

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

**TEISMELISTE TÜDRUKUTE VIRTUAALSE
IDENTITEEDI KONSTRUEERIMINE JA
ENESEVÄLJENDUS BLOGIDES**

Bakalaureusetöö

Autor: Elina Peedson
Juhendaja: Andra Siibak, MA

Tartu
2009

SISUKORD

<u>TEISMELISTE TÜDRUKUTE VIRTUAALSE IDENTITEEDI KONSTRUEERIMINE JA ENESEVÄLJENDUS BLOGIDES</u>	1
<u>SISUKORD</u>	3
<u>SISSEJUHATUS</u>	5
<u>I TEOREETILISED LÄHTEKOHAD</u>	7
1. Identiteet ja selle konstrueerimine teismeliste puhul.....	7
2. Teismeliste identiteedi konstrueerimine Internetis.....	8
3. Sugu Internetis.....	9
4. Interneti roll noorte igapäevaelus.....	9
5. Blogi definitsioon ja funktsioonid.....	10
6. Noorte eneseväljendus blogides.....	11
7. Kokkuvõte seminaritööst.....	12
8. Uurimisküsimused.....	13
<u>II MEETOD</u>	15
1. Kontentanalüüs.....	15
2. Kontentanalüüsi kategooriad.....	16
3. Valim.....	20
<u>III TULEMUSED</u>	22
1. Blogi kujunduses ja virtuaalse identiteedi konstrueerimises kasutatavad vahendid.....	22
1.1 Profiilis avaldatud informatsioon.....	22
1.2 Blogikujunduses kasutatavad vahendid.....	23
1.3 Värvid blogide kujunduselementidena.....	25
2. Eneseväljendusviisid ja –vahendid blogides.....	28
2.1 Sissekannetes kasutatavad tekstilised vahendid.....	28
2.2 Sissekannetes kasutatavad keelelised vahendid.....	29
2.3 Sissekannetes kasutatavad visuaalsed vahendid.....	30
3. Teemavaldkonnad, tonaalsused ja emotsioonid blogi sissekannetes.....	31
3.1 Blogipostituse teema.....	31
3.2 Sissekannete üldine tonaalsus.....	32
3.3 Sissekande emotsioon.....	34
3.4 Blogija enda kirjutatud tutvustava teksti tonaalsus.....	35
<u>IV JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON</u>	37
1. Järeldused.....	37
Põhjus, miks tutvustavad tekstid ürpis arusaamatud luuakse, võib peituda selles, et teismelised tüdrukud püüavad paljuski jääda salapäraseks ja müstiliseks – just seda näivad nad ka taotlevat napsõnaliste võõrkeelsete lausetega, mis laenatud mõnest laulust või filmist. Omaette kriteeriumiks näibki olevat see, et tekst võimalikult segane ja küsimusi tekitav jääks.	45
2. Diskussioon.....	45
3. Tulemuste võrdlus seminaritööga.....	50
4. Meetodikriitika.....	51
Üheks probleemiks uuringu puhul oli valimi koostamine. Esialgseks töö fookuses oli noored üleüldiselt ning alles töö edasise arengu käigus said fookuseks ainult tüdrukute blogid. Seda seetõttu, et teismeliste poiste hulgas lihtsalt ei ole blogimine kuigi populaarne. Leidsin, et kui valimisse oleks jäänud 10% poisse ja 90% tüdrukuid, ei oleks olnud tulemused kuigi usaldusväärsed, et teha üldistusi kogu noorsoo kohta üldiselt või poiste kohta eraldi. Seetõttu sai fookus muudetud just tüdrukutele orienteerituks.	51

Meetodikriitika puhul on oluline välja tuua ka see, et töö käigus loodud kategooriatest mõningad ei olnud väga omased kontentanalüüsile: emotsioonide ja tonaalsuste hindamisel ei ole tegelikult võimalik jääda täiesti objektiivseks ning ei saa väga kindlalt väita, et kui mõni teine uurija sama analüüsi kordaks, siis jõuaks ta täpselt samade emotsioonide kategooriateni.

.....	52
KOKKUVÕTE.....	53
SUMMARY.....	55
KASUTATUD KIRJANDUS.....	57
LISAD.....	60
Lisa 1. Kodeerimisjuhend.....	60

SISSEJUHATUS

2007. aastal Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi poolt läbi viidud uuringust „Noored ja Internet“ selgub, et 70% 11-18 aastastest noortest kasutab kodus Interneti. Sellest uuringust selgub ka, et koguni 58% noortest veedab Internetis kolm või enam tundi päevas. Eelnevad uuringud on peamiselt uurinud noorte tutvumisportaalide kasutust, eriti rate.ee'd (Laos 2007; Miljan 2007; Pruul 2007, Murumaa 2006), ometigi ei piirdu noored Internetis toimetades vaid tutvumisportaalidega. Uuringust „Noored ja Internet“ selgub, et 20% noortest on mingil ajahetkel oma elus pidanud ka blogi. Mida noored oma blogides aga teevad – seda veel väga palju uuritud ei ole.

Teismeliseiga on aeg eneseavastusteks ja oma *mina* leidmiseks, seetõttu on kindlasti oluline jälgida ka seda, kuidas neid eneseavastusi viiakse läbi Interneti vahendusel (*online*). Ka eneseväljenduse osas võib Internet anda hoopis teistsuguseid võimalusi kui elu väljaspool Interneti (*offline*). Kui *offline*-elu ei anna väga palju võimalusi oma identiteediga mängimiseks, katsetamiseks, rolli sisse elamiseks ja hilisemaks hülgamiseks, siis Internet kaotab paljud neist piirangutest. Üheks võimaluseks üha uute enesepresentatsiooni viiside proovimiseks ongi blogi. Seega, arvestades kõike eeltoodut, keskendubki antud bakalaureusetöö just noorte tüdrukute identiteedi konstrueerimisele ja eneseväljendusviisidele blogides.

Töö esimene peatükk on teoreetilistest lähtekohtadest, kus tutvustatakse mõningaid teoreetilisi lähenemisi identiteedile, selle konstrueerimisele ja esitamisele, seda eriti laste ja noorte seas. Samuti tutvustab teooria osa ka blogide olemust ja funktsioone ning lisaks ka noorte Internetikäitumise tendentse ja eelistusi. Lühidalt ka noorte eneseväljendusest blogides. Teoreetiline peatükk lõppeb uurimisküsimuste püstitamiselega. Teine peatükk keskendub metodoloogiale. Antud peatükk selgitab ja põhjendab uurimismeetodit, milleks on kontentanalüüs, ja valimit, mis koosneb 150-st 13-17aastase tüdruku blogist. Töö kolmandas osas esitatakse tulemusi ning neljandas osas, milleks on järeldused ja diskussioon, analüüsitakse tulemusi lähemalt ning vastatakse nende kaudu ka uurimisküsimustele.

Taustinformatsiooniks vajalike statistiliste andmete saamiseks ja esitlemiseks kasutatakse antud uurimistöös ka Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi poolt läbi viidud uuringut „Noored ja Internet“ (2007).

I TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

Antud peatükk keskendub teemaga seonduvate teoreetiliste lähtekohtade esitamisele ja kõrvutamisele. Esmalt tutvustatakse käesolevas peatükis identiteeti ja selle konstrueerimist ning seda just teismeliste puhul. Räägitakse ka identiteedi konstrueerimisest Internetis ning selle erinevustest identiteeti konstrueerimisega elus väljaspool Internetti. Identiteedi alapeatükkidele järgneb osa Interneti rollist noorte igapäevaelus, toetudes 2007. aastal Tartu Ülikooli poolt läbi viidud uuringule „Noored ja Internet“ (2007). Teoreetiliste lähtekohtade all selgitatakse ka blogide olemust, nende funktsioone ja tunnuseid ning erinevaid kasutusvõimalusi. Samuti sisaldab teoreetiline osa ka alapeatükki noorte blogimiskommetest. Teoreetiline osa lõpeb antud uurimistöö raames püstitatud uurimisküsimustega.

1. Identiteet ja selle konstrueerimine teismeliste puhul

Identiteedi olemasolu ja loomise tähtsuse on hästi välja toonud Calvert (2002), kelle arvates on identiteedi konstrueerimine põhiülesanne inimese elus, mis saab alguse tema sünniga ja lõpeb tema elu kulminatsiooniga.

Huffakeri ja Calverti (2005) järgi saab identiteedi konstrueerimine alguse just teismeeas. Identiteedi roll teismeliste arengus on aga iseäranis tähtis, kuna noored õpivad siis ennast tundma ja defineerima viisidel, mis ei olnud veel lapseas võimalikud. Veel täpsemalt, võime reflekteerida iseenda mõtteid ja seeläbi ka iseennast, lisab uue dimensiooni kogu eneseavastamise protsessi, eriti aga enda seksuaalse identiteedi konstrueerimisse.

Selle kohta, millal ja kuidas identiteet luuakse, on aga lisaks veel erinevaid arvamusi. Kui Eriksoni (1993, Huffakeri ja Calverti kaudu, 2005) järgi konstrueeritakse identiteet pärast edukat otsingut iseenda mina leidmiseks, siis teised vaatenurgad teismeliste arengule näevad, et enesekonstrueerimine sisaldab endas paljusid „iseenda“, mida esitletakse vastavalt konkreetse situatsiooni nõudmistele ja piirangutele. (Harter, 1998; Huffaker ja Calvert kaudu, 2005).

Täpsemalt on teismelisee väljakutseid selgitanud Powell (2004): Noorusee bioloogiliste, emotsionaalste ja psühholoogiliste konfliktide esinemine on ilmselge. Noored õpivad toime tulema muutustega, samal ajal muret tundes enda mina-pildi, enesehinnangu, talle esitatud sotsiaalsete ootuste ja talt oodatavate akadeemiliste saavutuste pärast. Santrock (2001; Powell 2004 kaudu) on öelnud, et teismelised püüavad nooruseeas välja selgitada kolme asja 1) Kes nad on, distantseerudes oma perekonnast; 2) Millised nad on, arvestades nende huvisid ja iseloomu; 3) Kuhu nad suunduvad, eesmärgiga leida oma koht elus täiskasvanuna.

2. Teismeliste identiteedi konstrueerimine Internetis

Huffaker ja Calvert (2005) on leidnud, et kui teismelised nüüd, 21.sajandi alguses enda olemust otsivad, on kohti, kus eneseavastusi läbi viia tunduvalt rohkem, kui varem. Üks koht, kus teismelised nüüd veedavad märkimisväärse hulga oma ajast, on Internet. Üks uuematest kohtadest eneseavastusteks on blogi – pööratud kronoloogilise järjekorraga *online-päevik*, mida kasutatakse paljudel erinevatel viisidel, kuid tihti just isikliku päevikuna või selleks, et anda jätkuvaid kommentaare iseenda kohta (Herring, Scheidt, Bonus, & Wright, 2004).

Rääkides enesepresentatsiooni eelistest Interneti puhul, on siin oluline välja tuua Collins'i ja Kuczaj'i lähenemine (1991; Huffaker ja Calvert kaudu, 2005), kes leiavad, et füüsilised piirangud nagu keha, sugu, rass ja vanus võivad tavaelus omada väga suurt mõju enesedefineerimisele ja enesepresentatsioonile. Kuid seda peetakse silmas rääkides *offline*-identiteedist. Huffakeri ja Calverti järgi (2005) muutuvad paljud eelnimetatud tunnustest Internetis hoopis paindlikumaks, kui nad on seda päris elus. Anonüümsus, mida noortele virtuaalmaailmas võimaldatakse, annab neile rohkem paindlikkust enda avastamiseks, läbi keele, rollimängude ja tegelaskuju, keda nad mängivad (Calvert 2002).

Stern (2008) on täpsemalt uurinud teismeliste enda arvamusi selle kohta, miks teismelised loovad personaalseid veebilehekülgi enam kui kaks korda rohkem kui täiskasvanud. Noorte kommentaarid näitavad, et *online*'is tekstide avaldamine annab juurde mitmeid olulisi võimalusi keeruliste situatsioonide ning teismelisee muutlike eneseootustega toime tulemiseks. Kirjeldades oma otsuseid selle kohta, mida oma blogis avaldada, millega liialdada ning mida mainimata jätta, paljastavad noored autorid oma vägagi teadliku protsessi eneseuuringutest. Noored täiesti teadlikult ja kohusetundlikult manipuleerivad avaliku ja

isikliku sfääri piiridega – seda just kaaludes teemadel kes nad on ja kes nad tahavad olla, seda nii kohalikus kogukonnas kui ka suuremas kultuuris. Noored autorid ise arvavad, et Internet pakub ruumi ja kohta sellisteks keerulisteks identiteedi harjutusteks.

3. Sugu Internetis

Meeste ja naiste eneseväljendusviisid ning ka blogimisstiilid erinevad paljuski. Nii on ka Herring ja Paolillo (2006) leidnud, et erinevad tekstižanrid on traditsiooniliselt ühe sooga rohkem seotud kui teisega. Kuulujuttude rääkimine on pigem naiselik tegevus, seega ka päeviku pidamine on pigem naiste žanr (Heilbrun 1988). Vastandina on aga leitud, et teaduslikum kirjutamine on pigem maskuliinne žanr, mida tavaliselt viljelevad mehed ning mis on pigem seotud maskuliinsete väärtustega nagu ratsionaalsus ja objektiivsus (Tillery 2005; Herring ja Paolillo kaudu, 2006).

Schler et al (2005) on leidnud, et enamik teismelistest blogijatest on tüdrukud ning vanuse kasvades on üha enam meessoost blogijaid. Kõikides vanusegruppides on aga märgata erinevusi sugude vahel: erinevate sugupoolte esindajad kirjutavad erinevatest asjadest ja kasutavad erinevaid blogimisstiile. Naissoost blogijad arutlevad oma isikliku elu üle ja kasutavad rohkem personaalseid kirjutamisstiile kui meessoost blogijad.

4. Interneti roll noorte igapäevaelus

2007. aastal Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi poolt läbi viidud uuringust „Noored ja Internet“ (2007) selgub, et 70% 11-18 aastastest noortest kasutab kodus Interneti. Sellest uuringust selgub ka, et koguni 58% noortest veedab Internetis kolm või enam tundi päevas. Noortest 20% on mingil ajahetkel oma elus pidanud ka blogi, neist pooled peavad seda hetkel ning teine pool on varem pidanud. Blogide pidamisest märksa populaarsem on aga nende jälgimine ja lugemine: 37% noortest jälgib ühte või enam blogi, kusjuures enamjaolt on noortel kombeks jälgida just oma tuttavate blogisid (34%).

5. Blogi definitsioon ja funktsioonid

“Sõna “blogi” (ingl k “blog”) on kombinatsioon sõnadest “veeb” (ingl k “web”) ja “logi” (ingl k “log”). Tulemuseks “veebipäevik” ehk “ajaveeb” (ingl k “weblog”) ehk blogi. Verb: blogima. Nimisõna: blogi. See, kes blogib, on blogija.” (Cohen 2005; Tammert 2008 kaudu)

Weileri (2003) järgi annavad blogid igapäevase võimaluse Internetis autorid olla. Blogisid on väga erinevaid ja nende tegemine on enamasti väga odav või üldse tasuta ning nende kasutamise juures läheb vaja väga vähe tehnilisi teadmisi, kuna iga blogisüsteem on juba valmis ehitatud ja disainitud. Mis on veel puudu, on ainult sisu.

Blogide erinevatest kasutusvõimalustest rääkides on sobilik välja tuua ka Beers'i (2006) seisukoht, kes ütleb, et blogi on elektrooniline märkmik, mida peab ja uuendab üks või rohkem inimesi. Kuigi blogid võivad tihti olla näiteks uudiste allikaks, siis samas võivad nad olla ka lihtsalt kellegi isiklikud eklektilised päevikud, mis kirjeldavad nende puhkusereise, lemmikloomade käitumist ja lemmikraamatuid. Nad võivad ka edasi anda blogija enda kogemusi ja püüdlusi, näiteks tehnilisi nõuandeid või tarbimissoovitusi.

Ka Brown (2006) on rääkinud blogide variatiivsusest öeldes, et blogid on platvormid, kus blogijad saavad avaldada oma huvisid ja vaateid. Blogid võivad olla kitsendatud ühele teemale või nad võivad liuelda läbi kõikide blogija juhuslike mõtete. Blogi disain varieerub suuresti vastavalt blogija talendile või selle puudumisele. Üheks blogisid ühendavaks tunnuseks on fakt, et nad kõik sisaldavad enamjaolt linke teistele veebilehekülgedele. Blogid on üheks näiteks Interneti „lumepalli efektist“, mis veebikeskkondades edasi veeredes aina suuremaks kasvab, kogudes üha rohkem linke ja lugejate kommentaare ning saades üha rohkem seotud teiste veebilehekülgedega.

Blogid võivad erineda üksteisest ka avatuse poolest. Nii on Subrahmanyam ja Greenfield (2008) blogisid iseloomustanud kui veebilehekülgi, kus sissekanded on enamasti pööratud kronoloogilises järjekorras ning kus sissekanded ja profiilid saavad olla nii avalikud kui ka privaatsed ainult blogi omaniku poolt valitud kasutajatele.

Lisaks sellele, et blogid võivad erineda üksteisest, erinevad nad suuresti ka teistest Internetikeskkondadest. Huffaker ja Calvert (2005) on välja toonud ka blogide tunnused, mis eristavad blogi teistest arvuti poolt vahendatud kommunikatsioonivormidest:

- 1) Lihtne kasutada, kuna kasutajad ei pea tundma HTMLi või mõnda muud programmeerimiskeelt, et Internetti avaldada;
- 2) võimalused arhiveerida informatsiooni ja teadmisi;
- 3) Sisaldab kommenteerimis- ja tagasisidevõimalust lugejatele;
- 4) Sisaldab linke teistele blogijatele, formuleerimaks *online*-kogukonda.

6. Noorte eneseväljendus blogides

Oluline osa blogide populatsioonist on asustatud teismeliste poolt (Huffaker ja Calvert 2005). Ning nagu Huffaker (2006) hiljem on leidnud: blogid ei ole limiteeritud ainult poliitilistele arvamusalaldajatele ja amatöörajakirjanikele, vaid ka teismeliste maailmale, kus blogid pakuvad võimalust eneseväljenduseks ja -peegelduseks ning ka kommuniqueerimise viisi ja võimalust teistega kontakti astumiseks.

Sellest, kuidas noored blogides ja veebilehekülgedel end esitlevad, on rääkinud paljud uurijad. Hinduja & Patchin (2007; Subrahmanyam et al kaudu 2008) ütlevad, et noored jäävad Internetis end väljendades väga sarnaseks oma *offline*-identiteediga. Nad panevad oma veebilehekülgedele üles palju personaalset informatsiooni, mida saab kasutada nende *offline*-identiteedi üles otsimiseks. Veelgi enam, teismelised kirjutavadki oma blogides peamiselt asjadest, mis nende igapäevaelu täidavad (kool, suhted) Bortree (2005). Lisaks kirjutavad nad palju ka oma *offline* huvidest (Stern, 2004, Cleemput kaudu 2008).

Fakt, et noored jäävad Internetis väljendudes oma *offline*-identiteediga väga sarnaseks, ei takista neid oma identiteeti ilmekalt ja loovamalt esitamast. Noored kaunistavad oma veebilehekülgi ja blogisid kultuuri osadega, mis tulenevad kas tarbijakultuurist (brändid), muusikast (bändide pildid, laulusõnad) või massimeediast (filmid, TV-*showd*) (Chandler & Roberts-Young, 1998)

Sarnaselt käesoleva uurimusega on blogisid mujalgi uuritud, seetõttu on oluline välja tuua mõningad huvitavamad leiud. Stern (1999) on leidnud, et teismeliste kommentid oma blogisid kaunistada saab võrrelda dekoreeritud magamistubade ja kooli kappidega. Tihtipeale on tervele leheküljele valitud kindel stiil. Stern (1999) on tüdrukute kodulehekülgi uurides leidnud, et on olemas kolme erineva tonaalsusega kodulehekülge. Need tonaalsused annavad kokku sõnade valik, küljendus, värvid, imago ja tegelik sisu. Nimetatud kolmeks tonaalsuseks on: „hingeline“, „sünge“ ja „iseteadev“. Tüdrukud, kellel oli nii öelda „sünge“ lehekülg, esitlesid end kui süngeid ja melanhoolseid, kuid tegid seda väljendusrikkalt ja kõneosavalt. Nad rääkisid keerukatest temadest nagu seks, depressioon ja suitsiid. Blogides kasutatavad tonaalsused on arvatavasti seotud subkultuuriga, mille kaudu teismelised end identifitseerida tahavad. „Emode“ subkultuuri pooldaja loob endale arvatavasti profiili, mis sarnaneb väga „süngele“ tonaalsusele, kui aga näiteks teismeline, kes identifitseerib end läbi „gängsta“ subkultuuri esitleb end väga erinevalt „emodest“ (Cleemput, 2008).

Hiljutine Livingstone'i (2008) uuring näitab, et eneseväljenduse „kraad“ väheneb vanuse kasvades. Nooremad teismelised väljendavad end kasutades palju värve, sädelust ja rahvarohketes kohtades tehtud pilte. Vanemad teismelised kasutavad niiöelda „puhast“ küljendust, oluline on hoopis see, et oleks näha nende paljud sõbrad ja fakt, et nad on populaarsed.

7. Kokkuvõtte seminaritööst

2009. aasta jaanuaris koostatud seminaritöös uurisin samuti teismeliste tüdrukute virtuaalse identiteedi konstrueerimist ja eneseväljendust blogides. Valimis oli 25 blogi, mis kuulusid 13 – 17 aastastele tüdrukutele. Kontentanalüüsi abil uurisin järgnevaid kategooriaid: blogija vanus; blogija profiilis kajastuv informatsioon; blogi kujunduses kasutatavad audiovisuaalsed, graafilised ja tekstilised vahendid; värvid, millega on blogi kujundatud; blogi kujunduslik üldilme; sissekande tekstilised vahendid; sissekande keelelised vahendid; sissekande visuaalsed vahendid; temavaldkond; tonaalsus; emotsioon; pealkirja tonaalsus, tutvustava teksti tonaalsus.

Seminaritöös püstitasin 8 uurimisküsimust, millele ka vastust püüdsin leida. Kokkuvõtvalt leidsin, et kõige enam kasutatakse blogikujunduses fotosid ja linke. Profiilis avalduvast infost võib välja tuua leiu, et kõige rohkem esines vanuse avaldamist, millele järgnesid elukohalinna ja lemmikute välja toomine. Vanuse avaldamine ei olnud aga juhuslik, kuna see oli üheks valimisse sattumise kriteeriumiks. Tekstilistest vahenditest kasutatakse kõige enam autoriteksti ja keelelistest eesti keelt. Kõige levinum keeleliste vahendite kooslus oli aga eesti keel koos slängiga. Visuaalsetest vahenditest kasutati kõige rohkem emotikone ja fotosid. Levinumad teemavaldkonnad olid aga kool, mina ise, väline ilme/riided/mood/meik, arvuti ja internet, suhted sõprade ja klassikaaslastega, hobid ning lemmikud. Sissekannete tonaalsustest oli levinuim positiivne tonaalsus ja emotsioonidest rõõm ja rahulolu.

8. Uurimisküsimused

Teemade järgi võib töö uurimissuunad tinglikult jagada kolmeks, millest esimeses osas uuritakse blogi kujunduses ja virtuaalse identiteedi konstrueerimises kasutatavaid vahendeid. Teises osas uuritakse eneseväljendusviise ja –vahendeid ning kolmandas põhilisi teemavaldkondi, tonaalsusi ja emotsioone blogisissekannetes. Uurimaks noorte eneseväljendust ja erinevaid virtuaalse identiteedi loomise vahendeid blogides olen sõnastanud järgmised uurimisküsimused:

1. Milliseid vahendeid kasutavad teismelised tüdrukud oma blogi kujunduses ja virtuaalse identiteedi loomisel?
 - 1.1 Milliseid vahendeid kasutatakse blogi üldise kujunduse loomisel?
 - 1.2 Millist infot avaldatakse enda kohta profiilis?
2. Milliseid eneseväljendusviise ja –vahendeid kasutavad teismelised tüdrukud oma blogides?
 - 2.1. Milliseid tekstilisi vahendeid kasutatakse blogi sissekande loomisel?
 - 2.2. Milliseid keelelisi vahendeid kasutatakse blogi sissekande loomisel?
 - 2.3. Milliseid visuaalseid elemente kasutatakse blogi sissekande loomisel?
3. Millised on levinumad teemavaldkonnad, tonaalsused ja emotsioonid teismeliste tüdrukute blogide sissekannetes?

- 3.1. Millised on levinumad teemavaldkonnad sissekannetes?
- 3.2. Millised on levinumad tonaalsused sissekannetes?
- 3.3. Millised on levinumad emotsioonid sissekannetes?

II MEETOD

1. Kontentanalüüs

Käesoleva bakalaureusetöö empiiriline osa toetub standardiseeritud kontentanalüüsile. Uurimismeetodiks on valitud kontentanalüüs, kuna just see meetod aitab vastata küsimustele, mis on antud töö raames püstitatud.

Kerlinger (1986, Wimmer ja Dominick kaudu, 1991) on kontentanalüüsi defineerinud kui meetodit, mis lubab kommunikatsiooni analüüsida süstemaatilisel, objektiivsel ja kvantitatiivsel viisil, eesmärgiga mõõta erinevaid näitajaid. Kerlingeri nimetatud kolm mõistet – süstemaatilisus, objektiivsus ja kvantitatiivsus – vajavad ka tema enda teooria järgi pikemat selgitust.

Esiteks: kontentanalüüs on süstemaatiline. See tähendab, et sisu, mida hakatakse analüüsima, on välja valitud vastavalt konkreetsetele ja püsivalt kehtivatele reeglitele. Valimi koostamine peab toimuma kindlate protseduuride alusel ja igal analüüsiühikul peab olema võrdne võimalus analüüsi pääseda: kõikidesse analüüsiühikutesse tuleb suhtuda ja neid kohelda võrdselt ja ühesuguselt. Kodeerimises ja teistes analüüsi protseduurides peab kehtima ühetaolisus. Süstemaatilisus kontentanalüüsi puhul tähendabki et ainult ühesugused tingimused on kasutatud läbi terve analüüsi. Vahelduvad protseduurid muudaks kindlasti tulemust.

Teiseks: kontentanalüüs on objektiivne. See tähendab, et uurija isiklikud eelistused ja eelarvamused peavad jääma uurimusest kõrvale: kui teine uurija viiks läbi sama uurimuse peaksid tulemused jääma samaks mis esimesel korral. Definiitsioonid ja reeglid eri kategooriate klassifitseerimiseks peavad olema piisavalt konkreetsete ja üldised juhaks kui keegi kordab sama protsessi. Protsessi kordamisel peavad tulemused jääma samaks.

Kolmandaks: kontentanalüüs on kvantitatiivne. Kontentanalüüsi eesmärk on mõõta mingi tekstiosa täpset representatsiooni. Lisaks sellele kvantitatiivsus annab uurijale võimaluse

tulemusi täpsemalt kokku võtta. Kvantitatiivsus annab uurijale ka statistilised vahendid interpretatsiooniks ja analüüsiks.

Selle Kerlinger'i definitsiooni kaudu saab põhjendada ka antud töö meetodivalikut. Just kvantitatiivsus on üks peamisi põhjuseid, miks kontentanalüüs sobib blogide analüüsi läbi viimiseks. Nii saab täpselt ja konkreetselt hinnata mingite näitajate ja sümbolite olemasolu või puudumist. Samuti annab kvantitatiivsus võimaluse selgitada välja enamlevinud tendentse blogimises. Kindlate tulemusteni jõudmisel on oluline ka kontentanalüüsi eelpool mainitud omadused – süstemaatilisus ja objektiivsus: just kindla süsteemi järgi loodud kategooriad ja nende täpne definitsioon on aluseks, et mõõta konkreetseid näitajaid ja mitte lasta analüüsi sattuda erandlikke juhuseid.

Kontentanalüüsi koostati ja viidi läbi kuues etapis:

- 1) Uurimisprogrammi koostamine, uurimisküsimuste püstitamine;
- 2) Valimi koostamine;
- 3) Kodeerimisjuhendi koostamine;
- 4) Kodeerimine;
- 5) Tulemuste analüüs;
- 6) Tulemuste esitus.

2. Kontentanalüüsi kategooriad

Kodeerimisjuhendi koostamise aluseks on võetud uurimisküsimused. Kodeerimisjuhendi küsimused ja teemablokid on kokku pandud nii, et oleks võimalik leida vastus igale püstitatud uurimisküsimusele.

Antud töö puhul on võimalik eristada kahte erinevat liiki analüüsiühikuid, milleks on:

- 1) Küsimuste 2-5 (k.a.) ning 12 puhul on üheks analüüsiühikuks üks blogi tervikuna, ilma sissekanneteta. Analüüsi alla võetakse blogi kujundus, üldilme ning kasutaja profiil.
- 2) Küsimuste 6-11 (k.a) puhul on üheks analüüsiühikuks ühe blogi üks sissekanne. Analüüsi alla võetakse nii kirjalik tekst kui ka selle juurde kuuluvad illustratiivsed

materjalid, milleks on nii fotod, videod, graafika kui ka muud lisainformatsiooni sisaldavad osad artiklist.

Kontentanalüüsi raames on loodud 12 kategooriate süsteemi, mis laiemalt võttes, jagunevad kolmeks alateemaks: (1) Blogi kujunduses ja virtuaalse identiteedi konstrueerimises kasutatavad vahendid (küsimused 2-5); (2) Eneseväljendusviisid ja –vahendid blogides (küsimused 6-8) ; (3) Teemavaldkonnad, tonaalsused ja emotsioonid blogi sissekannetes (küsimused 9-12). Kontentanalüüsi objektiivsuse huvides on alljärgnevalt mõned keerulisemad ja mitmetimõistetavamad kategooriad ka pikemalt lahti seletatud.

Teemavaldkondade väliselt on ka üks sissejuhatav küsimus mille eesmärgiks on saada teada kõigepealt üks taustinformatsioonina kasutatav faktor: blogija vanus.

Blogi kujunduses ja virtuaalse identiteedi konstrueerimises kasutatavad vahendid - küsimusteblokk koosneb neljast küsimusest, millest esimene aitab analüüsida blogija profiili ja kolm järgnevat blogi kujundust: selles kasutatavaid kujunduselemente, värve ja ka kujunduslikku üldilmet. Antud valdkondade uurimine annab täpsema ülevaate sellest, kui loomingulised teismelised tüdrukud oma blogisid kujundades on ning milliseid vahendeid nad selleks kasutavad. (vt. Lisa 1.).

Eneseväljendusviisid ja –vahendid blogides – Loodud analüüsima sissekannete loomiseks kasutatud vahendeid, sealhulgas nii tekstilisi, keelelisi kui ka visuaalseid. Nimetatud teemade uurimine on oluline, kuna just nende abil saab teada, milliseid vahendeid teismelised tüdrukud kasutavad, et üldse blogipostitust luua ja seeläbi ka oma virtuaalset identiteeti konstrueerida. (vt. Lisa 1)

6. Sissekande tekstilised vahendid – Antud kategooria aitab teha statistikat, milliseid tekstivorme noored kasutavad oma blogides. Oluline hindamaks näiteks seda, kas noored on loomingulised enda emotsioone väljendades või peavad teiste poolt toodetud paremaks väljendajaks.

7. Sissekande keelelised vahendid – Kategooria on loodud hindamaks keelelisi vahendeid, mida teismelised kasutavad sissekannet luues. Oluline hindamaks, kas negatiivse tonaalsusega sissekande kirjutanu kasutab näiteks ebatsensuurseid väljendeid või slängi.

8. Sissekande visuaalsed vahendid – Hindamaks visuaalseid vahendeid, mida on kasutatud sissekande koostamisel. Aitab teha järeldusi näiteks selle kohta, kas teismelised tüdrukud illustreerivad oma tekste fotode, piltide või muu sarnasega.

Teemavaldkonnad, tonaalsused ja emotsioonid blogi sissekannetes – antud kategooriad aitavad analüüsida sissekande teemavaldkonda, tonaalsust ja emotsioone. Lisaks ka blogija enda kirjutatud tutvustava teksti tonaalsust. Emotsioonide ja tonaalsuste hindamise olulisus seisnebki selles, et just tänu sellele saab teha järeldusi noorte tüdrukute optimismi ja pessimismi osas. Oluline on ka teada saada, millised on need teemad, mis noori tüdrukuid kirjutama panevad. Uurimuse võimaliku kordamise huvides on alljärgnevalt ära toodud ka mõningad selgitused keerukamate kategooriate ja nendes sisalduvate hinnangute kohta.

10. Sissekande üldist tonaalsust on võimalik hinnata kuue erineva variandiga:

- Positiivne – Sellise hinnangu saab postitus, mis on läbinisti positiivne. Näiteks kirjeldab autor sündmust, mis talle väga meeldis. Seejuures on oluline, et autor peaks seda sündmust meeldivaks, mitte kodeerija.
- Pigem positiivne – Nii hinnatakse sissekannet, mille puhul ei ole võimalik täpselt hinnata, kas tegu on positiivse või negatiivse sündmusega, kuid pigem jätavad kasutatud väljendid mulje positiivsest emotsioonist. Samuti kasutatakse seda kategooriat juhul kui autor ei väljenda oma heameelt sündmuse üle läbinisti, vaid tunnistab selle näiteks „enam-vähem normaalseks“ olevat.
- Pigem negatiivne – Sarnaselt kategooriaga „pigem positiivne“ kasutatakse antud kategooriat juhul, kui ole võimalik väga täpselt vahet teha tonaalsusel, kuid kasutatud väljendid viitavad pigem negatiivsele. Samuti juhul, kui autor ei väljenda oma pahameelt millegi üle täielikult, vaid ütleb näiteks „eriti ei meeldinud“.
- Negatiivne – Sellise hinnangu saab sissekanne, kus autor annab millelegi läbinisti negatiivse hinnangu, näiteks väljenditega „mulle üldse ei meeldi“, „ma absoluutselt ei salli“ jne.
- Mõlemad, nii positiivset kui negatiivset – Sellise hinnangu saab postitus, kus esineb nii positiivseid kui negatiivseid aspekte. Näiteks väljendab autor heameelt kordaminekute üle koolis ja samas tunnistab, et on kurb sõbra halva käekäigu pärast.

- Ei positiivne ega negatiivne: neutraalne, kirjeldav – Sellise hinnangu saab sissekanne, kus autor kirjeldab mingit sündmust, väljendamata mingeid emotsioone või seisukohti. Selliseks postituseks võib olla ka näiteks foto või link.

Sarnastel alustel hinnatakse ka kategooriat „tutvustava teksti tonaalsus“, mis sarnaselt käesolevale küsimusele sisaldab variante „positiivne“, „pigem positiivne“, „pigem negatiivne“, „negatiivne“, „mõlemad, nii positiivset kui negatiivset“, „Ei positiivne ega negatiivne: neutraalne, kirjeldav“.

11. Emotsioon, mida sissekandes väljendatakse

Selles kategoorias on 12 erinevat võimalust vastamiseks

- Rõõm – Sellise hinnangu saab sissekanne, kus väljendatakse selget rõõmu millegi üle. Siia hulka kuulub ka sõnade „õnn“ ja „õnnelik“ kasutamine.
- Rahulolu – Sellise hinnangu saab sissekanne, kus väljendatakse rahulolu. Kodeeringud „rõõm“ ja „rahulolu“ sarnanevad üksteisega üldjoontes, põhiline viis nende vahel vahet tegemiseks on emotsiooni väljendamise „kraadi“ hindamises. Tugevamalt väljendatud positiivne emotsioon saab hinnanguks „rõõm“ ja tagasihoidlikumalt hinnatud emotsioon saab hinnanguks „rahulolu“.
- (Enese)Imetus – Sellise hinnangu osaliseks saab sissekanne, kus väljendatakse imetlust kellegi teise või iseenda üle. Näiteks võib seda seostada väljendiga „ma olen uhke enda üle“ või väljenditega, kus autor moodustab lauseid, kus kiidab end: „ma olen ilus“, „ma olen tark“ jne. Samuti hinnatakse nii postitust, kus autor väljendab imetlust kellegi teise üle.
- Üllatus/Imestus – Sellise hinnangu osaliseks saab sissekanne, kus väljendatakse üllatust või imestust.
- Emotsioonitu, neutraalne – Nii hinnatakse sissekannet, kus autor ei väljendagi ühtegi emotsiooni, vaid näiteks kirjeldab sündmust või olukorda neutraalsete sõnadega. Selliseks postituseks võib olla ka foto või link.

- Viha – Nii hinnatakse sissekannet, kus autor väljendab oma viha millegi vastu. Antud emotsioon on üks lihtsamini hinnatavaid, kuna sellega seostuvad konkreetsed sõnad nagu „vihane“, „vihastama“, „vihkama“, mida noored väga alati kasutavad.
- Kurbus – Nii hinnatakse sissekannet, kus autor väljendab enda kurbust. Seostub see sõnadega „kurb“ ja „nukker“. Samuti üks konkreetsemalt hinnatavaid emotsioone, kuna proovikodeerimisest on selge, et need on üpris laialdaselt kasutatavad sõnad noorte seas.
- (Arm)Kadedus – Sellise hinnangu saab sissekanne, kus väljendatakse kadedust. Selle kategooria puhul on võtmesõnadeks „kade“ ja „armukade“, mis paraku ei ole noorte sõnavaras väga levinud väljendid. Seega on tegemist emotsiooniga, mida tuleb hinnata pigem üldise teksti, mitte kindalte võtmesõnade põhjal.
- Hirm – Sellise hinnangu saab sissekanne, kus autor väljendab hirmu või kartust millegi ees. Näiteks on üheks levinuks lausealguseks „ma kardan..“. Samuti liigituvad siia alla sissekanded, kus autorid väljendavad ebakindlust, näiteks lausega: „ma arvan, et ma ei saa hakkama“.
- Üksindus – Sellise hinnangu saavad sissekanded, kus autor väljendab üksindust, võtmesõnaks „üksi“. Samuti liigituvad siia sissekanded, kus autor kirjutab näiteks: „mul ei ole mitte kedagi“, „keegi ei taha mind“, „keegi ei armasta mind“.
- Igatsus – Sellise hinnangu saavad sissekanded, kus väljendatakse igatsust. Sealhulgas nii võtmesõnaga „igatsema“ kui ka seoses sõnaga „tahan“, näiteks lauses: „Ma juba nii tahan maale minna“, „Ma juba nii tahan teda näha“.
- Tüdimus – Sellise hinnangu saavad postitused, kus autor väljendab oma tüdimust või väsimust. Seda nii konkreetsete sõnadega „tüdimus“ ja „väsimus“, kui ka näiteks väljenditega „mul on kopp ees“ ja „ma ei viitsi“.

3. Valim

Blogide valimisse sobimine otsustatakse iga konkreetse üksiku blogi sissekande kodeerimise hetkel, kui arvestatakse valimi koostamise kahte kriteeriumit, milleks on:

- 1) Blogija vanus - Esimese kriteeriumi puhul on silmas peetud, et kõik uuritavate blogide autorid jääksid oma vanusega vahemikku 13-17 aastat. 93-l juhul oli vanus märgitud blogija profiilis ning 57-l juhul tehti järeldused blogi sissekannete põhjal. Blogi sissekannete põhjal tehti valimisse sobimise järeldus näiteks siis, kui blogija kirjutas sisseastumiskatsetest kümnendasse klassi või sünnipäevast, kus mainis ka oma uut vanust.
- 2) Blogi uuendamise sagedus - Teine kriteerium on arvesse võetud, et kindlustada uurimuse ajakohasus: valimisse sobivad vaid need blogid, mida on vähemalt viimase ühe kuu jooksul uuendatud. Tagasivaatavat ühte kuud hakatakse arvestama alates konkreetse blogi kõige värskema sissekande kodeerimise hetkest.

Valimi koostamise protsess algab ühe 13-17 aastase tüdruku blogi leidmisega, millest edasi hargnevad juba ülejäänud blogide aadressid, kuna noortel tüdrukutel on kombeks üpris suurel hulgal üksteise blogisid kommenteerida ning üksteise blogidele ka viidata. Esimene blogi on leitud isiklike kontaktide kaudu. Lõppvalimisse koguti 150 blogi. Nagu ka juba eelnevalt mainitud, Schler et al (2005) on leidnud, et enamik teismelistest blogijatest on tüdrukud ning vanuse kasvades on üha enam meessoost blogijaid. Just seetõttu on ka antud blogi valimis tüdrukud – teismeliste poiste blogisid on lihtsalt niivõrd vähe, et kui püüda teha uuringut teismelistest üldiselt siis jääb poiste blogide kogus selles nii väikseks, et mingeid üldisemaid järeldusi teismeliste kohta sealt teha ei saa.

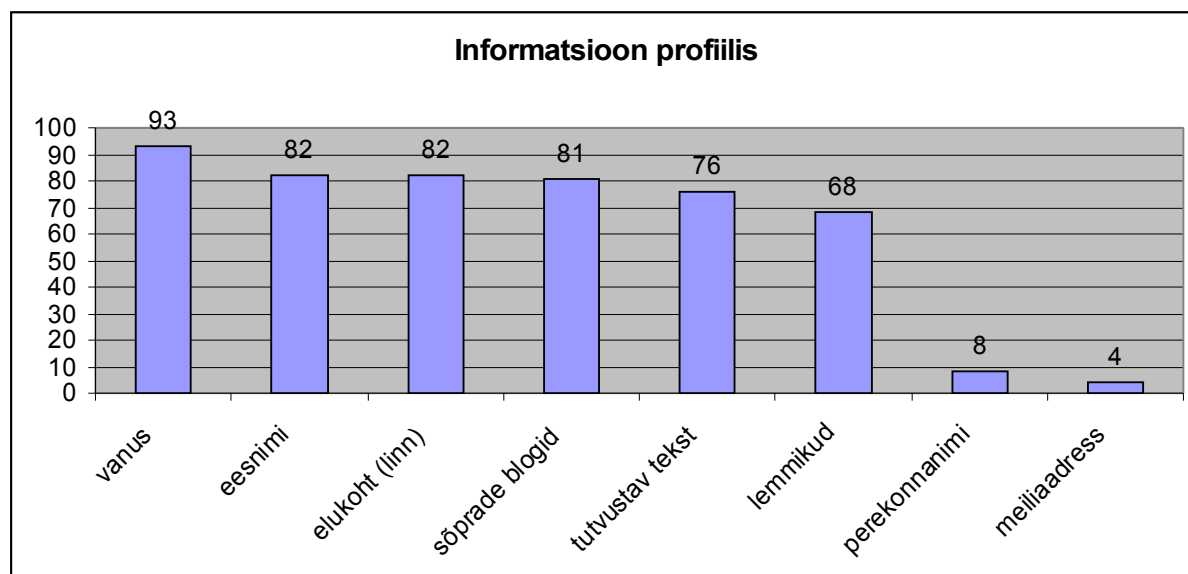
III TULEMUSED

1 Blogi kujunduses ja virtuaalse identiteedi konstrueerimises kasutatavad vahendid

Käesolevas alapeatükis esitatakse kategooriatega 2-5 saadud uurimistulemused. Esmalt tutvustab alapeatükk blogija profiilis avaldatud informatsiooni kajastavaid andmeid. Seejärel tulemused kategooriast, mis uurib blogikujunduses kasutatavaid vahendeid, milleks võivad olla nii audiovisuaalsed, graafilised kui ka tekstilised vahendid. Järgnev osa alapeatükist kajastab tulemusi, mis on saadud uurides värvide kasutamist blogide kujunduselemendina. Viimane osa peatükist annab aga ülevaate blogide kujunduslikest üldilmetest.

1.1 Profiilis avaldatud informatsioon

Üheks osaks blogidest on blogija enda koostatud profiil. Profiilis on enamasti ette antud valik küsimusi või lahtreid, mida blogi omanik oma soovi järgi täita võib. (vt. Joonis 1).



Joonis 1. Profiilis avaldatud informatsioon

Kõige populaarsem on vanuse avaldamine, mida on teinud 93 (62%) tüdrukut. Kuna vanuse avaldamine oli ka üheks valimisse sattumise eelduseks, siis on selle avaldumise nii suur

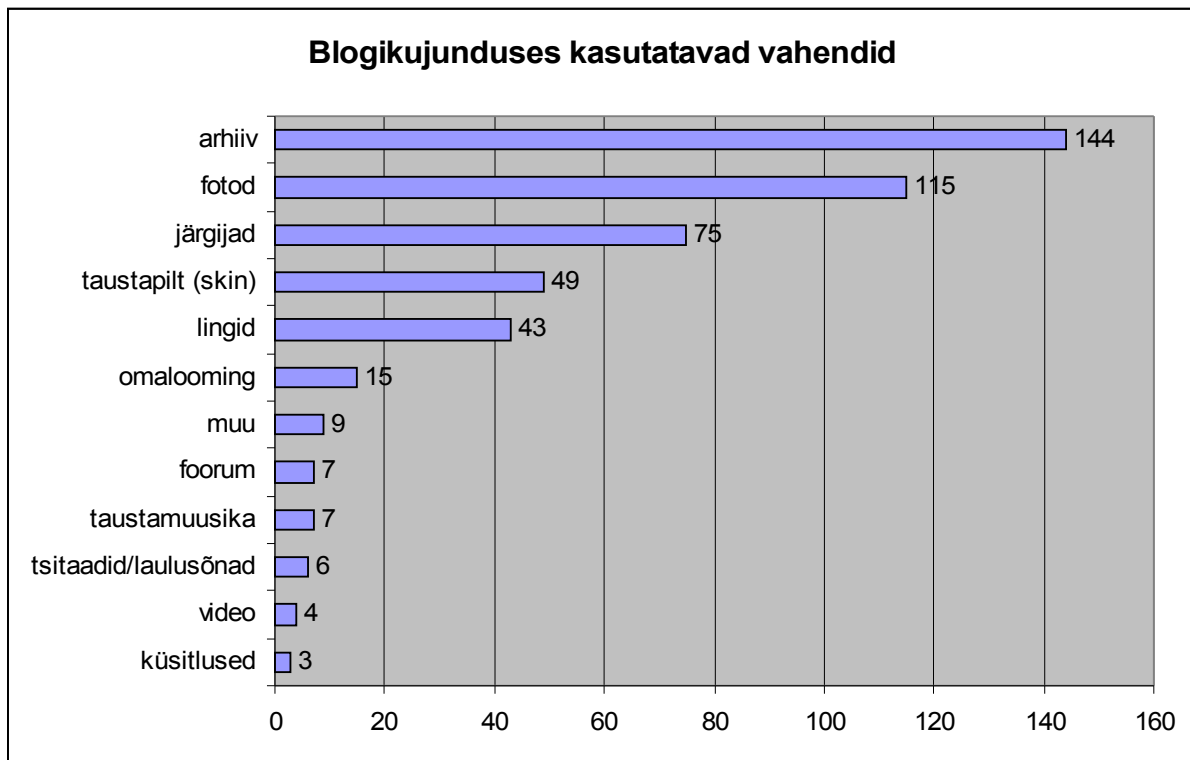
osakaal üpris ootuspärane tulemus. Vanuse avaldamisele järgnevad eesnime ja elukoha avaldamine: mõlemad esinevad profiilis 82 (55%) korral. Üpris levinud on teismeliste tüdrukute puhul ka oma sõprade blogide ära märkimine: seda on teinud 81 tüdrukut (54%). Enda kohta on tutvustava teksti kirjutanud 76 tüdrukut (51%). Oma lemmikuid, milleks võivad olla näiteks lemmikraamatud, -artistid või –filmid, on profiilis üles loetlenud 68 tüdrukut (45%). Kõik eelnimetatud informatsioonikillud on seega teismeliste tüdrukute blogides üpris levinud. Vähemusse jäävad oma perekonnanime või meiliaadressi avaldanud tüdrukud – perekonnanime avaldasid ainult kaheksa tüdrukut (5%) ja meiliaadressi neli tüdrukut (3%)

1.2 Blogikujunduses kasutatavad vahendid

Luues endale blogi, tuleb see ka kujundada. Kujundamiseks on mitmeid erinevaid võimalusi, alustades erinevatest värvivariantidest ja lõpetades kõikvõimalike tehniliste lahendustega.

Blogi kujunduses on võimalik kasutada ka erinevaid lahendusi, mida blogikeskkonnad ise välja pakuvad. Nendeks võivad olla nii fotod, videod, arhiiv, järgijad, lingid teistele lehekülgedele kui ka näiteks muudelt lehekülgedelt sissetoodavad tehnilised seadmed, milleks võivad olla näiteks mitmesugused loendurid.

Kuigi blogide kujundamiseks on palju erinevaid võimalusi, on ometi välja kujunenud kindlad populaarsemad vahendid, mida blogikujunduses kasutatakse. (vt. Joonis 2).



Joonis 2. Blogikujunduses kasutatavad vahendid

Kõige enam levinud on teismeliste tüdrukute blogide puhul arhiivi kasutamine blogi kujunduses - koguni 144 (96%) tüdrukut on vanemaid postitusi kui kujundusvahendit kasutanud. Teiseks üsna levinud kujundusvahendiks on foto, mida esineb 115 blogis (77%). Enamasti on foto puhul tegemist just enda tutvustava teksti juurde lisatud pildiga iseendast, harvemini on tegemist pildiga mõnest lemmikartistist või moefotost, viimast just moehuviliste tüdrukute blogide puhul. 75 tüdrukut (50%) on pidanud oluliseks oma blogis ka nõ. „järgijate“ (ing. k. *followers*) ära toomist. See kehtib peamiselt blogikeskkonna *Blogger* puhul: nimelt pakub antud keskkond võimalust erinevatel blogipidajatel hakata kellegi blogi „järgijaks“, mis näitab, kes kelle blogisid loeb ning seeläbi eristab selgelt populaarsemaid blogid ebapopulaarsematest. Blogiomanikul on võimalik enda blogi menüüs ära tuua kogu nimekiri inimestest, kes on hakanud tema blogi „järgijateks“.

Juba vähem levinud on taustapildi ja linkide kasutamine: taustapilt või skin on olemas 49 blogis (33%) ning linke teistele lehekülgedele (sinna hulka ei kuulu lingid „järgijate“ blogidesse) on kasutanud 43 blogipidajat (29%). Linkide hulgas on tihtipeale lingid ka blogipidaja enda kasutajatele teistes keskkondades – *orkut*, *rate*, *twitter* jne.

Järgnevad kujundusvahendid on juba väga vähe levinud, neid kasutab ainult kuni 10% blogijatest. Omaloomingut on blogikujunduses presenteerinud ainult 15 tüdrukut (10%). Taustamuusikat või foorumit on kasutanud 7 inimest (5%), tsitaate ja laulusõnu 6 inimest (4%), videosid 4 inimest (3%) ning küsitlusi 3 inimest (2%). Kategooria „muu“ alla liigitusid 9 blogija (6%) kujundusvahendid. „Muu“ alla liigitusid erinevad loendurid, mis loevad näiteks päevi mingi kindla sündmuseni või mingi sündmuse möödumisest, näiteks 16-aastase Mirsu blogis olev loendur luges päevi, kui kaua Mirsu kaine on olnud. Samuti liigitus „muu“ alla seade, mis jälgib „liiklust“ antud blogis – millisest Eesti linnast tehti viimased külastused, mis kell see toimus ja kui kaua kestis. Üheks seadmeks, mis veel „muu“ alla liigitus, oli seade, mis annab ülevaate viimastest Eesti Päevalehe uudistest. Samuti on „muu“ ka trips-traps-trulli mäng, mille mängimise võimalust üks blogijatest oma blogis pakkus.



Seade, mis loeb omaniku kaineid päevi¹



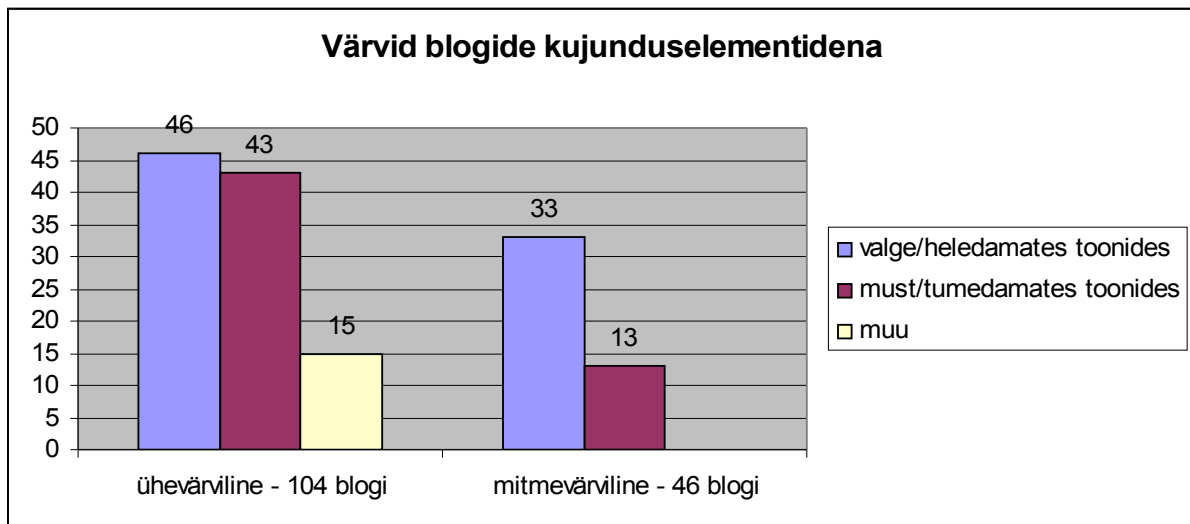
Seade, mis näitab „liiklust“ _blogis²

1.3 Värvid blogide kujunduselementidena

Blogide kujundamisel saab valida väga paljude erinevate värvide vahel, saab jääda nii ühevärviliseks kui muutuda ka väga värvikirevaks. Nagu näha ka alltoodud diagrammidelt, blogipidajad eelistavad pigem ühevärvilist ja heledat blogi. Ühevärviliseks jättis oma blogi koguni 104 tüdrukut (69%), mis tähendab, et mitmevärvilist blogi peavad vaid 46 (31%) tüdrukut. (vt. Joonis 3)

¹ Mirsu. We're Not Here To Sell Cookies. <http://whatupdoggg.blogspot.com/>

² Carmen, <http://missbigc.blogspot.com/>



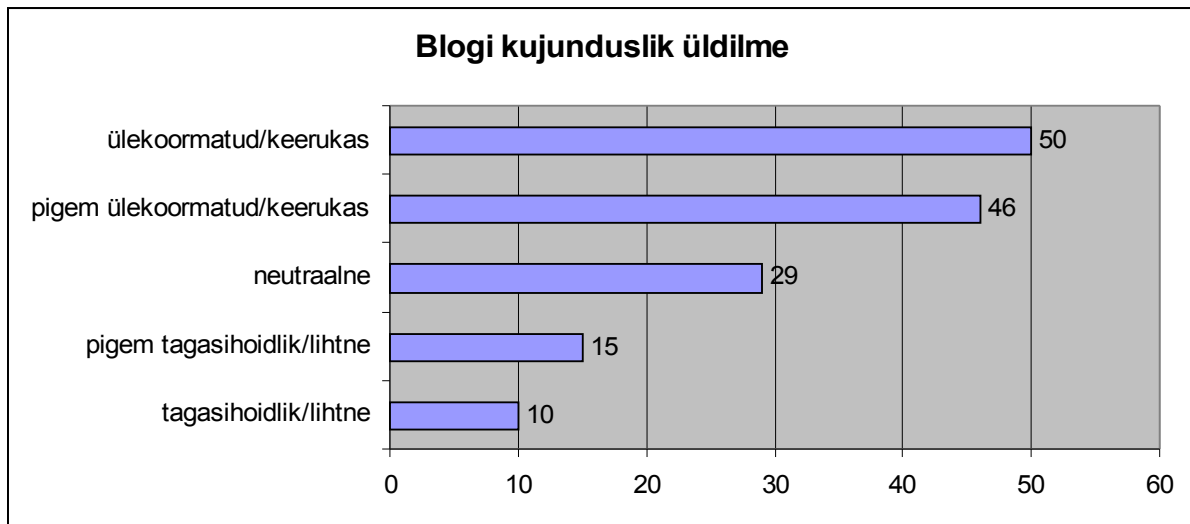
Joonis 3. Värvid blogide kujunduselementidena

Ühevärvilistest blogidest olid valged 46 blogi (44%) ja mustad 43 blogi (41%), muid värve eelistasid 15 tüdrukut (15%). Mitmevärvilistest olid heledamates toonides 33 blogi (72%) ja tumedamates 13 blogi (28%).

Kokkuvõttes võib öelda, et valget või heledat blogi eelistab 79 tüdrukut koguhulgast (53%) ning musta või tumedat 56 tüdrukut koguhulgast (37%).

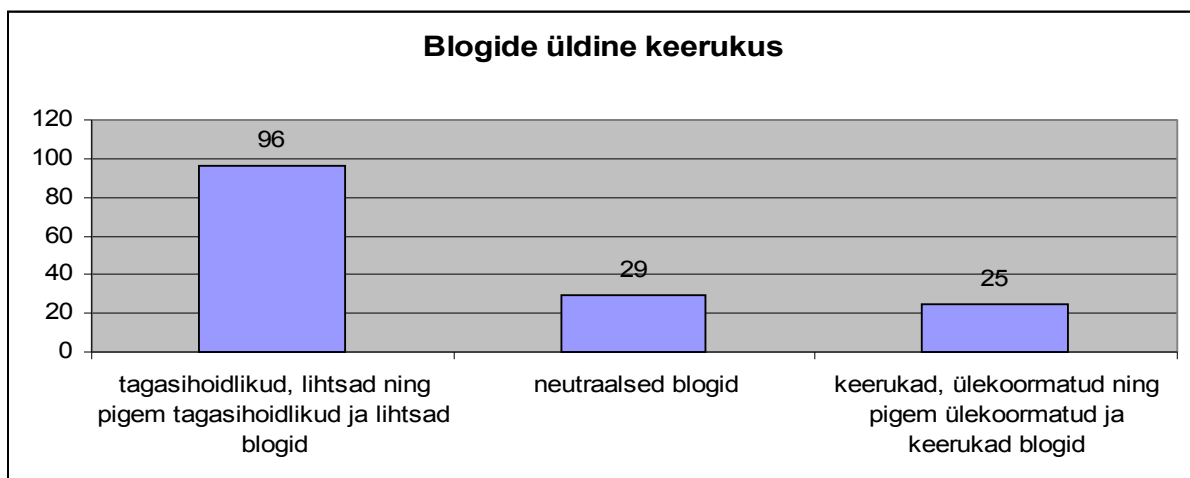
1.4 Blogi kujunduslik üldilme

Võttes arvesse blogis kasutatud kujunduslikke vahendeid, värve, tehnilisi lahendusi ja ka üldist ülesehitust on võimalik hinnata ka blogi kujunduslikku üldilmet. Levinumatest tendentsidest annab ülevaate Joonis 4.



Joonis 4. Blogi kujunduslik üldilme

Teismeliste tüdrukute blogidest koguni 50 blogi (33%) sai hinnangu tagasihoidlik/lihtne ning 46 blogi (31%) hinnangu pigem tagasihoidlik/lihtne. Neutraalse hinnangu said 29 blogi (19%). Vaid 15 blogi (10%) teenisid välja hinnangu pigem ülekoormatud/keerukas ning 10 blogi (7%) hinnangu ülekoormatud/keerukas.



Joonis 5. Blogide üldine keerukus

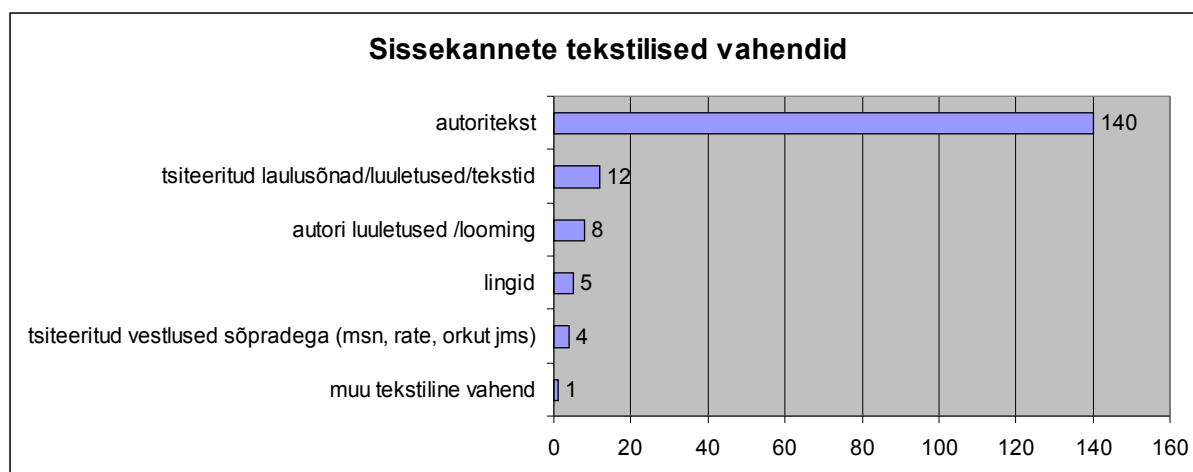
Üldkokkuvõttes võib öelda, et koguni 96 blogi (64%) on oma kujunduslikult üldilmelt pigem tagasihoidlikud ja lihtsad ning vaid 25 blogi (17%) on oma kujunduslikult üldilmelt pigem keerukad ja ülekoormatud.

2. Eneseväljendusviisid ja –vahendid blogides

Järgnev alapeatükk annab ülevaate tulemustest, mis kajastavad sissekande loomisel kasutatavaid vahendeid. Esimene osa sellest kajastab tekstiliste vahendite uurimisel saadud leide. Teine osa keskendub keeleliste vahendite uurimisel saadud tulemustele ning kolmas osa annab ülevaate visuaalsete vahendite uurimisel saadud leide

2.1 Sissekannetes kasutatavad tekstilised vahendid

Sissekannete loomiseks kasutatakse mitmeid erinevaid tekstilisi vahendeid. Kõige populaarsem tekstilistest vahenditest on kindlasti autoriteksti kasutamine: seda on teinud koguni 140 tüdrukut (93%). Kõik ülejäänud tekstilised vahendid on märksa vähemlevinumad. Tsiteeritud laulusõnu, luuletusi ja tekste kasutati sissekannetes ainult 12 korral (8%), autori luuletusi ja loomingut aga vaid 8 korral (5%). Teistele lehekülgedele on lingitud 5 korral (3%) ning vestlusi sõpradega on tsiteeritud vaid 4 korral (3%). (vt. Joonis 6)

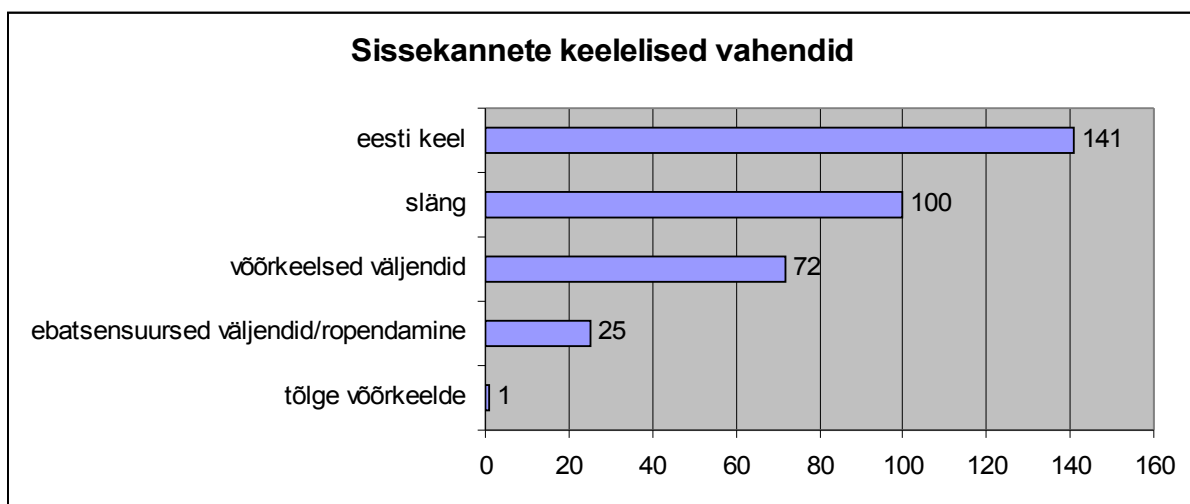


Joonis 6. Sissekandes kasutatavad tekstilised vahendid

Kokkuvõttes võib öelda, et peamiselt loovad teismelised tüdrukud oma blogi sissekanded siiski ise ning ei kasuta selleks kuigi palju mujalt leitud materjale.

2.2 Sissekannetes kasutatavad keelelised vahendid

Võrreldes sissekannete loomise keelelisi vahendeid, selgus, et kõige populaarsem vahend sissekande kirjutamiseks on eesti keel. Eesti keelt esines tervelt 141 postituses (94%), ülejäänud postitused olid loodud ilma eesti keelt kasutamata. (vt. Joonis 7)



Joonis 7. Sissekannetes kasutatavad keelelised vahendid

Lisaks tavapärasele eesti keelele kasutati postituste loomiseks ka võõrkeeli, slängi ja ebatsensuurseid väljendeid ning ropendamist. Slängi esines 100 postituses (67%) ning võõrkeelseid väljendeid 72 postituses (48%). Ropendamist ja ebatsensuurseid väljendeid esines 25 postituses (17%). Otsest tõlget võõrkeelde oli kasutanud ainult üks blogija.

Antud keelelisi vahendeid kasutatakse harva üksikult, tihti on sissekanded loodud pigem erinevaid keeleliste vahendite koosluseid kasutades. Alljärgnevalt ka lühike ülevaade kõige populaarsematest keeleliste vahendite kooslustest sissekande loomisel. (vt. Tabel 1).

Kooslus keelelistest Vahenditest	Esinemis-sagedus	Protsentuaalne osakaal
Eesti keel koos slängiga	45	30%
Eesti keel koos slängi ja võõrkeelsete väljenditega	36	24%
ainult eesti keel	28	19%

Eesti keel koos slängi, võõrkeele ja ebatsensuursete väljenditega	16	11%
Eesti keel koos võõrkeelsete väljenditega	9	6%
võõrkeelsed väljendid	4	3%
Eesti keel koos slängi ja ebatsensuursete väljenditega	3	2%
eesti keel koos võõrkeelsete väljendite ja ebatsensuursete väljenditega	2	1%
Eesti keel koos ebatsensuursete väljenditega	2	1%
Släng	2	1%
Eesti keel koos slängi, võõrkeele ja tõlkega võõrkeelde	1	alla 1%

Tabel 1. Populaarsemad kooslused keelelistest vahenditest sissekande loomisel

2.3 Sissekannetes kasutatavad visuaalsed vahendid

Sissekannete loomiseks kasutatakse peale tekstiliste vahendite ka visuaalseid vahendeid.

Visuaalseid vahendeid sissekande loomisel on kasutanud 115 blogijat (77%), ülejäänud 35 (23%) blogijat on piirdunud tekstiliste vahenditega.

Kõige populaarsem visuaalne vahend sissekande loomisel on emotikon, mida on kasutanud 64 blogijat (56% kõigist visuaalset vahendit kasutanutest). Järgmiseks levinud vahendiks on foto, mis oli esindatud 47 sissekandes (41% kõigist visuaalset vahendit kasutanutest). Videot oli oma sissekandes kasutanud vaid 4 blogijat (3% kõigist visuaalset vahendit kasutanutest).

Rääkides visuaalsete vahendite kasutamise protsentuaalsetest osakaaludest koguvalimit arvestades, saab öelda, et 43% blogijatest kasutab lisaks muudele vahenditele sissekande loomisel ka emotikone. Fotosid kasutab sissekande loomiseks või illustreerimiseks 31% ja videosid 3%. Visuaalseid vahendeid ei kasuta 23% blogijatest.

Kahel juhul esines ka olukord, kus sissekande loomiseks oli kasutatud ainult visuaalset vahendit. Mõlemal juhul oli visuaalseks vahendiks foto.

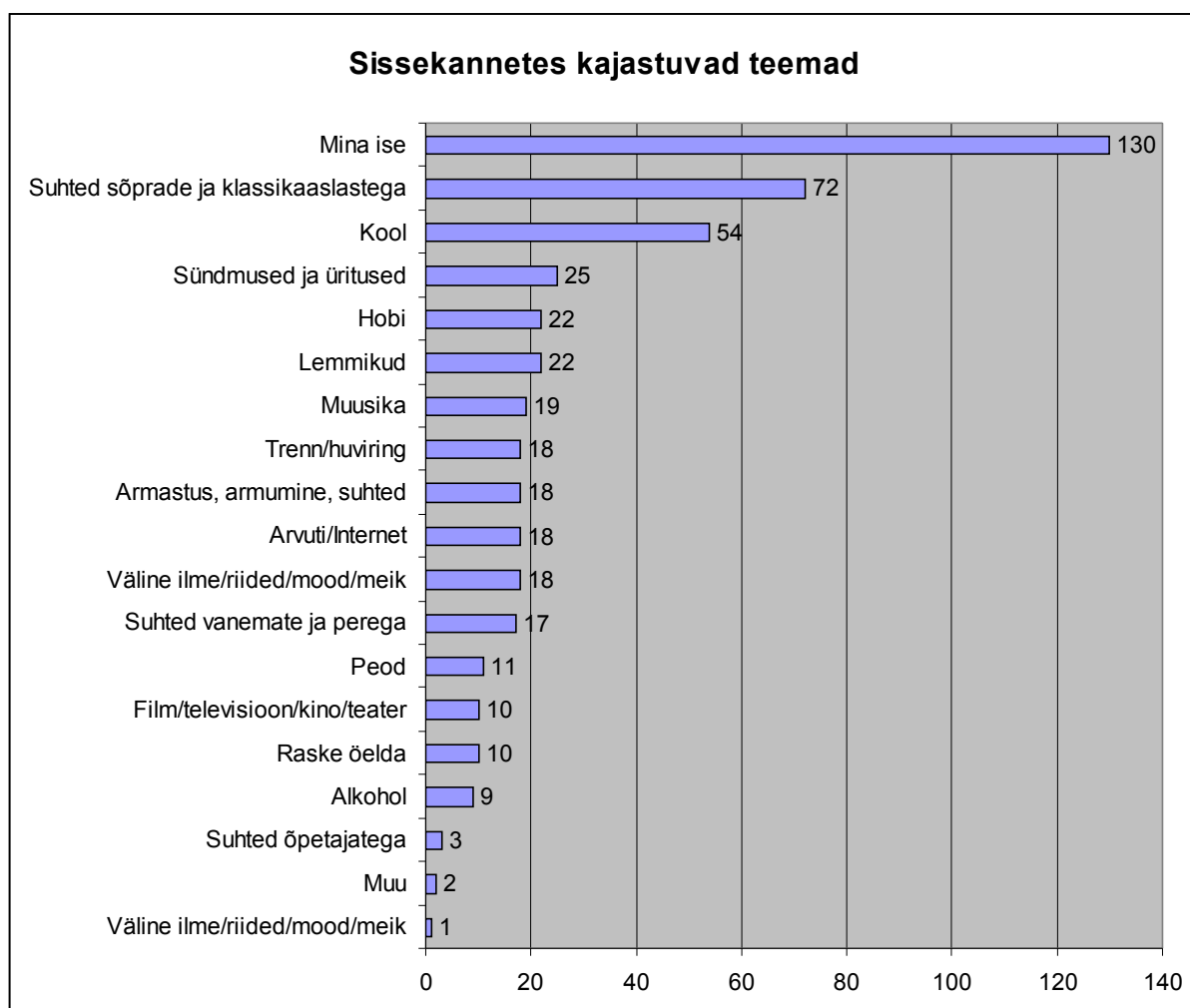
3 Teemavaldkonnad, tonaalsused ja emotsioonid blogi sissekannetes

Käesolev alapeatükk annab ülevaate viimase nelja kategooriaga uuritud teemadest.

Kajastatakse nii blogipostituse teema, tonaalsuse kui ka emotsiooniga seotud tulemusi ning tuuakse ära ka blogija enda kirjutatud tutvustava teksti tonaalsust uurides saadud tulemused.

3.1 Blogipostituse teema

Teemasid, millest teismelised tüdrukud oma blogides kirjutavad, on väga palju. Alljärgnev Joonis 8 annab täpsemat teavet selle kohta, kui mitmel korral mingi teema erinevate blogide erinevates sissekannetes esines.



Joonis 8. Sissekannetes kajastuvad teemad

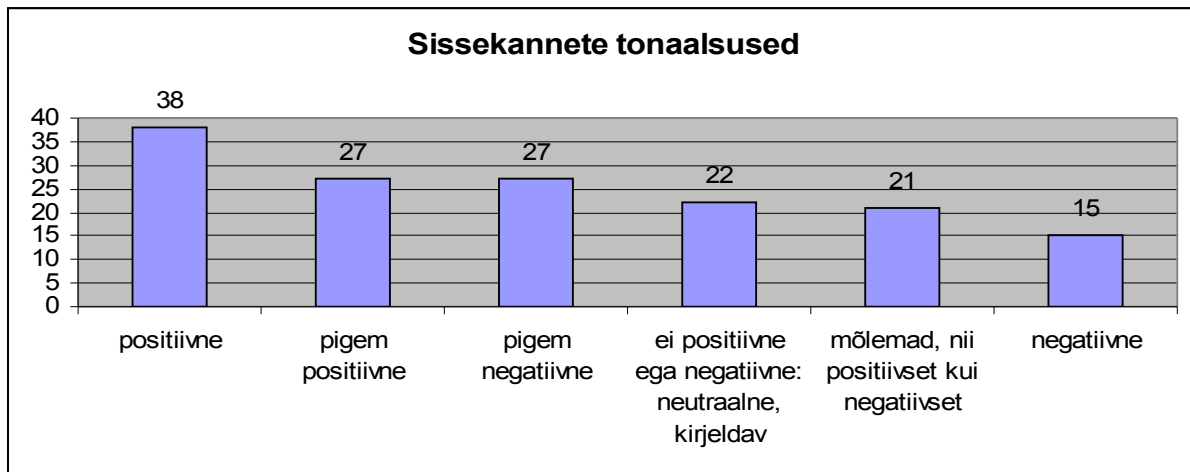
Kõige populaarsem oli ülekaalukalt teemavaldkond „Mina ise“, mis esines 130 postituses (87%), ükski teine teema nii populaarne ei olnud. Teema „suhted sõprade ja klassikaaslastega“ esines 72 blogis (42%) ning teemast „kool“ kirjutas 54 blogijat (36%). Need kolm nimetatud teemat on ilmselgelt kõige enamlevinud valdkonnad, mis teismelisi tüdrukuid kirjutama panevad, sest ükski järgnevatest teemadest ei ületanud esinemissageduselt 25 korda.

Vähemlevinutest võib nimetada näiteks valdkondi sündmused ja üritused (25 korral – 17%), hobi (22 korral – 15%), lemmikud (22 korral – 15%), muusika (19 korral – 13%). Teemad trenn ja huviring; armastus, armumine ja suhted; arvuti ja internet ning väline ilme, mood ja meik esinesid kõik 18 korral (12%). 17 (11%) korral räägiti ka suhetest vanemate ja perega ning 11 korral (7%) pidudest.

Ülejäänud teemad võib lugeda ebapopulaarseteks, kuna nende esinemissagedus ei ületanud kümnet korda. Nendeks teemadeks on: film, televisioon, kino, teater (10 korda – 7%); alkohol (9 korda – 6%); suhted õpetajatega (3 korda – 2%); muu (3 korda – 2%); seks, suudlemine, füüsiline kontakt (1 kord – alla 1%). 10 korral esines ka postitusi, mille teema kategoriseerus valdkonda „raske öelda“.

3.2 Sissekannete üldine toonaalsus

Sissekannete toonaalsusi analüüsid selgus, et pigem on tegemist positiivsete, kui negatiivsete toonaalsustega (vt. Joonis 9). Nimelt said hinnangu positiivne või pigem positiivne kokku 65 blogi (43%), kui aga negatiivse või pigem negatiivse hinnangu said 42 blogi (28%).



Joonis 9. Sissekannete üldised tonaalsused

Eraldi võetuna oli positiivseid postitusi 38 (25%) ning pigem positiivseid 27 (18%). Näiteks kodeeriti positiivse postitusena järgmine sissekanne:

„Tahtsin lihtsalt öelda, et ma armastan ja jumaldan kõiki oma sõpru! Ma olen nii õnnelik. Mu öde läheb aastaks Ameerikasse vahetusõpilaseks. Ja ma olen ta üle uhke! Esialgse info põhjal ta peaks minema Florida kanti. Võibolla me ülejäänud pere lähme sellel ajal Miamisse.“

(www.gettert.blogspot.com, 28.03.09)

Negatiivseid postitusi oli 15 (10%) ning pigem negatiivseid 27 (18%). Postitusi, kus esines nii positiivseid kui negatiivseid tonaalsusi, oli 21 (14%) ning postitusi, mis olid lihtsalt neutraalsed või kirjeldavad 22 (15%).

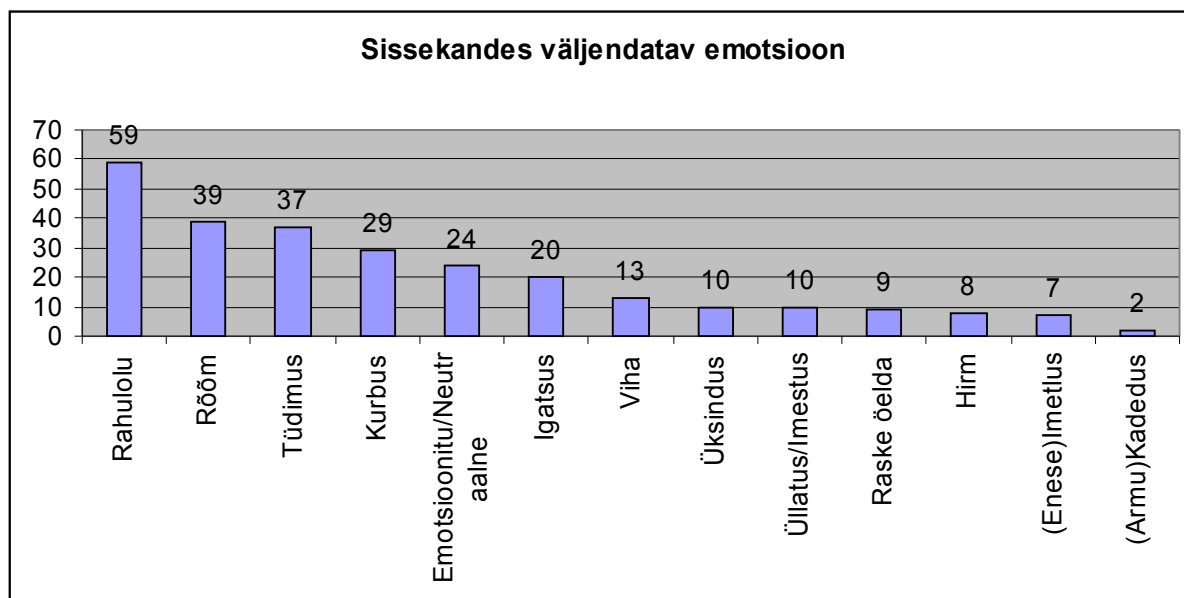
Näide ka negatiivse tonaalsusega sissekandest:

„Risto on mu peale vist vihane, aga I don't give a shit. Mul jumalast suva. See on talle kõik paras. Lõpuks ometi sain kõik talle tagasi teha. Tagasi teha kogu selle, mis ta mulle teinud on. Vördjas! Ma loodan tõsiselt, et sa maha kõnged. Munn. Ta on nii saast, et temast ei maksa siin isegi rääkida mitte. Loodetavasti jääb ta impoks, midagi muud ma ei soovigi.“

(<http://clone-your-lover.blogspot.com/>, 17.04.09)

3.3 Sissekande emotsioon

Sissekandes väljendatavate emotsioonide hulgas on mitmeid nii positiivseid kui negatiivseid emotsioone (vt Joonis 10).



Joonis10. Sissekandes väljendatav emotsioon

Väljendatud emotsioonidest enamlevinuinim on rahulolu, mida esines 59 korral (39%).

Rahulole järgneb emotsioon rõõm, mida esines 39 korral (26%). Saadud tulemusi illustreerivad ka järgnevad väljavõtted blogidest. Rõõmu ja rahulolu väljendav postitus:

„Täna hommikul mingi kell 7 läbi sain ma 14! :D Ma olen nii õnnelik, sest kõik on möödunud hästi ja plaanid on ka juba paigas :) Ma sain Ferrero Rocher munakese, kuigi ma tahtsin Raffaellot, aga see Ferrero ongi parem :)“

(<http://liiizi.blogspot.com/>, 11.04.09)

Üpris tihti – 37 korral – esines ka tüdimust (25%). 29 korral väljendati ka kurbust (19%).

Näide tüdimust väljendavast postitusest:

„Olen igav ja üsna mõttetu, väsimus ajab end lainele ning homme [mm, tänane] on üsna koledalt tegus. ma tahaks hädasti haigeks jääda + ma tahaks hädasti aega, et õppida ning

lihtsalt mõelda ja olla. nende asjade jaoks aega mul pole jäänud, sest ka eelmised päevad on olnud sisutatud.“

(<http://1915degrees.blogspot.com/>, 19.04.09)

Sissekandeid, kus emotsiooni otseselt ei väljendunud või mis olid neutraalsed, esines 24 korral (16%). Ülejäänud emotsioonide esinemissagedused olid võrdlemisi harvad: ükski neist ei esinenud sagedamini kui 20 korda. Nendeks emotsioonideks olid igatsus (20 korda – 13%), viha (13 korda – 9%), üllatus või imestus (10 korda – 7%), üksindus (10 korda – 7%), hirm (8 korda – 5%), (enese)imetlus (7 korda – 5%), (armu)kadedus (2 korda – 1%). Üheksal korral (6%) esines ka postitusi, milles väljendatavat emotsiooni oli raske määratleda.

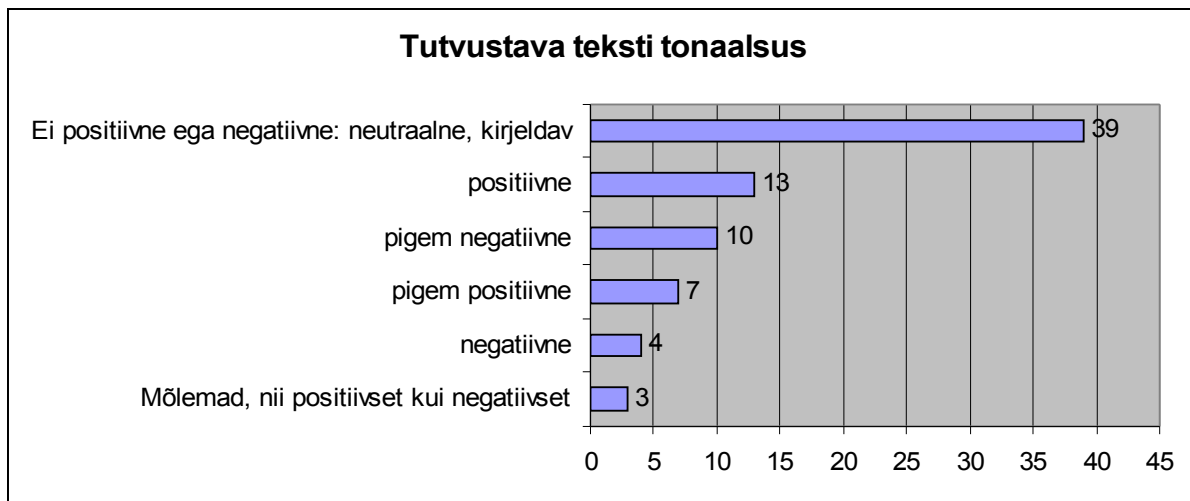
Näitena ka sissekanne, mis kategoriseerus nii kurva kui ka vihase emotsiooni alla:

„Mul on nii mõndagi öelda. Alustades sellest, et ma olen ilgelt NÕME ja nõme ja nõme ja nõme ja loll ja üldse ei saa aru MIDA FAKKI ma mõtlen. Lõpetades sellega, et mulle käib mu skinnysus tõsiselt närvidele. Ei, see pole see jutt, et viuviuviu saaks vinugda. Kui ma terve viru keskuse läbi käin ja isegi XS suuruses püksid mulle suured on, siis tekib väga, väga kompleksne tunne. Ängistav viha ja raev ja kõikvõimalik vähene enesekindlus kaob nagu tina tuhka. Vastik vastik vastik.“

(<http://sugarcomb.blogspot.com/>, 06.04.09)

3.4 Blogija enda kirjutatud tutvustava teksti tonaalsus

Profiil, mida endale blogi juurde luua saab, sisaldab ka võimalust kirjutada ennast tutvustav tekst – seda võimalust on kasutanud 76 tüdrukut (51%) (vt. Joonis 11).



Joonis 11. Blogija enda kirjutatud tutvustava teksti tonaalsus

Umbes pooled (51% - 39 blogi) blogijate kirjutatud tutvustavad tekstid on neutraalsed või kirjeldavad: nende puhul ei ole võimalik tonaalsust määratleda. Positiivse tonaalsusega on 13 tutvustavat teksti (17%) ning pigem positiivsega 7 teksti (5%). Negatiivse tonaalsusega on 4 (3%) tutvustavat teksti ning pigem negatiivsega 10 teksti (7%). 3 korral said tutvustavad tekstid hinnanguks ka „mõlemad, nii positiivne kui negatiivne“ (2%).

IV JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Alljärgneva peatüki sisuks on uurimisküsimustele vastamine, vastuste analüüsimine ning kõrvutamine erinevate teooriatega. Peatükk analüüsib ka põhjuseid, miks just sellised tulemused on saadud ning mida need tulemused tähendada võiks. Lisaks sisaldub antud peatükis ka kriitika meetodile.

1. Järeldused

Milliseid vahendeid kasutatakse blogi üldise kujunduse loomisel?

Enamik analüüsitud blogidest olid oma kujunduse osas tagasihoidlikud ja lihtsad. See näitab, et noored ei püüa enda loodud identiteeti millegagi väga ülekoormata ega ilustada, vaid jäävad end esitledes tagasihoidlikuks.

Värvide kasutamises on noored blogipidajad võrdlemisi tagasihoidlikud: eelistatakse ühevärvilist blogi mitmevärvilisele ning kindlasti püütakse kujunduses pigem kasutada heledamaid toone kui tumedamaid. Nimelt moodustavad ühevärvilised blogid koguni 69% (104 blogi) ning valged või heledates toonides 53% (79 blogi) blogidest.

Blogi kujunduses sagedamini kasutatavatest vahendist võib nimetada arhiivi, fotosid, järgijate presenteerimist, taustapilti (*skini*) ja ka linke teistele lehekülgedele. Kuigi näiteks arhiivi kasutatakse blogides üpris paljudel kordadel, võib siiski öelda, et pigem ollakse ka kujunduslike vahendite kasutamisel vaoshoitumad. Võib lausa öelda, et arhiiv on tegelikult osa blogist, sest vaevalt keegi blogi ainult üheainsa, kõige värskema postituse pärast peab. Seetõttu on ka vanemate postituste juurde juhatamine loomulik. Ka fotode ja linkide osakaal ühe blogi kohta ei ole enamasti kuigi suur: tavaliselt mõni üksik foto enda või mõne oma lemmiku kohta ja mõned lingid teistele veebilehekülgedele, kus blogi autor kontot omab (näiteks orkut, myspace). Eraldi muidugi ka lingid sõprade blogidesse, mis enamasti eristuvad „järgijate“ rubriigi näol blogi menüüs.

Omaloomingut ei leidu blogides kuigi palju (15 blogi – 10%), samuti ei ole väga populaarne ka oma blogi kujunduses foorumi või taustamuusika kasutamine (mõlema puhul 7 blogi – 5%). Tsitaadid, laulusõnad, videod ja küsitlused on aga hoopis vähelevinud.

Kuigi blogisid kujunduslikult väga üle ei koormata, on siiski olemas teatavad elemendid, mida kujunduses kasutatakse. Sellistele kujunduslikele tavadele on tähelepanu pööranud ka Chandler ja Roberts-Young (1998; Suler, 2004; Cleemput kaudu, 2008) öeldes, et noored kaunistavad oma veebilehekülgi ja blogisid kultuuri osadega, mis tulenevad kas tarbijakultuurist (brändid), muusikast (bändide pildid, laulusõnad) ja massimeediast (filmid, TV-*showd*). Selliste kultuuri elementidena võibki nimetada näiteks enda blogi kaunistamist oma lemmiku piltidega, laulusõnadega või võimalikult pika nimekirjaga sõprade blogide linkidega. Võib öelda, et blogis esindatav sarnaneb suuresti ka tavaelus presenteeritavaga: Enese ja oma territooriumi defineerimiseks kasutatakse nii *online*'is kui ka *offline*'is samu vahendeid.

Millist infot avaldatakse enda kohta profiilis?

Üldjoontes on kombeks avaldada üht või mitut järgnevatest kategooriatest: vanus, eesnimi, elukoht, sõprade blogid, tutvustav tekst ja nimekiri lemmikutest ja huvialadest. Kõige populaarsem on kindlasti vanuse avaldamine (93 blogi), millele järgnevad üpris ühesuuruse osakaaluga eesnimi (82 blogi), elukoht (82 blogi) ja sõprade blogid (81 blogi).

Isiku *offline*'is identifitseerimiseks vajalikke kontaktandmeid, nagu perekonnanimi ja meiliaadress, avaldatakse blogides väga harva. Perekonnanime avaldati vaid kaheksal korral ja meiliaadressi neljal korral.

Mitte ühtegi korda ei olnud blogide profiilidest võimalik leida linke teistele internetikeskkondadele, kus blogi autoril oleks oma konto. Samuti ei olnud mainitud teiste keskkondade kasutajanimed. Küll aga olid vahel teiste keskkondade kasutajanimed ja nende kontode lingid olemas blogi esilehel linkide all.

Seega profiilidest midagi üllatavat välja ei tulnud: ei avalda seal noored enamasti oma täisnimesid ega aadresse, isegi meiliaadressidega hoitakse end tagasi. Kui Bortree (2005) on öelnud, et teismelised panevad oma veebilehekülgedele üles palju personaalset informatsiooni, mida saab kasutada nende *offline*-identiteedi üles otsimiseks, siis üks üheselt selle väitega tegelikult nõustuda ei saa. Seda seetõttu, et Bortree ei ütle midagi selle kohta, kas teismelised tagavad nõ. vabatahtlikult selle, et neid on võimalik *offline*'is üles otsida või on see juhuslik. Julgeksin väita, et see on pigem juhuslik, kuna profiilis ega üheski muus blogi osas noored tüdrukud enda kohta otseselt väga palju informatsiooni välja ei too. Nõustun Bortreega selles osas, et kindlasti on võimalik mõningaid neid noori blogis avaldatud info põhjal üles leida, kuid selleks peaks ikka päris palju rohkem vaeva nägema: lugema läbi terve blogi ja suutma sealt leitud märksõnade, vihjete ja ülejäänud Interneti abiga tuvastada see isik. Seejuures oleks kindlasti roll ka just teistel Internetikeskkondadel, kus sama isik enda kohta veel lisavihjeid annaks ning ka selle isiku sõprade blogidel, kus teda mainitaks. Lõppkokkuvõttes oleks kindlasti isiku tuvastamine võimalik, aga leian, et pigem on see erandjuhus ja enamikel juhtudel peaks selleks kasutama ka teisi veebilehekülgi, mitte ainult konkreetse isiku blogi. Noored tüdrukud on isikuandmete avaldamisel siiski ettevaatlikud.

Milliseid tekstilisi vahendeid kasutatakse blogi sissekande loomisel?

Sissekannet on võimalik luua mitmel erineval moel: kirjutada sinna ise tekst, tsiteerida juba varem teiste poolt loodut, kasutada fotot, muusikat või kasvõi näiteks videot. Isegi kui piirduda vaid tekstilise osaga, on ka selle loomiseks üpris palju erinevaid võimalusi. Konkurentsituult levinuim on kindlasti autoriteksti kasutamine blogisissekandes – sissekanded, kus autoriteksti ei esine, on pigem erandiks: neid on kokku vaid kümme.

Kõrvuti autoritekstiga kasutavad teismelised tüdrukud ka tsiteeritud laulusõnu, luuletusi ja muid tekste, seda kõikidest muudest vahenditest peale autoriteksti, kõige rohkem – 12 korral. Teiste tekstiliste vahendite (omalooming, tsiteeritud vestlused, muud tekstilised vahendid) kasutamisel on blogijad märksa tagasihoidlikumad.

Võib öelda, et teismelised tüdrukud on selles mõttes üpris loomingulised, et nad ei kipu kasutama juba varem avaldatud loomingut või siis näiteks vestlusi sõpradega, et enda tegevusi

ja emotsioone väljendada, vaid kirjutavad pigem ise. Samuti saab sellest järeldada, et fotoblogid või graafilisest materjalist koosnevad blogid ei ole noorte tüdrukute seas kuigi populaarsed ning eelistatakse siiski rohkem kirjutamist.

Milliseid keelelisi vahendeid kasutatakse blogi sissekande loomisel?

Keelelistest vahenditest rääkides tuleb aluseks võtta kaks täiesti erinevat suunda. Esmase analüüsi põhjal saab rääkida sellest, millised on kõige populaarsemad vahendid postituste loomiseks ehk siis: milliseid vahendeid esineb postitustes kõige rohkem. Teise analüüsi põhjal saab aga rääkida keeleliste vahendite kooslustest ehk siis sellest, millised on kõige levinumad komplektid keelelistest vahenditest.

Statistiliselt on kõige levinum eesti keele kasutamine postituse loomisel – tervelt 94% (101 postitust) postitustest oli koostatud eesti keelt kasutades. Samas ei ole postitusi, mis ainult eesti keelsest tekstist koosneks, kuigi palju – kõigest 19% postitustest (28 postitust).

Lisaks eesti keelele on üpris populaarne ka slängi kasutamine postituse loomisel – tervelt 67% postitustes (100 postitust) esines ka slängi. Samas postitusi mis koosneks ainult slängist, oli ainult kaks (1%). Võõrkeelsed väljendid on leitavad 48% postitustes ning postitusi, mis oleks ainult võõrkeeles, on 3% (4 postitust). Ebatsensuurset väljendit ja ropendamist olid esindatud vaid 17% postitustes (25 sissekannet) ning postitusi, kus esineks ainult ebatsensuurset väljendeid ja ropendamist, ei olnud üldse. Tõlget võõrkeelde oli kasutanud vaid 1 blogija.

Uurides kooslusi keelelistest vahenditest selgub, et kõige enam kasutavad teismelised tüdrukud sissekande loomisel kooslust eesti keelest ja slängist – 30% postitustest on just nii loodud. Üpris populaarseks viisiks on ka postituse loomine kasutades eesti keelt, slängi ja ka võõrkeelseid väljendeid: nii on toimunud 24% tüdrukutest. Ainult eesti keelt on kasutanud postituse loomiseks 19% blogijatest ning kooslust eesti keelest, slängist, võõrkeelsetest väljenditest ja ebatsensuursetest väljenditest on kasutanud 11% noortest blogijatest.

Eeltoodule toetudes võib öelda, et noorte jaoks on kindlasti oluline olla varustatud ajakohaste ja hetke moega kaasaskäivate väljenditega. Samuti näib, et neile on oluline ka enda inglise keele oskuse presenteerimine ning üldiselt ei olda väga kindlad enda väljendamises ainult emakeelt kasutades. Põhjusi selleks võib olla mitmeid, kuid peamiselt võib välja tuua sarnasuses *offline* elus toimuvaga: on ju ajakohase slängi kasutamine noorte seas omamoodi „laheduse“ näitaja.

Milliseid visuaalseid elemente kasutatakse blogi sissekande loomisel?

Visuaalsetest vahenditest kasutavad teismelised tüdrukud blogipostituse loomisel fotosid, emotikone ja videosid. Kõige enam kasutatakse emotikone, mis esinevad enamasti just mingi emotsiooni väljendamise juures. Tihtipeale lisatakse kurb või rõõmus *smiley* lihtsalt sellise lause lõppu, mis kirjeldab hetke meeleolu. Fakt, et mõnikord kasutatakse ka mingit sündmust kirjeldavate lausete lõpus *smiley*'isid, annab tõestust sellest, et mingil põhjusel ei soovi või suuda blogijad oma emotsioone sõnadesse panna ning kasutavad selle asemel kindlamat ja ohutumat viisi – nukrat või rõõmsat emotikoni. Selle näol võib olla tegemist nii mugavusega – emotikoni kasutamine on tunduvalt lühem ja kiirem võimalus enda väljendamiseks, kui sõnade kasutamine – kui ka näiteks võimetuse või tahtmatusega oma tundeid otse sõnadesse panna. Ükskõik kumb eelnimetatud põhjustest, arvan et mõlemal juhul on tegemist pigem alateadliku valiku ja otsusega – usun, et blogijad ei anna endale tegelikult aru, mis põhjustel nad emotikone kasutavad.

Teiseks visuaalseks vahendiks blogides on foto. Fotod võivad olla nii endast, sõpradest kui ka lihtsalt kuskilt Internetist leitud sümpaatsed pildid. Üpris tihti kasutatakse fotosid selgelt illustreerival eesmärgil – kui ostetakse uusi riideid, jalatseid või ehteid, postitakse neist blogisse ka pilt. Samuti on selge eesmärgiga postitatud ka need pildid, mis on tehtud sündmusest, millest ka antud blogipostitus räägib. Harvem esineb aga pilte, mis leitud näiteks Internetist ja mis otseselt postituse temaga ei haakugi.

Vähestel kordadel kasutatakse blogipostituse loomisel ka videosid. Kui seminaritöö koostamise ajal ei olnud veel uus hetkemood – videoblogid ehk vlogid – veel hoogu kogunud, siis nüüdseks on hoog hoopiski raugenud. Aeg, mil teismelised tüdrukud postitasid oma

blogidesse videosid iseendast, jäi kahjuks mõlemast uurimisperioodist välja. Nüüdseks on videopostituste postitamine siiski üpris harv nähtus. Tihtipeale on blogijad seda oma sissekannetes ka põhjendanud – paljude jaoks valmistab videote postitamine tehnilisi raskusi: need kellel ei olnud veebikaamerat, pidid käima kellegi teise juures filmimas; need kellel olid kehvad internetiühendused ei jõudnud ära oodata, kuni video üles laeb ning need, kes tahtsid, et video jääks siiski vaid väiksele ringkonnale nähtavaks, ei tahtnud oma videosid blogikeskkonna koostööpartneri Youtube'i keskkonda üles laadida.

Kuna nii mõnigi trend käib hooti ja palju sõltub hetkest, milles ollakse, siis on antud hetkel läbi viidud kodeerimise tulemus siiski selline, et populaarsed on fotod ja emotikonid ning ebapopulaarsed videod ja muu graafika.

Millised on levinumad teemavaldkonnad sissekannetes?

Teemasid, millest oma blogisse kirjutada, on lõpmatult. Kuid ometi on välja kujunenud kindlad populaarsemad teemad, millest noored tüdrukud kirjutada armastavad.

Beers (2006) on öelnud, et kuigi blogid võivad tihti olla näiteks uudiste allikaks, siis samas võivad nad olla ka lihtsalt kellegi isiklikud eklektilised päevikud, mis kirjeldavad nende puhkusereise, lemmikloomade käitumist ja lemmikraamatuid. Eesti noorte tüdrukute blogide puhul on kindlasti tegemist viimasega: ei räägita küll otseselt lemmikraamatutest, lemmikloomadest ja puhkusereisidest, kuid pigem siiski sellistest teemadest kui uudisväärtuslikest asjadest.

Bortree (2005) on leidnud, et teismelised kirjutavad oma blogides peamiselt asjadest, mis nende igapäevaelu täidavad (kool, suhted)). Lisaks on Stern (2004) öelnud, et teismelised kirjutavad palju ka oma *offline* huvidest. Nõustaksin nende kahe väitega täielikult, kuna just nimetatud asjad on ka antud töö käigus läbi viidud analüüsi tulemuseks: populaarseim teema on mina ise (87% - 130 blogi) järgmistel kohtadel suhted sõprade ja klassikaaslastega (42% - 72 blogi) ja kool (36% - 54). Bortree mainitud suhted on populaarne jututeema, moodustades kokku kajastatuse 61% blogides (92 blogi), eraldi võetuna annavad aga sellised tulemused:

- Suhted sõprade ja klassikaaslastega (72 blogi – 42%)
- Suhted vanemate ja perega (17 blogi – 11%)
- Suhted õpetajatega (3 blogi – 2%)

Samuti on Sternil õigus selles, et noored kirjutavad palju oma *offline* huvidest. Selle all mõistaksin nii kodeerimisjuhendis olnud kategooriat „hobi“ kui ka kategooriat „trenn/huviring“. Teema hobi oli kajastatud 22 blogis (15%) ning trenn/huviring 18 blogis (12%). Huvidena võiks ära märkida ka lemmikud, millest rääkisid 22 postitust (samuti 15%).

Rääkides blogipostituste teemavaldkondadest ei erine Eesti teismeliste tüdrukute blogipostitused mitte kuidagi muu maailma noorte omadest: nad armastavad kirjutada oma igapäevaelust, mille suures osas moodustavadki kool, trennid ja hobid ning suhted ümbritsevate inimestega. Teismeliste blogide näol on tegemist nende isiklike päevaraamatutega, mis võõrale pilgule üpris sisutühjad ja arusaamatud võivad tunduda. Ka Heilbrun (1988) on öelnud, et kuulujuttude rääkimine on pigem naiselik tegevus, seega ka päeviku pidamine on pigem naiste žanr. Vastandina on aga leitud, et teaduslikum kirjutamine on pigem maskuliinne žanr, mida tavaliselt viljelevad mehed ning mis on pigem seotud maskuliinsete väärtustega nagu ratsionaalsus ja objektiivsus (Tillery 2005; Herring ja Paolillo 2006 kaudu)

Millised on levinumad tonaalsused sissekannetes?

Levinumad tonaalsused sissekannetes on kindlasti positiivsed, eriti kui arvata kokku nii positiivsed kui ka pigem positiivsed postitused: sellisel juhul on neid kokku koguni 65 postitust (43%). Samamoodi kokku arvates negatiivsed ja pigem negatiivsed, selgub et negatiivse tonaalsusega postitusi on vaid 42 postitust (28%).

Leidus ka blogisid mille puhul olid esindatud nii positiivsed kui ka negatiivsed tonaalsused ning samuti ka blogisid, mille puhul oli tonaalsust raske määrata või oli tegemist neutraalsete ja kirjeldavate blogidega.

Võib öelda, et enamjaolt kirjeldavad teismelised siiski blogides positiivseid sündmusi ning korrad, kus negatiivseid emotsioone väljendatakse on võrdlemisi harvad.

Millised on levinumad emotsioonid sissekannetes?

Kõige levinumad emotsioonid on sarnaselt levinumatele tonaalsustele positiivsed. Nendeks emotsioonideks on rõõm ja rahulolu, mis kokku esinevad tervelt 98 blogis. Negatiivsetest emotsioonidest on kõige levinumad tüdimus (37 blogi) ja kurbus (29 blogi). Ülejäänud emotsioonid on märksa vähemlevinumad ning ei esine rohkem kui 20 korral.

Kindlasti on omavahel seotud need kaks fakti, et pigem kirjutavad noored tüdrukud positiivse tonaalsusega postitusi ning väljendavad positiivseid emotsioone. Saavad ju postitused tonaalsuse hinnangu vastavalt sellele, mida antud postituses väljendatud on.

Kuigi positiivseid emotsioone ja tonaalsusi esineb postitustes rohkem kui negatiivseid, jääb vaatluse ja proovikodeerimise käigus siiski esialgu mulje, et teismelised tüdrukud on väga melanhoolsed ja väljendavad vaid oma elu kurvaks ja vihaseks tegevaid sündmusi ja emotsioone. Tegelikult võib selle põhjuseks olla see, et kui positiivsete emotsioonide korral piirduakse tihtipeale rahulolu väljendamisega ning jäädakse seejuures üpris tagasihoidlikuks, siis negatiivsete emotsioonide nagu kurbus ja viha puhul on väljendusviisid märksa elavamad ning see on ka põhjuseks, miks võib esialgu tunduda, et pigem ollakse oma blogipostitustes negatiivsed ja isegi dramaatilised.

Ka sellel, et levinumaks negatiivseks emotsiooniks on tüdimus, on kindlasti oma põhjus. Kuna üheks levinumaks teemaks teismeliste tüdrukute blogides on kool, siis võib tüdimuse nii sagedast esinemist seostada just sellega. On ju teada, et läbi aastakümnete ei ole enamikele noortele kunagi meeldinud koolis käia, seega on üheks tüdimuse tekkimise allikaks just kool. Ei ole harvad juhused, kus seda emotsiooni just õppimisega seoses väljendatakse.

Tutvustava teksti tonaalsus

Enamikel juhtudel on blogide profiilis avalduv tutvustav tekst neutraalne või kirjeldav, seda ennekõike seetõttu, et tutvustavas tekstis kasutatakse tihti laulusõnu, tsiteeritud lauseid või lihtsalt võõrkeelset teksti, mille puhul on raske määratleda, mida sellega öelda on püütud. Kui võrrelda aga negatiivseid ja positiivseid tekste, siis rohkem on siis positiivseid ja pigem positiivseid tekste: neid on kokku 20 blogis. Negatiivsed ja pigem negatiivseid tutvustavaid tekste esineb aga 11 blogis.

Põhjus, miks tutvustavad tekstid üripis arusaamatud luuakse, võib peituda selles, et teismelised tüdrukud püüavad paljuski jääda salapäraseks ja müstiliseks – just seda näivad nad ka taotlevat napisõnaliste võõrkeelsete lausetega, mis laenatud mõnest laulust või filmist. Omaette kriteeriumiks näibki olevat see, et tekst võimalikult segane ja küsimusi tekitav jääks.

2. Diskussioon

Kuigi blogid annavad pea piiratud võimalused oma identiteediga mängimiseks ja enesepresentatsiooniks, ei kasuta teismelised neid siiski kuigi palju. Noored küll kindlasti mängivad oma identiteediga, kuid mitte nii selgelt ja konkreetselt, kui algselt arvata oli. Kindlasti tuleks niinimetatud identiteediga mängimine paremini esile, kui oleks võimalik uurida terviklikke blogisid süvitsi, analüüsida pikema perioodi vältel kirjutatud kõiki postitusi ning seda just selleks, et märgata kuidas autor võtab omaks üha uusi omadusi ning hülgab järjest vanemaid. Ometigi on ka praegu leide, mis annavad märku nõ. „rollimängudest“ ja erinevate identiteetidega katsetamisest.

Oma identiteediga mängimist võib järeltada sellest, et teismelised tüdrukud üpris tihti muudavad kardinaalselt oma blogi kujundust. Seda küll konkreetselt kodeerimisega ei uuritud, kuid vaatluse ja kodeerimise käigus hakkas silma üpris mitu blogi, mille omanikud mõne nädala jooksul muutsid oma blogi väljanägemist täielikult: hüljati kõik vanad kujunduselemendid ning loodi täiesti uus blogi. Mõnel korral leidis ka postitusi, mille puhul öeldi, et kõik vanemad postitused on kustutatud ning nüüd alustatakse taas puhtalt lehelt.

Esines isegi autoreid, kes kodeerimise ja tulemuste esituse peatüki kirjutamise vahelisel mõnel nädalal kustutasid oma blogi üldse ära. Võib järeldada, et sellisel kujul oma virtuaalse identiteedi muutmine ja vahetamine täiesti toimib: kui autor leiab, et tema hele, väheste aksessuaaridega, tagasihoidlik blogi on igav ja ei väljenda päris täpselt sellist visiooni temast, nagu autor soovib, siis vahetab ta kujunduse näiteks värvilisema ja detailirohkema vastu. Näitab ju lihtsam blogi üsna selgelt, et blogi autor eelistab jääda pigem märkamatuks ning mitte väga selgelt eristuvaks. Samas, detailirohked ning värvilised blogid annavad selge märgi sellest, et blogi autor soovib oma blogiga silma paista ja eristuda. Nurmi (2004; Huffaker kaudu, 2006) on öelnud, et noorus ja teismeliseiga on oluline pöördepunkt inimese elus ja seda saab võtta kui perioodi, mil tehakse valikuid, kohandatakse ja tegeletakse eneseavastamisega. Ka Arnett (1999; Huffaker kaudu, 2006) on välja toonud, et teismeliseiga on autonoomia ja eksperimenteerimise aeg. Ka eelkirjeldatud blogiga eksperimenteerimist saab eneseavastamisena käsitleda: tüdrukud proovivad läbi üha uusi variante sellest, millist pilti nad tahavad endast luua ning milliseid signaale nad soovivad lugejatele välja saata. Sellisel moel on eksperimenteeritakse ühe kuvandiga endast, hinnatakse seda ning sobilikuks osutumise korral kohandatakse sellega.

Nõustun Cleemputiga (2008), kes on leidnud, et tegelikult on selline blogide „kaunistamine“ vana komme uues kuues. Nimelt on ju teismelised juba väga kaua kaunistanud oma tube lemmikartistide piltidega ning fotodega ka endast ja sõpradest. Sama toimub nüüd ka blogides. Lemmikute pildid on olulised identiteedi näitajad, seda just seetõttu, et teismeliste puhul on oluliseks identiteedinäitajaks just muusikastiil, mida kuulatakse ning selle esindajad, kellega samastuda püütakse. Seetõttu näitavad pildid, mis blogi kujunduses kasutatud on, tegelikult selle autori kohta väga palju. Võimalus riputada üles erinevaid pilte, muusikat ja videosid annavad teismeliste hea võimaluse positsioneerida end mingisse subkultuuri ning seekaudu ilmestada ka pilti iseendast.

Teismeliste tüdrukute jaoks on oluliseks identiteedi konstrueerimise vahendiks ka iseenda foto. Kuna väga paljudel blogijatel on kodus ka digifotokaamera olemas, siis muutub üha tavalisemaks, et noored teevad endast ise kodus pilte, kusjuures tihti poseeritakse seal riietes, kohtades või oludes, mis ei lange kokku inimese tavalise olekuga. Seda võib järeldada fotode juurde lisatavatest tekstidest, kus tihti peale kirjutatud, et antud riietus või olukord on „niisama“ proovitud või kellelegi teisele kuuluv. Võimalusi erinevate stiilide läbiproovimiseks ja nende presenteerimiseks fotode ja blogide kaudu on tänu kiiresti

arenevatele uutele tehnoloogiatele piiramatult. Ka Slater (1995; Strano kaudu 2008) on välja toonud, et digifotograafia on dünaamilisem kui seda oli varasem fotograafia: tänu uuenevale tehnoloogiale saab üht pilti teise vastu vahetada või teiseks muuta väga lihtsalt – sellest ka väga head võimalused end soovitud moel ja üha uute välimustega presenteerimiseks. Sarnaselt on Chalfen (2002; Strano kaudu, 2008) välja pakkunud, et fotograafia digitaalseks muutumine on muutmas fotode tegemise nii öelda fotode valmistamiseks (*from „taking pictures“ to „making pictures“*), kuna annab tunduvalt rohkem võimalusi fotomaterjali toimetamiseks. Fototöötlust, mis varem nõudis professionaali sekkumist, võib nüüd läbi viia ükskõik kes, kellel on olemas arvuti ja fototöötlusprogramm. Nii saab ju ka iga teismeline tüdruk proovia päevast päeva erinevaid variante oma imago loomiseks ning neid siis üpris ohutul moel kommenteerida lasta: blogisid loevad ju siiski peamiselt sõbrad ja tuttavad või siis võõrad, kes juba niigi autori blogi huvitavaks peavad – seega ei ole neilt oodata ka negatiivseid kommentaare proovitud kostüümide ja loodud nö. „prooviimago“ osas. Seega on blogi kindlasti koht, kus luua uut identiteeti – jäägu see siis vaid virtuaalseks või kandugu hiljem üle ka *offline* identiteeti.

Põhjusi, miks kõiksugu erinevaid variante enda imago puhul proovitakse, võib olla palju, kuid kindlasti annab paremaid võimalusi oma identiteediga mängimiseks ka suurem publik ning seetõttu on seda ka lihtsam teha. Nimelt on isegi teismeliste blogijate hulgas välja kujunemas oma autoriteetid, kelle blogisid käivad lugemas paljud teised noored tüdrukud üle Eesti. On inimesi, kelle puhul on järgijate nimekirjad kordades pikemad kui keskpärasematel blogidel. Epps ja Hollin (1993) tõdevad, et on üldtunnustatud fakt, et lapse kasvades, peamiselt just teismeeas, väheneb vanemate autoriteetsus ja suureneb teiste omaealiste tähtsus. Eriti väheneb vanemate arvamuse usaldusväärsus just riietumisstiili, sõprade valimise ja külastatavate ürituste osas (Youniss & Smollar 1985; Epps & Hollin kaudu 1993). Arvestades, et teismeeas suureneb omaealiste tähtsus, siis kindlasti tekivad ka nendes gruppides ka oma autoriteetid. Kui vanemate arvamus riietumisstiili osas ei loe, tuleb nõuanded ja ideed kusagilt mujalt leida ning arvatavasti saabki uueks eeskujuks just mõni omaealine. Nii viidatakse tihti võõrastele blogidele, mis on hiljuti Internetist leitud ning mida peetakse toredaks näiteks tänu selle omaniku heale moetonnetusele. Samas annab teadmine, et blogilugejate hulgas on ka täiesti võõraid inimesi, uusi võimalusi enesepresentatsiooniks. Võõrastele inimestele on arvatavasti lihtsam presenteerida end ka viisidel, milline tegelikult ei olda. Võõrad inimesed ei oska ju võltsi tõelisest eristada. Sarnaselt on leidnud ka Zhao et al (2008), et nii öelda „kehatu“ ja

anonüümne Internetikeskkond teeb võimalikuks enda taasleiutamise erinevate identiteetide läbiproovimise teel.

Livingstone (2008) on leidnud, et eneseväljenduse „kraad“ väheneb vanuse kasvades: nooremad teismelised väljendavad end kasutades palju värve, sädelust ja rahvarohketes kohtades tehtud pilte. Vanemad teismelised kasutavad nii öelda „puhast“ küljendust, oluline on hoopis see, et oleks näha nende paljud sõbrad ja fakt, et nad on populaarsed. Livingstone'iga vanuse iseärasuste puhul nõustuda on raske, kuna käesolev uurimustöö seda välja selgitada ei püüdnud. Küll aga nõustuksin Livingstone'iga selles osas, et tihtipeale on kujundusest palju olulisem see, et oleks näha autori populaarsus. Läbiviidud uuringu valimis oli nii mõnigi blogi, kus oli ära toodud mõnekümne sõbra ja tuttava blogid. Samas püüti jätta muljet, et kõik antud nimekirjas on väga olulised inimesed, pealkirjastades blogide nimekiri väljendiga „minu kallikesed“. Sõna otseses mõttes näib kehtivat väljend: „Ütle mulle, kes on sinu sõbrad ja ma ütlen, kes oled sina“. Sarnasel seisukohal on ka virtuaalset sotsiaalvõrgustikku Facevook uurinud Zhao et al (2008), leides, et inimesed, kes panevad endast üles peamiselt sõpradega koos pilte, üritaks nagu öelda: „vaata mind ja tea mind minu sõprade järgi“. Nad leiavad ka, et sellega püütakse luua teatud identiteedivariante, millega üritatakse vaatajates tekitada soovitud muljet, eriti selles osas, mis puudutab autori sotsiaalsete sidemete sügavust ja laiaulatuslikkust. End paljude tuttavate ja sõprade keskele positioneerida, tehes seda siis Facebookis fotode abil või blogides teksti ja linkide abil – see näib olevat teismeliste tüdrukute jaoks väga oluline. Põhjuste osas nõustuksin taaskord Zhao et al (2008): inimesed lihtsalt püüavad jätta endast sotsiaalselt ihaldusväärse muljet, võttes põhieesmärgiks näidata end kui teiste seas väga populaarset inimest. Populaarsus on alati olnud vahend, millega võita veelgi enam populaarsust ning seda kasutavad ära ka teismelised.

Uuringus selgunud keelelisi iseärasusi väga uudseteks tegelikult pidada ei saa, seda seetõttu et blogides kasutatav keel on tegelikult üpris sarnane sellele, mida kasutavad teismelised ka tavaelus. Näiteks võõrkeelsed väljendid, millest uuringu tulemuste puhul ka juttu on, on tegelikult enamasti sõnad, mis on üpris uued ning mille puhul eesti keeles väga häid vasteid veel võib-olla ei olegi. Paljud neist sõnadest on pärit kas Interneti ja arvutitega soetud terminoloogiast või nõ. võõrkeelsetest slängisõnadest, mis on lihtsalt eestistatud. Näiteks võib tuua väljendi „irl“, mis netikeeles tähendab „in real life“ (päris elus) ning mille all siis mõeldakse kõike väljaspool Internetti toimuvat. Samuti ka väljend „wtf“, mis netikeeles on lühend väljendist „what the fuck?“ ning mida võiks tõlkida kui „mida kuradit?“. Neid samu

väljendeid kasutatakse ka tegelikult tavakõnes, viimast näiteks kujul „vee-tee-eff“ või „vattafakk“, samal kujul kusjuures ka kirjapildis. Oma emotsioonide käepikendusena kasutavad teismelised ohtralt emotikone, mille abil on märksa lihtsam oma kurba või rõõmsat meeleolu väljendada. Crystal (2001; Huffaker & Calvert kaudu, 2005) on leidnud, et kuna *online* suhtluses puuduvad miimika ja kehakeel, mis aitaksid arvamusi ja suhtumisi väljendada, siis on emotikonide roll see tühimik täita.

Leian, et sissekannete tekstilises osas võib pidada blogisid pidada siiski üpris reaalseteks, kuna enamasti kirjeldatakse sissekannetes reaalses elus asetleidnud sündmusi. Usun, et arvestades fakti, et noorte tüdrukute blogisid loevad ka nende enda sõbrad, võime olla üpris kindlad, et päris lausvalet seal ei esindata. Seda tõestab ka fakt, et levinumateks sissekande teemadeks on tavaelulised teemad nagu kool, suhted, väline ilme ja mina ise. Usun, et piirdutakse just nende teemadega, kuna peamiselt on lugejaskonnaks siiski oma tutvusringkonna inimesed ning midagi väljamõeldut neile kirjutada ei ole lihtsalt mõtet – nad näeksid valed lihtsalt läbi. Mingil määral siiski esineb tekstilise osa kaudu ka identiteedi loomist ja esitlemist, kuna teismelised tüdrukud püüavad üllatavalt tihti nõ. „salapäras“ või „müstilist“ muljet jätta, kirjutades asjadest ja inimestest, millest saab aru ainult valitud hulk inimesi ning teistele jääb kogu sissekande sisu täiesti arusaamatuks. Samas, üllatav on, et teismelised ei kasuta blogisid omaloomingu – luule, laulusõnade – esitamiseks, kuigi selleks on väga head võimalused: on ju võimalik saada nii tagasisidet kui näha ka konkreetset kui palju inimesi mingit postitust lugemas käinud on. Põhjusi selleks võib olla mitmeid, kuid ei ole ka võimatu, et luule on tänase noore jaoks natuke iganenud loominguvorm ja ehk peetakse juba autoritekstis kirjutatud postitust ennast piisavalt loominguks. Samas võib olla ka, et teismelised ei julge lihtsalt nii piiritle auditooriumile oma loomingu presenteerida.

Peamiselt kirjutavad teismelised tüdrukud positiivse tonaalsusega postitusi ning väljendavad ka positiivseid emotsioone nagu rõõm ja rahulolu. Siinkohal võib spekuloida, et teismelised tahtlikult näitavad rohkem positiivseid sündmusi ja emotsioone. Tegemist võib olla teatava uhkustamisega, kus autor tahab teada anda, et just temal on kõige lähedamad sõbrad ja kõige toredam elu. Võrdluseks, Zhao et al (2008) on virtuaalset sotsiaalvõrgustikku Facebook uurides leidnud, et enamik kasutajad jagavad rõõmuga teistega just neid fotosid, mis kujutavad neid nende sõpradega, peamiselt naeratamas, lõbutsemas või lihtsalt üksteise vastu mingil moel poolehoidu või kiindumust üles näitamas. Võib arvata, et just heade sotsiaalsete sidemete ja seeläbi ka positiivsete sündmuste ja emotsioonide kajastamine

on teismeliste jaoks väga oluline teema. Muidugi leidub ka negatiivsemaid postitusi, kuid tihti suhtuvad blogide autorid melanhoolsematesse ja kurvematesse blogidesse ja nende autoritesse irooniaga ning oma lugejatele lubatakse, et ise selliseks mitte kunagi ei muututa.

3. Tulemuste võrdlus seminaritööga

Enamikel juhtudel langevad bakalaureusetöös leitud tulemused kokku ka seminaritöös saadutega. Ka seminaritöö puhul oli populaarsemate avaldatud infokildude seas vanus, elukoht ja eesnimi. Blogikujunduses kasutatavate vahendite võrdlus seminaritöö ja bakalaureusetöö puhul on veidi raskendatud: Bakalaureusetöö kodeerimisjuhendi loomisel lisati sinna mitmed uued kategooriad, mida seminaritöö puhul veel ei kasutatud. Seminaritöö puhul oli levinumad vahendid fotod, lingid ja tsiteeritud looming, bakalaureusetöös aga arhiiv, fotod, järgijad, taustapilt ja lingid, millest uued kategooriad on arhiiv ja järgijad. Seega arvestades kattuvaid kategooriad oli sarnased tulemused fotode ja linkide osas. Blogides kasutatavate värvide osas olid tulemused üpris sarnased: mõlemas töös saadi tulemuseks, et enamlevinud on ühevärviliste ja heledate blogide kasutamine. Ka üldilme puhul olid tulemused samad: nii seminaritöös kui ka bakalaureusetöös selgus, et üldjoontes on blogid tagasihoidlikud ja lihtsad: keerukad ja ülekoormatud blogid on pigem erandiks.

Ka tekstilisi vahendeid uurides selgus, et bakalaureusetöö tulemused kattuvad seminaritöö omadega: kõige populaarsemaks vahendiks on vaieldamatult autoritekst. Keeleliste vahendite koosluste puhul on üllatuslikult koguni esinelik mõlema töö puhul kattuv. Visuaalsete vahendite puhul esineb erinevus selles, et kui seminaritöös oli populaarsemaks visuaalseks vahendiks foto, siis bakalaureusetöös on selleks emotikon.

Kuna teemavaldkondi on palju, siis on ka nende esinemise võrdlemine raskendatud. Seminaritöös olid esikolmikus teemad kool, mina ise ja väline ilme/riided/mood/meik, bakalaureusetöös aga teemad mina ise, kool ja suhted sõprade ja klassikaaslastega. Teemavaldkonnad on kategooria, mis oligi üks enim erinevusi sisaldav. Sissekannete tonaalsusi võrreldes selgub, et nii seminari- kui ka bakalaureusetöö puhul olid levinumaks positiivsed ja pigem positiivsed sissekanded. Sarnaselt seminaritööle olid ka bakalaureusetöös levinumad emotsioonid rahulolu ning rõõm. Tihti esinesid mõlemas töös ka tüdimust väljendavad ning neutraalsed postitused. Blogide tutvustavad tekstid olid taas kategooriaks,

mille puhul esines kahte tööd võrreldes erinevusi: kui seminaritöö puhul esines rohkem positiivseid tulemusi, siis bakalaureusetöös olid levinumad neutraalsed tekstid.

Võib öelda, et üldjoontes langesid olulisemad leiud mõlema töö puhul kokku. Erinevused esinesid enamasti vähemlevinud kategooriate osas, kuid see on ka põhjendatav sellega, et seminaritöö puhul oli valim nõnda väike, et mõningad harvemad mõõdetavad näitajad esinesid vaid korra või kaks ning seega ei olnud need tulemused väga arvestatavad.

4. Meetodikriitika

Rääkides kontentanalüüsi sobivusest antud analüüsi puhul tuleb tõdeda, et on alasid kuhu kontentanalüüs sobib väga hästi ja on teisi, kuhu ta nii hästi ei sobinud.

Kategooriate puhul, mis analüüsisid kujundust ja sissekande loomise vahendeid – nii tekstilisi, keelelisi kui visuaalseid – põhjendas kontentanalüüs enda valikut üpris hästi. Kontentanalüüs andis võimaluse täpselt hinnata mingite elementide olemasolu, puudumist, rohkust või vähesust.

Nende kategooriate puhul, mis rääkisid sissekande teemavaldkonnast, tonaalsusest ja emotsioonidest, ei olnud aga kontentanalüüsi kasutamine nii lihtne ja ehk isegi mitte nii sobiv. Teemavaldkonna ja emotsioonide kategooriad, mille puhul võib ühele küsimusele tulla mitu vastust, ei ole kontentanalüüsiga just kõige lihtsamini hinnatavad. Kuna blogisissekannete puhul ei ole tegelikult mingisuguseid piire, olid sissekanded tihtipeale laialivalguvad, mitmetest teemadest ja ka emotsioonidest koosnevad: nii ei saanud neile anda ühest vastust. See aga tegi hilisema analüüsi väga keeruliseks.

Üheks probleemiks uuringu puhul oli valimi koostamine. Esialgseks töö fookuses oli noored üleüldiselt ning alles töö edasise arengu käigus said fookuseks ainult tüdrukute blogid. Seda seetõttu, et teismeliste poiste hulgas lihtsalt ei ole blogimine kuigi populaarne. Leidsin, et kui valimisse oleks jäänud 10% poisse ja 90% tüdrukuid, ei oleks olnud tulemused kuigi usaldusväärsed, et teha üldistusi kogu noorsoo kohta üldiselt või poiste kohta eraldi. Seetõttu sai fookus muudetud just tüdrukutele orienteerituks.

Valimi koostamise üheks problemaatiliseks osaks oli ka vanuse määramine. Kui esialgseks kriteeriumiks oli, et vanus peab olema märgitud autori profiilis, siis kodeerimise käigus selgus, et selliseid blogisid leida ei ole kuigi lihtne. Seetõttu tuli ka vanuse kriteeriumit muuta: järeldused vanuse kohta tuli teha teksti kaudu, mis aga ei anna täpset numbrit autori vanuse kohta, ainult umbkaudse vahemiku, näiteks, et autor astub sel sügisel kümnendasse klassi, seepärast võib järeldada, et tema vanus jääb vahemikku 14-16 aastat.

Meetodikriitika puhul on oluline välja tuua ka see, et töö käigus loodud kategooriatest mõningad ei olnud väga omased kontentanalüüsile: emotsioonide ja tonaalsuste hindamisel ei ole tegelikult võimalik jääda täiesti objektiivseks ning ei saa väga kindlalt väita, et kui mõni teine uurija sama analüüsi kordaks, siis jõuaks ta täpselt samade emotsioonide kategooriateni.

KOKKUVÕTE

Käesolev bakalaureusetöö uuris teismeliste tüdrukute virtuaalse identiteedi konstrueerimist ja eneseväljendusvahendeid blogides. Alateemadena blogi kujundamise vahendeid, sissekande loomise vahendeid ning sissekannete tonaalsust, teemat ja emotsioone.

Töö teoreetiliseks aluseks olid mitmed teoreetilised materjalid, mis muuhulgas selgitasid identiteeti ja selle konstrueerimist, noorte internetikäitumist, blogide definitsioone ja funktsioone ning ka teismeliste blogikasutust.

Käesoleva töö uurimuslik osa viidi läbi kontentanalüüsina, mille valimis oli 150 blogi ning analüüsiühikuks üks sissekanne ühe blogi kohta. Kontentanalüüsi raames loodi 12 kategooriat, mille koostamisel arvestati uurimisküsimusi. Kategooriateks olid: blogija vanus, blogija profiil, sissekande tonaalsus, sissekande emotsioon, sissekande temavaldkond, sissekande tekstilised vahendid, sissekande keelelised vahendid, sissekande visuaalsed vahendid, kujunduse vahendid, värvid blogikujunduses, kujunduslik üldilme ja tutvustava teksti tonaalsus.

Selgus, et noored on enda virtuaalse identiteedi konstrueerimisel üpris tagasihoidlikud. Blogikujunduses ollakse pigem lihtsad ja vaoshoitud: jäädakse ühevärviliseks ning kasutatakse heledaid toone. Ka tehnilisi vahendeid ei kasutata väga palju: oma blogides kasutatakse kujundusvahenditena peamiselt arhiivi, fotosid, järgijaid ja muud taolist. Nii nagu kujunduses ei koormata oma blogi üle, ei tehta seda ka profiili juures: avaldatakse pigem vähemolulisi andmeid, nagu vanus, elukohalinn, lemmikartistid ja sõprade blogid, kui et laotakse välja kõik isiku identifitseerimiseks vajalikud detailid.

Blogi sissekande loomisel nii tagasihoidlikud ei olda: seda peamiselt keeleliste vahendite osas. Teismelised tüdrukud kasutavad palju erinevaid slängisõnu, ebatsensuurseid väljendeid ning võõrkeelseid väljendeid, positiivne seejuures on aga see, et enamasti tehakse seda siiski eesti keelega kahasse. Tekstiliste vahendite puhul peavad tüdrukud aga autoriteksti siiski kõige paremini läbielatud sündmusi ja emotsioone väljendavaks – just enda loodud vahetat teksti kasutavad nad sissekande loomiseks kõige enam. Visuaalsetest vahenditest

populaarsemad on teismeliste tüdrukute seas aga emotikonid, mida võib omamoodi teksti osaks või koguni selle käepikenduseks lugeda – aitavad ju emotikonid peamiselt lihtsamini emotsioone väljendada. Lisaks sellele kasutavad noored ka fotosid – peamiselt iseendast.

Teksti sisu osas võib öelda, et peamiselt keskendutatakse enda igapäevaelu lahkamisele ning läbielatud sündmuste peegeldamisele ja nendega seoses ka oma emotsioonide väljendamisele. Seetõttu on ka levinumad teemavaldkonnad sissekannetes seotud igapäevaste toimetustega nagu kool, trennid, huviringid ja hobid. Lisaks ka muidugi suhted ümbritsevate inimestega: pere, vanemate, sõprade ja tuttavatega. Enamasti on väljendatud emotsioonid sissekannetes positiivsed või vähemalt pigem positiivsed: noored tüdrukud on vaatamata levinud arvamusest nende härduse ja kurvameelsuse kohta, siiski elurõõmsad ja optimistlikud. Ometi leidub blogides ka koht, kus veidi salapärasem ja mitte nii avalik olla püütakse – selleks kohaks on blogija profiilis sisalduv tutvustava teksti lahter. Sinna kirjutatakse tihti selgusetuks jäävaid, nappe võörkeelseid lauseid, millel pealtnäha küll mingit seost autoriga ei tundu olevat.

Üldkokkuvõttes võib öelda, et blogijad on enda virtuaalse identiteedi konstrueerimisel pigem tagasihoidlikum ning kasutavad väga vähe neile blogikeskkonna poolt pakutavatest võimalustest. Veidi rohkem elatakse välja end teksti kaudu – kasutatakse mitmeid erinevaid eneseväljendusviise ning julgetakse katsetada uusi populaarsust koguvaid moeväljendeid. Teemad, millest noored tüdrukud kirjutavad, on enamjaolt igapäevased ning just nende enda isikliku eluga seotud. Enamjaolt jäävad tüdrukud oma blogides siiski rahulolevaks ja positiivseks.

SUMMARY

The aim of this BA thesis was to study adolescent girls' self-presentation and virtual identity construction in weblogs. More precisely it focused on devices which are used in designing weblogs and constructing one's virtual identity, as well as devices which are used to create entries of a weblog. The thesis also focused on the subjects, tonalities and emotions in an entry of a weblog. 150 blogs and 150 blog entries were researched by using content analyse method. Authors of these blogs were adolescent girls in the ages between 13 and 17. The 12 categories created in the content analyse were: age of the blog's author; information disclosed in profile; devices used in blog design; colors used in blog design; textual devices used in an entry; language devices used in an entry; visual devices used in an entry; themes of an entry; tonalities of an entry; emotions of an entry and tonalities of a self-written descriptive text.

The theoretical framework included findings from several different authors, mostly about constructing virtual identity, adolescent cyberpsychology, Internet role in adolescents' everyday life and adolescents' self-expression on the Internet.

The results of this study showed that adolescent girls are rather modest in constructing their virtual identity. They like to keep their blogs plain and simple: blogs are mostly monochromatic and they don't contain many devices. The main devices which are used in blog desing are archive, photos and followers (link to blog author who follows this exact blog). The modesty continues in blog profiles: adolescent girls do not disclose personal information such as last name, phone number or address which could be used (if disclosed) to find out their *offline* identity. They only mention their age, first name, the town they live in and sometimes links to their friends' blogs, lists of their favorite musicians and movies and other irrelevant information.

Nevertheless, adolescent girls are not so modest in creating an entry. They use slang, expressions from foreing languages and last but not least: they swear. The most popular textual device in creating an entry is author's self-written text. Sometimes quotations of song lyrics and poetry are also used. Emoticons let us to express our emotions in a much easier way – that's why they are the most used visual device in adolescent girls' weblogs. Photos are also common device in creating an entry.

Common themes in adolescent girls' weblog entries are their own everyday life, school, hobbies and relationships with friends and family. Mostly the tonalities and emotions in weblogs are positive and optimistic. Far-spread emotions are gratification, joy, boredom, anger and sorrow.

In conclusion, adolescent girls are modest in constructing their virtual identity and they do not use the desing devices offered by the site very much. When creating an entry, girls are more venturesome and they use different textual devices as well as new slang, foreing languages and even swearing. Emoticons and photos are the common parts of an entry. Adolescent girls write about their own everyday lives – school, friends, family and hobbies and mainly they are doing it in an optimistic tone.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Beers, D. (2006) *The Public Sphere and Online, Independent Journalism*, URL (kasutatud jaanuar 2009) <http://www.jstor.org/stable/20054149>.
- Bortree, D. S. (2005). *Presentation of Self on the Web: an ethnographic study of teenage girls' weblogs*. URL (kasutatud jaanuar 2009) [http://homepage.mac.com/paulcdowling/ioe/r&d/papers/bortree\(2005\).pdf](http://homepage.mac.com/paulcdowling/ioe/r&d/papers/bortree(2005).pdf).
- Calvert, S. (2002). *Children as Consumers: Advertising and Marketing*. URL (kasutatud jaanuar 2009) http://www.futureofchildren.org/usr_doc/18_09_Calvert.pdf.
- Calvert, S. & Huffaker, D. (2005) *Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs*. URL (kasutatud jaanuar 2009) <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>.
- Chandler, D., & Roberts-Young, D. (1998). *The Construction of Identity in the Personal Homepages of Adolescents*. URL (kasutatud aprill 2009) <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/strasbourg.html>.
- Cohen, K. R. (2005). *What Does The Photoblog Want?* URL (kasutatud aprill 2009) <http://mcs.sagepub.com/cgi/reprint/27/6/883>
- Epps, K. & Hollin, R. C., (1993) *How and Why Children Hate: Authority and Hatred*. URL (kasutatud mai 2009) http://books.google.ee/books?id=mgoyZ_6dv4QC&pg=PA141&lpg=PA141&dq=adolescent+authority&source=bl&ots=UEgQ_G2vEP&sig=TO6m6VYcx6fP2_ZF7JDMXc1ORE4&hl=et&ei=RIoaSrewHZW6sgax2JGQAg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1
- Herring, S. Scheidt, L. Bonus, S. & Wright, E. (2004), *Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs*. URL (kasutatud aprill 2009) <http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101b.pdf>

- Herring, S. Paolillo, J. (2006) *Gender and Genre Variation in Weblogs*. URL (kasutatud mai 2009) <http://www.blogninja.com/jslx.pdf>.
- Huffaker, D. (2006). *Teen Blogs Exposed: The Private Lives of Teens Made Public*. URL (kasutatud Jaanuar 2009) http://www.soc.northwestern.edu/gradstudents/huffaker/papers/Huffaker-2006-AAAS-Teen_Blogs.pdf.
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. URL (kasutatud jaanuar 2009) <http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/10/3/393>.
- Powell, K. (2004). *Developmental psychology of adolescent girls: conflicts and identity issues*. URL (kasutatud aprill 2009) http://findarticles.com/p/articles/mi_qa3673/is_1_125/ai_n29134300/?tag=content;coll .
- Stern, S. R. (1999). *Adolescent Girls' Expression on Web Home Pages. Spirited, Sombre and Self-Conscious Sites*. URL (kasutatud aprill 2009) <http://con.sagepub.com/cgi/reprint/5/4/22>.
- Strano, M.M. (2008). *User Descriptions and and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images*. URL (kasutatud mai 2009) <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402&article=5>
- Subrahmanyam, K. & Greenfield, P. (2008). *Online Communication and Adolescent Relationships*. URL (kasutatud aprill 2009) <http://www.jstor.org/stable/20053122>.
- Weiler, G. (2003). *Using Weblogs in the Classroom*. URL (kasutatud jaanuar 2009) <http://www.jstor.org/stable/3650430>.

- Wimmer, R. & Dominick, J (1991). *Mass Media Research: an Introduction*. California: Wadsworth Publishing Company
- Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). *Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships*. URL (kasutatud mai 2009)
<http://www.scribd.com/doc/8475198/Zhao-Grasmuck-Martin-Identity-Construction-on-Facebook-Digital-Empowerment-in-Anchored-Relationships>

LISAD

Lisa 1. Kodeerimisjuhend

1. Blogija vanus	
13-aastane	1
14-aastane	2
15-aastane	3
16-aastane	4
17-aastane	5
Vastus teadmata	6
Blogi kujunduses ja virtuaalse identiteedi konstrueerimises kasutatavad vahendid	
2. Blogija profiilis avaldub	
Eesnimi	1
Perekonnanimi	2
Vanus ja/või sünniaeg	3
Elukoht (linn)	4
Meiliaadress	5
Kasutajanimi mõnes muus internetikeskkonnas	6
Blogija enda kirjutatud tutvustav tekst	7
Lemmikud	8
Sõprade blogid	9
Muu	10
3. Audiovisuaalsed, graafilised ja tekstilised vahendid, mida blogi kujunduses kasutatakse	
Taustapilt (<i>skin</i>)	1
Fotod	2
Tsitaadid/laulusõnad/muu tsiteeritud looming	3
Omalooming	4
Lingid teistele lehekülgedele	5
Taustamuusika	6
Video, taustavideo	7
Küsitlused	8
Järgijad	9
Foorum	10
Arhiiv	11
Muu	12
4. Blogi värvilisus	
Ühevärviline	1

Mitmevärviline	2
4a. Ühevärvilise blogi värv	
Valge	1
Must	2
Muu	
4b. Mitmevärvilise blogi toonid	
Heledamates toonides	1
Tumedamates toonides	2
5. Blogi kujunduslik üldilme	
Tagasihoidlik/lihtne	1
Pigem tagasihoidlik/lihtne	2
Neutraalne	3
Pigem ülekoormatud/keerukas	4
Ülekoormatud keerukas	5

Eneseväljendusviisid ja –vahendid blogides

6. Millistest tekstilistest vahenditest koosneb sissekanne?	
Autoritekst	1
Autori luuletused/looming	2
Tsiteeritud laulusõnad/luuletused/tekstid	3
Tsiteeritud vestlused sõpradega (msn, rate, orkut jms)	4
Lingid	5
Muu tekstiline vahend	6
7. Milliseid keelelisi vahendeid kasutatakse sündmuse/emotsioonide edasiandmiseks?	
Eesti keel	1
Släng	2
Võõrkeelsed väljendid	3
Tõlge võõrkeelde	4
Ebatsensuursed väljendid, ropendamine	5
8. Millistest visuaalsetest vahenditest koosneb sissekanne?	
Foto	1
Graafika	2
Emotikonid	3
Video	4
Muu illustratsioon	5

Teemavaldkonnad, tonaalsused ja emotsioonid blogi sissekannetes?

9. Teemavaldkond, millest sissekanne räägib	
Mina Ise	1
Kool	2
Trenn/huviring	3
Hobi	4
Armastus, armumine, suhted	5
Seks, suudlemine, füüsiline kontakt	6
Arvuti/Internet	7
Muusika	8
Film/televisioon/kino/teater	9
Väline ilme/riided/mood/meik	10
Suhted vanematega ja perega	11
Suhted sõprade ja klassikaaslastega	12
Suhted õpetajatega	13
Sündmused ja üritused	14
Peod	15
Alkohol	16
Tubakas	17
Lemmikud	18
Surm, suitsiid	19
Muu	20
Raske öelda	21
10. Sissekande üldine tonaalsus	
Positiivne	1
Pigem positiivne	2
Pigem negatiivne	3
Negatiivne	4
Mõlemad, nii positiivset kui negatiivset	5
Ei positiivne ega negatiivne: neutraalne, kirjeldav	6
11. Emotsioon, mida sissekandes väljendatakse	
Rõõm	1
Rahulolu	2
(Enese)Imetus	3
Üllatus/Imestus	4
Emotsioonitu, neutraalne	5
Viha	6
Kurbus	7
(Arm)Kadedus	8
Hirm	9
Üksindus	10
Igatsus	11

Tüdimus	12
Raske öelda	13
12. Blogija enda kirjutatud tutvustava teksti tonaalsus	
Positiivne	1
Pigem positiivne	2
Pigem negatiivne	3
Negatiivne	4
Mõlemad, nii positiivset kui negatiivset	5
Ei positiivne ega negatiivne: neutraalne, kirjeldav	6

