnatuttavaid on?

M5: ja siis on teie olete õpetajana mul sõbralistis. Ja siis on endisest koolist on vist majandusõpetaja, ta saadab tavaliselt Farmville'i kutseid.

Moderator: Kas... emm... sinu vanemad on Facebookis?

M5: (naerdes) eiii!

Moderator: okei, jätkame.

N4: mul ka sõbrad, tuttavad, koolist, kõik. No mitte kõik, tähendab jah, tuttavad ja siis pere ja mõned õpetajad ja...

M4: sõbrad-tuttavad, mõned sugulased, mõned onud-tädid, siis üks või kaks firmat on vist, mingi üks on see, mis mingi joogivärki pakkus ja teine on...ma ei tea, mis selle nimi on, ma ei mäleta, ää... siis on kõik vist.

N3: mul on endised ja praegused koolikaaslased ja klassikaaslased ja siis sugulased, tuttavad, firmasid ei ole.

N2: mul ka firmasid ei ole, ja siis mul on sugulased ja sõbrad ja praegused klassikaaslased ja endised.

M3: sõbrad, tuttavad, sugulased, eee... ja vanad klassikaaslased ja...

Moderator: Võõraid ei ole?

M3: äkäää

N1: mmm, no eelkõige koolikaaslased, kes mul on ja siis sõbrad ja tuttavad, ma arvan, et mul mingi 10% on neid, keda ma nagu ei tea, agaaaa... ja siis ma arvan, et mingi kogu oma sõbralistis umbes 50% rahvast olen suhelnud.

Moderator: Mhmh, 50% on päris hea praegusel ajal...Nii M2?

M2: ma...ma ei tea, mul on sõbrad klassikaaslased, praegused ja endised. Terve posu neid tantsijaid, paar firmat ja siis kaks, mingi üks inglanna ja üks türklane vist, või midagi sellist

Moderator: Kes need on?

M2: äää inglannaga ma hakkasin kuskil, ma ei mäleta, kus suhtlema ja türklane pani ennast ise mulle listi ja ma ei pööranud tähelepanu

Moderator: Ja sina?

M1: noh põhimõtteliselt klassikaaslased, sõbrad-tuttavad ja siis sugulased ja ... päris vanematel ei ole. Neid ei ole. Ja siis mõned ameeriklased ja...kõik.

Moderator: Kõik? Eee... kuidas on teil need nähtavuse seaded pandud, et seal on ju võimalik näidata oma staatuseid ja teste ja kõike seda ainult teatud inimgruppidele?

M3: mul ei olegi

N4: ma ei teagi sellest

M6: mul ei ole ka

Moderator: Või jagate kõigile?

N2: mul on kõikidele

N3: mul ka

M4: a mul on, et aint sõpradele ja tuttavatele

M2: jaah.

N1: mul on ka

M1: aint sõpradele jah

M4: ja siis ma oma sünniaastat ma üldse ei näita kellelegi

M5: jajah.

N1: aga neid profiilipilte ma jagan suht kõikidele

M5: mul näevad vist kõik, ma ei tea, mul on suht savi, mul ei ole midagi siukest...

M6: pole midagi varjata?

M5: jah

INFO JAGAMINE, INDIVIDUAALTÖÖ II (01:13:10)

Moderator: Nii, aga nüüd ee... ma jagan teile veel ühed töölehed, kuhu ma palun et te kujutaksite ette, et siin on viis oletatavat... üks, kaks, kolm, neli, viis jah... oletatavat staatust, ehk siis need, mida inimesed kirjutavad oma nime taha ja vaadake...

M7: igaüks saab ühe...

Moderator: Igaüks saab ühe. Nii. Ja vaadake üle, siin on toodud siis etteantud staatus, nagu te näete nimi, perenimi ja siis on see staatus, kujutage ette, kuidas reageeriks sellele staatusele tema sõber, kuidas reageeriksid sina isiklikult ja kuidas reageeriks selle inimese selline juhututtav. Sellisele staatusele.

(Vaikus 1,5 minutit)

N4: ma ei kirjutakski midagi sellisele staatusele...

N2: jah, ma ka

Moderator: Aga siis kirjutage sinna, et sa ei kirjutaks

N3: kas ma võin siis kriipsu panna?

M5: ma paneks mingit lambiteksti

Moderator: No pane kriips ja kirjuta väi... väike põhjus, miks sa sinna midagi ei kirjutaks

M4: oota, ta ei ole minu sõber, eks ole?

Moderator: No kujutage ette, et ta on ikkagi teie sõbralistis, ta võib olla teie parim sõber ja võib olla ka lihtsalt tuttav, et ...et aga üldiselt, mis on teie esimene reaktsioon?

M2: neljas on päris hea!

M6: aga ma ei kirjutagi tavaliselt alla, kui ma kirjutaks, siis ma kirjutaks nii..

Moderator: Jah, KUI sa kirjutaks, siis...

M6: hehe

M5: misasja?

Naeravad kahekesi staatuseid

(Vaikus üks minut)

M7: lolololololololoo.....

M5 naerab

M4: jäädki LOLlitama vä?

M7: LMAO

M5: RODOL

M7: LOL

M5: ma kirjutasin ka LOL

M6: ma kirjutan enda koha peal seda, mis ma arvan, et....

(Vaikus umbes minut)

M4: kuidas te nii kiired olete?

M6: me ei mõtle sellele mingeid romaane

M4: huhh...

M7: õpetaja, kas te olete näinud seda Lost my phone again?

Moderator: Ei

M2: Nime ei pea panema?

Moderator: Ei

M7 matsutab.

M6: nimi...ei ole vaja?

Moderator: Mkmmm

(Vaikus üks minut)

N1: mis on?

M3: (laulab) broken heart..., oh I have cried, oh why oh why you left me with a broken heart...

M5 ja M4 ümisevad kaasa: ooeooooo...

M1, M2 ja M7 räägivad ajaloo arvestusest

Moderator: Nii, aga kuulge...ae! Tuleme nüüd selle teema juurde tagasi

M4: tasa!

Moderator: Ee, kommentaare?

M3: hehe, ma ei teagi

M4: väga eksteemsed, või sellised suht äärmuslikud, mingi üks on eriti emo, üks on narkomaan, teine on jube armastuse vend. Ja siis mingid...

M6: Ja üks on mingi naljavend!

M4: jah, heh!

Moderator: Kas selliseid staatuseid päriselt näeb Facebookis?

Kooris: jaaaa

N1: jaa, näeb küll

M2: see „Mis toimub“, on kõigil pidevalt reedel

M5: jaa, „Mis täna Pärnus toimub?“

M6: siukseid asju on jah

M3: „it’s friday, whats up ppl.“

Naer

Moderator: Ee mis veel, näiteks sellised eee... sellised ee... murekurtnised nagu siin see teine staatus oli? Mis te nendest arvate?

M6: mis see teine staatus oli?

M2: broken heart

M6: jajah

M4: see on täiega emo.

M7: ma ei tea see on lihtsalt siuke asi...

M5: see on mingi 14aastaste teema, mingi 19aastase suhtes mingil 14aastasel

N3: mingi tähelepanu tõmbamiseks kirjutatud, et räägib et...

M5: 19aastane jätab selle 14aastase tüdruku maha ja siis tüdruk kuskil mingi nutab, kodus ja siis kirjutab

M3: vüüühüüüü

N2: ja siis ootab, et keegi kirjutaks, et mis juhtus

M4: jah

M3: et kõik tunneks kaasa

M2: et kõik kodus nutaks koos temaga

M4: aga selle jaoks on minu meelest mingi siuke, mingi tugitelefoni jah, et helistad sinna ja siis kuuled mingi siuksed tuimad vennad. „Aah, ei ole hullu“.

M7: no mingi paar inimest vast tunnevad muret, aga ülejäänud on lihtsalt... nagu hull asi ju, et...

M5: ikka juhtub.

Moderator: Mhmh. Ja siis on äää... muidugi sellised noh tavaliselt sellised värsked paarikesed, kes siis, kui nad on just kokku saanud, siis järgnevate päevade jooksul nad avaldavad üksteisele väga tihti armastust...

M4: jah

M7: mingi miljard sõnumit ja kõik...saadetakse

M3: jaa ja rates pannakse...

M5: VV-ks

N1: ma ei tea, kõik algab sellest, kui sa paned oma Facebooki seinale, et ee... oled kasutajas kasutajaga, selle lalalaa...

M4: oled suhtes kasutajaga, mitte kasutajas kasutajaga

Naer

N1: oled suhtes kasutajaga jah

Moderator: Et mis te arvate sellest...

M5: reidis VV-ks ja Orkutis ka kõik iseloomustused, et „armastan sind elu lõpuni“ ja...

N1: jaa, elu lõpuni, see on põhiline

M7: ei mulle meeldib ikka see VV, ma ei paneks seda isegi siis, kui...

M5: ja MSNis peab nime lõpus südameid sitaks palju olema

M7: ei tea jah.....

M3: jajah, ja logid kogu aeg sisse välja, sisse välja

M5: jajah

M4: see on netiarastus

Naer

M7: see on ju, et kunagi mingid trollisid, et jajah, et „homme saan vist oma elu armastuse ja oma silmarõõmuga kokku, et aasta aega oleme juba rääkinud MSNis“...

M5: uuu
N1: normaalne vä?
M7: et „eile ta saatis mulle endast pildi“...
M: paljalt?
M7: ei. „Et ta on ikka nii ilus ja et ma vist armastan teda“ ja mingi... siuke trollimine käis.
Moderator: Nii okei, läheme trollimiste juurest edasi. Ma näitan teile mõningaid staatuseid veel.
M3: mis asi on trollimine?
N1: kas need on päriselt ka olnud Facebookis vä?
M7: no käid ja ajad lolli, tegelt mingid tüübid tegid seda hispaanlannat ka järgi
M3: oooooo...

PROBLEEMID INFO JAGAMISEL (01:22:14)

Moderator: Nii, pöörake nüüd silmad siia poole... mis te arvate... ae! Uu-uu! Poisid? Kui te kirjutaksite sellise staatuse, siis keda oma sõbranimistust te ei tahaks, et näeks seda staatust? („Miks jalka MM aafrikas toimub? Vaesemat riiki ei tahtnud valida?“)
M4: mina ütlen näiteks, et mingi mustanahaline, kui oleks...
N1: õpetajate eest ka
M7: tegelikult, kuna ma eile nägin just mingi selleteemalist saadet, kus räägiti, et kui palju makstakse staaridele, kuigi raha võiks paigutada ju haridusse ja nagu teiste, et riik on ju vaene ja et nagu millegi muu peale eriti rõhku ei panda, et näidata ainult, et kui võimas nad on...
Moderator: Aga kas üldiselt see tundub selline neutraalne...
M7: tegelt tundub küll natuke
M4: see on suht ükskõik, vaata
M6: jaa
M4: veits, veits siuke nagu...
M6: normaalne. Ma küll paneks.
Moderator: Kas te näete siin midagi imelikku ka selles staatuses?
M6: küsimärgid
M4: jal... ma ei tea
Moderator: Kas Aafrika on riik?
M1: manner
M4: manner ja, aga väikse tähega on ka Aafrika ju!
Moderator: Kas te oma geograafiaõpetajale tahate seda näidata?
N1: vist mitte jah
M5: õps võib närima tulla jah.
M4: ta võiks veits pahane olla vä
M6: esta õpetajale ei tahaks
Moderator: Jah. Võtame järgmise, see on meil muide viimane ülesanne ka... et siis „nimi, sa oled ikka eriline vördjas!“
M2: haha
M6: noh seda näitad kõigile ju
M3: kui sa tahad, et keegi tropp sust aru saaks...
N1: mina
M5: oleneb, oleneb ju...
M4: see on lamp
Moderator: Oot, ükshaaval!
N4: mina arvan, et see võiks ikka olla personaalne, ütle mulle näkku või keda huvitab, mida sa sellest arvad

M6: ise sõimasid ka mind

M5: ja jah

N4: ja mis siis, kui sõimasingi, muidugi sõimasin.

M7: aga kui sa tahad, et see sõber tunneb end seal ära terve...terve maailm teab, mis sa sellest inimesest arvad, et siis loomulikult, las olla avalik, aga kui...enamus on ikka siukseid inimesi, kes niimoodi kirjutavad ja teevad, võivad nii ka teha, et nad just sellele inimesele ei näita, ei lase ainult temal näha seda

Moderator: ja kõigile teistele näitavad?

N1: ja

M7: ja teised näevad seda, et sa paugud seal. Selline kaugelt kõva mees.

Moderator: Nii, võtame järgmise. („Kell on 5 hambikulll, jamai saa mitte idagi aru :D :D“)

M2: hambikulll...

M6: ja mais

Naer

M4: see on mingi jube normaalne vend, võib olla, ei tea ju, kergel joogine, mingi hommikul kell viis...

M7: see on raudselt kuskilt peolt tulnud, jumala sassis, kujutan ette, et tal on hommikul...

N1: aaaa, see hambikull on „hommikul“?

N2: hommikul ärkab, siis ta ei teagi, et on midagi öösel teinud

M6: M7 oli ka siuke...

M5: ei pand, ta pani täiega jooki, jõudis koju ja siis kirjutas mingit läminat...

M7: ei olnud ma midagi, hahh

M6: ma arvan, et ta jõi hommikukohvi kuskil ja...

Moderator: Kellele ei tahaks seda näidata?

M7: eee... õpetajatele

M2: tööandjatele

N1: emaaa

M4: vanematele ja

M3: oijah.

M6: mul...ma ei tea, ma saaks kohe ennast välja vabandada, et...

M7: aa, aga muide mul vanaema nägi seda ju...

N1: No, kuidas sa saaks?

M6: ei, ma ema, ema, ema küsiks...

Lärm

M6: et kuradi...noh selge.

Moderator: Hei! Kuulge teeme niimoodi, et üks inimene räägib korraga, muidu ma pärast, mul on võimatu teha seda transkriptsiooni sellest ja kuulata neid linte üle.

M6: ma saaks kohe öelda, et ö... läksime näiteks, jäin sõbra juurde ööseks, läksime hommikul varakult ee...jooksma. Nii väsinud olin, siis mõtsin, lähen Facebooki.

M3: silmad olid alles kinni

M6: jah, silmad olid pooleldi kinni ja siis kirjutasingi siukse

Naer

N1: aga sellise asjaga võib samamoodi vahele jääda, nagu te ükskord näitasite, mingi staatus, kus mingi mees kirjutas et, kuidas ta oma tööandjale valetas, et ta on haige ja...

M4: jaajjah

N1: ja siis ta unustas ära, et ta tööandja on tal sõbralistis. Näiteks sa unustad ära, et sul on ema seal.

M2: ei ta ei olnud...

N4: õpetaja ise rääkis selle...

Moderator: Misasja?

M4: te ise veel rääkisite seda sama asja

M3: rääkis jah

N2: ütleski seda

N1: jah

M4: aajaa

M6: siis räägi kõvemini!

Moderator: Kuulge, rääkige nüüd ka see lugu ära, mis lugu selle Orkutiga oli öö... ja Facebookiga, et sellel suurel politseipeol...

N2: ah see

N3: jaa

M4: mhmh

Moderator: See, kus politsei poolt paljud ära viidi, viis ka parimad teie seast kuskile huvitavatesse ruumidesse.

M3: Nii.

M6: Nii.

M3: lambist viiski

N1: mina läksin politseiauto juurde ja sain tasuta koju

M3: kõik tõmmati ära

M2: kõik said kaks sotti

M6: ma sain kolm sotti

Moderator: Teeme jälle natuke ükshaaval. Mis te arvate, kustkohast sai politsei teada, et selline pidu toimus?

N1: ää, Orkuti abil, Orkutist tuli infot

M4: ei usu

N1: äkää, oli küll. Ma rääkisin selle koha omanikuga, või noh tema pojaga, kes seal majas samal ajal oli.

M4: sest et...

N1: mendid olid tulnud jälle välja ja niisama ei tohi sisse minna, aga tegelikult neil pidi kokkulepe olema, et politsei võib sisse minna niimoodi, et ta peab enne omanikule ütlema, onjä.

M3: jah

N1: aga omanik, see kes seda maja haldab, see oli seal kõrval palkmajas, aga politsei ei olnud sealt läbi käinud...

M4: a kule seal... see läks sinna üldse sellepärast, et ilm oli nii sitt lihtsalt

M5: jaaa

M4: seal porta taga ei olnud ju mitte midagi teha, et kõik läksid laiali ja siis oli...

M6: jaaa, siis hakkasid kõik...

M4: ja siis lendasid peale lihtsalt esimesele suuremale peole, millest nad enam-vähem midagi teadsid.

M7: jaa

M4: seal toimub kogu aeg midagi, nad võivad ükskõik, mis ajal sinna minna ja midagi ikka toimub

M6: seal oli ikka päris sitt ju...

Moderator: Aga hiljem oli siis Facebookis suur arutelu, järgmisel hommikul ee... erinevatel õpilastel...

M6: mina ei olnud...

Moderator: Mis te arvate, mis võib selle nagu... selline halb tulemus olla, kui siukseid...

M5: teie loete ja siis te arvate meist halvasti

M6: kuigi tegelikult te ei tea, mis seal toimus

M5: seal sai, tegelt oli ikka päris kõva laks

Moderator: Noooh, min... mina nüüd kõrvale jätta, mis võivad veel tagajärjed olla?

M4: aga politseile tulevad igast vihjed niimoodi

M3: et „oh, ma panin jooksu“ või midagi

M4: aga me ei saand midagi teha tegelt, sest...

M3: aga tegelt nad ei saa midagi teha ju, teised õpetajad ka näiteks

M6: jaa ja siis keegi pärast räägib emale mingi...

M2: õpetajad hakkavad halvasti suhtuma

M6: koolist välja viskamine

M7: ja mainet kahjustab siuke asi

Moderator: aga miks inimesed siis ikkagi kirjutavad?

N1: ma kirjutasin sellepärast, et see oli lihtsalt nii naljakas

M4: A et mingi mõndade ees sa oled ülikõva vend, kui sa nii teed

M6: „eile käisin kaineris“

Moderator: A kui sa paned enda staatuseks midagi sellist, siis kelle peale te mõtlete?

M4: sõprade

N1: jaa, sõprade peale ikka, need kes seal peol olid, kes seda näevad. Või siis tahad, et jääb sust mulje, et sa oled mingi rets...

Moderator: Aga püüdke veidi mõelda, kui te saadategi infot välja, kas te mõtlete konkreetsete inimeste peale? Oh ta naeraks selle nalja üle...

M6: mingi ameles seal...

M5: jaa, ma nägin

Moderator: Oota, ärge rääkige üle palun!

N3: Noo, aga kes ei ole midagi nagu...

N1: see oleneb nagu täiesti... see peoasi oli küll nagu mõeldud neile, kes seal olid

M6: jah

Moderator: aga miks seda ei pandud siis peitu?

N1: ma unustasin ära...

Moderator: aga unustamine ongi võib-olla siis...

M5: ah, päris unustad ju

M4: ei unusta, võib-olla ei viitsi tegeleda lihtsalt nii palju sellise asjaga. Üksõik, niipalju ükskõik sellest kõigest

M6: kuulge aga sünnipäevalaps oli ka nii sassis juba, ta ei saand midagi aru ju

M4: ta ei olnud sassis

Moderator: okei, see pole tähtis. Nii võtame nüüd järgmise („Õetütar hakkas just käima! Niiiii nunnnu! Ja kohe kakas püksi ka ☺“)

Naer

M4: „kaka püksis“...

M6: vaat sellist asja ma ei näitaks küll kellelegi, mind vabsjee ei koti

M5: mingitel tüdrukutel on selline

M6: kedagi ei koti

M1: mõttetu.

N1: mis ma tegema pean nüüd, praaksuga kükke selle peale vä?

M3: ma kirjutaks sinna alla, et palju õnne, mis ma teen kukerpalle nüüd vä?

Moderator: kellele, ei tasuks sellist näidata? Et noh kellele...

M6: sõpradele. See võiks ainult mingi perekonnatuttavatele või perele või...

M3: jah, pereringis

Moderator: Sõpradele ei tasuks näidata?

M4: ei ma arvan, et kui mingi firma sõbralistis on, siis nemad peaks kindlalt nägema seda. Vaatavad et...

Naer

M4: näiteks, et kui mingi Pampersi firma, siis nad teavad et oh, kõva, nüüd tuleb jälle üks klient juurde

Naer

M4: ja on õnnelikud

M6: „oo ta sittus täis ennast“

M7: woohoooo! Jess

Moderator: järgmine. („Aja neeger hüppesse, aja neeger hüppesse“)

Naer

M4: see...

M5: see on selline alatu

M6: laulusõnad

M4: ma paneks selle jutumärkidesse ainult.

Moderator: Aga, kui ta on niimoodi?

M3: siis ta on mingi feil

M4: rassistlik aga...

M7: no see, kes seda lugu kuulnud ei ole, see ei pruugi aru saada, aga...

M2: enamus...

M7: jah enamus ikka on ju

M6: see, kes sellest aru ei saa, peab seda lugu kuulama

M1: jah, rohkem on ikka neid inimesi, kes nagu teavad seda lugu

M5: see on nagu nii legendaarne

M6: peaks seda lugu kuulama

M4: Eestis on nii vähe neegreid ka, et ma ei tea, vähestel on sõprus... sõprusringkonnas neid

N1: näiteks need, kes elavad Soomes ja see oleks soome keeles, siis võiks juba mingeid probleeme tekitada

M6: ah, ära valeta

M5: nojah, pohhui, Eestis on ju ainult mingi kaks või kolm neegrit, keda mingi teatakse

M6: Anderson

M5: ja korvpallurid

M3: Allen Anderson

M2: ja Benton!

M4: jah

Moderator: Nii...(„Vanemad lahkusid. Poole tunni pärast kõik meile! Tarbitav kraam endal kaasa võtta!“)

Naer

M4: see on normaalne!

M3: jaa, see on kõva

N1: eeeeeiiii

M4: „tarbitav kraam... tooge kokat!“

M1: ei tegelikult, igäiks võib mendid kohale kutsuda ju...

M4: ah, et teeme julma mingi narksipeo, joogipeo, mendid, te võite ka tulla oma kraamiga, te tarbite kumminuiasid

M5: tooge pilsnerit!

Moderator: Aga näiteks, kuidas võiksid lapsevanemad äää... reageerida, kui nad näevad hiljem seda staatust, aga noh see laps ei ole üldse mõelnud, et ok-ou, mul on ema-isa ka sõbralistis ju...

M7: aga siis vaatavadki lihtsalt et niimoodi et...

M5: mõnel on suva ka...

M7: või siis ema või isa kirjutab via iPhone, et „awww“

N1: või siis võtab lihtsalt kellegi teise tuttav selle staatusekirjutaja vanematega ühendust

M4: „noh, poja, võin ka tulla vä?“

N1: staatust kirjutades ei mõtle jah...

M6: ma saaks pärast jälle ilusasti ära sättida, et kutsusin endale mingi paar sõbrannat ja paar sõpra enda juurde, tegin popcorni, rääkisin juttu ja siis nad läksid mingi öösel ära, vaatasime filmi...

M3: usun küll, jah

M1: ja siis küsib: „aga mis filmi te vaatasite?“

N1: aga samas öö... see ei pruugi ainult alaealiste puhul olla ju. See oleks täiskasvanute puhul nii tavaline ju.

N2: jah, ei pea kogu aeg luurama

Moderator: Nii. („Nii haige, 39 palavik ja kõht on täiega lahti. Aaaaa....piiii.“)

M5: kuule see oleks võinud küll ära jääda

N1: metslane

N2: appi nagu noh

N3: „aaaa...pppii“

M2: haige jutt

M5: kõht on lahti, väga vajalik ju

M7: aaaaaa....pppiiii!

Naer

M6: see tõesti jah

Naer

Moderator: Aga miks te arvate, et niimoodi kirjutatakse?

M6: no mul oli ka sama asi, aga ma ei kirjutanud

Naer

M3: nüüd oli vaja öelda ju

M7: „hale olla ja panen ropsi?“

Moderator: Aga miks inimesed panevad selle siis staatusesse?

M6: et inimesed kirjutaksid sinna alla, et „issand, nii kahju“

M4: et „söö söetablette“

N1: tahad ma toon sulle tablette?

N4: et hakkaks kahju teistel

N1: või saaks nõu

M6: või et näidata, et ma olen nii kõva vend nüüd...

M7: tahab propse saada

M4: mis mõttes? Et, „oh sa oled nii kõva mees, sul on kõht lahti, et ma ei tea, sebi mulle ka see haigus“, jah?

M7: jajah

M5: „sülita mulle suhu“, nah.

Moderator: Nii, nüüd on veel jäänud kaks staatust. („Vihkan kooli. Pange põlema ennast.“)

M6: Jep

N1: vat see on... props

M7: props, heh

M6: õige jah

M2: õpetajad ei taha seda vist väga näha

M3: vahet pole

M1: kui palju neid õpetajaid ikka seal Facebookis on?

M4: ah need on mingid... „vihkan kooli, pange põlema ennast, kõik mu sõbrad, pange põlema ennast, sellepärast, et kool on täielik mõttetu“.

N1: jah, põhimõtteliselt, see „pange põlema“ on liig, „vihkan kooli“, lihtsalt

M5: see on normaalne

N1: mul oli just, et ma vihkan saksa keele tunde

N2: ma vihkan saksa keele õpetajat

Moderator: Aga mis sellest saada võib, kui sa kirjutadki, et ma vihkan saksa keele õpetajat?

M5: saksa õps hakkab vihkama sind jubedalt

M2: ta saab aru, et sa vihkad

M4: see õpetaja vihkab sind niikuinii juba

Naer

Moderator: Ja nüüd siis viimane.(„Vennaga Hesburgeris, tellisin just kaks burgerit, salatit ja jäätist vist ei jaksa süüa. Aga võib-olla jaksan ka.“)

M2: uu, braavo!

N1: way to go

M7: jee

M3: see on nii tavaline

N1: „sa ketshupit ikka võtsid vä?“

M4: need ongi need iPhone'i...

M7: siuke, vaata iPhone duud jah

M4: „ou kuule, seal Hesburgeris on ülihea majoneesi-kurgi kaste, võta parem seda“, või mingi...

M5: jajah

M4: jah, „tahaks ka täiega seda jäätist praegu, ülikahju, et ma praegust ei saa“

M6: „oota seal, kohe tulen“

N2: jajah

N3: jälle sellised mõttetud vastused

N1: „jaksad ikka, pea pausi natuke“

M4: „nii armas, et sa venna kaasa võtsid“...

Moderator: Aga teil tuleb jõe hästi välja see vastamine

Naer

Moderator: Aga noh, te teete seda teatud irooniaga. Aga miks siis niimoodi kirjutatakse, selliseid suht mõttetu asju, kui sa tead, et reaktsioon tuleb, et „oh tahaks ka“

M4: aga ongi

M7: ma arvan, et tahetakse jälle, et nagu teised saaksid näha seda.

Moderator: Ja te olete ise kindlasti ka midagi sellist kirjutanud..

M5: ei ole

M3: ei ole

N1: hehe, oleme ikka küll

M7: ei ole, ei ole, ei ole

M3: N1, sa kirjutad iga päev selliseid

M6: jah

N1: aga kuule vahet ei ole, kui ma kirjutan, et tahaks ka, kui mul mingi sõbranna on sellise kirjutanud...

M6: päris sa tahad

N1: see ei tähendagi, et ma päriselt tahan ja kohe sinna lähen

Moderator: Aga mida see tähendab?

N1: Ma ei teagi. Võib-olla selle pärast, et näiteks, kui ma ise niimoodi kirjutan, siis mulle küll meeldiks, et kui kõik mu sõbrad niimoodi kirjutaks ja suud vesistaks.

Moderator: Aga kas pigem on tähtis see, et kirjutatakse ükskõik mida, või on oluline, ka see et mida kirjutatakse?

M5: mida

M4: ikka mida jah

M7: no aga oleneb sellest, mida ja kuidas sa ise ka sinna kirjutad

M6: mida sa ajad?

M5: pigem jäetakse ikka mingit paska ja siis käib kah

Paus

M5: no enda kogemuse põhjal, kirjutan täna kah!

Naer

M3: jah, mingi „jou jou“

M6: Ikka jou jou, onju

Moderator: Kas te oskate ise tuua siin lõpetuseks mõne näite veel, kus te olete avaldanud liiga palju infot Facebookis või Orkutis või reidis?

M6: ma avaldasin reidis. Mingi vana...

M4: mingi telefoninumber või..

Moderator: ükshaaval!

M6: ...jaa just telefoninumbri panin ja siis ma midagi plõksisin seal ja siis mingi vanamees helistas mulle kuskilt Tartust ja lubas mu ära kägistada

Naer

M6: ma ei mäleta enam... ma mäletan, et ta helistas mulle, selline haige hääli oli ka tal, mõtsin, et oh davai...

Naer

Moderator: Nii, M7, on olnud sul kogemusi selliste asjadega?

M7: ei ole vist. Aga võib-olla tegelt, liigne informatsiooni jagamine...ma panin ühe pildi...

M6: panid liiga paljastava pildi, jah?

Naer

M7: ei, pildi panin üles Facebooki jah ja...kus ma jõin äää... hommikukohvi

N2: ääääh (naerab)

M3: misasja?

M4: hommikukohvi jõi

N1: hommikukohvi...see ei olnud kohvi.

Naer

M6: Jägermeister

Moderator: Ja mis siis sai?

M7: ja siis paar päeva hiljem ma olin inglise keele tunnis ja siis ma ei saanud enam midagi teha, mul oli ilge nohu ja siis õpetaja ütles mulle, et lihtsalt joo vähem.

N4: aa jaa, oli jah „joo vähem“

Moderator: Aga arvad, et õpetaja oli seda pilti näinud?

M7: jah, loogiline ju, et noh ta on mul Facebookis ka ja..

M3: sul on siamaani see pilt Facebookis üleval ju

M7: jah on küll, aga lihtsalt niimoodi, et mu meelest, et osad asjad on ju täiesti loogilised, mis toimuvad, enesestmõistetav ju tegelikult, et noored tegelevad selliste asjadega

M6: jah, mis sest peita, noored

M1: kui probleemi pole, jah

M4: enam vähem.

M2: aga ei ole ju 18 veel!

M6: ei tohiks

Moderator: nii, M5, on sul olnud kunagi jama sellest, et sa oled liigselt infot välja andnud?

M5: mul liigse info põhjal ei ole vist. Ma ei tea. Telefoninumber on mul küll kuskil üleval, Orkutis vist. Aga seal mingid lambi tüübid helistavad vahest, ma ei tea. Üks lubas mulle peksa anda, kuna ma kaitsesin ühte sõpra ja siis ütles, et tuleb mulle maja ette ja ma olen punnsilm

Naer

M3: tule minu maja ette jah!

M5: no tuleks maja ette, kui ma julgen, et ta annab mulle peksa ja miks ma kaitsen seda sõpra ja siis sõimas mind punnsilmaks. Helistas mulle kogu aeg

N2: aga tuli siis vä?

M5: ei, ma vaatasin aknast välja ja kedagi polnud mul maja ees. Ta mingi pani võssa vist.

Moderator: Aga see telefoninumber on sul ikka üleval seal ja sama vä?

M5: jah, aga seal Facebookis ei ole, seal on kaks täрни selle kohal...

M6: no pane üles, ma hakkan helistama sulle

Moderator: Nii, N4?

N4: ma olen ka igast peopilte pannud, aga ma ei tea, ei ole mingeid jamasid olnud.

M6: ma ei saanudki rohkem panna, mingi mahuvärk oli

M4: mhm, ei ole probleeme olnud vist

M2: ma vaatasin ka just oma Orkuti albumit ja üle ühe on kõik kuidagi joogipildid

N3: ma ei ole üldse eriti oma pilte üles pannud. Ja üldse nagu, ma ei kirjuta eriti ja mis see teiste asi on?

N2: mul ei ole ka mingeid jamasid olnud

M6: ükskord ma kirjutasin, et tõmbasin just kanepit...

N2: tegelikult nii oli, et kui mul ema tegi Orkuti, siis vaatasin, N4 ka...kähku oma pildid üle ja kustutasime osad ära

Moderator: Miks te mõned ära kustutasite? Millised?

N2: sellised, kus ühe tuttava juures läbud olid.

Naer

Moderator: Aga mis siis oleks saanud, kui ei oleks jõudnud neid ära kustutada ja ta oleks neid näinud?

M6: uuuh, valus

N2: jah, need kus rohkem jooki peal oli, need kustutasime ära. Ta nagu teadis, et me seal olime, aga ta ei teadnud täpselt, mis me seal korraldasime, et me nii palju napsutasime.

M3: no tavaliselt ongi niimoodi, et teavad ja lubavad, et natuke mingi paar õlut võetakse...

M5: või paar siidrit

M6: ja lõpuks on ikka viinad laua peal, siis tulebki viinad ära koristada.

Moderator: Nii, M3?

M3: ma olen igast pilte üles pannud, aga ma ei tea, mingeid jamasid ei ole küll tulnud. Kui, siis on lihtsalt naerdud, pärast nõme olnud.

Moderator: Kes on naernud?

M3: Igast tuttavad ja sõbrad ja kõik.

N1: a mul kunagi sõbranna mingi strippas ühele mingile kutile veebkämmi ees, ta oli siis mingi 11 siis äkki vä...

M5: jah ja sina olid see sõbranna...

N1 jah ja siis ma levitasin seda juttu veidi, sest see oli nii jube, ja siis ta...mina kuskil kommentaarides nagu vihjasin, ma otse välja ei öelnud, ja siis ta ema helistas mulle. Aga ta ema helistas üldse väga paljudele siis. No oma viga, et ta oma emale rääkis, et ta mingi strippab ja...

M6: oma viga et sa...

M3: jah, oma viga, et sa ei oska oma sõbranna saladust hoida

N1: ahh, ole vait,

M7: see pole mingi sõbranna ju.

N1: mul endal ei ole mingeid jamasid olnud

M5: vedas sul

M4: aga sul oli ju mingi asi mendis?

M2: ise strippasid?

M3: see sama asi oligi ju

M6: aa jah

N1: aa, ei, oota, ma pean mõtlema kõigepealt.

M4: ei, vaata, sa rääkisid midagi aasta alguses

N1: aaaaa, aga ei see ei tulnud välja, see oli veel mingi siuke teema, et... et ühest mu klassiõest tehti nagu... minu telefonis olid nagu ühest mu klassiõest pildid, mis ta ise saatis mulle... aga ta oli nagu selg oli paljas nagu ja siis selline suht noh... ja siis ühed mu klassivennad said selle pildi kätte ja printisid seda viiskend tükki välja ja panid üles linna peale ja panid telefoninumbri ka sinna alla ja siis see läks nagu politseisse ja siis ma pidin ka käima. Aga nüüd sügisel käidi meil ühest nagu... noorte... mingist kohast, mingi naine rääkimas, siis ta rääkis, et see oligi üks jubedamaid sündmuseid siinkandis, et need pildid üles pandi, ja siis mul oli siuke... suht halb olla.

M5: suht mark jah.

Moderator: Nii, aga nüüd surub meil aeg peale, M2?

M2: aa, mul ükskord Orkutis küsis, et rääkis juttu ja siis ma ei viitsinud rääkida ja siis ta üritas mu sõbra numbrit saada ja pinda käia, ja nüüd ta helistabki talle, aga vähemalt mitte mulle...a siuke mõttetu.

Moderator: M1?

M1: polegi nagu vist midagi olnud. Aa, aga üks asi oli, mingi mendiga, paar kuud tagasi, sõbrad lisasid, A.T. jooksis sõbralisti...

M7: T, jaaaah

N1: kesse?

M6: T

N1: aa, see ment vä?

M1: ja siis ta küsis mult, et „kes sa oled“ ja siis ma ei öelnud midagi vastu ja oligi kõik.

Naer

M6: aa, mul on küll üks asi on siiamaani, mul üks tuttav lasi, ee... telefoninumber oli kuskil Orksis või kuskil üleval ja siis mingi vend rääkis ta'ga ja siis lisas ta ja siis helistas talle, aga ta ei rääkinud mitte midagi ja siis mingi... enam ta vist ei helista, aga mingi aasta otsa helistas ja midagi ei rääkinud, lihtsalt mingi vaikuses oli ja siis mingi...

M5: aga helistades saab boonust ju...

M6: jaa, no ja see sõber tuli...no tuli bussi pealt maha ja siis ma ütšin, et oh, las helistab mulle, laseme kõneaega laadida. Ja helistaski. Ja nüüd helistab mingi poolteist aastat juba mulle ja laeb pappi.

Naer

M6: Ja teenib raha, aga midagi ei räägi, ma ei kujuta ette kes see värd on.

Moderator: Aga nüüd tõesti on meie aeg täiesti otsas, ma tänan teid südamest, et te... leidsite selle aja ja natukene veel peale kah, saate nüüd siis aasale jooksmas minna. Ja näeme juba peatselt! (01:43:36)

2. FOOKUSGRUPP

Osalejad: N5, N6, M8, M9

TUTVUSTUS

Moderator: aga kuna meid on täna siin vähem, kui ma lootsin, siis saame ehk sellevõrra... ee kiiremini hakkama ka. Mm ja sellest tööst lühidalt, noh, mind te teate ja nüüd on vaikselt kätte jõudnud aeg, mil on vaja magistritööle mm... pihta anda. Ja minu töö räägib ee, või õigemini uurimisvaldkond on olnud kogu aeg uus meedia ehk siis arvutid ja internet sellega seondult ja magistritöö räägibki Facebooki kasutamisest laiemalt ee...Järgneva tunni jooksul me räägime juttu teiega mmm, kuna te olete ise ka kõik Facebooki kasutajad, räägime sellest, mis teile on seal silma hakanud jaaa ja vaatame, mis siis saab.

N5: Sobib. Aga kus te õpite?

Moderator: Mina õpin Tartu Ülikoolis, see on ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut ja seal magistriõppes kommunikatsioonijuhtimise erialal.

N5: aga keskkoolist, kuhu sa läksid?

Moderator: aa, siis läksin ajakirjandusse ja suhtekorraldusse, hästi kihvt eriala.

N5: novot, ma ju mõtlesin ka sinna minna, aga kas ma sinna sisse saan nüüd [kirjandi tulemused olid oodatust nõrgemad]

Moderator: Aga nüüd veel sellest tööst, üks fookusgrupp on juba olnud ja üks jama oli see, et kiputi üksteisest õudselt üle rääkima, aga kuna mina pean pärast selle teksti sõna-sõnalt ümber kirjutama, siis ma olen tööpoolest istunud ja istunud ja püüdnud kirjutada, et põhimõtteliselt oleks väga hea kui me räägiksime ükshaaval. Ee... alustuseks, et mul oleks pärast lihtsam, et kes kus oli, siis ee... oma vanus ja mis te näiteks edasi plaanite teha.

N5: 19, jaa ma ei teagi, mis ma edasi plaanin teha (naerab)

N6: 18 ja ma ka veel mõtlen, mis nende tulemustega teha, just nende pärast.

M8: 19 ja ma ei tea, ma ka nagu mõtlen veel, peab ümber planeerima natuke

M9: Pärnumaalt, 20 ja lähen puhkama arvatavasti kuskile natukeseks alustuseks.

TÖÖRÜTMI SAAVUTAMINE I (00:02:13)

Moderator: ee...kuna see suurem teema on internet, siis räägiksime sellest, et kui... kui kaua te olete üldse internetti kasutanud, kas te mäletate neid esimesi samme, mis te tegite internetis, et mis kogemused teil olid?

N5: ma tean, et mul oli mingi sõbrannal arvuti ja internet ja siis oli oooo, et nii lahe ja siis endale tahtsid ka ja siis kui kunagi osteti siis ka arvuti ja siis... aga noh alguses mina nagu mängisin, ma ei osanud nagu muud teha.

Moderator: Mida sa mängisid seal?

N5: (ohkab) mina ei tea, Super Mariot või... (naerab)

Moderator: aga kas sa mäletad, kas see internet oli see dududuuu... sissehelistamisega või oli ta mingi...

N5: oli juba vist uuem, sõbrannal oli küll sissehelistamisega, siis ma tean, et tema käis kogu aeg seal Armastusesaalis (naerab)

Moderator: aa, see oli see jututuba ju. Jaajaa.

N6: ää, esimest korda 10 aastat tagasi koolis raamatukogus mingi käisin seal neti... seal avaleht, siis ma vaatasin sealt mingi muusikat, mingi Britney kohta mingisugust infot ja siis mingi kuuenda klassi lõpuks sain koju ka arvuti ja siis juba oli see internetikasutamine suht selge, reit ja mis seal olid...

M8: mul oli ka mingisugune... äkki viies klass või nii. Aga mul oli nagu see, et ma sain nagu koju kohe arvuti ja siis natukese aja pärast sain interneti ka, no muidugi, see internet ei olnud

tol ajal vist väga hea, aga noh, sai ka samamoodi mingi reidis käidud ja ma ei tea, nagu... suht..suhtlemine põhiliselt nagu sõpradega ja...

M9: aasta oli siis üheksakümmend seitse. Ema oli ostnud just värskest uue arvuti ja mul oli just selle sissehelistamisega. Ja siis samal ajal ei saanud telefoni kasutada. Kui sisse helistas, siis kogu aeg vilistas viuviuviu. Ja siis ma olin põhiliselt mingi... mingi mängude kogumikulehtedel ja siis seal olid mingid piljardid ja muud siuksed.

Moderator: mm, mina mäletan ka, suht samal ajal, 97, et kuidas mulle kirjutas klassikaaslane, kes oli selline arvutitaibu, kirjutas mulle juhendi, et lähed sinna, seal on sinine E, seal peal teed kaks klõpsu (naer), et see oli nagu nii ere...eredalt meeles. Aga alguses olid teil siis sellised mängud ja suhtlemine ja kõik selline? Mis on praegu muutunud, mis te veel internetis lisaks juurde teete?

M8: mm, ma ei tea, mina näiteks... noh, nüüd on see guugeldamine ja igast, et noh just see info otsimine, ma arvan on juurde tulnud pigem.

N5: jah, just see translate ja, ma olen kõik oma vene keele need kodused tööd teinud google translate'ga (itsitab)

Moderator: ja õpetaja aru ei saanud?

M9: mkmm

N5: ei saanud jah

Naer

Moderator: okei, põnts Eesti haridussüsteemile. Nii, mis veel?

N5: ja siis ongi, vaata massiliselt on tulnud neid samasuguseid neid... nagu Facebook ja Orkut ja Twitter ja noh, neid on massiliselt juurde tulnud aga...neid nagu kasutan, no ma nüüd enam...no nüüd nagu põhiliselt Facebooki

M8: reit on nagu väga tagaplaanile jäänud

N5: jah, on küll

Moderator: aga miks... miks reit enam ei funka?

M8: tea, selline tunne on jäänud...

N6: noh, neid väikeseid lapsi on seal liiga palju, ja see on siukseks...

N5: aga see on tegelt nii, et lähen kunagi huvi pärast vaatan sinna ja siis, kohtad mingeid (teeb nägusid)

Naer

M8: ja seal on siuksed 12-13 aastased tüdrukud on umbes (teeb duckface)

N5: jaa, ja mis kõnekeel! Minu arust mina küll omal ajal niimoodi ei kirjutanud.

Moderator: jaa, jaa, siis kui minaaa veel noor olin...

Naer

Moderator: aga samas seal on ju vanemaid inimesi ka...

N6: aga minu meelest seal on kõik mingid vaimupuudega perverdidi

Naer

N6: ei, selles mõttes, et mul on pidevalt postkast mingisuguseid haigeid kirju vördjatelt, et mingi „ma annan sulle kaks tuhat krooni umbes, tule räägi MSNis“ ja mingi... mingi, noh see on ju pildi pealt näha, et inimesel ei ole kõik korras

N5: jajah, minule on ka pakutud seda sponsorlust reidis.

Moderator: ja lihtsalt tullaksegi ja kirjutatakse, et „kule, sa oled siuke päris normaalne tüdruk, ma annaks sulle pappi, sina annad mulle midagi muud vastu“?

N5: jah

N6: ja ühekorra mingisugune väitis, et ta on mingi India rõivatööstur, ta mingi inglise keeles ütles, et tal on mingi nahaäri ja pole probleemi, et mingi, et algul tuleb sinna Google Chati ja siis maksab mingid reisi kinni.

Moderator: aga kas siis see raha on nii tähtis nendes internetisuhetes? Et nagu...

N5: oleneb, kes nagu tõesti võib-olla ei suuda endale normaalselt leida suhtluspartnerit, need ma arvan, pakuvad raha.

Moderator: mhmh. Kuidas teile tundub, on nii?

M8: on küll nii jah

M9: ma olen ise ka netis kontakte otsinud, sebinud

Moderator: aga räägi, kuidas see oli siis?

M9: Ei no ma ei tea, siinsamas et kohtud mõne kena neiuga ja siis pärast ikka räägid kuskil MSNis või Facebookis ja siis lähete veel välja ja mis seal ikka

Moderator: aga kas enne oled temaga kohtunud päris-elus?

M9: jaja, ikka

Moderator: aga puhtalt virtuaalis...?

N5: aga kusjuures minul oli üks huvitav...mina sain reidis ä, tutvusin ühe Rootsi noormehega ja noh, siis me hakkasime MSNis rääkima ja me lõpuks saime kokku ka, et see oli nagu huvitav, et ikkagi...

Moderator: aga milline see noormees oli, et kas ta oli selline nagu ta netis oli või...

N5: jaja, ta oli, ta oli selline nagu ta väitis, et oli

Moderator: aga see on ju selline positiivne asi.

N5: jaa näiteks ja minu, Facebooki juurde tulles, mu poisi õde ee... tema on, leidis sellest Facebookist, vaata need mängud, pokkerit mängides...leidis samamoodi, ühe poisiga hakkasid rääkima, välismaalane, pool aastat suhtlesid ja nüüd eelmine kuu see poiss lendas Eestisse, said kokku ja nüüd on big love.

Naer

Moderator: no vot see ka, on selliseid positiivseid juhtumeid ka, et ei ole nüüd päris ainult perverd. Milliseks te oma arvuti oskuseid, arvutikasutamisoskuseid hindate?

M8: ma ei tea, suhteliselt nagu normaalseks, et kindlasti annab juurde õppida, aga... aga nagu saab hakkama

N5: põhilised need asjad saab tehtud kõik

M9: mhmh

Moderator: mis need põhilised asjad on?

N5: no filmide...piraatlus näiteks

Naer

N5: selliseid asju oskad kasutada ju

Moderator: aga millest puudust tunnete?

Paus

M8: hmm, ei oskagi öelda kohe

N5: siis, kui arvuti pekki läheb, siis ei oska küll midagi teha

M9: äkki on mingi programmeerimiskeeled ja muud sellised asjad, oskus teha igasuguseid rakendusi ja...

Moderator: ja selline dokumenditöötlus, Word, Excel – need on teil...

N5: jaa, me tegime just kontrolltöö.

M8: aga näiteks mina tunnen natuke puudust sellest, et ma ei oska väga pilte töödelda, et mingi siukest asja võiks nagu osata.

N5: jaa, sest siis kui ma olin väike, siis kõigil reidis olid tuunitud pildid, siis ma olin nii kurb, et mina ei oska.

Naer

Moderator: igavene trauma. Ee, nüüd läheme siitpoolt, kujuta ette et sa lähed esimest korda päevas netti, et mida sa teed seal, mis lehekülgedel käid ja...

M9: Mail. Mail on kohe esimene mul ja siis lähen netis Orkut, Facebook, Streetwork.org ja...

Moderator: Streetwork.org? Mis see on?

M9: see on foorum selline, arvutipõhine, sealt saab ka tähtsamad päevauudised ja mis on toimunud ja nõu ja mis nagu ja muidugi passid tühja...

Moderator: mis see „passid tühja“ tähendab?

Naer

M9: ei see on nagu, oled nagu (jõllitab kaugusesse)

M8: ma ei tea, mul on ka põhimõtteliselt nii, et panen arvuti tööle, siis mul on automaatselt kohe läheb MSN ja siis ma käin ka, mingid Facebookid ja Orkutid läbi ja loen vahest uudiseid ka ja...

Moderator: kust sa uudiseid loed?

M8: noo, postimees.ee näiteks ja siukseid asju...

N6: ka Gmail kõigepealt, siis MSN, Facebook ja siis uudised, Postimees näiteks...

Moderator: aga siit nagu, ma saan aru, et te olete sellised väga rutiinsed netiskäijad, aga kui tihti te päris uutele saitidele satute?

M8: vahest siis, kui mingi hullult igav on ja siis mingi surfad niisama seal, siis vahest ikka satud mõne päris huvitava...

N5: või keegi saadab midagi...mingi lingi või

M8: jah

Moderator: Just, nii N5?

N5: no minul on ka nii, et ma teen kohvi, siis ma istun arvuti taha, siis ma lähen kõigepealt Pärnu Postimees Online, siis Postimees, ja siis on mul niimoodi, et mul on seal riba peal kõik Orkut, Facebook, kava.ee (naerab), kõik need, mida rohkem kasutan...Buduaar, siis ma klõpsan need kõik seal läbi ja siis on samamoodi, passin niisama tühja ja klõpsin.

Moderator: ajaliselt, kui palju te iga päev olete, või kas üldse olete?

N5: oi, see on jöhker. Ma ei julge öelda.

Moderator: noh, et te ei... ei tunneks ennast halvasti, siis mina lõin ka oma tunnid kokku ja mina olen keskmiselt iga päev netis üle 12 tunni...

N5: okei, siis ei ole vist hullu

Moderator: nii et jah, võite päris julgelt tunnistada

M8: ma ei tea mul on nagu, noh pikemalt olen netis ütleme, mingi 3 päeva nädalas, aga muidu on niimoodi, et siuksed väiksemad, siis kui otsida midagi vaja või niimoodi, et siis käin, aga muidu on mingi, ma pakuks et viis tundi päevas võib-olla vä?

M9: mul ei olnud nüüd neli päeva internetti kodus ja see oli täielik paanika

N5: paanika (naerab)

Naer

M9: midagi ei saanud teha ja kodus ei olnud ka nagu midagi teha, kopp ees, et telekat ka nagu ei suuda vaadata, internetti on vaja. Ja siis ma võtsin arvuti ja läksin kesklinna Paradiisi juurde, istusin arvutiga autos ja klõbistasin. Aga muidu mingi neli tundi äkki päevas?

N6: mul tuleb mingi 5-6 tundi ära

N5: mul on ka niimoodi.

Moderator: aga see on siis peale, noh nüüd teil enam kooli ei ole, aga tavaliselt siis peale kooli...

N5: ei, ma vahepeal käisin enne kooli, siis peale kooli ja siis öösel magasin vahepeal.

Moderator: kas teil ei olnud koolis läптоpe kaasas? Ma vaatan, et praegu hakkab neid rohkem tekkima

N6: mkmm

M8: mul polegi veel arvutit näiteks

N5: polegi vaja arvutit koolis

M9: jah, kooli arvuti kaasa võtmine...välja arvatud mõnikord siis, kui on midagi väga kiiresti vaja teha, esitada, et ei viitsinud kodus teha, siis enne tunde...aga muidu ei.

N5: aga muidu oleks lihtsam teha küll, kui saaksid konspekteerida.

Moderator: aga iseasi, kui palju sa konspekteriks?

M8: jajah, pigem on ikka mingi Solitaire ja mingit siukest

Naer

N5: jah

M9: terve päeva mängid non-stop

Moderator: jah, eks ta kipub olema nii. Ee, nii, millistes suhtlusvõrgestikes, jah võrgestikes!

Naer

Moderator: võrgustikes! Kuhu te veel kuulute peale Facebooki?

M9: mmm, Orkut...Kas foorumid lähevad ka sinna alla?

Moderator: nojah, tegelikult küll ju.

M9: siis ma oled Streetrace, siis on iPhone foorum, kanep.info, mmm... siis...see ongi vist kõik

Moderator: mhmh

M8: minul ongi põhimõtteliselt, mingi...noh kirju loen Gmailist, Orkutis olen ja Facebookis, et rohkem ei olegi midagi.

N5: sinna alla läheb MSN ka?

Moderator: no natuke nagu läheb, kuigi tegelikult on seal ikka üks-ühele enamasti.

N6: Twitter, Facebook, Orkut ja rohkem pole.

N5: ka Gmail, Orkut, Facebook ja Buduaar (naerab) ja rohkem polegi.

Moderator: aga reidis teil enam kontosid ei ole?

N5: mkmm

M8: ei

M9: mul ei ole kunagi olnudki

N5: ei ole! Aaah, mingi tulnukas oled vä?

Naer

Moderator: Facebooki kui tihti te kasutate, kas iga kord kui te netis käite?

N5: tegelt, mina olen mõelnud, et see on õudne, see on minu arust nagu haigus, et sa tõesti...enne ma niimoodi ei kasutand üldse ja nüüd ikka põhimõtteliselt esimene... noh loen uudised ära ja siis kohe Facebooki.

Moderator: aga mis sa arvad, miks?

N5: ma ei tea, siis saab...Farmi vaja mängida ja...

Naer

N5: see on hea nagu, vaata, informeeritud oled kohe, vaatad seal, mis toimub, sõpradel ja seal..

Moderator: aga enamasti see info ei ole ju nagu maailma raputava tähtsusega, et see on pigem...

M8: jah, pigem siuksed väikesed asjad

M9: jah, pigem et „kukkusin täna“.

Naer

Moderator: aga miks see on huvitav meile, miks meil on vaja minna ja vaadata?

M9: elud muutused igavaks...seal on see faktor, et alati on midagi uut, tuleb. Kasvõi need uuendused, eriti need punaselt, et oo, vaadata neid ja klõpsida.

TÖÖRÜTMI SAAVUTAMINE II (00:15:38)

Moderator: mhmh, aga nüüd ma panen need siia kirja... et kui öelda, lihtsalt sõna Facebook, siis mis on need esimesed asjad, mis meelde tulevad?

N5: mängud

Moderator: mängud.

N6: inimesed

M8: mingi...suhtlemine

N5: reklaam

M9: sinine

Moderator: mhmh... Mis on veel?

M9: Farmville

N5: sein

Moderator: jah, sein just, hea eestikeelne vaste

N5: aa, need on need testid seal. Ma võtsin, eile testi, et mis su'ga õhtul juhtub? „Sa sured.“

Naer

Moderator: tiba morbiidne.

Naer

Moderator: aga saimegi mingid põhilised asjad ju kirja, inimesed ja suhtlemine...mis on noh selle...

N5: tead, mis on veel? Need üritused.

Moderator: mhmh, üritused jah. Mis on nendest kõige tähtsamad?

N5: suhtlemine, ma arvan

M9: sinine

Naer

M8: ma arvan, ka et suhtlemine, et see on ikka põhikoht seal

Moderator: aga sellest chatist rääkides, et kui palju te kasutate seda, sest see on ju nagu MSNi duubeldus?

M8: jah, aga samas seal on nagu see, et vahest osad sõbrad, keda MSNis pole, on näiteks Facebookist läbi käinud, et kui on vaja kiiresti kätte saada ja sa kirjutad talle seal, vahest on päris kasulik

N5: mina vihkan seda chati, sest et kogu aeg mingid rootslased ja ma ei tea, mis keeles nad räägivad, kogu aeg üritavad lihtsalt hakata rääkima, mingi...

M9: miks sul rootslased seal sõbralistis on?

N5: no aga see ei tähenda, et nad on mu sõbrad ju, kas see tähendab et on vä?

M9: jaa, nad ei saaks sinuga muidu rääkida ju

N5: (naerab) ei ole! Ma ei teadnudki, mingid Lindström ja ma ei tea kes veel

Moderator: aga sa ei tea, kes sul seal sõbralistis on vä?

N5: ei.

Naer

N6: mul on ka selliseid, kes lihtsalt lampi lisavad mingisugused, koguvad mingi...üks on mingi A.K. (nimi), kes mingi kirjutab nagu oma arust jube tarka juttu ja tal on mingi üle kahe tuhande inimese lisatud, täiesti lampi.

N5: aga äkki mul ongi lihtsalt niimoodi, et vaata, sõbraks lisajad, panen lihtsalt ok ära ja. Nüüd ma vaatan.

Moderator: aga mis need põhjused on, miks need inimesed koguvad endale teisi inimesi, keda nad ei tunne, sõbralisti?

M8: see on see põhiliselt see, mängude värk, et sa pead panema endal sõpru sinna kogu aeg ja siis nagu...ma arvan, et selle pärast.

N5: ähäh

Moderator: mhmh, kas te mäletate, millal ja miks te hakkasite üldse Facebooki kasutajaks? Sest see buum ei ole ju kogu aeg olnud, alguses oli reit, siis oli Orkut, et kõik olid seal ja nüüd on Facebook, et ee mis hetkel teie hakkasite Facebooki ja miks?

M8: ma olin mingisugune võib-olla aasta tagasi, et lihtsalt keegi saatis jälle selle mingi äää...no et saad nagu mailile saata selle requesti, et nagu hakka Facebooki kasutajaks ja keegi saatis mulle selle ja siis ma mõtsin, et päris palju tuttavaid juba seal ja võiks ka proovida.

Moderator: mhmh

M8: ja siis läksin nagu

M9: mul oli samamoodi, et ma esimesi ei viitsinud vaadata, et „see invites you“ ja siis lõpuks ma olin ma ei tea, mingi 30 või 40 inimest saanud, neid kogunes ikka, ja siis jälle tuletasid meelde ja siis ma mõtsin, et noh, igav oli ja siis registreerisin ennast ära.

Moderator: aga kas sa mäletad millal see oli?

M9: mingi poolteist aastat tagasi.

N5: mul oli samamoodi poolteist aastat tagasi, ma registreerisin alguses ja ei kasutanud seda, no lihtsalt registreerisin ära ja siis ma hakkasin ka vaatama, et kõik nagu, kes kasutasid ja siis IT tunni ajal mängisin Farmi ja siis vaatasin et oh...

Moderator: aa, IT tunni ajal mängite Farmi?

Naer

N5: jah, salaja

Naer

N6: ka mingi poolteist aastat tagasi, siis ma mingi pool aastat ei kasutanud, ma ei saand väga pihta, et mida ma teen seal, suht mõttetu tundus, aga nüüd on jah, peaaegu iga päev seal.

Moderator: mhmh. Eee, mida te seal alguses tegite, et noh need päris esimesed asjad, et kindlasti need tegevused muutuvad seal aja jooksul.

N5: ongi, mina ei saanud seal alguses midagi teha

Moderator: no aga esimene asi?

N5: Farm vist

N6: ma ei tea, mina tegin mingit testi, keegi saatis midagi

N5: ajaaaa, testid!

M8: olid jah, testid olid põhivärk

N6: ja siis hakkasid tulema need Farmville ja need

N5: kellega sa abiellud ja

Moderator: mis värvi okse sa oled

Naer

N5: jaaaaaaaa, ja kui palju sa Justin Beiberit armastad.

Naer

N5: olid jah testid

Moderator: mis...teil olid ka testid?

M8: jah, ma arvan küll

M9: vist oli küll.

Moderator: ja praegu, mis te seal teete?

N5: mängin. Suhtlen rohkem sõpradega. Alguses ma mõtlesin, et mis mõttes ma kirjutan mingi staatuse, et issand jumal kõik näeksid, aga praegu saab kirjutada küll.

N6: jah, mingid mängud ja..

M8: mul on ka pigem siuke igavuse peletaja, et ma lähen nagu sinna kui mul on tõesti igav, siis ma lähen ja mängin seal natuke aega ja... ma ei tea, muidu on lihtsalt, lihtsalt teen selle lahti ja siis vaatan nagu tegelikult vaatan nagu teisi lehti. Et siis kui igavus hakkab peale tulema siis.

M9: Ega ma eriti ei viitsi kasutada Facebooki, see on nii aeganõudev ja nii igavaks muutunud, et tegelikult need aplikatsioonid ja kõik on nii halvasti tehtud seal, need testid ja see näitab seda, et see tegelikult ei ole piisavalt arenenud.

N5: naljakas minu arust jah, et see info uuendus on seal kuidagi imelikult, sest näiteks, kui mina midagi teen, või keegi teeb kohe, siis mina seda nagu kohe ei näe..

M9: aa, sa pead panema seal selle live feedile, seal on kaks seda... seda seal, on live feed ja top news. Kui sa live feedile paned, siis näed kõiki, mis on kohe toimunud ja seal on hästi palju neid sõbraks saamiseid ja

N5: aaa (naerab)

M9: jah see top feed võtab, see on need postid mis on kõige rohkem like'i saanud

N5: aaaaaaa

M9: jah, et sordib, sinu suhtluse järgi, et see mis on nagu võib olla oluline sinu jaoks, see tuuakse välja.

Moderator: jah, top news ja most recent on need kaks valikut seal üleval. Nii, ämmm, kui tähtis on Facebookis info otsimine, info jagamine? Et just nagu selline info, mida sul vaja on?

M8: oleneb jälle inimesest vist, et pigem suhtlemine, nüüd keegi kirjutab sinna seinale ja teised nagu näevad seda kõike ja saavad kommenteerida, siis on üpris tähtis

M9: minu arust ei ole seal üldse tähtsat infot, et see on kõik selline hall mull, mis tegelikult ei ole tähtis. Et mingeid fakte ega midagi sellist eriti ei ole, pigem on see, et „oh mulle meeldivad su juuksed, sa oled nii armas“ ja like like like.

N5: minu arust seal on nagu sellist infot ka mida nagu ajalehel. Sest vaata, seal on ju reklaamid ja näiteks ma tean see sushirestoran Ahoy, vaata, tema paneb näiteks päevapakkumisi endale iga päev sinna, noh tegelt selles suhtes, et seal on ikka nagu...

M9: jah ja kas sa siis lähed iga päev vaatad enne seal ja siis sööma?

N5: ei, aga see hakkab silma lihtsalt, siis kui kala pole, siis ma võin minna (naerab)

Moderator: aga kas sa oled läinud, et vaatad sealt news feedist, et „sushi, oo siuke toit on, davai, läheks“?

N5: nii ma pole teinud, aga ma olen, ma vaatasin eile just, et mis minule oli täielik üllatus, et seal Porta kahes toimub mingi Baila õhtu...teate mis Baila on jah?

Moderator: jaa jaa

N5: et mingi Baila õhtu toimub seal, et kõik joogid on odavamad. Ja siis mul oli niimoodi et, uoooh, et see on vist küll jumala hea. Ma polnud kuulnudki, et niimoodi mängitakse ka.

Moderator: Kas see oli nende ürituste all või oli kuskil kellegi...

N5: kellegi seda... staatuses oli.

Moderator: N6?

N6: no ikka, sest seal saab nagu infot mõne kohta, kes on sul listis, aga pole pikka aega suhelnud, saad teada, mis ta teeb või saad kontakte ja...

Moderator: uudistel, nagu ma mõtlen päris ajakirjanduslikel uudistel, kas neil on mingi koht Facebookis?

N5: jah, Postimehel on seal leht

N6: jah, ja Õhtulehel on ka mingisugune seal

Moderator: aga kui tähtis see on?

M9: aga nad on tegelikult, nad on eristatud, et see ei ole nagu Facebooki osa, nad on lihtsalt seal, et keegi toob välja, sest kui sa sinna peale klikid, siis sa lähed ka ju tegelikult Postimehe leheküljele. Et noh see on lihtsalt... nagu see link tuuakse sinna välja, mitte nagu...

N5: see on ka reklaam ju nagu

M9: jah

M8: vahepeal nad ikkagi reklaamivad ju ennast.

Moderator: kui palju te olete näinud, et tavalised inimesed, mitte ajakirjad, lehed, reklaamivad...no mitte reklaamivad, vaid toovad välja neid eee linke uudistele?

N6: ja toovad küll

N5: päris palju

Moderator: kas te loete neid uudised?

M8: jaa

N6: jaa

Moderator: aga mis te arvate, mille alusel nad on teinud selle valiku, et miks nad just selle uudise on otsustanud nagu jagada selle ruumiga?

M8: no neile lihtsalt näiteks meeldib vöööö... .

M9: või siis on naljakas

M8: jah

N5: noh et saaksid naerda, no see üks uudis, kus mingi tekkis ühte linna auk lihtsalt, ma vaatasin, et M9-l oli see link just

M9: ei, mul oli pilt

N5: jaa ma nägin, aa see oli pilt hoopis. Aga noh, ma sain ikkagi infot sealt.

Moderator: meelelahutus Facebookis – kui tähtsal kohal?

N5: ma ei tea, minul on väga tähtis, sest ma mängin, Farmville'i ja Mafia Warsi ja Treasure Isle'i ja...

Naer

N5: ei noh tegelt, eee, noh mul ongi igavuse peletamiseks on ta tõesti, selles suhtes, et ta lahutab küll meelt.

N6: jah, aga kindlasti kellelegi ta ei ole üldse meelelahutuseks, aga ma arvan, et mulle kindlasti on jah. Et kui mul seal midagi teha poleks, siis ma ei läheks ka sinna.

M8: ma arvan, et ta nagu pigem ta ongi meelelahutuslik sait seal, et muidu seal ju väga palju ei käi, et kui lähen, siis ikka, et mingid mängud ja natuke aega raisata

M9: Mul on ka, et laed mõne pildi ja siis vaatad, et mis teistel on, niimoodi.

Moderator: kogukonnatunne on ka üks asi, mida... noh näiteks vaata Orkutis olid need kommuunid onju ja Facebookis on need grupid ja fännilehed ja nii edasi. Kas Facebookis on tähtis selline küünarnukitunne? See, et ma olen osa mingist grupist?

N5: mkmm

N6: mina... ei minul ka vist ei ole, pole vahet, ma arvan, et kedagi ei huvita see, et kuhu ma kuulun

N5: sest osad on ju sellised, et panevad järjest like like like like, kõigele like ja hullult kuuluvad nagu, aga tegelt on kõigil savi ja keegi ei käi seal

M8: mul on sama arvamus, et pigem see meelelahutuslik pool kaalub üle selle funktsiooni.

Moderator: et näiteks kas te kuulute sellesse Pärnu gruppi?

N5: ei

M8: ei

M9: aaa, ma Orkutis olen, aga Facebookis vist mitte.

Moderator: aga kas te liitusite selle „Kas see kurk saab rohkem...“

Naer

N5: jaa

N6: jaa

M8: jaa

Moderator: Kas seal ei tekkinud mingisugust sellist, et „oh ma olen ka seal nüüd“?

N5: ah ei, see oli rohkem siuke...

M8: see oli hästi lahe idee minu arust, nagu siuke...aga kusjuures seda on varem ka tehtud nii et...aga esimest korda mingi eestlane proovis vist.

ISESEISEV TÖÖ I (kuna osalejaid nii vähe, siis muutsin selle individuaalseks, paaristöö asemel) (00:27:46)

Moderator: oli jah. Nii, ja nüüd tegelikult ma annaks teile siukese väikese iseseisva töö, kus ma palun, et te mõtleksite... annan teile pastakad...kus ma palun, et te mõtleksite välja... noh ütleme siis, et igaüks äkki kolm sellist kindlat tüüpi, kes Facebookis on.

N5: nagu inimesed?

Moderator: jah, inimesed, inimesetüüp. Et noh näiteks, kui me rääkisime siin enne reidist onju, siis reidis on selline noor poseerija kindlasti üks tüüp, aga keda võib Facebookis kohata? Et kes need inimesed võiksid olla? Et püüdke joonistada neid.

N5: ma ei oska ju!

Moderator: ei, see ei ole üldse oluline, et see oleks mingi kaunis joonistus, et lihtsalt mõelge, mis võiks olla tema see ennast tutvustav pilt või mis on nagu põhiline, et kuidas ta seal Facebookis nagu silma jääb?

N6: ma pigem kirjutaks...

Moderator: ei, sa võid natuke kirjutada ka, aga püüa ikka kritseldada mingi pilt.

Paus 6 minutit, keegi ei räägi

Moderator: nii, aga M9, äkki sa kommenteerid enda omasid natuke?

M9: mmmm, esimene pilt on siis tegelane, kes kommenteerib absoluutselt igat pilti, isegi kaks korda mõnikord ja kõikidele piltidele vajutab seal like. Nii järgmine vend on mul Cool Guy. Tavaliselt ta nagu osaleb ikka ka nagu vestlustes ja asjades, aga tal ei ole isegi profiilipilti, tal on lihtsalt mingi nimi ja tavaliselt see nimi on ka siis alias. Ja siis kolmas on mul ühe sõbranna põhimõtteliselt prototüüp, et siin on siuke lause, et „mina olen täitnud 27 testi, õhtu saan surma“

Naer, N5 naerab kõige valjemini

M9: põhimõtteliselt täidab ja täidab terve päeva, ma ei tea, kas neil on igav või...eriti nõme on see, siis kui sa „aa, mis sa õhtul teed?“ ja siis mingi „Oh, feiss ütles mulle, et me peaksime minema välja sööma!“

N5: mina..mina...

M9: „mis me täna joome?“ „Aa, feiss ütles, et rumm koolaga!“

Naer

N5: okeiokei, aga mina tegin sellise testi, et kui blond sa oled ja ma sain null protsenti nii et... (naerab)

Moderator: selge, sul olid sellised tüübid välja toodud. Nii?

M8: mul on esimene on siuke nagu suhtleja tüüp, niimoodi nagu, et rohkem kasutabki nagu sõpradega suhtlemiseks ja noh umbes, et saab teada, et noh näiteks Bravos toimub täna mingisugune ma ei tea, mis pidu onju. Ja siis järgmine on meelelahutaja, et ta kasutabki rohkem nagu mängude mängimiseks ja testide tegemiseks, et selline hästi lahe koht tema jaoks. Ja siis kolmas on see pervert, kes otsib seal väikseid tüdrukuid või poisse, keda ahistada. Mingid Ahmedid või asjad, kes üritavad lisada friendsi.

Moderator: kusjuures...kas eestlased ei ole perverdid?

N6: on küll raudselt

M8: kindlasti mingil määral jah, aga nad...noh torkavad silma rohkem just idamaadest pärit siuksed mehed.

N5: võib-olla sa ei pane tähele.

Moderator: see on hästi levinud arvamus, et pervert on välismaalane, mitte kunagi eestlane.

M9: ei, aga kui ta on...kui ta on nagu eestlane, siis ta äkki ta liigitub sinna kategooriasse, et ta lihtsalt seab

Moderator: mhmh, a mis erinevus seal on? Näiteks ütleme, et eestlane ja türklane kasutavad täpselt samu sõnu?

M9: jaa, aga teises keeles ju, türklane tuleb: „Hi, how are you“ ja siis...

N5: „Do you have a cam?“

Naer

Moderator: jaa, aga kas see on normaalne, et tuleb Jüri näiteks ja ütleb, et „kuule, sul veebikaamera on vä?“

Naer

M9: pole kordagi küsinud
N5: see on normaalsem jah

Naeravad

M9: ei, see tundub võib olla normaalsem

Moderator: jah, kodusem keel...

N5: aga samas nagu eestlasega saad juttu ajada, teda tundma õppida, aga türklane on – kohe blokk. Ja see reaktsioon on selline (tõmbub järsult eemale).

Moderator: Nii?

N6: mina panin nad paika profiilifotode järgi, sest ma olen märganud, et need, kes lisavad sind selleks, et sõpru koguda, neil on alati endast tehtud mingi passipilt või midagi sellist. Ja siis nad osad tahavad mingisuguseid mõtteid jagada, ma tean, et mul on kaks tükki selliseid, üks on mingi usuhull, kes saadab igasuguseid asju ja teine on mingi IRLi, teeb mingit reklaami. Siis teised on, kellel on mingi suvakas pilt, enda pilti pole, onju ja siis nad lisavad sellepärast, et teil on näiteks 27 ühist sõpra või midagi sellist ja siis nad on umbes...need saadavad neid kutseid igasuguseid, mängude neid asju. Ja siis kolmandad on need kes teevad endale reklaami, et sellised muusikud või keegi. Näiteks Jana Kask lisab täiesti...täiesti lampi nagu...

Moderator: ise?

N6: lihtsalt käib ja lisab ise, et endale nagu reklaami teha ja näiteks Blacky on ka üks selline, kes teeb nagu, noh see on nagu tasuta reklaami koht, et väga paljud kasutavad seda. Ja siis noh muidugi on need sõbrad ja need on ka, ja neid sa nagu siis juba kindlalt tead, aga need, kes nagu siuksed põhilised, kes seal neid sõbrakutseid saadavad, need on siuksed suvalised.

Moderator: nii et see reklaam on ikka päris tähtsal kohal, nii näiteks muusiku jaoks kui ka näiteks turundajate jaoks. Olete te ka tähele pannud, et viimasel ajal jagatakse hästi palju neid a la jaga ja võida...

N5: jaa

N6: jaa, jaga seda linki ja.

Moderator: seda on jah palju juurde tulnud. Nii, mis sul on?

N5: minul on nohiklik, sest ma kujutan ette, et on inimesi, kes on niimoodi päevast päeva (ajab silmad punni ja imiteerib klaviatuuril kirjutamist)

Naer

N5: ja Facebookis nad teevad ka teste, nad mängivad, nad on pidevalt Facebookis, et noh... kindlasti teate siukseid inimesi. Okei, siis mul on Facebooki-tibi, kes kasutab Facebooki, sest tema sõbrannad seda kasutavad ja noh, ma tean ka selliseid inimesi, et selline jutt „ää, lähme tänaaa kuskile kluppi“ või midagi. Nii, siis mul on karvane välismaalane, kes otsib naisi.

Naer

Moderator: ohoh, kaks korda neljast on ohtlik välismaalane.

Naer

Moderator: mis mõttes karvane?

N5: no nad on ju karvased, sellised mustad, suured mehed

N6: mhmh

N5: õääääää

INFO JAGAMINE FACEBOOKIS I (00:40:32)

Moderator: okei, väga hea. Ee... kui rääkida nüüd järgmisest teemast, ehk siis see, mida teie ise teete, siis üritage mõelda, mis oli viimane asi, mis te jagasite Facebookis?

Paus

Moderator: kas teil on meelest, no viimane asi, mis te näiteks staatuseks kirjutasite?

N5: aa, mina kirjutasin, ma tean, ma eile kirjutasin 2paci tsitaadi ja siis mulle täiega meeldis ja ma mõtlesin, et äkki teistele ka meeldib ja jagasin seda

N6: ma kirjutasin viimati, et „pange need kirjandi tulemused põlema“

Naer

M8: mmmm, mul oli vist, ilmselt oligi mingisugune siuke asi, et eee, ma ei tea, et aaa, ma vaatasin viimati neid Family Guy characters in real life, neid värke ja siis pidi jagama, et näha neid pilte.

M9: mul oli lihtsalt, et „kool on läbi“

N5: jah, oli küll tal, ja siis mina mõtsin just, et oh jah tõesti, see teeb mu suve palju...paremaks

INFO JAGAMINE, INDIVIDUAALTÖÖ II (00:41:45)

Moderator: no tegelikult jälle mingit infot sa ju said sealt. Nii, nüüd ma toon need lehed siia välja ja teie ülesanne on selline... neid on kõvasti rohkem kui vaja...leida sealt üks lause, mida te tõenäoliselt kasutaksite oma staatusena, et mida te... mida te oleksite nõus kirjutama oma staatuseks.

N5: see peab ainult üks lause olema?

Moderator: jah, või siis, noh kui sul hakkab mõte jooksuma mingite lausete peale, siis võid kohe jooksvalt rääkida ka.

Paus 1,5 minutit, lehitsevad vaikselt.

Moderator: või siis mis oleks mingi uudis, mida te tunneksite, et te tahaksite jagada...

Paus 1 minut, lehitsevad.

Moderator: ja kui te miskit leiate, siis kohe, käige nagu idee välja...

Paus pool minutit, lehitsevad

M9: siin pole eriti sellist kollast...

Moderator: aa, Õhtulehte ei ole jah, et võib-olla sealt leiaks rohkem

M9: mhmh

Paus pool minutit, lehitsevad

Moderator: noh, leidsid midagi?

M9: jah. „Kaota oma süda kellelegi“.

Moderator: aoo, kust sa leidsid selle?

M9: koomiksist, „101 asja mida sa peaksid tegema enne, kui saad 16“.

Moderator: „Kaota oma süda kellelegi“ – väga nummi. Sa oled selline nummi poiss?

M9: jaa, olen.

Naer

Paus 1,5 minutit, lehitsevad

Moderator: noh...?

N5: „Disko pole oluline, punk on põhiline“ (naerab)

Moderator: nii, N5 leidis ka, miks sa just seda kasutaksid?

N5: sest see on selline konkreetne ja konkreetset lahe. Et ma olen seda isegi siukeses võtmes kasutanud, et meil oli see malev, siis meil oli kaks komandöri ja siis me ütlesime, et Risto pole oluline, Inga on põhiline

Naer

N5: et ei, see mulle meeldib, see lause alati, kuigi ise ma punkmuusikat väga ei kuula, aga see on siuke äge lause

Moderator: mhmh. On teistele hakanud midagi silma?

N6: võib-olla mingi ürituse kohta, et toimub miski särki värki kuskil ja siis ma kirjutan selle kohta ja....

Moderator: jah, no näiteks oli siin ju see Reiu Rocki asi...

N6: jah, seda küll jagaks.
M8: „Kauaks lund jätkub?“

INFO JAGAMINE FACEBOOKIS II (00:48:36)

Moderator: nii, mingisugused asjad me siis kätte saime sealt. Nüüd ma tahaks rääkida teiega...oot, ma võtan lehed eest ära...et kes...kes kuuluvad teie sõbranimistusse?

N5: mis mõttes?

Moderator: kes need on?

N6: et kes konkreetselt mul sõbralistis on?

Moderator: jah, et kas nad on lähedased sõbrad ja võib-olla te püüate isegi mõelda, et kui kõik sõbrad on 100%, siis kui palju on neist selliseid väga häid sõpru, kui palju on sugulasi, töökaaslasi, õpetajaid, võõraid, firmasid, muusikuid, noh vaadake...mõelge oma sõbralisti peale, et kes nad on?

M8: mina ei tea, mul on sõbrad, kellega ma päevast päeva suhtlen, mõned on noh, mõned nagu... mõni sugulane on ka, agaaa üldiselt jah, siuksed, kellega ma ikka päevast päeva suhtlen, päris mingeid siukseid ei lisa kes...keda võib-olla olen korra elus näinud ja siis nüüd järsku peaks hakkama suhtlema hullult.

N5: aga nemad võtavad sind ja siis sa lihtsalt acceptid

M8: nojah, siis on vahest, aga üldjuhul on noh... jah.

N5: ei mina mõtlen ka, et 80% on ikka lihtsalt mingeid tuttavaid, keda sa...no võib-olla ütled tsau või kes sind on näinud kunagi, või noh kes sind on näinud kunagi. Siis 1% on õpetajaid, klassijuhataja ja teie (naerab). Ja siis ongi 10% on kindlasti neid, noh nagu ma räägin (naerab), et ise sain ka teada, et need on mu sõbrad kõik, võõrad karvikud (naerab), aga mul neid kuulsusi või neid ei ole.

N6: enamuse ikka sõbrad, sugulased, klassikaaslased ja need inimesed, kes ise lisavad sind. Siis mõned muusikud ka, aga mitte niimoodi, et mingeid lampe pannud, et kui sa oled kellegi fänn ja ta teab sind, siis ta lisab sind, nagu niimoodi, mitte lampi.

N5: a kusjuures mina ei lisagi kedagi eriti.

N6: kusjuures, need...need kes nagu otsivad või kes lisavad ise...üks lisas neli korda mind, ma lükkasin tagasi ja ta lisab ikka uuesti. Ja siis saatis veel keegi tema sõbrasoovituse ka, et nagu ikka „lisa teda“ ja lõpuks ma lisisin ka.

N5: kas sina saatsid ka mulle ühe kutse, kas sa otsid ka sõpru ainult selle pärast, et sul oleks neilt midagi...?

Naer

N6: Ei....ma ikka tahtsin sõbraks saada

Naeravad

Moderator: nii, kuidas sul on?

M8: aaa, mul on 70% selliseid, keda ma ei tea, kellega ma ei ole päris elus isegi rääkinud
Naer

M9: päris palju kooli pealt selliseid lambi vennad, kes isegi ei ütle tere. Lihtsalt lisavad. Siis enamuse sõpradest, kellega ma läbi käin, ega ma ei suhtle nendega Facebookis. Pigem on ikka kaugemad tuttavad ja sellised.

N5: see on naljakas, et sa ütlesid, et need, keda sa nagu ei tea, aga vaata ongi, nad ongi nagu suhtlusportaalides nad ongi „oh, me oleme sõbrad“ ja siis kooli peal on (teeb ehmunud näo ja surub huuled kriipsuks)

Naer

Moderator: aga miks see on niimoodi siis? Tegelikult see on ju päris selline sõbralik zest, et kuule, saame virtuaalselt sõbraks...ja pärast on ikka vaikus

N5: jaajah

Moderator: aga miks seda ei ole, miks tekib pigem hoopis selline kramp?

M8: ei tea, võib-olla ongi see, et sa nagu suhtled nii vabalt seal netis ja siis, kui sa näed neid päris elus, siis nagu tekib siuke hirm, et mis ma nüüd tegema peaks, või kuidas peaks käituma.

N5: mida ütlema ja...

M9: Ma arvan, et see sai alguse sealt reidist, et seal oli ka sõbrad olid...listide kasvatamine, tegelikult olid lihtsalt sellised...inimesed on nagu objektid, mitte ei olnud nagu isiksused.

Moderator: ja siis kui sa näed teda inimesena...

M9: ...siis sa nagu ei tunnista teda või...

Moderator: ...ta on nagu mingi siuke pilt sinu jaoks?

M9: jah, sa küll lisasid ta, lihtsalt et, oh, ma tean teda, ma lisasin ta, aga ma ei suhtle temaga.

Moderator: see on põnev mõte, et ta on objekt ja ei eksisteeri päriselt. Mmmmm, aga kui palju on neid firmalehti, palju on ju viimasel ajal tulnud, et firmad ei tee endale nagu grupi lehti, vaid nagu inimese profiilina...

N5: jajajaja

Moderator: ja siis hakkavad su sõbrad, kui palju on selliseid?

N5: mul ikka on paar tükki, mul on see Estravel ja siis see Ahoy ja siis..

M8: Bravo

N5: Bravo (naerab)...Bravo on mu sõber

Moderator: kuidas te suhtute sellesse, kas see on õige?

N5: no kui nad ei hakka seda nagu ära kasutama või noh... samas, miks nagu mitte, et kui ta tahab, et äää...võib-olla tõesti, et kui koguda endale neid inimesi, kellega suhelda intiimsemalt või niimoodi, et selles suhtes, et jäädavamalt. Aga kui ta hakkab...nagu näiteks Estravel oma reklaami, reklaam-reklaam-reklaam, siis on nagu APPPIIIII! (peidab näo kätesse)

M9: aga samas on suhteliselt hea, et neil on informatiivsed reklaamid...

N5: aga neid on nii palju!

M9: et üks oli alles soodushinnaga olid reisirid Taise ja ma vaatasin neid pilte ja näitasin emale, ema helistas samal ajal juba sõbrannale, et „kuule läheme Taise!“

Naer

Moderator: no siis töötas hästi reklaam ju. Kes põhiliselt teie asjadele reageerivad Facebookis? Kas need on võõrad või kes?

N6: sõbrad ja muidugi osad võõrad ka kindlasti, noh need, kes ennast puudutatuna tunnevad eksole. Mul oli mingi...ühe korra, et kirjutasin sinna, et kui „Arno Orkutiga, või fei..feimiga Orkutisse jõudis, siis olid väikesed lapsed juba nagu Facebookis“, siis keegi tundis ennast jubedalt puudutatuna, et umbes, kuidas sa ütled nii...

N5: oota, ütle see lause uuesti korra

N6: et „kui Arno feimiga Orkutisse jõudis, siis olid väikesed lapsed Facebookis“.

Naer

Moderator: ilus eesti klassika tänapäevases vormis...

N6: ma ei tea ja siis tuli sealt, et“ mida sa arvad endast“ ja mingi et, „miks sa minu kohta nii ütled ja“...

N5: minu meelest on seal klassiga nii lahe diskussiooni arendada, et umbes N6 pani, et ühiskonna eksamitulemused tulid ja siis kõik panevad, et mingi telekast just reklaam tuleb ja „appi ma olen internetipanga need ära kaotanud, ma ei teagi, palju mul eksam on! Kuidas ma seda teada saan?“

Naer

M9: ajaa, klassivend oli jah nii

N5: jaa, ta sai teada nii

M8: mingi hull paanika

N6: vaesekene

Moderator: kas teil tekkis sinna siis selline oma maailm?

N5: jaa, täiesti

M9: seal kommentaarides küll

N5: täpselt, see oli jumala hea

Moderator: aga kas on ka keegi, kes ei tohiks seda näha, näiteks ütleme seesama näide, kus te arutasite oma punkte, et kas on ka mõni inimene, kelle eest see võiks varjatud olla?

N5: võiks küll. Aga me ei mõtle, sel hetkel, et on nii palju inimesi, kes seda näevad

M8: jaa, just!

N5: et nad näevad mis me teeme seal

M8: samas see, et minu arust me nagu need privaatsemad jutud teeme seal klassi kommunis ja me nagu ei räägi nii avalikult omavahel muidu

N5: jaa, Orkutis

Moderator: teil on kinnine kommun?

M8: jaa

N6: ja samas sa nagu ise otsustad, kes sul listis on ju ja sul on võimalik ju need kõik, keda sa ei taha, võimalik ära kustutada ja siis kõik privaks panna, et näiteks mul oli...

N5: on vä?

N6: jaa. Mul on võõras inimene, kes minu kontole läheb, näeb ainult minu profiilipilti ja ma ei tea, mul on seal vist kodulinn ja rohkem pole eriti midagi. Nii, et seal on kõik võimalused ju selleks.

Moderator: kui palju teie kasutate seda info kinnihoidmist, see peitmise variant on päris hea, kui palju te seda kasutate?

N5: ma ei teadnudki, et siukest asja saab teha

Paus

M8: noh, see on niimoodi, et see on nii oma asi, kui palju sa üldse sinna kirjutad, näiteks mina ei ole sinna profiilile väga palju kirjutanudki. Et ma pigem arvan nagu, et ära siis kirjuta, kui sa ei taha et teised näevad. See peitmine – noh selles mõttes, et kui saab siis saab, aga pigem nagu ära kirjuta sinna infot, mida sa ei taha, et teised näevad

M9: ma nagu ei kasuta isegi oma päris nime seal. Et ei jaga ka eriti informatsiooni.

N5: minu arust see on suht hirmutav, kui sa ennast googeldad, et vaatad – kuskil oled kunagi kuskil konto teinud ja see on ikka igal pool.

Moderator: aga kuidas ennast kontrollida, et sa ennast ei unustaks vahepeal? No näiteks seal Facebookis tegelikult seal laetakse päris palju mmm... huvitavat materjali üles...

N5: ajaaa, kui oli see hull läbu, vaata. Mul oli ka sõbralistis neid, kes kirjutasid, et „oi, need viidi sinna kainerisse...“

Moderator: see ongi hästi huvitav, et kuidas me... kuidas me nagu ei taju seda, kui paljud inimesed...

N5: jaa, ei tajugi

N6: mhmh, jaa, sest ma tean, mul sõbralistis oli üks, kes spikerdas mate eksamil, põhikooli lõpueksamil ja keegi õpetajatest läks ta konto peale ja noh... kukutati eksamilt läbi, spetsiaalselt nagu, mu meelest see on täiesti haige, mis sa kirjutad sellisest asjast. Et nagu ükskõik, kes oleks võinud ütlema minna, et „no tulge, vaadake, see on seal kirjas ju“.

N5: ja ma mõtlen ka, et need kümnendikud, kuulutavad sellist asja. Noh, alati on ju keegi koolist listis ja siis terve kool teab seda ja varem või hiljem jõuab see koolijuhtideni, õpetajateni.

Moderator: või isegi ajakirjandusse...

N5: jah just. Vaata oligi see...

N6: jah, ja ta võib ju pärast ära kustutada, kuskile jääb ikka, näiteks Twitteris on mingi Eesti portaali mingi kopeerib päris pikaks ajaks kõik Twitteri postitused ja paneb sinna oma sinna üles. Ma ühe korra avastasin oma postitused, mida Twitteris enam ammu ei ole, avastasin sealt, nagu et mis mõttes. Nagu täiesti lampi lihtsalt.

Moderator: on teil endal selliseid kogemusi, tagasi mõeldes praegu, et vaat seda ei oleks pidanud kirjutama.

Paus

M8: mul midagi siukest konkreetset meelde ei tule, aga kindlasti kuskil midagi on, et pärast mõtled, et oleks võinud natukene vähem kirjutada. Aga midagi konkreetset ei tule.

Moderator: kuidas teil sellega on, et näiteks, et kui te postitate midagi, kas te mõtlete mingitele kindlatele inimestele, kes seda naudiksid?

N5: jaa

M8: jaa, kindlasti

N6: jah

N5: ma ei mõtle elu sees sellele, et kui paljud reaalselt seda tegelikult näevad.

PROBLEEMID INFO JAGAMISEL (00:59:14)

Moderator: agaa, nüüd on kaks ülesannet teile veel, kui me juba siin selle teema juures oleme, siis teeme ühe väikese harjutuse. Vaatame neid järgnevaid staatuseid ja öelge mulle, mis teie esimene reaktsioon on, et kelle eest see võiks näiteks olla peidus, varjus. Aa, enne veel, kui palju te üldse kasutate seda varianti, et jagate oma sõbrad ära listidesse ja sii, s kui te kirjutate mingi staatuse, et siis te panete, et näed, seda võivad näha ainult mu orkestirikaaslased või mu klassikaaslased...

M8: ei tea, eriti nagu ei kasuta, sest ei viitsi neid sõpru nimekirjadesse jagada

N6: jah, ei kasuta

N5: ja neid tutvavaid on nagu nii palju.

Moderator: et siis lähevadki nagu reeglina kõigile. Aga noh, kelle eest võiks olla näiteks see peidus? („Miks jalka MM Aafrikas toimub? Vaesemat riiki ei tahtnud valida?“)

M8: noo, ma arvan, et kui sul on mõni sõber Aafrikast näiteks... tema eest võiks varjata

Moderator: kas on veel keegi? On selles midagi imelikku ka?

M9: miks?

Moderator: noh näiteks, kas geograafiaõpetajale võiks seda näidata?

Paus

M9: aa

N5: haa... Aafrika on ju... ei ole riik!

M8: aa, jah

Naer

Moderator: nii, vaatame veel järgmist: („X, sa oled ikka eriline vördjas!“)

N5: no, kõik võivad ennast puudutatuna tunda sellest...

M8: jah

Moderator: mhmh. No X võiks mingi nimi olla, no näiteks Kristo, sa oled ikka eriline vördjas!

M8: no ja siis on sõbralistis mingi 10 Kristot, kes mõtlevad, et ööö... miks?

N5: eriti kui sa veel näiteks ei saa selle inimesega hetkel kõige paremini läbi, siis võid mõelda, et issand ma ei tea...

Moderator: aga mis... miks üldse siukest asja on vaja kirjutada oma staatuseks?

N5: ei olegi vaja

M8: oled mingi ühe inimese peale jube vihane ja on vaja end välja elada

Moderator: aga kas ei oleks mõttekam talle kirjutada otse kiri?

N6: parem ütle otse näkku, miks üldse mingi...

M8: ei no muidugi, on vaja ju asjad ju näha, või nagu kõigile teadustada, et meil on probleem

Moderator: aga mis kasu sellest on?

N5: saavad oma tähelepanuvajadust rahuldada, see on umbes, et „oh räägi, mis juhtus midagi vä?“

M8: jajaa, „tule, ütle“

N5: „kes on vördjas“

M9: „kas ma saan sind kuidagi aidata“ tuleb kommentaaridesse ka.

Moderator: jah, nii võtame järgmise. („Kell on 5 hommikul, jamai saa mitte idagi aru :D :D :D“)

Naer

N5: no see...seda varjaks kindlasti õpetajate eest!

Naer

Moderator: kellele veel ei näitaks?

M8: vanemad kindlasti

Naer

M9: mul oli ka kusjuures ükspäev siuke. Käisime... ma ei tea, Tallinnas hoorasime ringi vanalinnas ja mingi venelane tuli, ma ei tea mingi kickpoksija vend või ma ei tea, mis ta üritas olla, ja siis ta üritas mind jalaga lüüa ja ma tõmbasin kohe talle korralikult kohe tahti, siis ta kukkus sinna pikali vastu asfalti. Noh ise tuli ju!

Moderator: noooooh, ja kuidas see Facebookiga seondub....

M9: no ja siis läksime tagasi korterisse ja siis ma kirjutasin sinna mingi, et kuradi venelased, et mul on käsi nüüd väga valus või midagi. Siis kui hommikul vaatasin, ise ei saanud ka aru, mis ma kirjutasin, mingid keelevead ja kustutasin ära

Naer

N5: siis kui mina ikka niimoodi öösel...aga ma pole postitanud, aga ma olen sõnumeid saatnud sõbrale, et pärast hommikul vaatan, misassssi see veel on, aru ei saa.

Moderator: jah, aga Facebookiga on täpselt sama asi tegelikult...et see drunk-texting on väga suureks probleemiks paljudele, aga nüüd on veel see drunk-facebooking ja drunk-blogging tulnud juurde tõesti.

M8: mulle ükskord sõber kirjutas sõnumi niimoodi, et ta oli vist Bravost tulnud ja ma ei saanud absoluutselt mitte ühestki sõnast aru.

Naer

N5: ja siis ka helistad täis peaga, „ohohooo, bäuuväuu!“

Naer

Moderator: aga mis järgmisel päeval tehakse, noh siis, kui on sellised staatused, kõned või SMSid?

M9: need kaovad.

M8: siis ollakse nii (lajatab peopesaga vastu otsmikku), ohhhh

N5: jube, kui ma siukse asja kirjutaks, siis ma oleks järgmisel hommikul, kui ma Facebooki läheks nii, et midaaaa? Mul oleks nii häbi.

Moderator: millist jama see veel võib tuua, kui sa kirjutad näiteks klubist tulles mingit jama?

N5: kui on...

M9: kui on alaealine, siis jah

Moderator: kas seda infot saab ära kasutada alaealise vastu?

M8: seda vist ei saa, aga...

M9: mkmmm

N5: sa võid öelda ju, et ma tegin nalja või

M9: esiteks see on privaatinfo ja kohtus ei saa ega saa...see ei jää vett pidama mitte kuidagi

N5: mhmh

N6: ei saa jah.

Moderator: mm. Aga näiteks kui ma teen sellest screenshoti ja siis ma olen selline kuri õpetaja ja lähen direktori juurde ja ütlen: „Vaata, kümnenda klassi õpilane...”

M9: tegelt ei tohiks ikka midagi juhtuda.

Moderator: käskkirja ei saaks anda?

M9: mkmm, see on siuke kahtlane asi, ei saa ikkagi tõestada. Ja on rikutud mingeid nõudeid. Ei saa ligi ka tavaliselt

Moderator: avalik info võib olla ju...

M9: no aga siis ta peab ju su sõber olema, muidu ei tohi seda infot näha.

N5: M9, kuule, aga vaata, kui see Koidula läbu oli, siis see tuli samamoodi netist välja ju

M9: no see tuli netist välja, aga seal olid ju nagu tõendid taga, et see toimus, vaata...

Moderator: oota mis Koidula jama?

N5: no vaata kus see hull jama oli, et Koidula need mingi...et mingi peksti

M9: ...ja jube läbu oli...

M8:...jaa ja aknad sisse löödi

N6: aa see mingis villas jah?

M8: jah, mul vana klassiõde oli ka seal

Moderator: aga sellele saadi siis netis jälile?

N5: jaa, ja sellest haarasid kohe kõik kinni, Õhtulehed ja asjad jaaa

M9: a sealt üks ju helistas ka juba ajakirjandusse, võib-olla mingi sugulane oli ajakirjanik

N5: igatahes see oli jah, et vaata, hullult netist otsiti selle kohta infot ja pilte ja

M9: a sealt ei tulnud mingit jama, see jama tuli ju koha pealt, kus pärast küsitleti, sa ei saa ju hukka mõista selle põhjal, mis keegi nagu...

N5: ma kujutan seda ette, et okei, kui sul ei ole nii privaatne, või näiteks sa ei tea, et ta on su sõbralistis ja siis ütleme näiteks, et kümnendik läheb... tahab suveks tööle minna ja siis see vaatab, et aa, normaalne mingi siuke asi on ajaloos

Moderator: jah, tööandjad vaatavad küll ja on inimesed päris palju kahju saanud mmm niimoodi. Nii: („Õetütar hakkas just käima! Niiiii nunnnnu! Ja kohe kakas püksi ka“) Et mis te sellest arvate?

Naer

N5: see viimane lause oleks võinud olemata olla.

M9: aga see on samas...teeb selle asja huvitavaks

M8: ma ei tea

M9: teeb naljakaks selle asja

Moderator: kui suur osa on üldse naljal ja huumoril Facebookis, kas see on tähtis, et asi oleks naljakas?

N5: aga ikka ju, siis on huvitav

M9: mhmh

Moderator: üldse see titeteema on tegelikult selline omaette probleem, et noored emad teevad tihtipeale blogisid, no võib-olla on igav ja siis pannakse oma titepilte ja infot üles, kogukonnatunne tekib, et teised emad loevad ja kommenteerivad, saavad suhelda. Aga selle lapse seisukohast, et kujutage ette, et teie ema oleks blogi pidanud sünnist saati, kas te...

N5: mkmmm

N6: ei

N5: minu arust üldse ei tohiks neid pilte oma laste või sugulaste väikseid pilte üldse panna, sest neid võidakse niimoodi ära kuri...või noh kuritarvitada, et noh, mina küll ei julgeks panna siukseid pilte üles.

Moderator: aga üldse teistest inimestest piltide üles panemine? Kuidas te sellesse suhtute? Et noh näiteks oma sõpradest?

N6: tuleb ikka luba küsida

M8: nende enda ...

N5: tihtipeale muidugi pannakse noh

M9: ma ikka topin täitsa tuimalt üles

Naer

M9: oled ikka kaamera ette jäänud, siis...

M8: oma viga, onju

Moderator: on sul sellest jama ka tulnud?

M9: mkmm

Moderator: et keegi kirjutab, et „uuu nii kole pilt!“

N5: ma olen ise ka niimoodi teinud

M9: paar pilti on sellised olnud, aga ma pole nagu viimasel ajal eriti laadinudki.

N6: ja samas vaata, Orkutis sai ka kustutada, et kus sa oled ära märgitud, aga Facebookis ei saa vist.

Moderator: mhh, nii, järgmine: („Aja neeger hüppesse, aja neeger hüppesse“)

N5: näh.

M8: siukseid on tegelikult hästi palju, igasuguseid laulusõnu.

Moderator: miks laulusõnu pannakse oma staatuseks?

M8: ma ei tea, see on popp ja noortepärane, mingi ilus mõte on...

Moderator: kelle eest see võiks varjus olla?

N5: mustanahaliste. Aga mina ei ole...ma vaatasin, kui Jaapan mängis mingi mustanahalistega jalgpallis, siis ma kirjutasin ka, et „kuradi japsid“, ma olen ka rassistlike kalduvustega, aga teistpidi.

Naer

N5: ma ei tea, minu meelest see on üldse niimoodi, tegelikult nii mõttetu, see oli nii ammu kui oli tõesti põhjust võib-olla, tegelt ei olnud aga... noh, kui arvati, et nad on nagu orjad, inimestest madalamad, aga praegu on juba ammu tõestatud, et mustanahalised inimesed on palju edukamad, või noh... võivad olla edukamad, rikkamad, ei ole vahet, nagu mis nahavärvusega on, minu arust.

Moderator: noh muidugi meie kogukonnas...no milliseid kommentaare see staatus võiks saada?

M9: „aja-aja“

N6: tagantõhutavaid, et ooo jee, äss

Moderator: nii, no see järgmine ei ole onju väga raske ette kujutada... („Vanemad lahkusid. Poole tunni pärast kõik meile! Tarbitav kraam endal kaasa võtta!“)

Naer

N5: kõik meile? Ma kujutan ette, mis ta kodust pärast järgi jäi.

Moderator: ja see võiks olla varjus...?

N6: vanemate eest

M8: õpetajad kindlasti

N5: mingid lambid

M8: sugulased mingisugused, kes võivad...

N5: tädid-onud

Moderator: ja siis võib-olla need sõbrad, keda tegelikult...

N5: kes ei ole peole kutsutud. Ma just mõtlen, et kui sa siukse saadaksid, issand jumal, pool Pärnut oleks kohal ju

M9: jah

Moderator: ma just mõtlen, et kui sa kirjutad sellise asja, kuidas sa ei mõtle sellele, et sul on vanaema listis, mis ajuga toimub?

M8: näiteks see pidu, mis seal Viisnurgas oli, vaata eks, kus noored võeti maha. Aga seal oli ka umbes niimoodi kuulutatud Orkutis ja Facebookis, et oh, „kuulge nüüd on minu sünnipäev, tavai kõik tulge, kes seda loevad“.

N5: isssand, kus inimese aju on?

M9: või saadeti kutseid, aga selle said kõik, kes sõbralistis olid.

M8: ma arvan, et põhimõtte on sama.

N5: aga tegelt, see on ju ajuvaba. Isegi kui sa kutsud mingid oma sõbrad ja võib-olla mingi tuttav, siis on ka oht, et nagu joovad täis ja siis hakkavad mingi kaklema. Aga kui sa mingi lampe kutsud, siis nad tulevadki, et oo, nii lahe saab peksta. Need on siuksed pohhuistid.

Naer

Moderator: nii...võtame järgmise, mis meil siin on („Nii haige, 39 palavik ja kõht on täiega lahti. Aaaaa....piiii.“)

N5: kõht on lahti...jälle mingi...(itsitab)

Moderator: mhmh

Naer

Moderator: et mis siis...kelle eest see võiks peidus olla?

N5: kõigi

Naer

Moderator: samas selline naturaalne asi ju...

M8: ei tea jah

N5: ma ei kirjuta ju, et oksendan oma soolikaid hetkel välja kuskile

M8: nojah, minu arust ka see on juba natukene liig juba

N5: jah, ma ei tea, käisin just vetsus või...

M8: jaaajaa

Moderator: nii, see ei tohiks ka väga raske olla („Vihkan kooli. Pange põlema ennast.“)

N5: kusjuures, tegelt on selliseid olnud.

N6: mhmh, on

Moderator: kui vanad inimesed üldse võiksid kirjutada siukest saatust?

N5: ah, ma arvan, et see on mingi põhikooli...

M9: 13

N6: tundub rohkem põhikooli viha olema, jah

Moderator: miks, mis te arvate miks kaheteistkümnendik näiteks sellist staatust ei kirjutaks?

N5: tal pole netti võib-olla

Naer

N5: ma ei tea... aga samas me kirjutasime ka, et me paneme REKi põlema.

Naer

Moderator: nii, ja viimane („Vennaga Hesburgeris, tellisin just kaks burgerit, salatit ja jäätist vist ei jaksa süüa. Aga võib-olla jaksan ka...“)

N5: nooh, ma ei tea. Tahan Hessi!

Naer

Moderator: miks sellist kirjutatakse?

N5: et tahetakse lahe olla või... ma ei kujuta ette

M8: ei tea, kas siukest asja on ikka vaja

Moderator: aga kirjutatakse ju täiesti tavalistest asjadest, et „oh, käisin just seal ja tegin seda“.

M9: aga sealsamas, mõned inimesed kirjutavadki kõigest, mis nad teevad, et see on nagu omamoodi blogi

Moderator: mhmh

M9: ...nende jaoks

M8: jah ja vaata Twitter on ka põhimõtteliselt siuke asi, kus nagu kõigest kirjutatakse lihtsalt

Moderator: mis kasu sellest on?

M8: ei tea, osad on vist välja jäetud

M9: et äkki tahab ka tulla sinuga Hesburgerisse?

Moderator: millised on tüüpilised kommentaarid sellise staatuse juures?

N5: „nämm, tahaks ka“

N6: „tahaks ka“ või midagi sellist

M9: „oh, tahan ka“.

Moderator: nagu eputamine natuke?

N6: kõik oleneb, kellele...

M9: samas Hesburger on selline... suht leim värk

N5: võib olla küll. Aga näiteks ma arvan, et see on jälle väiksem... nooremate kirjutatud

M9: mhmh

INFO JAGAMINE FACEBOOKIS, INDIVIDUAALTÖÖ III (01:12:58)

Moderator: nii, ja nüüd on mul teile täitsa viimane ülesanne, mis on selline kirjalik ja iseseisev jälle. Ma annan teile ette... kujutage ette, et need on Facebooki staatused ja püüdke ette kujutada, mis... milline nagu teemaarendus läheb selle staatuse all lahti. Et kõigepealt on seal see staatus, siis kujutage ette, mida võiks tema sõber sinna esimesena kirjutada, siis mida kirjutaksite teie, kui te üldse sinna midagi kirjutaksite...

N5: aga mis päeval see on?

Moderator: no ütleme näiteks, et see on reede. Ja mida võiksid tema tuttavad sinna kirjutada. Püüdkegi mõelda, kuidas käituvad tema sõbrad ja kuidas tuttavad. Ja teie võite olla tema jaoks tõepoolest kas... kas või võõras.

Paus 4 minutit, kirjutavad

N5: ma ei saa sellest aru „ma ütlesin narkootikumidele ei, aga NAD ei kuulanud mind“, kes nad ei kuulanud...

M9: (naerab) sa ei saa sellest aru vä?

N6: noh...nagu...pani narkotsi, aga noh...nagu...mitte tema ei tahtnud neid võtta, vaid nemad nagu...

N9: (naerab)

N6: läksid talle

M9: muidu ei kasutanud narkootikume, aga noh... narkootikumid ei kuulanud sõna

N5: aa, nagu narkootikumid on NAD vä?

N6: jah

M9: jah

N5: aaaaaa!

Naer

Paus umbes 1 minut, kirjutavad

Moderator: nii, räägime, mis te arvate, näiteks see esimene „mis täna toimub?“ kas selliseid kommentaare...

M9: see on tüüpiline koolivenna pealkiri, ma vaatan

N5: jah

Moderator: mhmh, ja millised need reaktsioonid seal on tavaliselt?

N6: suht koht ikka, et Bravosse...

N5: jah

N6: ja mingi, et tuled ka vä?

N5: piduu!

M9: mina panen selle „piduu“ kogu aeg

N5: mina panen ka

Moderator: järgmine, „kas saab veel hullemaks minna...“

N5: ma kujutan ette, et see sõber nagu lohutaks teda

N6: jah, ja siis küsivad, et „oi, mis sul juhtus ja mingi vaesekene“ ja

N5: jah

Moderator: miks...miks peab oma selliseid elu madalpunkte teistele näitama, et kas tavaliselt selliseid asju just ei peideta teiste eest?

N6: võib-olla otsitakse just kaastunnet

N5: jaaa, ja sest MSNis on ju ka pidevalt mingid pannakse nutumärke ja..

N6: et kõik lohutaksid

Moderator: ee...kui...kui palju te teate Facebookis sellist õelutsemist või... et kus näiteks keegi paneb sellise...sellise staatuse ja sinna alla on kirjutatud et „grow a pair“ või ma ei tea, „noh võta ennast kokku“ ja...

M8: no, osadel inimestel on siiber lihtsalt juba, vaata, seda on lihtsalt nii palju seal

N5: jah, mida sa halad...nagu tõesti

M8: seda näeb ju igal pool

Moderator: aga kui palju sellist nagu kurja suhtumist näeb?

M8: tegelt päris tihti, aga noo... omamoodi, ma ei tea, ma saan sellest ka nagu aru, no tõesti, noo, on vaja siis siukest asja nagu netis kirjutada, et...

N6: omaette...

M8...no, et nuta patja või midagi

N6: no paljud jätavad kommenteerimata ka lihtsalt, et nagu mõtlevad issand...

N5: jah, mul on ka nii, oh jälle ma ei viitsi.

Naer

N5: jaa, ja siis ongi kõige parem on see, et näiteks, ma ei tea... Maria Murumaa on vallaline, vahepeal hõivatud, järgmine päeva Maria Murumaa on vallaline, järgmine päev Maria Murumaa on hõivatud

Naer

N5: et eriti tempokalt, mingid kurvad meeled ja siis lepivad ära ja siis jälle, sa nagu näed...

Moderator: et sa näed nagu tervet seda suhtekriisi seal Facebookis...

N5: jah, just

Moderator: kuidas võib sellise info avaldamine sulle kahjulikult mõjuda?

N5: see on ju eraelu, selles suhtes, et... ma ei tea...

M9: Nüüd on nii, et paned seal „vallaline“ ja on õhtuks tüdruk olemas

Naer

Moderator: no aga võtame selle teise äärmuse, selle viimane, armastuse-staatust seal...

N5: aga üldiselt ma ei viitsi eriti, sest et nagu... Noh okei oletame, et ma olen ise ka nagu sarkastiline, sest see on ka nii tüüpiline, ma ei nagu...okei, ole õnnelik, aga nagu tõesti...

Moderator: kas sa ise ei ole kunagi selliseid staatuseid kirjutanud?

N5: Facebooki küll ei ole.

Moderator: aga MSNi nimeks või...

N5: no niimoodi ma ei ole pand, võib-olla mingi süda või selles suhtes tõesti võib olla...

Moderator: mhmh, aga mida sellest arvata, sest noh tegelikult see on ju tore ja positiivne...

N5: jah selles suhtes ongi, et nagu ma kirjutangi, et õnnitlen või selles suhtes et...ma nagu ei oska...

M8: mida ma siis tegema peaks, nagu umbes...?

N5: jah, et okei ole nagu tubli, tubli oled, aga see on ikka kuidagi...

M9: mina kirjutasin, et „oled vangis“

Naer

Moderaator: nii, enam ei ole nummi poiss jah

Naer

N5: tegelt just see, et „kas saab veel hullemaks minna, broken and hurt“, tegelt ma kirjutasin sinna, et „parem õudne lõpp kui lõputu õudus“.

Naer

Moderaator: ja siis need kaks, noh näiteks see kolmas on täiesti absurdikas onju, et kui palju te olete tähele pannud selliseid staatuseid, millest te päris hästi aru ei saa?

M9: ei, aga see on päris hea, sellele jääb silm peale, jälllllleeee...

Naer

M9: seda ma kasutaks, sarnast midagi

Moderaator: et kehaliste funktsioonidega seoses, siis on...

Naer

M9: ...täielik analüüs, et saad rikkaks...

Moderaator: aga samas see on väga isiklik teema, natuke sürr. Ja üldse on hakanud silma, et on väga palju staatuseid, kus on nagu siseringi naljad, millele mina pihta ei saa..

M8: inside jokes jah?

Moderaator: jah

M9: on jah

Moderaator: aga miks inside joke pannakse niimoodi laiale ringile?

N5: aga see ongi seesama, millest me enne rääkisime, et sa mõtled ju ainult teatud inimestele, kellele sa tahad seda öelda, aga tegelikult nagu realselt näevad seda kõik

M8: jah

Moderaator: just. Ja siis see narkootikumidele ei ütlemine, mis reaktsioonid?

M8: ma kirjutasin, et äkki nad on kurdid, et ei kuulanud

Moderaator: mhmh

N5: no, ma ei saanud aru, kirjutasin üldse valesti, sodisin üle

Naer

N5: mina kirjutasin alguses, et „kes need sind ei kuulanud?“

Naer

Moderaator: aga mis seal edasi võiks...et kujutame ette, et sa olekski kirjutanud, et „kes sind ei kuulanud?“, mis seal edasi oleks võinud tulla?

N5: no M9 oleks mingi hea kommentaari, pirni sinna maha pannud kindlasti

M9: kindlasti.

Moderaator: kuulge aga ma väga väga tänan teid, et te tulite ja viitsisite lausa poolteist tundi pühendada oma aega. (01:24:25)