

Tartu Ülikool

Sotsiaal- ja haridusteaduskond

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

KUJUTELDAVA KASUTAJA SUHTLUSPORTAALI PROFIILOOME
ANALÜÜS LOOMINGULISTE UURIMISMEETODITE ABIL

Bakalaureusetöö

Koostaja: Gerda Suumann A82697

Juhendaja: Andra Siibak, PhD

Tartu 2012

Sisukord

| | |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Sissejuhatus | 4 |
| I Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad | 6 |
| 1. Identiteet ja selle konstrueerimise alused..... | 6 |
| 2. Suhtlusportaalid | 7 |
| 2.1. Suhtlusportaalide profiil | 9 |
| 2.2. Suhtlusportaalide profiili loome | 10 |
| 2.3. Multimodaalsus suhtlusportaali profiilil..... | 11 |
| 3. Projektivtehnika | 15 |
| 4. Loomingulised uurimismeetodid | 16 |
| 4.1. Varasemad uuringud loominguliste uurimismeetoditega | 18 |
| 4.2. Loominguliste uurimisvõtete ühisosa | 23 |
| 4.3. Loominguliste uurimismeetodite plussid ja miinused | 24 |
| 5. Uurimisküsimused | 26 |
| II Meetod ja valim | 27 |
| 2.1. Meetod | 27 |
| 2.2. Uuringu käik | 27 |
| 2.3. Valim | 29 |
| III Tulemused | 30 |
| 3.1. Noorte poolt loodud tegelased ja nende analüüs | 30 |
| 3.2. Tegelaskujude profiililoomine..... | 35 |
| 3.3. Multimodaalse suhtlusportaali profiili loomine..... | 52 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.4. Loominguliste uurimismeetodite võimalused virtuaalse identiteediloome uurimisel | 53 |
| IV Järeldused ja diskussioon | 56 |
| 4.1. Järeldused | 56 |
| 4.2. Diskussioon | 60 |
| 4.3. Meetodi kriitika | 65 |
| 4.4. Soovitused | 68 |
| V Kokkuvõte | 69 |
| VI Summary | 71 |
| Kasutatud allikad..... | 73 |
| Lisad | 81 |
| Lisa 1: kiri lapsevanemale..... | 81 |

Sissejuhatus

EU Kids Online II (Livingstone et al 2011) uuringust nähtub, et suhtlusportaalide kasutamine on teiste netitegevustega võrreldes kõige kiiremini kasvav trend Euroopa noorte hulgas. Suhtlusportaalide populaarsuse üks peamisi põhjuseid peitub selles, et need keskkonnad pakuvad kasutajatele võimalust end teistele profiili abil tutvustada (Zhao & Jing 2011). Uuringutest nähtub, et suhtlusportaali profiilile lisatakse tavaliselt enda kohta isiklikku infot, pildimaterjali ning muud teavet, mida kasutaja teistega jagada soovib (Toma 2011). Seega võib öelda, et suhtlusportaalid mängivad tänapäeva noorte elus olulist rolli, kuna võimaldavad indiviidil luua endale meelepärane identiteet, mida teistele tutvustada (Brown 2011). Kuna just noorukiiga on see aeg, mil indiviidil hakkab kujunema tema tõeline identiteet (Erikson 1968), siis olen käesoleva bakalaureusetöö fookusesse võtnudki just noorte virtuaalse identiteediloomet temaatika. Bakalaureusetöös uuritakse loominguliste uurimismeetodite kaudu, milliseid valikuid noored virtuaalsel identiteediloomel langetavad. Kuna loominguliste uurimismeetodite näol on tegemist siiani Eestis läbi viidud uuringutes veel üsna vähe kasutatud lähenemisega, siis käsitlen oma bakalaureusetöös põhjalikumalt ka nimetatud meetodi spetsiifikat ning arutlen metoodika plusside ja miinuste üle.

Käesolev bakalaureusetöö valmis ühe rahvusvahelise uurimisprojekti raames. Nimelt viivad Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut ning Rootsi Södertörni Ülikooli teadlased läbi rahvusvahelist uurimisprojekti „GTO projekt“ (2009-2012), mille eesmärgiks on uurida Eesti ja Rootsi noorte (vanuses 10-14 aastat) suhtlusportaalide kasutust (Lisa 1). Eelnevalt on projekti raames läbi viidud mitmeid uuringuid, mille tulemusel analüüsiti Eesti ja Rootsi noorte enesepresentatsiooni ja virtuaalset identiteediloomet suhtlusportaalide profiilidel.

Kui varemalt oldi GTO projekti raames läbi viidud uuringutes analüüsitud noorte identiteedi konstrueerimist suhtlusportaalides kontentanalüüsi ja intervjuude meetodil (Hernwall & Siibak 2011; Siibak & Hernwall 2011), siis projekti viimases faasis langetati valik nn. uue loomingulise uurimismetoodika kasuks, mis pakub noortele endile võimalust luua oma nägemus suhtlusportaali profiilist ning valida elemendid, mida nad soovivad selle koostamisel kasutada. Kuna tänapäeva suhtlusportaalid pakuvad erinevaid ja mitmekülgseid võimalusi oma profiili loomiseks, siis saab töösse sisse tuua ka multimodaalsuse mõiste ning vaadata milliseid erinevaid laade (tekst, foto, linkide ja videote lisamine jne) oma profiili loomisel

otsustatakse kasutada. Uuringu juures on oluline osa noorte endi selgitustel ja põhjendustel, et analüüsida nende tehtud töid ning mõista, mis ajendas neid vastavaid valikuid tegema.

Antud töö koosneb neljast osast. Pärast sissejuhatust annan ülevaade töö teoreetilistest lähtekohtadest ning tööga seotud mõistetest. Alguses tutvustan identiteedi mõistet ja selle konstrueerimise aluseid, seejärel peatun pikemalt sotsiaalsõrgustike kirjeldamisel ning profiililoomel erinevatel võimalustel. Samuti annan ülevaate projektiivtehnikast ja loomingulistest uurimismeetoditest, tutvustan varem läbi viidud uuringuid antud meetodiga, loetlen meetodi plusse ja miinuseid ning toon välja uurimisküsimused. Teises peatükis kirjeldan meetodit, uuringu käiku ning valimit. Kolmas osa keskendub tulemustele, kus tutvustan noorte loodud kujuteldavaid tegelasi ning neile loodud profiile. Neljandas peatükis vastan uurimisküsimustele, diskussiooni osas arutlen saadud tulemuste üle ning jagan ka soovitusi loominguliste uurimismeetodite kohta enda kogemuste põhjal. Pärast lühikest töö kokkuvõtet eesti ja inglise keeles järgneb kasutatud kirjanduse loetelu ning lisad.

Selle töö valmimisega seoses soovin tänada oma juhendajat Andra Siibakut, kes andis väga asjalikku ja kiiret tagasisidet ning oli oma nõu ja jõuga igati toeks. Samuti tänan Rootsi Södertörni Ülikooli teadlasi ja Miina Härma Gümnaasiumi 7A klassi õpilasi, kes olid nõus uuringus osalema.

I Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

1. Identiteet ja selle konstrueerimise alused

Identiteeti on uurinud paljud autorid ning seega on kujunenud erinevaid definitsioone identiteedi mõiste ning selle kujunemise kohta. Antud töös väga põhjalikult neile ei keskenduta, vaid antakse ülevaade nendest autoritest, kelle käsitlustest lähtudes saab minu hinnangul kõige paremini mõista indiviidi identiteedi kujunemist nii reaalelus kui ka virtuaalmaailmas, eelkõige sotsiaalvõrgustikes.

Üks sagedamini kasutatud autor identiteedist rääkimisel on Erikson (1968), kelle kohaselt on identiteedi kujunemisel oluline osa noorukieal, kuna siis ületavad noored oma ebakindlused, mõistavad paremini on tugevusi ja nõrkusi ning muutuvad aina enesekindlamateks. Täiskasvanuks saamisega kaasneb nii öelda „kriisi“ läbimine, kus otsitakse vastuseid oma väärtustele ning ideaalidele, oma tulevikuplaanidele ning seksuaalsele identiteedile (Erikson 1968).

Kuna identiteet on oluline osa enese käsitlusest, mis omakorda on tervik inimese mõtetest ja tunnetest (Rosenberg 1986, viidatud Tennyson 2008 kaudu), siis on see ainulaadne ning eristab meid teistest inimestest (Buckingham 2008). Nii nimetab näiteks Erikson (1968) identiteedi kujunemist individuaalseks, kuid samas on eakaaslaste heakskiit äärmiselt oluline. Kuna noorukieas algab ka perekonnast eemaldumine, siis kasvab iseseisvus, sotsiaalne mõjuvõim ning pööratakse rohkem tähelepanu oma eakaaslaste arvamusele.

Lisaks meie „olemasolevale“ identiteedile (meie vanemad, etniline taust, usk, sugu, amet ning teised välised faktorid, millega end kirjeldame), saab eristada „loodud“ identiteeti, mille kujundame ise (Brown 2011). See on meie soovitud mina, millised me tahaksime olla ning millistena me tahaksime, et teised meid näeksid. Tänapäeva tehnoloogia võimaldab meil luua ja muuta identiteeti meie äranägemise järgi ning seda kõike virtuaalselt.

Erinevad sotsiaalvõrgustikud on kohad, mis aitavad sel moel indiviidi identiteeti kujundada. Kuna vastavatel lehekülgedel saavad kasutajad jagada teistega enda kohta isiklikku informatsiooni, siis on teiste poolt saadud tagasiside väga oluline oma identiteedi loomisel. Niimoodi saadakse olulist infot selle kohta, kuidas nende soovitud identiteedid teiste poolt

vastu võetakse. Kuna sotsiaalvõrgustikes olevad kontaktid on pigem näost näkku suhtluse teel tekkinud, mitte virtuaalsetest sidemetest, siis seda olulisem on teiste poolt saadud tagasiside enda identiteedi kinnitamisel (boyd & Ellison 2007; Fluckinger 2008 viidatud Livingstone 2009: 87 kaudu). Kui vastukaja noorte identiteedi kujunemisel on positiivne, siis see tõstab nende enesehinnangut, negatiivse puhul aga kahjustab seda (Valkenburg et al 2006, Livingstone 2009: 87 kaudu). Negatiivne vastukaja on tavaliselt tingitud üleidealiseeritud või võltsist esitlusest ning kui enese esitus pole tõepärane, siis üldjuhul pälvib see negatiivseid kommentaare (Manago et al 2008; Cleemput 2008, viidatud Livingstone 2009: 88 kaudu). Samuti rõhutab Livingstone (2009) teiste tagasiside olulisust, kuna sotsiaalvõrgustikes tähendab identiteedi kujunemine lisaks sotsiaalsuse kujunemist ning kuna identiteet luuakse teiste jaoks, siis on indiviidile oluline, et see ka vastu võetakse (Livingstone 2009). Sama mõtet toetab ka Siibak (2009) oma doktoritöös, kus ta kirjutab, et eakaaslaste normid ja väärtused aitavad kujundada noore virtuaalset identiteeti. Sotsiaalvõrgustikes on oluline roll teiste tegemiste jälgimisel, kuna sel juhul saavad noored kindlaks teha, milliste toimingute puhul on eakaaslaste tagasiside kõige positiivsem ning kasutada sama strateegiat, et võita teiste populaarsus ning heakskiit (Siibak 2009).

2. Suhtlusportaalid

Kuna suhtlusportaalid pakuvad võimalust oma identiteediga eksperimenteerida, siis on paslik antud mõistel natuke pikemalt peatuda. Suhtlusportaal on inimeste poolt loodud struktuur, mis võib olla sõpruse, huvi, suhte, teadmiste, kogemuste või uskumuste süsteem. Varem olid sotsiaalsed võrgustikud piiratud geograafilise asukoha, sotsiaalse staatuse või rahvuskuuluvusega (Young 2011). Tänapäeval on lehed aga tunduvalt mitmekesisemad ning dünaamilisemad, võimaldades suhelda nii sõpradega kui ka inimestega, kes pole nende kontaktide hulgas, olenemata nende asukohast, kultuurist või taustast (Ofcom 2008). Sotsiaalvõrgustikku nähakse kui positiivset allikat, mis võib mõjutada indiviidi või kollektiivi tegevust ning loovust (Young 2011).

Esimeseks tuntuimaks suhtlusportaaliks võib pidada 1997. aastal loodud keskkonda SixDegrees, mis võimaldas kasutajatel luua profiil, moodustada sõprade nimekiri ning neid pidevalt külastada (boyd & Ellison 2007). Leheküljel oli küll miljoneid kasutajaid, kuid siiski ei kasvanud sellest tulutoov äri ning 2000. aastal teenus suleti. Vahepeal loodi mitmeid teisi

sotsiaalvõrgustikke (boyd & Ellison 2007), kuid just eestlaste seas kogusid enim populaarsust 2002. aastal loodud eestikeelne Rate.ee ja 2004. aastal esimese suurema rahvusvahelise keskkonnana Orkut (Rate.ee kodulehekülg, Orkut: *About*). Hetkel on aga kõige populaarsem lehekülg Facebook, mis loodi 2004. aasta veebruaris ning mis aitab inimestel efektiivsemalt oma sõprade, pere ja töökaaslastega suhelda (Facebook Factsheet).

EU Kids Online võrgustik (Livingstone et al 2011) viis läbi küsitluse, mille tulemusel selgus, et 9-16aastaste Euroopa noorte hulgas on üle pooltel (59%) sotsiaalvõrgustikes profiil ning ka Eesti noorte seas on profiili omamine väga populaarne (71%). Sotsiaalvõrgustikud paeluvad üha enam noori, kuna vastavatel lehekülgedel on ühendatud jutu ajamine, sõnumite saatmine, kontaktide olemasolu, pildialbumid ja blogimine.

Kuna sotsiaalvõrgustikud pakuvad niivõrd palju erinevaid funktsioone, on aastatega tekkinud neid hulgaliselt juurde ning samuti on miljonid kasutajad lehekülgede igapäevased külastajad. Suhtlusportaalid on tehnoloogiliselt üsna sarnased, kuid seal tekkivad kogukonnad on tunduvalt mitmekesisemad (boyd & Ellison 2007). Mõned leheküljed on suunatud eripalgelisemale auditooriumile, sel ajal kui teised meelitavad ligi inimesi, kel on ühine keel või sarnased rassilised, seksuaalsed, usulised või rahvuslikud identiteedid. Lehekülgede erinevus seisneb ka nende seotuses uute informatsiooni ja kommunikatsiooni vahenditega – kas lehekülgedele saab siseneda mobiiliga, kas on võimalus blogimiseks ja piltide/videote jagamiseks (boyd & Ellison 2007).

Suhtlusportaalid võivad erineda küll mitmes aspektis, kuid peamine eesmärk on kõigil neil keskkondadel enam-vähem sama - kohtuda inimestega, kellega jagatakse ühiseid huve (Sharma 2008). Üldjuhul läheb kellegi kolmanda abi vaja, et luua tutvusi veel tundmatu isikuga, kuid Internetis olevad suhtlusportaalid lihtsustavad uute sõprade leidmist. Vastavad leheküljed võimaldavad leida indiviidil endaga sarnaseid inimesi väljaspool tema tutvusringkonda üle kogu maailma. Nüüd on võimalik kuuluda üheaegselt paljudesse sotsiaalvõrgustikke, mis on tekkinud nii üsnagi tavaliste (bändid või teatud kuulsus) või ka natuke veidramate teemade (kindel soeng või element perioodilisustabelis) ümber (Sharma 2008).

Lisaks sellele, et võrgustikesse kuulumine on kerge, piisab tihti ainult lihtsatest ja kiiretest panustest (staatuse uuendamine, lehekülje või pildi jagamine), et kuuluda aktiivsesse

sotsiaalvõrgustikku, kus inimesed võivad kasutaja postitusi kommenteerida ja vastupidi. See kõik toob kaasa ühise kommuunitunde ning soovi endaga sarnastele inimestele oma huvide ja tegemistega muljet avaldada (Gauntlett 2011).

Sotsiaalvõrgustike kõige tähtsam ühine eesmärk on pakkuda võimalust mitmekesisemaks suhtlemiseks (Gauntlett 2011). Kasutajate jaoks pole uute tutvuste leidmine esmatähtis, vaid peamiselt suheldakse inimestega, kes juba kuuluvad nende kontaktide hulka (boyd & Ellison 2007; Gauntlett 2011). Sotsiaalvõrgustikku kuulumise motivatsioon ning tasu on põhimõtteliselt samad: olla aktiivse kommuuni liige, osake vestlusest ning tunda end rohkem ühendatud inimestega, keda me teame, ning ehk ka luua uusi tutvusi (Gauntlett 2011).

2.1. Suhtlusportaalide profiil

Suhtlusportaalid pakuvad oma kasutajatele võimalust enese esitluseks, mida üldjuhul saab teha profiilide kaudu. Profiil koosneb tihti positiivsest infost enese kohta (meelitavad pildid, sõbralikud seinapostitused ning erinevate huvide loetelu). Tänu profiilile saab kasutaja alustada, arendada ja hoida oma suhteid teistega. Samuti meenutab profiil kasutajale nende elu olulisi aspekte, nagu sõbrad, identiteet ja gruppi kuulumine (Toma 2010).

Suhtlusportaalide kasutajasõbralikkus võimaldab noortel endale kiiresti standardiseeritud profiil luua. Enamikel lehekülgedel saab siiski oma profiili isikupärasemaks muuta, lisades kasutaja poolt loodud sisu, näiteks erinevaid pilte ja postitusi (Livingstone 2011).

Profiilid võimaldavad kasutajatel jagada endast detailseid kirjeldusi. Selleks et jagada teistega oma arusaamist elust, laevad kasutajad üles endast profiilipildi ning kirjutavad isikliku informatsiooni oma maitsete ning tegevuste kohta (Liebert 2011). Profiilipilt on üks olulisemaid osasid ning see on tavaliselt nähtaval kohal profiilil ning peamine tunnus, mille järgi kasutaja ära tunda. Profiilipilt, mis näitab füüsilist välimust, on kõige märkimisväärsem tunnus enese esitluseks (Leary et al 1994, viidatud Zhao & Jiang 2011 kaudu).

Samuti on sotsiaalvõrgustike profiilid tihti pigem kohanäitajad sotsiaalgrupis kui lihtsalt enese kujutamine. Identiteediga seotud infot kasutatakse seega sageli oma koha kindlustamiseks või parandamiseks grupis. Siinkohal on oluline grupisiseste naljade kasutamine, mis jäädes teistele arusaamatuks, kinnitab kasutaja positsiooni grupis (Livingstone 2011). Oma

identiteedi kujunemisel on oluline ka sotsiaalse populaarsuse domineerimine profiilil. Noored esitlevad ennast kui indiviide, kellega tasub sõbraks hakata. Seetõttu konkureeritakse teistega sõprade arvus ning muudetakse avalikuks sõprade privaatsed postitused. Samuti rõhutatakse oma seltskondlikke tunnuseid, nagu avatus, hoolivus, optimism ning spontaansus (Livingstone 2011).

2.2. Suhtlusportaalide profiili loome

2.2.1. Registreerimine

Endale konto tegemiseks tuleb indiviidil esmalt leheküljele registreerida ning olenevalt leheküljest tuleb enda kohta erineval määral informatsiooni jagada. Näiteks Facebooki konto tegemiseks tuleb täita lühike registreerimisleht, kus tuleb kirja panna oma täisnimi, e-posti aadress, salasõna, sünnipäev ning mainida kas indiviid õpib, töötab või ei tee kumbagi neist. Teised leheküljed kasutavad natuke laialdasemat registreerimist, paludes kirjutada oma ees- ja perekonnanimi, aadress, riik, huvid, kool ja firma. Nimi, e-posti aadress ja salasõna on alati kohustuslikud. Pärast registreerimist saavad kasutajad uuendada ja muuta oma profiili, kuna tavaliselt koosneb see tunduvalt rohkematest valdkondadest ja tegevustest, kui registreerimisel küsiti (Brouns et al 2008).

2.2.2. Sõprade lisamine

Nüüd seisab kasutaja valiku ees kas luua avalik või poolavalik profiil, korrigeerida oma privaatsätteid ning hakkata suhtlema teiste kasutajatega, kellega ollakse kontaktis ja vaadata ning läbi mõelda nii enda kui ka teiste kontaktide nimekirjad. Selleks kõigeks on soovitatav kasutajal üles otsida inimesed, kellega neil on mingi side. Olenevalt leheküljest on nende suhete kõige levinumad nimetused „Sõbrad“, „Kontaktid“ või „Fännid“. Avalik kontaktide nimekiri on üks olulisemaid komponente, kuna see sisaldab linke nendele profiilidele, mis võimaldab vaatajatel läbi käia võrgustiku graaf klõpsates oma „Sõprade“ nimekirjal. Enamikel lehekülgedel on „Sõprade“ nimekiri nähtav kõigile, kellele on lubatud ligipääs profiilile (boyd & Ellison 2007).

Kuigi palju räägitakse nendest noortest, kellel on sadu sõpru oma profiilil, on kontaktide tegelik arv viimaste uuringute kohaselt enamikel noortest kasutajatest siiski tunduvalt

väiksem (Livingstone et al 2011). Nimelt on EU Kids Online andmetel 51 protsendil euroopa noortel ning 67 protsendil eesti noortel alla 50 kontakti. Noorte sõprade hulgas on 78% neid inimesi, kellega tutvuti näost näkku, kuid siiski on tervelt 12% neid lehekülje kasutajaid, kes on ühenduses inimestega, kellega tutvuti interneti teel (Livingstone et al 2011).

Sotsiaalvõrgustikud võimaldavad kasutajal muuta oma privaatsätteid nii, et ainult teatud inimesed või grupid näevad tema profiili. Nii saab kasutaja valida, millist informatsiooni ta soovib teistega jagada (Livingstone et al 2011). Sellega julgustatakse kasutajaid avaldama enda kohta võimalikult palju informatsiooni, jagades rohkem infot nendega, kellega ollakse lähedasemad ja suheldakse rohkem ning hoides juhututtavad infosulus (Brouns et al 2008). Noored on küll teadlikud, et internetis varitsevad mitmed ohud ning seega tuleb oma profiilil info jagamisega ettevaatlik olla (Livingstone et al 2011). Enamik neist on küll kursis, et oma profiilile ei tohiks postitada kodust aadressi ega telefoninumbrit, kuid EU Kids Online II uuringu kohaselt olid 14% euroopa ning 27% eesti noortest seda siiski teinud (Livingstone et al 2011). Samuti hoidsid pea pooled kasutajad (43%), eriti just tütarlapsed, oma profiile privaatsena, nii et ligipääsu omavad ainult nende sõbrad. Küsitlusele vastanud eesti noortest oli profiil avalik ehk kõigile nähtav 29% (Livingstone et al 2011).

2.3. Multimodaalsus suhtlusportaali profiilil

Suhtlusportaalid on pidevas muutuses ning täienevad uute ja erinevate lisadega, mis muudavad leheküljed veelgi huvitavamateks ja paeluvamateks. Meil on vabadus valida just need vahendid ja viisid oma profiili loomiseks, mis aitavad meid kõige paremini kirjeldada (Kress 2010). Kasutajat võib nimetada ka disaineriks, kes kasutab disaini, et muuta oma mõtted sõnumiks ning kogu seda protsessi mõjutavad sotsiaalsed ja tehnoloogilised muutused (Kress 2010).

Kommunikatsiooni puhul on tihti erinevad laadid (*modes*) koos kasutatavad, nii et igal viisil on oma kindel eesmärk ja funktsioon. Laadi all mõtleb Kress (2010) sotsiaalselt kujundatud ja kultuuriliselt ettenähtud semiootilist vahendit tähenduse andmiseks. Pilt, kirjutis, kujundus, muusika, märguanne, kõne, liikuv pilt, heliriba ning 3D objektid on mõned näited laadidest, mida kasutatakse esitlustes ja kommunikatsioonis.

Kuna valikuvõimalus on suur ja lai, siis tuleb valida õige disain ehk teada erinevate vahendite valiku ja kasutuse eripärasid, selleks et kindel sõnum jõuaks kindla auditooriumini. Tihti on kõige parem oma mõtte edastamiseks kasutada koos erinevaid laade (Kress 2010). Kress (2010) nimetabki multimodaalset disaini erinevate laadide koos kasutamiseks. Pilt, kiri, värv, kujundus - igal laadil on oma kindel ülesanne. Pilt näitab seda, mille lugemine võtaks liiga palju aega, kiri/kirjatöö nimetab seda, mida oleks raske näidata ning värvi kasutatakse terviku puhul kindlate aspektide rõhutamiseks. Seda kõike on aga juba sotsiaalvõrgustike kujundajad kasutajate eest ära teinud ning kuna inivid saab kasutada ainult etteantud formaati, pidurdab see tema loomingut ja vabadust ning mingil määral ka tema identiteedi kujunemist (Siibak 2009).

See-eest saavad kasutajad oma loomingulisust näidata muude funktsioonide kaudu. Populaarne on kirjakeste kirjutamine oma sõprade profiilile, mida üldjuhul nimetatakse „kommentaaride“ jätmiseks, kuid vastav nimetus oleneb jällegi sotsiaalvõrgustikust. Lisaks sellele pakuvad leheküljed privaatsõnumite saatmise võimalust, mis sarnaneb e-postile. Nii „kommentaaride“ kirjutamine kui ka privaatsõnumite saatmine on väga populaarsed, kuid need lisad ei ole kõigile sotsiaalvõrgustikele omased (boyd & Ellison 2007).

Lisaks eelnevalt mainitud lisadele, on olenevalt leheküljest võimalik jagada fotosid või pilte, blogida või sõnumeid saata. On olemas nii sotsiaalvõrgustikke, mis on suunatud rohkem mobiiltelefonilt kasutamiseks (nt Dodgeball), kuid ka internetipõhiseid (nt Facebook ja MySpace). Mõned leheküljed võimaldavad kasutajatel täiustada oma profiile lisades multimeedia sisu või muutes profiili välimust (boyd & Ellison 2007).

Lisaks sellele, et inivid saab oma loomingulisust näidata disainides oma profiililehte, saab ta seda näidata ka erinevate tegevuste kaudu. Burgess (2007) kirjeldab oma doktoritöös nn. igapäeva loovust (*vernacular creativity*), mida kasutatakse rääkimiseks argipäevastest tegevustest nagu lugude rääkimine, piltide tegemine oma perest, pildialbumite meisterdamine jne (Jenkins 2007). Kuna antud tegevused on muutunud nii igapäevaseks, siis me ei mõtlegi neist enam kui millestki loomingulisest. Antud sõna seostub pigem geeniuse tüüpi või väga andekate inimestega kui tavainimesega. Seevastu mitmed autorid on leidnud, et hetkel on *online* maailmas väga palju amatööri tasemel loomingulisust, mis esindavad kindlat elu, aega ja kohta ning nende puhul on tegu millegi väga rikka ja tähenduslikuga (Jenkins 2007;

Burgess 2007). See nn. igapäeva loovus on seotud sotsiaalsete ja tehnoloogiliste muudatustega, mida ühelt poolt on kujundanud tootjate, turgude ja tehnoloogia keerulised suhted ning teisalt individuaalse ja kollektiivse loomingu mitmekesisus (Burgess 2007).

Burgess (2007) toob oma doktoritöös välja huvitava tähelepaneku, et nn. igapäevane loovus ringleb pidevalt suhtlusportaalides, nii et osalejad on alati juba loomingu tarbijad, tootjad, toimetajad ja kriitikud. YouTube, Flickr ja Facebook on ainult mõned näited, mis pakuvad inimestele võimalust näidata enda loomingut, seda ümber muuta, teha koostööd teistega, kritiseerida ning kombineerida enda looming teiste omaga (Jenkins 2007).

Lisaks mitmesugustele tegevustele suhtlusportaalides pakuvad nimetatud keskkonnad ka erinevaid viise oma identiteedi kujundamiseks. Zhao et al (2008) viis läbi uuringu Facebooki kohta, mis tugines visuaalsele ja verbaalsele tehnikale ning eristas identiteedi kujunemisel nn. varjatud ja nähtavad tunnuseid. Nii nimetatud varjatud tunnuste all mõeldi tunnuseid, mis on visuaalsed, (nt. profiilipilt), kasutajate enda poolt üles laetud pildid või kasutajate kontole postitatud pildid koos kommentaaridega. Selliste tunnuste alla kuulub näiteks ka visuaalne mina, mille loomiseks kasutatakse teiste kasutajate, peamiselt siis eakaaslaste pilte, et näidata oma „sotsiaalset mina“. Ehk teisisõnu võib öelda, et profiilomanik kutsub ennast vaatama ja tundma oma sõprade kaudu ning kasutab selleks oma sotsiaalseid sidemeid.

Teisele poole jäävad nähtavad tunnused ehk verbaalsed enesekirjeldused (Zhao et al 2008). Selleks kasutatakse „Minust“ osa, kus kasutajad saavad kirjutada enda kohta lühikese kirjelduse, kus nad tutvustavad end teksti abil oma vaatajatele. Nende kahe vahele jääb „kultuurne mina“, mille puhul on tegu indiviidi kui tema tarbimiste eelistuste ja maitsetega. Facebooki kasutajad saavad loetleda oma kultuurseid eelistusi, mis nende meelest neid kõige paremini määratleb, nagu nende huvid ja hobid (lemmiktegevused, -tsitaadid, -filmid, -muusika, -raamatud jne). „Kulturse mina“ puhul on tegu rohkem nähtavate tunnustuste kasutamisega kui „sotsiaalse mina“ puhul, kus kasutati pilte (Zhao et al 2008).

2.3.1. Multimodaalne profiililoomine Facebooki näitel

Kasutades Facebooki näitena, siis vastav lehekülg koosneb mitmetest funktsioonidest ja rakendustest (Facebook Factsheet). Kõige olulisem on kasutajale tema Avaleht ja Profiil.

Profiililt leiab informatsiooni selle kohta, mida indiviid on soovinud jagada - tema huvid, haridus, info töö kohta ning kontakt (Facebook Factsheet). Selleks kasutatakse „Minust“ osa, kus lehe omanikud saavad kirjeldada ennast ning rääkida sellest mis neile meeldib ning mis mitte. „Tsitaadid“ osas saavad kasutajad panna kirja oma lemmiktsitaadid kas kirjandusest, popkultuurist või siis naljakaid anekdoote päriselu vestlustest. Enese esitluse hulka kuuluvad ka üleslaetud fotod oma leheküljel ning albumid on lisatunnus, mis kujutab endast *online* pildigaleriid ning tavaliselt koosneb sõprade, pidude ning erinevate reise piltidest. Lehekülje omaniku profiilipilt on tema leheküljel peamine ning kuna see ilmub igal postitusel, mida kasutaja teeb, siis on seda kõige rohkem näha (Buffardi & Campbell 2008). Tüüpilise kasutaja profiilil on ka lingid oma sõprade lehekülgedele, tema kuuluvus erinevatesse virtuaalsetesse gruppidesse, ning tema Sein, kuhu sõpradel on võimalik postitada oma sõnumeid, videosid ja pilte (Facebook Factsheet).

Avaleht moodustub pidevalt uuenevast uudisvoost (*news feed*) ehk kasutaja sõprade isiklikest teavete uuendustest, mille kaudu saab kasutaja ka silma peal hoida oma sõprade tegevustel (Hart et al 2008). Nähes vastavat uuendust, otsustab kasutaja oma sõbra profiili külastada ning vaadata mille uue ja põnevaga sõber tegeleb. Tihti lisab kasutaja ka enda kontole niimoodi uue „Rakenduse“ – avastades selle oma sõbra profiililt. Oma sõprade pidevat profiili külastamist ning nende tegevusel silma peal hoidmist nimetavad kasutajad ise „nuhkimiseks“ või lihtsalt „uudishimulikuks olemist“. Facebook pakub võimalust kursis olla ajakirjanike, kuulsuste, poliitikute ja teiste inimestega, kellest kasutaja huvitatud on. Klikates vastava isiku profiilil olevale Tellimise nupule (*Subscribe*), on võimalik näha kasutaja avalikke postitusi oma avalehel (Facebooki Help). Nüüd saab kasutaja kursis olla kõigega, mis toimub reaajas. *Ticker* pakub võimalust koheselt kõigest uuest teada saada, kuulata koos sõpradega muusikat ning nähes kõige uuemaid postitusi sõpradele, saab kasutaja niimoodi nende vestluses kaasa lüüa.

Rakendused ehk Pildid, Sündmused, Videod, Grupid ja Leheküljed, võimaldavad kasutajatel teistega ühenduses olla ning jagada informatsiooni võimalikult rikastavatel ja kütkestavatel viisidel. Lisaks saavad inimesed omavahel suhelda Vestluse (*Chat*), privaatsõnumite, Seinapostituste, Müksamiste või Staatuse uuendamiste kaudu (Facebook Factsheet). Just erinevate suhtlemise võimaluste pakkumine meeldib kasutajatele (nt „müksamised“ „jookide“ või „kinkide“ saatmine), kuna lisaks sellele, et neid on hea kiire saata, tekitavad nad ka

positiivse emotsiooni (Hart et al 2008). Samuti saavad kasutajad videkõnesid teha, oma sõpru piltidel märgistada (*tagging*), kirjutada märkmeid (*notes*), viia läbi erinevaid küsitlusi/küsida küsimusi ning mängida mängu. Kasutaja saab kõiki oma sõprade postitusi kommenteerida, jagada ning väga populaarne on ka nupp „meeldib“ (*like*), mida kasutatakse positiivse tagasiside andmiseks (Facebook Help). Kasutajad saavad ka teadaandeid (*notifications*) toimingute kohta, mis puudutavad tema profiili või tegevusi (Facebook Help).

3. Projektiivtehnika

Kuna antud bakalaureusetöös on tähtis roll loomingulistel uurimismeetoditel, siis pean vajalikuks tutvustada antud meetodi kujunemist natuke lähemalt. Loominguliste uurimismeetodite eelkäijaks võib pidada projektiivtehnikat, mis kujunes välja juba 20nda sajandi alguses (Catterall & Ibbotson 2000) ning saavutas oma tipu 1950ndatel ja 60ndatel (Robertson & Joselyn 1974). Alguses kasutati tehnikat ainult kliinilises psühholoogias eesmärgiga julgustada osalejaid rääkima oma isiklikest tunnetest ja teemadest, mis võivad tunduda piinlikud (Catterall & Ibbotson 2000). Projektiivtehnika puhul nähti alternatiivi küsimuste esitamisele (Projective Techniques 2010) ning võimalust ületada raskused ja takistused, mis kerkivad esile vastamisel küsimustele, mis nõuavad kohest reageerimist (Oppenheim 1992, viidatud Catterall & Ibbotson 2000 kaudu).

Antud tehnikal on mitmeid eeliseid ning üheks peamiseks on selle mitmekülgsus (Catterall & Ibbotson 2000). Projektiivtehnikat saab küll uuringus iseseisvalt rakendada, kuid üldjuhul kasutatakse seda koos teiste kvalitatiiivsete ja kvantitatiivsete uurimismeetoditega. Kuna tegu on huvitava, ebatavalise ja intrigeeriva tehnikaga, siis kasvatab see osalejates huvi ning tekitab neis soovi uuringus aktiivsemalt osaleda. Kuna tihti kasutatakse tehnikat noorte peal, siis nende jaoks on antud lähenemine tunduvalt atraktiivsem ja lõbusam kui küsimustele vastamine. Samuti aitab projektiivtehnika tähelepanu pöörata mõtetele ja vaadetele, mida uurijad ei osanud tähtsaks pidada. Kui küsimustiku puhul on uuringus osalejatele ette antud kindel raamistik, millele vastata, siis projektiivtehnika võimaldab vastajal rääkida nendest teemadest, mida tema peab oluliseks (Catterall & Ibbotson 2000).

Projektiivtehnika miinustena saab välja tuua andmete analüüsi ja tõlgendamise (Catterall & Ibbotson 2000). Kui antud tehnika esimesed kasutajad kartsid uurijate erinevaid tõlgendusi töödest, siis tänapäeval ei nähta seda probleemina, vaid peetakse loomulikuks. Samuti teeb

murelikuks, millist tehnika viisidest oma uuringus kasutada. Linzey (1959) on välja toonud viis erinevat projektiivtehnika viisi, mis põhinevad saadud tulemustel. Uurijad peavad silmas pidama oma uuringu eripärasid ja soovitud tulemusi ning nendest lähtudes tegema oma valiku (Catterall & Ibbotson 2000).

Väga tavapärane on uuringus kasutada mitmeid viise koos, nagu tegid seda Catterall ja Ibbotson (2000) oma uuringu puhul, mille eesmärgiks oli hinnata arvutis olevat juhendit ülikooli raamatukogu kohta. Uuringus osalenud õpilastel paluti kasutada antud juhendit ning seejärel rakendati nende peal erinevaid projektiivtehnika viise – sõnade ühendamine, lausete lõpetamine, koomiksi lõpetamine, piltide sorteerimine ja toote isikustamine. Kõik erinevad ülesanded olid seotud õpilaste tunnete ja arvamustega raamatukogu juhendi kohta.

Kui eelmise uuringu puhul kasutati koos erinevaid viise, siis Wood ja Hall (2011) viisid läbi uuringu lastega vanuses neli kuni kuus aastat, mille peamiseks fookuseks olid mida lapsed kujutavad oma joonistustel, kuidas nad seda edasi annavad ning kes on nende peamised mõjutajad. Seda kõike uuriti laste poolt joonistatud pildialbumite kaudu. Olulist rolli mängis ka vestlus lastega, et paremini mõista nende ideid ja seletusi ning nende tõlgendusi joonistustest kohta. Antud uuringu puhul kasutati ühte projektiivtehnika viisi - konstruktsiooni tehnikat (*construction techniques*), mis eeldab osalejatelt mõne loo või pildi loomist ning julgustab neil oma kujutlusvõimet ja loovust kasutama (Catterall & Ibbotson 2000). Samal põhimõttel baseerub ka loomingulised uurimismeetodid, millest räägin pikemalt järgmises alapeatükis.

4. Loomingulised uurimismeetodid

Nn. loominguliste uurimismeetodite kujunemine oligi eelkõige tingitud juba olemasolevate meetodite piirangutest, rahulolematusest nendega (Awan 2008) ning soovist minna kaugemale kui lihtsalt tugineda intervjuudele ja fookusgruppidele kvalitatiivsetes uuringutes (Gauntlett 1997).

Uurijad eeldavad tihti, et inimesed suudavad koheselt keerulisi teemasid suuliselt kommenteerida või siis on nad pettunud, kui uuringus osalejad ei pea uuringut nii oluliseks kui uurijad ise (Gauntlett 2007). Lisaks sellele peetakse tihti uuringu metoodikat kuivaks ja tehniliseks teemaks, kuid just metoodika aitab meil tõestusi koguda ja väiteid teha. Kõik need

põhjused viisid uue lähenemise loomisele, mis võimaldab inimestele rohkem aega, et rakendada oma mängulist või loomingulist tähelepanu millegi sümboolse või metafoorilise loomisele ning selle peegeldamisele (Gauntlett 2007).

Loominguliste uurimismeetodite (*creative research methods*) üheks peamiseks välja töötajaks on Briti autor David Gauntlett (2011). Antud uurimismeetodite eesmärk on pakkuda uuringus osalevatele inimestele võimalust luua midagi (joonistus, kollaaž, Lego konstruktsioon, veebileht, vms) uuringuprotsessi peamise osana. Antud lähenemine tuleneb Seymour Paperti konstruktsionism teooriast (Papert & Harel 1991), mis väidab, et inimesed õpivad efektiivsemalt asju *tehes* ning me saame oma ettekujutused ja kogemused maailmast nii füüsiliselt kui ka vaimselt (Gauntlett 2007). Meetod on üles ehitatud eeldusele, et kui indiviidil on aega, et ise midagi luua, siis jõuab ta paremini oma mõtetes ja tunnetes selgusele ning näeb asju uues valguses (Gauntlett 2011). Samas usub Gauntlett (2011), et mõtlemine ning loomine kuuluvad sama protsessi juurde. Seetõttu saab uuringus osaleja ka võimaluse oma loodut (joonistus, kollaaž, Lego konstruktsioon, vms) peegeldada, öeldes välja oma mõtted, tunded ja kogemused ning muutes need tõeliseks. Nii näiteks leiavad nimetatud uurimismetoodika pooldajad, et loomingulisi uurimismeetodeid kasutades saab uuritavast nähtusest parema ülevaate kui suunatud vestlusega.

Niisiis eeldab loominguliste uurimismeetodite rakendamine seda, et uuringus osaleja kasutab protsessi käigus nii oma käsi, keha kui ka mõistust. Muuhulgas on uuringus osalejal võimalus olla osake projektist ning väljendada ja uurida kõike, mis tundub põnev. Siit nähtub, et Gauntlett (2010) oli meetodi kujunemisel väga optimistlik ja usaldas, et inimesed suudavad ise luua huvitavaid teooriaid ja vaatlusi.

Loomingulised uurimismeetodid toovad endaga kaasa improvisatsiooni ja eksperimenti, osalejate väljendused on läbi mõeldud mitte spontaanselt loodud (nagu intervjuude ja fookusgruppide puhul) (Gauntlett 2006). Antud meetod annab indiviidile aega ja võimaluse, et oma identiteedi terviklik esitus läbi mõelda ning seeläbi võimaldab osavõtjatel luua tasakaalu oma töösse (Gauntlett 2007). Samuti võimaldab antud meetodi raamistik luua osalejatel vabad ja avatud vastused ning osaleda neil eneseväljenduse uutes viisides (Gauntlett 1997).

4.1. Varasemad uuringud loominguliste uurismetoditega

Loominguliste uurimismetodite näidetena saab välja tuua uuringuid, kus uuringus osalejad on olnud uuringusse kaasatud tehes joonistusi ja kunstiteoseid (nt kollaaž), pidades video/digitaalsed päevikud, üles võttes ühekordselt kasutatava kaameraga tehtud töid, luues fotograafilisi portfoolioid ja päevikuid - kõik need viisid annavad väga rikkalikud ja mitmekülgsed uuringute tulemused (Lealand 2005). Kuna valik on lai, siis tihti kombineeritakse oma uuringutes erinevaid võtteid ning lisaks kasutatakse oma töödes ka traditsioonilisi kvalitatiivseid meetodeid täpsemate ja põhjalikemate tulemuste saamiseks. Järgvalt annan ülevaate erinevate uurijate poolt kasutatud loominguliste uurimismetodite kasutamises oma töödes.

4.1.1. Kollaaž

Kollaaži meisterdamist on kasutanud Awan (2007) oma doktoritöös, kus ta uuris, kuidas Inglismaa noored kasutavad meediat, et anda edasi oma nägemus enda identiteedist ning selle moodustamisest. Selleks said noored kasutada erinevaid ajakirju ja ajalehti ning neil paluti valmistada kaks kollaaži: esimese puhul oli neil ülesandeks väljendada, kuidas nad ise ennast näevad ning teisel kuidas nad arvavad, et teised neid näevad. Samuti viidi osalejatega läbi lühike küsitlus ning struktureerimata intervjuud, et saada parem ülevaade noorte kollaažidest ning nende endi mõtetest ja tõlgendustest oma tööde kohta.

Uurides töötajate vahelist kommunikatsiooni tervishoius, kasutas Williams (2002) uurimismetodina kollaaži valmistamist. Uuringus osalejad said kasutada ajakirju kollaažide meisterdamiseks, et näidata oma tundeid seoses vähiraaviga. Williamsi (2002) jaoks on kollaaž kui kommunikatsioonivahend, mis aitab inimestel end paremini väljendada. Kollaažide loomine võimaldab ka erinevate metafooride kasutamist oma töödes ning oluline ei ole kunstiline andekus.

4.1.2. Uudiste loomine (*news game*)

MacGregor ja Morrison (1995) viisid läbi uuringu auditooriumi vastuvõtust Lahesõjast edastatavate uudiste kohta. Sellega soovisid nad minna fookusgrupi uuringutest natuke kaugemale, et uuringus osalejate ja teksti vahel oleks tihedam side. Sellel eesmärgil anti

osalejatele antud teema kohta audiovisuaalne uudiste materjal, millest paluti neil panna kokku uudistelõik, mida nad ise tahaksid ideaalis televisioonist näha. Oluline oli, et nad keskendusid enda arvamusele ega prooviks luua midagi sellist, mida teised sooviksid näha või mida ajakirjanikud looksid. Osalejad mainisid kõik ära, et enne uudisilõigu valmistamist oli nende eesmärgiks luua ideaalne, erapooletu ning neutraalne uudistelõik, milleks kasutatakse nende meelest kõige usaldusväärsemaid allikaid.

Sarnase meetodiga on läbi viidud uuring (Kitzinger 1990), mille peamiseks eesmärgiks oli uurida, kuidas inimesed mõistavad meedias ilmunud sõnumeid AIDSi kohta ning kuidas meedia võib kujundada nende uskumusi. Selle tarbeks jagati gruppidele fotosid televisiooni uudistest ja dokumentaalidest ning inimestel paluti teha uudislugu kasutades antud fotosid. Antud uuringu raames jagati inimestel ka kaardid, kus oli kirjas, kes on AIDSi ohus. Gruppide ülesandeks olid need kaardid paigutada nelja erinevasse kategooriasse ulatudes „suures ohus“ kuni „üldse ei ole ohus“. Viimaseks ülesandeks näidati gruppidele reklaami, kuid ilma lööklauseta. Grupid pidid ära arvama, millise reklaamiga on tegu ning seejärel ise hüüdlause välja mõtlema. Kogu uuringu jooksul pidid indiviidid ka küsitlusi täitma ning samuti toimusid vestlused, et mõista paremini nende valikuid ja mõtteid antud teema kohta.

4.1.3. Video

Gauntlett (1997) soovis teada saada, kas televisioonis kajastatavad erinevad programmid keskkonna ainetel on tõstnud laste teadlikkust antud teema kohta. Algselt viidi lastega läbi grupiintervjuud, pärast mida anti lastele kaamerad ning paluti teha video neist ümbritsevast keskkonnast ning sealsetest probleemidest.

Bloustein (1998) uuris, kuidas 10 Austraalia tüdrukut loovad oma soolist identiteedi. Noored said enda võimusesse videokaamerad ning nende ülesandeks olid filmida erinevaid elemente enda elus. Sellega sooviti uurida igapäevased läbielatud kogemusi just läbi osalejate endi pilgu. Blousteni (1998) sõnul muutus kaamera vahendiks, mis tõlkis ja andis neiude sõnadele uue tähenduse.

Downumt (2001) uuringu eesmärgiks oli uurida grupi tüdrukute arengut lapsepõlvest kuni noore täiskasvanu eani. Videokaamera abil said tüdrukud jäädvustada kõike enda elust ning

kasutada kaamerat kui oma isiklikku päevikut, millega jagada enda muresid ja rõõme. Antud materjali kasutati lühifilmide tegemiseks, mida näidati osalejate nõusolekul ka televisioonis.

Video tegemist on kasutanud Holliday (2004), kelle uuringu eesmärgiks oli tõestada, et invidiidid loovad ja muudavad oma identiteeti vastavalt ruumile, kus nad on. Holliday (2004) uuris homoseksuaalide identiteete kolmes erinevas keskkonnas – tööl, vabas olekus (kodus) ja lõbutsedes, selleks et teada saada nende identiteetide sarnasused ja erinevused. Holliday (2004) uuris osalejate riietust, mida nad kandsid tööl, kodus olles ja välja minnes. Uuringus osalejatel paluti end filmida nende kõige tavalisemates riietustest just nende kolme keskkonna puhul ning kommenteerida enda riietust, soengut, ehteid ning kehalist hoiakut. Samuti paluti osalejatel end erinevates kohtades filmida, et leida erinevusi nende käitumisviiside ja kommete vahel.

4.1.4. Joonistused

Joonistusi on kasutanud Wetton ja McWhirter (1998), kes olid arvamusel, et lastele mõeldud kirjandustegelasi peaks kasutama, et selgitada neile paremini keerulist informatsiooni tervise kohta. Samas leidsid teoreetikud, et lapsed tõlgendava antud pilte valesti. Selle tõestuseks palusid Wetton ja McWhirter 300 lapsel joonistada pilt Suzy Suhkrust (väljamõeldud tegelane, kes teavitab suhkru tarbimise ohtudest), kelle välimust ja tegevust kirjeldati lastele suuliselt. Joonistatud kunstitööd erinesid kõik originaaltegelasest. Uurijad leidsid, et joonistuste kasutamine aitab lihtsustada laste ettekujutusest *nende* maailmast.

Guillemain (2004) soovis kasutada joonistusi kui uurimismeetodit täiskasvanute peal, mistõttu otsustas ta uurida, kuidas naised tajuvad südamehaigusi ja menopausi visuaalse esitlusviisi kaudu. Algselt viidi osalejatega läbi intervjuud, kus naised said rääkida oma seisundist, mis aitas uurijal luua osalejatega tihedam side ning lihtsustada joonistamisülesande tutvustamist. Algselt suhtuti ülesandesse küll kõhklusega, kuid lõpptulemuseks saadi kõnekaad joonistused oma haigustest. Kuna antud töödes kasutati palju värvi ning metafoore, siis mängis olulist osa naiste endi tõlgendused töödest, et selgitada, mida nad soovisid enda kohta avalikustada.

Sama lähenemist on kasutanud ka Lorraine Young ja Hazel Barretti (2001), kelle uuringu eesmärgiks oli uurida Kamplana tänavalaste suhet tänavakeskkonna ja ellujäämismehhanismiga. Uuringus osalesid tänavalapsed vanuses 9-17 aastat ning meetodina

kasutati erinevaid visuaalseid meetodeid. Noortel paluti joonistada kaart Kampalast märkides ära kohad, kus nad päeva jooksul kõige enam aega veedavad ning teine kaart, kus kõikidest laoruumidest, mida tänavalapsed tihedalt külastavad. Samuti paluti lastel joonistada hulga pilte, mille teemadeks olid formaalsed, informaalsed ning üldse ilma teemata tõlgendused nende igapäevaelust. Noortel avanes ka võimalus luua joonis erinevatest piltidest, mis andis edasi nende päevased ja öised tegevused. Selle raames valisid noored ühised tegevused, mis kuuluvad nende igapäeva juurde ning koos joonistati ka sümbloid, mis siis neid tegevusi tähistavad. Uuringu üheks osaks oli ka fotopäeviku koostamine, mille loomiseks said lapsed endale kaamerad ning neil paluti jäädvustada kohad, kus nad käivad ja tegevused, mida nad teevad 24 tunni jooksul. Kõikide meetodite puhul oli oluliseks osaks ka laste enda arvamused ja selgitused oma tegevuste kohta, mis aitasid uurijal paremini noorte valikuid mõista (Young&Barrett 2001).

Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis on loomingulisi uurimismeetodeid rakendanud Maria Murumaa (2010) oma magistritöös. Töö eesmärgiks oli uurida hilisteismeliste poolt saadetavaid sõnumeid virtuaalkeskondades, antud sõnumite auditooriumi ning auditooriumi rolli sotsiaälvõrgustikus. Uurimismeetodina kasutati lisaks fookusgrupi-intervjuudele loomingulisi vahendeid. Nimelt paluti noortel joonistada paarides tüüpilised Facebooki kasutajad ning neid hiljem suuliselt kaaslastele kommenteerida. Lisaks said noored kasutada päevalehti, kus nad pidid välja otsima laused, mida nad võiksid kasutada oma Facebooki postitusena. Osalejatel paluti vaadata etteantud postitusi ning seejärel kujutleda postitaja sõprade/tuttavate võimalikke reaktsioone Facebookis.

4.1.5. Fotod

Schratz ja Steiner-Löffler (1998) kasutasid laste poolt tehtud fotosid, et hinnata koolielu siseelu laste vaatenurgast. Selleks paluti noortel pildistada kõike, mis neile meeldib ning mis ei meeldi kooli keskkonna juures, kuna uurijad pidasid õpilaste heaolu oluliseks kriteeriumiks koolikultuuri kvaliteedi hindamisel. Antud pilte kasutati grupivestlusteks õpilaste ja õpetajate vahel, kus arutati ka teemasid, mis varem polnud tähelepanu pälvinud.

Fotosid on uuringumeetodina kasutanud Bolton, Pole ja Mizen (2004), et analüüsida, kuidas Suurbritannia lapsed ise suhtuvad enda töökohta. Uuringuga sooviti saada visuaalne ülevaade töötavate noorte kultuurist ning selleks jagati töötavatele noortele kaamerad ning paluti neil

pildistada oma töökohti. Tänu nendele fotodele said uurijad teada, mis tunne oli töötada ning mida töö noortele tähendas (Bolton & Pole & Mizen 2004).

Radley, Hodgetts ja Cullen (2005) viisid läbi uuringu, kuidas kodutud inimesed näevad enda elu. Algselt viidi osalejatega läbi intervjuud mõismaks iga indiviidi elu, millele järgnes fotode tegemise projekt. Selleks paluti indiviididel pildistada kohti ja tegevusi, mis omasid neile isiklikku tähendust, et mõista, kuidas nemad näevad oma kodulinna. Uuringu lõpetuseks paluti osalejatel rääkida oma fotodest ning seeläbi saada parem arusaam ja ülevaade nende elust tänavatel.

4.1.6. Albumid/päevikud

Samuti on uuritud noorte suhteid seksuaalse sisuga meediaga (Bragg & Buckingham 2008), mille tarvis paluti noortel luua väljalõigete album, kuhu koguti kõike, mida nad nägid meedias seoses armastuse, seksi ja suhete teemaga. Samuti paluti noortel kirjutada natuke endast, oma perekonnast ning meedia eelistustest. Albumid võimaldasid neil mängida oma ideede ja erinevate identiteetidega, kiita või laita meediat ning lisada tööle oma arvamus mitmekülgset viisil. Lisaks albumi koostamisele intervjueriti noori, et saada parem ülevaade nende arvamustest ja mõtetest.

Belk, Ger ja Askergaardi (2003) uuringu eesmärgiks oli analüüsida tarbija soove. Nende fookuseks olid mõtted, tunded, emotsioonid ja tegevused, mis tekkisid tarbijates erinevates kultuurides, kui neil paluti mõtiskleda ja kujutada tarbija soovide üle. Uuringus osalejad pidi täitma päeviku, kus nad kirjeldavad oma kogemusi soovides endale asju, mille nad siis hiljem endale said või mitte. Neil paluti kirjutada isiklike lugusid millestki, mida endale sooviti, kuidas nende soovid aja jooksul muutusid, kuidas nad tundsid ja käitusid. Uuringu osana tuli vastata ka intervjuudele ning osaleda erinevates ülesannetes, mis kujutasid endast kollaažide koostamist, oma soovide ja mitte soovide joonistamist, sünonüümide ja antonüümide leidmist oma soovidele.

4.1.7. Lego

Gauntlett (2006) kasutas Lego mudeleid, et uurida, kuidas inimesed näevad enda identiteeti ning seda, mida nad peavad enda kõige suurtemateks mõjutajateks. Inimestel paluti kasutada Lego mänguklotse ning luua nende abil metafoorne kujutis sellest, kuidas nad tunnevad end

esmaspäeva hommikul ja reede pärastlõunal. Samuti paluti neil ehitada „boss pörgust“ (mõnel puhul ka „tüdruk-või poiss-sõber pörgust“). Uuringus osalejad pidid ehitama Lego klotsidest metafoorilisi mudeleid enda identiteedist. Lisaks paluti neil valmistada, kes või mis neid kõige rohkem mõjutab ning kujundab. Samal ajal pidid osalejad ka selgitama kelle või millega on loodu põhjal tegu. Uuringu lõpus pidid nad osalejad täitma küsitluse enda identiteedi mudeli ja nende mõjutajate kohta.

4.2. Loominguliste uurimisevõtete ühisosa

Kõikide eelpool nimetatud uuringute puhul on kasutatud visuaalseid meetodeid ning samuti on uurijad kasutanud visuaalseid andmeid (joonistusi, pilte, fotosid, videosid jne) oma tööde analüüsiks. Antud meetodit ning visuaalseid andmeid on sotsioloogid, ajaloolased ja antropoloogid juba mitmeid aastaid oma uuringutes kasutanud (Buckingham 2008). Viimastel aastatel on üha enam rõhku pandud uurijate ja uuringus osalejate vahelisele koostööle, kus viimased on (suuremal või vähemalt viisil) kaasatud looma esitlust enda kogemustest. Sellist lähenemist võib nimetada osalusmeetodiks (*participatory method*) (Buckingham 2008), mis aitavad kergendada teadmiste loomise protsessi ning ei pane niivõrd olulist rõhku teadmiste kogumisele, nagu seda teevad individuaalsed intervjuud ja küsitlused (Veale 2005). Antud meetod on eriti kasutatav tervishoiu, sotsiaalpoliitika ja lapsepõlve/identiteedi uuringute puhul (Buckingham 2008). Ka minu töös on välja toodud uuringud, mis keskenduvad eelnevalt nimetatud teemadel (Awan 2007; Guillemin 2004; Holliday 2004; Williams 2002; Dornum 2001; Bloustein 1998; Wetton ja McWhirter 1998; Schratz ja Steiner-Löffler 1998; Kitzinger 1990), millest populaarsemad on tervishoid, identiteet ja keskkond, mille analüüsimisel toetutakse nii noorte ja täiskasvanute arvamusele.

Antud meetodit on palju kasutatud just uuringutes laste ja noortega, kuna sotsiaalteadlased, kes keskendusid oma uuringutes neile, soovisid oma uuringuid laiendada ning anda edasi noorte vaateid ja mõtteid paremini, kui seda oli tehtud varemalt. Seeläbi tõusetus huvi visuaalsete meetodite vastu, mis tundus pakkuvat erinevaid viise laste ja noorte arvamuste, kogemuste ning vaatenurkade avaldamiseks (Thomson 2008). Lisaks selle, et uurijad on kasutanud erinevaid visuaalseid ja loominguilisi lähenemisi (foto, joonistused, video jne), on paljudel puhkudel palutud uuringus osalejatel anda oma tööde ja mõtete kohta täiendavaid seletusi ning aidata seeläbi uurijatel tõlgendada oma loodut. Taolisi uurimismeetodeid on

sageli kombineeritud ka koos küsitluste ja intervjuudega (Awan 2008; Radley et al 2005; Guillemain 2004; Kitzinger 1990) ehk traditsiooniliste uurimismeetoditega (Punch 2002).

Visuaalseid ja osalusmeetodeid on kasutatud nii laste kui ka täiskasvanute puhul. Tihti kiputakse küll arvama, et antud meetod on liiga lapsik ning just seepärast rohkem sobilikum uuringuteks noortega. Punch (2002) on analüüsinud meetodi erinevusi laste ja täiskasvanute vahel keskendudes just visuaalsete meetoditele. Tema arvates on eksitav rääkida eraldi lastele ja täiskasvanutele mõeldud uurimismeetoditest, kuna meetodi sobivus oleneb uuringu kontekstist sama palju kui uuritava vanusest (Punch 2002). Tihti kiputakse küll arvama, et lastele mõeldud uurimismeetodid erinevad või peaksid erinema täiskasvanute uurimiseks rakendatavatest, kuid see on Punchi (2002) hinnangul pigem tingitud laste tähtsusetust positsioonist täiskasvanute ühiskonnas või täiskasvanute ettekujutusest lastest ning mitte laste kompetentsusest. Punch (2002) leiab, et visuaalsed meetodid on pigem uuringu osalejate kesksed kui lastekesksed ning algselt neisse skeptiliselt suhtunud täiskasvanud võivad uuringu jooksul neid traditsioonilistest meetoditest meelepärasemaks pidada ja neist tunduvalt rohkem kasu saada.

4.3. Loominguliste uurimismeetodite plussid ja miinused

Loominguliste uurimismeetodite juures leiab Gauntlett (2010) mitmeid eeliseid. Auditoriumi- või sotsiaaluuringute puhul soovitakse paljudel juhtudel osavõtjate kohest seletust nende vaadetele, arvamustele ja vastustele, kuid Gauntletti meelest ei suuda enamik inimesi kohe anda täpseid seletusi, miks nad asju just nii teevad või miks neile just need asjad meeldivad. Loominguliste uurimismeetodite rakendajad annavad uuringus osalevatele inimestele aega enda mõtete/tunnete/hinnangute/arusaamade väljendamiseks ning saadud andmed on läbimõeldud endassesüüvimise tulemus. Seega tähtsustab valitud meetod inimeste loovust ning annab vahendid, mille kaudu uuringus osalejad saavad edasi anda ning väljendada enda tähendusi ja arusaamasid.

Kuna loomingulisi uurimismeetodeid on palju rakendatud uurimustes lastega, siis pakuvad need neile lastele ja noortele, kel on raskusi sõnadega, alternatiivseid võimalusi enda väljendamiseks (Moss et al 2007). Sama meelt on ka Niesyto (2000), kes pooldab visuaalsete meetodite kasutamist just nende inimeste puhul, kel on raskusi suuliste või kirjalike

ülesannetega. Usutakse, et tänu piltidele on noored altimad oma uskumusi ja emotsioone väljendama (Thomson 2008).

Gauntlett (2010) usub, et inimesed mõtlevad asjadest teistmoodi, kui nad loovad midagi, kasutades selleks oma käsi, mis omakorda viib sügavamale ja mõtisklevama tegevuseni (Gauntlett & Holzwarth 2012). Valmistades asju oma kätega, ergutab see aju ebatavalistel viisidel – kasutades oma teadmisi ning luues midagi kindlat, mida saab uurida, arvustada ning ümber teha.

Antud meetodit on küll kiidetud ning leitud mitmeid eeliseid traditsiooniliste kvalitatiivsete uurimismeetodite ees, kuid samuti on meetodil ka omad miinused. Buckingham (2008) toob välja uurija ebaõnnestunud rolli nii loodud materjali valmimisel kui ka esitamisel ning tihti isegi selle analüüsimisel. Uuringu andmeid uurides tuleks võtta arvesse kontekst, mille raames neid koguti, kuidas osalejad omavahel läbi said ning kas nad said kasutada keelelisi või visuaalseid vahendeid oma mõtete edasi andmiseks ja teostamiseks (Buckingham 2008).

Visuaalsete meetodite puhul on risk, et uurijad ei pruugi aru saada, millega neil tegu on. See tähendab, et uurijatel on tihtipeale keeruline interpreteerida, mida uuringus osalejad täpsemalt kujutanud on. See omakorda võib panna neid tundma, et saadud andmed on kasutud (Thomson 2008). Seetõttu on oluline, et visuaalsete materjalide uurijatele on olemas teatud vastuvõtlikkus ja oskus analüüsida ning mõista loodut (Thomson 2008).

Lisaks sellele on antud meetodit pigem nähtud sobivaks uuringuteks laste ja noortega ning Kitzingeri (1990) ja Gauntletti (2004) puhul tuleb välja, et täiskasvanud võivad selliseid meetodeid näha mõnevõrra lapsikuna ning seetõttu suhtutakse neisse vastumeelselt.

Antud meetodi miinusena saab välja tuua ka osalejate oskused (Buckingham 2008). Nimelt lapsed (ja ka täiskasvanud), kes peavad enda joonistamis- või kirjutamisoskust kesiseks, tunnevad end teatud määral piiratuna. Samas sõltub hea joonistus hindajast ning tema kriteeriumitest (Buckingham 2008). Tihti palutakse uuringus osalejatel ka selgitada, mida nad hetkel loovad (Punch 2002). Just joonistuste puhul tunnevad uurijad sageli, et loodu on niivõrd iseenesestmõistetav, et on lausa solvav paluda osalejatel oma tööd selgitada. See aga võib tugevada osalejate arvamust, et nad ei oskagi joonistada. Punch (2002) soovib sel juhul

hoopiski asjaosalistel selgitada, mida nende joonistus neile tähendab ning miks nad otsustasid just neid pilte joonistada.

Lisaks uuringus osalejate oskustele mängib olulist rolli ka uuringu asukoht, kuna tihti on uuritavateks lapsed, kelle puhul tuleb eriti hoolikalt valida, kus neil palutakse ülesandeid täita. Nimelt võivad lapsed kooli keskkonnas tunda teatud survet täita õpetajate poolt paikapandud juhiseid ning seega võib oma lähenemine jääda tagaplaanile (Punch 2002).

Kritiseeritud ka antud meetodi puhul saadud tulemuste analüüsi, mis Buckinghami meelest (2008) on liiga kirjeldav ning enamjaolt toetub sellele, mis osalejatel oma tööde kohta öelda on, seda eriti joonistuste või Lego mudeli puhul. Buckingham (2008) soovib antud materjali analüüsimiseks välja mõelda kindlad meetodid, mis aitaks tulemusi tõlgendada ning tänu millele ei peaks enam osalejate sõnavõttudele nii palju toetuma. Kindlasti ei tohiks analüüsis ära unustada erinevate lähenemiste (joonistused, fotod, videod jne) võimalusi ning nendega seotud sotsiaalseid tähendusi ja ootusi.

5. Uurimisküsimused

Bakalaureusetöö eesmärgiks on loomingulisi uurimismeetodeid kasutades välja selgitada, milliseid elemente ja tehnilisi vahendeid rakendavad noored multimodaalse suhtlusportaali profiili kaudu virtuaalse identiteedi loomiseks. Selle teada saamiseks püstitasin kaks suuremat uurimisküsimust ja täiendavad abiküsimused.

1) Milliste elementide abil konstrueerivad noored suhtlusportaali kujuteldava kasutaja virtuaalset identiteeti?

- a) Millist informatsiooni noored kujuteldavate kasutajate profiilidel jagaksid?
- b) Milliseid erinevusi ja sarnasusi eri vanuses kasutajate profiililoomes võib täheldada?
- c) Millised soospetsiifilisi elemente kujuteldavate kasutajate profiililoomel rakendatakse?

2) Milline on loominguliste uurimismeetodite potentsiaal virtuaalse identiteediloomes uurimisel?

- a) Milliseid võimalusi ja riske loominguliste uurimismeetodite rakendamine endas kätkeb?
- b) Milline on uurija roll uuringus?
- c) Kuidas toimub saadud materjali tõlgendamine?

II Meetod ja valim

Käesolevas peatükis tutvustatakse empiirilise materjali analüüsimiseks kasutatud analüüsimeetodeid, antakse ülevaade uuringu käigust ning selgitatakse kuidas valiti valim.

2.1. Meetod

Antud uuring toimub G.T.O projekti raames, mis toimub koostöös Rootsi Södertörni Ülikooli teadlastega. Projekti eesmärgiks on uurida, kuidas toimub soo loomine, väljendamine ja normaliseerimine veebikeskkondades Eesti ja Rootsi noorte seas (the G.T.O project koduleheküljel). Kahe riigi uuringu tulemuste põhjal on plaanis võrdlev analüüs ning seega on riikide uuringud võimalikult sarnase ülesehitusega. Antud uuringu kavandamisel lähtuti projekti meeskonna poolt välja töötatud meetodikast ja Rootsis oktoobris 2011 läbi viidud uuringu analüüsi järeldustest. Antud töö autor meetodi välja töötamises ei osalenud ning on ainult selle rakendaja.

Käesoleva uuringu puhul rakendati kvalitatiivset uurimisviisi, mis võimaldab keskenduda uuringus osalejate tõlgendustele ning tähendustele. Samuti oli metodoloogia valikul oluline fakt, et kvalitatiivsed uuringud annavad täpsema ülevaate inimeste mõtetest neid vaadeldes või intervjuerides (Denzin & Lincoln 1994).

Andmete analüüsil kasutatakse uuringus osalenud õpilaste töid – nende joonistusi ning suhtlusportaalides loodud profiile. Nende käsitlemisel toetub töö autor suuresti õpilaste endi selgitustel ja põhjendustel, mis ajendas neid vastavaid valikuid tegema ning millele tuginedi vahendeid valides. Kasutatakse ka õpilaste arusaamasid ja interpretatsioone loodud kasutajate ning suhtlusportaalide kohta. Töö autor analüüsib omakorda õpilaste seletusi ja tõlgendusi ning lisab juurde enda märkused ja tähelepanekud.

2.2. Uuringu käik

Uuring viidi läbi 21. detsembris 9.30 - 15.00 Tartus AHHA keskus. Uuringus osalevad õpilased jaotati loosi teel väikestesse sega-rühmadesse st. igas rühmas oli nii poisse kui ka tüdrukuid. Kokku moodustus kolm 5liikmelist ning üks 4liikmeline grupp.

Uuringu esimeses etapis palutati õpilastel välja mõelda üks kujuteldav 10aastane tegelane ning lisada juurde kõik tunnused ja tegevused, mida peetakse tema juures oluliseks. Noored said välja mõelda oma tegelasele nime, kus ta elab, milline ta perekond on, millega ta tegeleb, mis talle teha meeldib jne. Seejärel paluti õpilastel mõelda, milliseid veebikeskkondi nende loodud karakter kasutaks. Õpilased said enda mõtete väljendamiseks kasutada paberit ning värvilisi pliiatseid. Ülesande lahendamisel kombineerisid noored joonistusi ja kirjalikku teksti.

Pärast esimest etappi anti gruppidele teise etapi ülesanded – joonistada oma juba loodud kujuteldav tegelane 12aastasena ning kirjutada, kuidas ta muutunud on ning mis on temaga selle kahe aasta jooksul juhtunud. Ülesande esimese osa vormistasid noored taas värvipliiatseid kasutades - joonistades loodud tegelaskujud ning kirjutades juurde nende iseloomustused. Seejärel tuli õpilastel mõelda, mis veebikeskkondi loodud karakter 12aastasena kasutaks. Nüüd anti noorte käsutusse internetiühendusega sülearvutid ja lubatud oli kasutada ka noortel endil kaasas olevaid mobiiltelefone (koos juhtmetega, mis võimaldaksid fotode laadimist arvutisse). Kuna õpilaste ülesandeks oli kirjeldada loodud tegelaskuju internetitegevusi, kasutasid kõik rühmad ülesande selle osa vormistamiseks arvuteid.

Kolmandas etapis oli noorte loodud kujuteldav tegelaskuju 14aastane ning gruppidel paluti vastavalt nende endi soovile kas muuta tegelaskuju varemloodud online-identiteeti või luua talle eale sobivam online-identiteet mõnes muus veebikeskkonnas. Töövahenditeks olid ka selles etapis erinevad internetiallikad, fototötlusvahendid ja mobiiltelefonid.

Pärast profiilide loomist tutvustasid noored oma tööd teistele ning selgitasid ja põhjendasid oma valikuid. Noored andsid detailsema ülevaate oma kasutajatest ning nende profiilidest ning ülejäänud kuulajad esitasid täpsustavaid küsimusi.

Kogu noorte tegevus salvestati ühe videokaamera ja nelja diktofoniga (iga rühma ees laual üks), samuti tehti fotosid toimuva jäädvustamiseks. Korraga viibis ruumis neli vaatlejat, kes tegid aktiivselt märkmeid, küsisid noortelt vahepeal täpsustavaid küsimusi, palusid neil enda tehtud karakterit tutvustada või kirjeldada jne. Uuringu läbiviijad olid rohkem pealtvaataja rollis, kuid siiski abistati õpilasi, kui neil tekkis küsimusi. Pigem aidati noortel juurde mõelda erinevaid tunnuseid ning suunati tagasi tööülesannete juurde, kui noorte tähelepanu kippus

hajuma. Samuti küsiti töötoa ajal õpilastelt täiendavaid küsimusi loodud karakterite ning nende tegemiste kohta, aidates seeläbi nii endal kui ka noortel endil paremini mõista, millise karakteriga tegu on. Päeva lõpus kogusid vaatlejad kõik noorte poolt tehtud tööd. Samuti küsisid vaatlejad endale ka koostatud suhtlusportaalidele tehtud konto kasutajanimed ja salasõnad, et siis hiljem sealt saadud andmeid analüüsida.

Antud uuringus osalemine oli õpilastele vabatahtlik ning kuna töötuba toimus nende koolipäevaga samal ajal, siis said kõik osalevad õpilased tänutäheks tutvuda AHHAA keskuse ekspositsiooniga ning osaleda keskuse DNA töötoas.

2.3. Valim

Antud bakalaureusetöö keskendub loominguliste uurimismeetodite rakendamise edukusele identiteedi loomisel sotsiaalvõrgustikus. Teooria osas sai lähemalt kirjutatud noorukiea tähtsusest identiteedi kujunemisel ning seetõttu sai ka valimisse valitud noored vanuses 13, kes olid Tartu Miina Härma Gümnaasiumi 7A klassi õpilased. Töö autor on ise vastava kooli vilistlane, seega oli tegu mugavusvalimiga.

Algselt võeti ühendust vastava klassi klassijuhatajaga, kellelt saadi nõusolek uuringu läbiviimiseks. Klassijuhataja rääkis põgusalt töötoast nii laste ning nende vanematega. Antud töö autor ning töö juhendaja käisid uuringu veelgi lähemaks tutvustamiseks ka ise koolis lastega rääkimas ning jagasid kõigile õpilastele kirjaliku tutvustuse töötoa kohta. Kirjaliku tutvustuse (vt. Lisa 1) said lapsed koju kaasavõtmiseks ja oma vanematele näitamiseks. Vanematel, kes olid nõus lapse uuringus osalemisega, paluti allkirjastada vastav nõusolek. Klassi kuuluvast 24st õpilasest viie vanemad ei allkirjastanud saadetud vormi, mida tõlgendati uuringus osalemisest keeldumisena. Lõppvalimiks osutus ja uuringus osales kokku 19 õpilast – 9 poissi ja 10 tüdrukut.

III Tulemused

Antud peatükis toon välja uuringutulemused. Alguses iseloomustan noorte poolt välja mõeldud tegelasi ning mida põnevat on õpilased otsustanud nende kohta kirjutada. Seejärel kirjeldan, milliseid profiile tegelastele loodi ning milliste elementide kaudu otsustasid noored oma karakterite identiteeti *online* keskkonnas konstrueerida. Toon välja sarnasused ja erinevused loodud tegelaste profiililoomes, kirjeldan, kuidas toimus profiilide loomise protsess ja kuidas noored käitusid ning suhtusid antud ülesannetesse. Lõpuks analüüsin metoodikat, toon välja loominguliste uurimismeetodite kasutamise plussid ja miinused enda töö puhul ning jagan soovitusi antud metoodika tulevastele kasutajatele.

3.1. Noorte poolt loodud tegelased ja nende analüüs

Neljas grupis loodi neli erinevat tegelast - kaks tüdrukut - Sibulle Sinimägi ja Karoliina ning kaks poissi - Tõnu Tõukemõnu ja Karl-Mark Sinilind.

3.1.1. 10aastane kasutaja

Esimeses etapis jagasid õpilased oma kasutajate kohta üpriski üldist materjali – kirjeldati oma tegelaste elukohta, kellega nad koos elavad, nende hobisid, põhilisi iseloomuomadusi ning mis neile teha meeldib. Alljärgnevalt toon ära noorte joonistuste kirjelduse ja annan kokkuvõtliku ülevaate joonistuste juurde lisatud tekstidest.

Sibulle Sinimägi – elab Häädemeestes koos oma suure perega. Sibulle on väga sõbralik, energiline, lahke ning julge. Ta kallistab puid, on loodussõbralik ning korraarmastaja. Vabal ajal meeldib Sibullele joonistada. Tema lemmikud on loomad ning kodus on tal palju lehmi ja sigu. Samuti meeldivad talle nukud. Tüdrukul on ka profiil Facebookis, kus on välja toodud tema täisnime, sünnipäeva, elukohta, kodulinna ning kooli. Tal on kaks sõpra: Tõnu Tõukemõnu ja Peeter Pakiraam ning ta on postitanud neli pilti pealkirjadega „*mina loomadega XD XD*“, „*minu naeratus*“, „*mina karated tegemas*“ ja „*minu joonistus*“.



Foto 1: Tartu töötoas loodud kujuteldav karakter Sibulle (10.aastane)

Karoliina – elab Tartus, tegeleb võrkpalli ja flöödi mängimisega. Tal on vanem vend Toomas ja kutsu Kalle. Karoliinale meeldib Kallega jalutamas käia ning ta hoolitseb koera eest hea meelega. Karoliina on väga jutukas ja hoolitsev, kuid ta solvub kergesti. Tüdruku parim sõbranna on Lisette, kes on 12aastane. Nad elavad naabermajades Tammelinna. Karoliina vanemad on lahutatud. Talle meeldib käia Facebookis, Stardollis, Pandandas ja Rate’s.



Foto 2: Tartu töötoas loodud kujuteldav karakter Karoliina (10.aastane)



Foto 3: Tartu töötoas loodud kujuteldav karakter Tõnu (10.aastane)

Tõnu Tõukemõnu – elab Tartus Annelinnas, talle meeldib Kaubsi ees chillata, skeidis käia ja tõukerattaga sõita. Tõnu arvab, et ta on lahe, kuna ta kannab käepaelu, kaelakeed ja „moodsaid“ riideid. Ta igapäeva hobiks on tõukerattasõit ja linnas chillimine. Tõnu on linnachiller, viskab tukka ning ta käib Rate’s ja Facebookis, kus tal on mitusada sõpra. Rate’s on tal üleval mitmeid pilte, kus ta poseerib erinevates riietes erinevates poosides oma tõukerattaga – ta arvab, et siis on ta lahe. Tõnu Rate’i kontonimeks on --ttonu500-- ning oma profiil jagab ta teistega oma täisnime, vanust, elukohta, telefoninumbrit, e-posti ning oma keeleoskusi. Kirjelduse

alla on ta lisanud: *olen linnachiller XD*, sõprade all on välja toonud Sibulle Sinimägi ning suhte seisuks on vallaline (*p.s olen vallatu XD*).

Karl-Mark Sinilind – elab Tammelinnas koos ema, isa ja vanema õega. Koolis käib ta Miina Härma Gümnaasiumis, kus istub keskmises reas kolmandas pingis ning tema lemmiktunniks on kehaline kasvatus. Tal on koer. Karl-Marki mängib jalgpalli, natuke kitarril ning talle meeldib sõita tõukerattaga. Samuti meeldib talle arvutimänge mängida ning ta käib Rate's ja mängukoopas. Rate's on tema profiilnimeks Jalkakunn106 ning tal on seal kaks pilti, kuidas ta jalgpalli mängib. Lisaks on ta ostnud tumedat värvi profiilitausta. Kuna tema unistuseks on saada jalgpalluriks, siis see on ka tema elukutseks valitud. Ta on välja toonud oma kooli, huvid ning keeled, mida ta oskab. Tal on palju sõpru ning nad kõik mängivad jalgpalli.



Foto 4: Tartu töötoas loodud kujuteldav karakter Karl-Mark (10.aastane)

3.1.1.1. 10aastaste kasutajate analüüs

Kõikide loodud tegelaskujude puhul on näha, et neile meeldib veeta aega arvutis ning kõigil on ka oma konto mõnes sotsiaalvõrgustikus. Üldiselt on tegu eeskujulike noortega, kellel on palju hobisid ning kes on mitmesuguste huvidega. Väga populaarne on mõne muusikalise instrumendi mängimine – Karoliina mängib flööti ning Karl-Mark natuke kitarril.

Tõnu Tõukemõnu puhul on tunda tema loonud noorte poolt kerget irooniat ning ebasõmpaatiat vastava tegelekaskuju/stereotüübi vastu. Kaubamajas oma vaba aja veetmine ning endast liiga heal arvamusel olemine ei tekita noortes positiivseid emotsioone. Samuti mitmesuguste piltide postitamine sotsiaalvõrgustikku, kus poseeritakse erinevate riietega ning püütakse end teiste jaoks atraktiivseks teha ei leia teiste heakskiitu.

Samuti tundub 10aastaste noorte seas tõukeratas populaarne olenevat, lausa ühe kasutaja perekonnanimi sai selle järgi valitud. Mõlemate poiste hobide all oli tõukerattasõit ära mainitud. Kolme kasutaja puhul (Karl-Mark, Karoliina ja Sibülle) toodi välja kiindumus loomade vastu ning esimesel kahel olid lemmikloomadeks koerad.

Kõik kasutajad, välja arvatud Sibülle, elavad Tartus. Karoliina ning Karl-Mark elavad mõlemad Tammelinnas ning Tõnu Annelinnas. Siinkohal võib paralleelsele tõmmata noorte enda elukohtadega ning kui õpilased löid tegelaskujusid, siis võib julgelt arvata, et tugineti endale

ning sellele, mis on juba tuttav. Ka Karl-Marki koolivalik (Miina Härma Gümnaasium) oli sama, mis õpilastel endil.

3.1.2. 12aastane kasutaja

Kui teises etapis paluti noortel joonistada oma tegelaskuju 12aastasena ning kirjeldada, mis temaga vahepeal juhtunud on, siis töid paljud õpilased oma tegelaskujudes mässumeelsema noore välja.

Sibülle Sinimägi põgenes oma Häädemeeste kodust ning elab nüüd Tartus Annelinnas. Ta ei käi enam koolis, vaid veedab aega alkoholi tarbides, suitsetades ning pidutsedes koos Tõnu Tõukemõnuga. Kui varem meeldis tüdrukule joonistada, siis enam mitte. Samuti ei hooli ta enam oma nukust ega loomadest. Tüdruk on muutunud üsna ülbeks ja laisaks. Ta meigib palju ning sirgendab juukseid. Kui 10aastase puhul oli Sibüllele kätte joonistatud tema nukk ning heledad juuksed, siis nüüd kannab tüdruk miniseelikut, ta küüned on punaseks värvitud, juuksed on mustad ning näost on ta oranžiks värvitud, rõhutades tema rohket meigikasutust.



Foto 5: Tartu töötoas loodud kujuteldav karakter Sibülle (12.aastane)



Karoliina on muutnud oma juuksestiili ning tema juustes on nüüd lillad salgud. Nad ei suhtle enam Lisettega ja ta uueks parimaks sõbrannaks on Liisa. Tüdruk lõpetas muusikakooli. Enam pole tal kasutajaid Pandadas ja Stardollis. Tema vend läks Londonisse ülikooli, kuid nad suhtlevad Skype'i teel.

Foto 6: Tartu töötoas loodud kujuteldav karakter Karoliina (12.aastane)

Tõnu Tõukemõnu chillib endiselt linnas ning sõidab oma tõukerattaga. Kuna käepaelad on moest läinud, siis neid ta enam ei kanna, vaid nüüd on tal tätoveeringud. Poiss joob ja suitsetab. Ta sai endale uue tõukeratta ning uue läpaka, mida ta nüüd pidevalt kasutab, et Facebookis ja Rate's käia. Kui 10aastase Tõnu joonistuse puhul oli näha ta pikki juukseid, mütsi ja käepalu, siis nüüd on poisi juuksed erivärvilised ning tema keha katavad erinevad augustused (kõrvaaugud, kulmuneet, nina- ja nabarõngas) ning tätoveeringud. Poisi püksid on madalal ning ta kannab värvilist särki. Ühes käes on tal tõukeratas ning teises viinapudel.



Foto 7: Tartu töötoas loodud kujuteldav karakter Tõnu (12.aastane)



Karl-Mark Sinimägi ei mängi enam jalgpalli, kuid see-eest mängib ta paremini kitarri. Ta vanemad on lahus ning õde on Ameerikas ülikoolis. Rate'i asemel kasutab ta nüüd Facebooki.

Foto 8: Tartu töötoas loodud kujuteldav karakter Karl-Mark (12.aastane)

3.1.2.1. 12aastaste kasutajate analüüs

Sibülle ja Tõnu läksid nõ. halvale teele ning avastasid enda jaoks pidude ja alkoholimaailma. Kuna tegu oli 12aastaste kasutajatega ning õpilased ise on 13aastased, siis võib taoliste kirjelduste ühe ajendina pakkuda, et noored peegeldasid enda või oma sõprade elamusi ning lähtusid nendest kogemustest, mis selles vanuses noorega toimub ning mis teda ahvatleb. Mõlemad loodud kasutajad elavad Annelinnas ning noorte selgituste põhjal ei ole sellel linnajaol kõige parem maine ning seal elavad noored ongi eluga pahuksis.

Ühise omadusena toodi välja ka välismaale õppima minek, nimelt nii Karoliina vanem vend kui ka Karl-Marki vanem õde läksid vastavalt Londonisse ja Ameerikasse õppima. Ka sellise nüansi lisamise puhul võisid noored lähtuda oma kogemustest, kus mõni pereliige on otsustanud hariduse saamiseks oma õpinguid välismaal jätkata. Kuna uuringus osalenud noored õpivad inglise keele kallakuga koolis, siis on ka võimalik, et just seetõttu valiti sihtkohad, kus riigikeeleks on inglise keel.

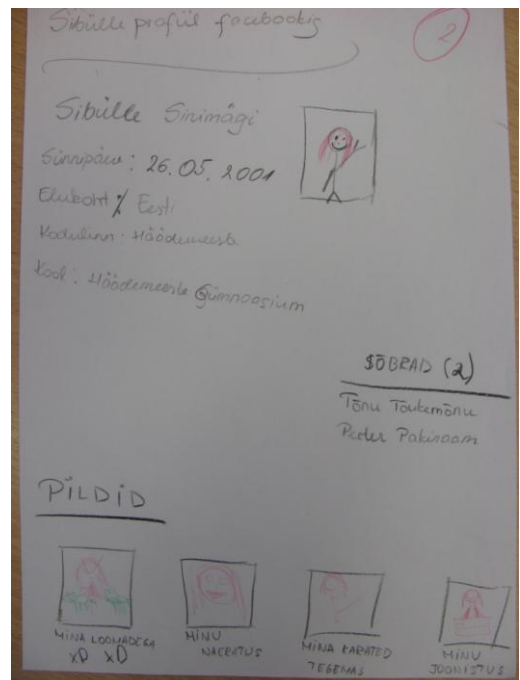


Foto 9: Tartu töötoas loodud kujuteldava karakteri Sibulle profiil (10.aastane)

3.2. Tegelaskujude profiililoom

3.2.1. 10aastane kasutaja

Kuna esimeses etapis anti gruppidele ülesandeks kirjeldada milliseid veebikeskkondi nende tegelaskujud kasutaks, siis otsustasid kaks gruppi joonistada oma loodud tegelaste jaoks vastavad suhtlusportaali profiilid. Tõnu Tõukemõnule joonistati Rate'i konto ning Sibullele Facebooki. Karl-Marki profiili kohta otsustasid õpilased üldise kirjelduse lisada ning Karoliina puhul mainiti lihtsalt ära, milliseid veebikeskkondi tüdruk külastab. Profiili puhul peavad noored oluliseks kas kasutaja- või täisnime olemasolu, samuti enda kohta info jagamist, nagu elukoht/kodulinn, vanus/sünnipäev, kool, milliseid keeli räägitakse ning hobid ja muud huvid.

Koolide välja toomine oma profiilil kergendab inimese üles leidmist ning samuti kipuvad noored hindama üksteist kooli järgi. Olenevalt kooli tulemustest ning tihti ka asukohast hindavad noored antud kooli õpilasi. Karoliinat ning Karl-Marki kujutati kui tublisid ja eeskujulikke õpilasi, kes tegelevad aktiivselt erinevate hobidega. Ka nende koolideks olid

märgitud päriselt olemasolevad koolid - Tartu Tamme Gümnaasium ning Tartu Miina Härma Gümnaasiumis, kus saab õpilaste endi selgitusel kvaliteetset haridust.

Tihti soovivad noored vaimukad olla ning lisavad erinevaid keeli oma oskuste hulka, kuid antud uuringu puhul seda ei teatud. Kuna Karl-Mark käib Miina Härma Gümnaasiumis, mis on inglise keele kallakuga kool, siis tema keeleoskuste juurde on lisaks eesti keelele märgitud ka inglise keel. Tõnu elab Annelinnas, kus lisaks meie emakeelele kuuleb sageli ka vene keelt, siis noored arvasid, et need kaks keelt on kõige sobilikumad Tõnule.

Hobid ja huvid on noortele omased ning üpriski tüüpilised. Karl-Marki puhul toodi välja tõukeratas, kitarr ning jalgpall, Sibüllele meeldib karated teha ning Karoliina mängib võrkpalli ja flööti. Üldjuhul on noored hästi aktiivsed ning tegelevad mitme hobiga korraga. Seda on ka loodud karakterite puhul näha, kes tegelevad mõne spordiga või mängivad muusikalist instrumenti.

Noorte meelest on profiilile omane ka sõprade olemasolu, profiilipilt ning piltide lisamine endast ja oma tegemistest. Antud väited põhinevad just noorte joonistustele ja kirjeldustele kasutaja profiilidest.

10aastase kasutaja profiili kohta avaldatakse suhteliselt iseloomulikku infot ning esitatud on kõige lihtsam teave. Väga palju infot enda kohta jäetakse jagamata ning antud kasutajate profiilil ei olda eriti avameelsed. Noored ei avalda oma täpset aadressi, vaid piirduvad ainult linnaosa või linna nimetamisega. Ainuke, mis on ehk natuke üllatavam, on Tõnu Tõukemõnu Rate'i profiilil teistega jagatud mobiilinumbr, mida tihti kasutajad enda kohta ei avalda, kuna see võimaldab teistel kasutajatel indiviidiga päriselus ühendust võtta ning seega ei jää suhtlus enam *online* tasandile. Tihti saavad niimoodi ka soovimatud isikud indiviidiga ühendust võtta ning ka muud informatsiooni isiku kohta järele uurida. Oma mobiilinumbr avalik jagamine viitab sellele, et tihti ei mõtle noored internetist leiduvatele ohtudele, ning ei näe põhjust ettevaatlikuks olemiseks. Samas nähtub ülejäänud loodud profiilidest, et üldiselt töötoas osalenud noored nii julged ei olnud ning jäid loodud kasutaja isikliku info avaldamisel suhteliselt tagasihoidlikuks.

3.2.2. 12aastane kasutaja

Teises etapis oli noorte ülesandeks kirjeldada, milliseid lehekülgi nende välja mõeldud tegelased Internetis külastavad ning õpilased nimetasid mitmeid suhtlusportaale, kuhu noored otsustasid oma karakteritele kontod luua ilma igasuguse suunamiseta uurijate poolt. Tõnu ja Sibülle otsustasid Rate.ee kasuks ning Karoliina ja Karl-Mark valisid Facebooki. Kõik uuringus osalenud noored küll teadsid, et Facebookis konto loomiseks peab olema vähemalt 13aastane, kuid ainult kaks gruppi otsustasid sellest reeglist kinni pidada ning mitte oma 12aastasele tegelasele sinna kontot teha. Lisaks kinnitasid grupiliikmed endale, et Rate'i on nende 12aastasele karakterile sobilik ning selles vanuses noored eelistavad suhtlemiseks kasutada Rate'i. Profiililoomel tuli erinevate lehekülgede puhul välja selged erinevused.

Sibülle

Sibülle kasutajanimi on sssibylle1 ning oma kontol jagab ta teistega kõige elementaarsemat infot: oma sugu, sünniaega, asukohta ja e-posti. Koolide alla märkis Sibülle Häädemeeste Keskkooli ning lennuks 2018. Tüdruku e-posti aadress on nähtav ainult tema sõbralisti liikmetele, kuna noored võisid arvata, et tegu on siiski liiga personaalse infoga, mida kõigiga avalikult jagada. Samuti on võimalik teistel kasutajatel Rate's kirju saata, nii et oma e-posti jagamine pole niivõrd oluline, et teised saaksid antud kasutajaga ühendust võtta. Kuna Sibülle puhul on ära märgitud tema vanus, siis ei tundunud noortele liigne ka kirja panna tema kooli lend. Noorte puhul oli põnev jälgida, kuidas nad arvutasid õiget aastat võttes eeskujuks iseendid.

Õpilased ei pidanud nii tähtsaks Sibülle tutvustamist ning jäid tema kirjeldamisel üsnagi tagasihoidlikuks. See võis muidugi olla tingitud asjaolust, et Rate.ee lubab profiili redigeerimist ning piltide lisamist ainult kinnitatud meiliaadressiga kasutajale, et kaitsta oma kasutajate privaatsust (Rate.ee kodulehekülg), kuid Sibülle e-posti aadress ei olnud kinnitatud.

Huvide all tõi kasutaja välja Annelinna, *hädemeste_on_super_***, karate, *lahedamkuisinaolenjahtere*, puusepad, tõnuu ja wazaa. Sibülle karakteri loonud noored selgitasid valitud hobide taustaks, et tüdruk elas varem Häädemeestes, kuid 12aastasena otsustas ta kodunt põgeneda ning Tartusse Annelinna kolida. Kuna 10aastase tegelaskuju puhul kirjeldati, et Sibüllele meeldib puid kallistada ning ta on igas mõttes loodussõbralik, siis

just sellest hobist võib olla ka tingitud „puuseppade“ nimetamine oma huvides. Kuna Sibülle „väljavalituks“ on Tõnu Tõukemõnu, siis noored soovisid oma karakteri suhet rõhutada ning tuua oma „väljavalitu“ nimi ka huvides välja. „Lahedamkuisinaolenjahtere“ ja „wazaa“ puhul sooviti ehk näidata milliseid slänge nende karakter kasutab, kuna „wazaa“ pärineb filmist „Scary Movie (2000)“, mis võib viidata selle, et Sibülle see film meeldib. Jälgides töötoas osalenud noori, siis oli näha, et huvide lisamist võtsid õpilased rohkem naljaga ning soovisid teistega oma humoorikust jagada.

Rate.ee :: kasutajainfo :: sssibylle-

http://www.rate.ee/users/sssibylle-

Rate.ee logo: KINNITA OMA MEILIAADRESS!

Pühapäev, 01. jaanuar, 23:00 | Kasutajaid kokku: 318321 | Hetkel online: 3696 »

Avalehteks | Limpa | abi ja info |

MyLook.ee ilutoodete veebipood

Parima hinnaga PARFÜÜMID + kohealotomelamine järgmiseks päevaks

postkast / teated / sõbra uudised Sõbralist 0 SOL 0

Pealeht Pildid Albumid Klubid Päevikud Videod Veel --ttonu500-- | lahku

Link ankeedile: <http://www.rate.ee/users/sssibylle-> Otsing

sssibylle-

vaadatud: 8 felm: 0 aktiivsus: 15

kontaktid

kasutaja on sinu **sõbralist** 😊 | eemalda »

sina oled selle kasutaja **sõbralist** 🙋

tähelepanu-listi memoga

Lisa!!

blokeeri kasutaja »

Kõiki oma liste saad vaadata ja redigeerida rubriigis kontaktid.

pärinimi

sugu **naine**

sünniaeg **26.05.1999** 12

sobivusmeeter »

asukoht **Eesti, Tartu**

-5°C

e-mail **sssibylle@hotmail.ee**

stmpel 📧 pole, uuri lähemalt »

Küsi pilt!

Kirjuta kiri

Eemalda sõbralistist

Soovita talle sõpru

viimati külastas: 21.12.2011 - 13:59

registreerus saidil: 21.12.2011 - 10:51

1 of 4

1.01.2012 23:00

Foto 10: Tartu töötoas loodud kujuteldava karakteri Sibülle Rate'i profiil (12.aastane)

Kui üldinfos jagatud informatsiooni puhul lähtuti eelkõige oma karakterist, siis huvide all tuleb rohkem mängu noorte endi kujutlusvõime ning siinkohal võetakse ülesannet natuke vabamalt ning naljaga, kuna ka õpilased ise ei osanud selgitada kõikide huvide tagamaid.

Kasutaja läbis ka isiksuse testi ning sai tulemuseks *Aktivisti* (domineeriv ekstravertne realistlik tunnete nimene). Sibülle valis endale väljavalituks --ttonu500-- ehk Tõnu Tõukemõnu. Kuni selle hetkeni ei olnud loodud karakteritel teineteisega mingisugust kokkupuudet ning üksteist „väljavalituks“ valimine oli esimene samm, et nad omavahel suhtlema hakkaks ning interaktsioonis oleks. Kuna noored kasutavad suhtluskeskkondi suhete hoidmiseks ning samuti uute loomiseks, siis on vastavad keskkonnad nende jaoks oluliseks suhtluskohaks.

Rate's on kasutajale väga iseloomulik endale „väljavalitu“ valida, keda mainitakse oma huvidel all ning lisatakse pilte pühendusega oma „väljavalitule“ ning noored omistasid selle ka oma tegelasele. Nii soovisid noored jagada oma tegelaskuju suhtestaatus ja tegid seda mõnevõrra ülepingsutatud viisil. „Väljavalitu“ lisamisel hakkasid grupid omavahel rohkem suhtlema ning kiirustati teist gruppi, kelle karakteri konto oli Rate's, rohkem tagant ning paluti neil kindlasti oma „väljavalitu“ kutse vastu võtta.

Neiu soovis lisada ka kaks pilti, kus ühel on ta üksinda, pildi pealkirjaks „*Minaaaaaaa*“ ning lühikirjeldusena „*Pühh ikka mu Tõnnule (K) Autoriõigused olemas*“, ning teisel pildil poseerib ta koos Tõnuga pealkirjaks „*Mina ja Tõnnuuuuu*“ ning lühikirjeldusena „*pühh tõnuulee (L)(K) Autoriõigused olemas*“. Mõlemad pildid on tehtud mobiiltelefoniga ning pildidel poseerivad õpilased ise. Pildid olid keelatud, kuna Rate.ee palus kinnitada piltide autoriõiguste olemasolu. Rate'i kasutajad lisavad tihti pilte, mis on pühendatud mõnele teisele kasutajale, samamoodi käituti ka Sibülle piltide puhul, kus „*pühh tõnuulee (L)(K)*“ tähistab pühendust Tõnule, kes on Sibülle „väljavalitu“. Rate.ee reeglite kohaselt on keelatud võõraste piltide lisamine, seega on kasutaja pildi alla lisanud „*autoriõigused olemas*“, millega soovitakse näidata, et ei rikuta vastava lehekülje reegleid ning kõik vastab piltide lisamise korrale (Rate.ee kodulehekülg). Samuti peab pildil aru saama, milline on pildi omanik ning ennast pildil esile tooma (Rate.ee kodulehekülg). Sellest tulenevalt on pildi alla lisatud täpsustus kes täpselt pildil on. Kuna Internetis suhtlemisel pole võimalik oma emotsioone näidata, siis kasutatakse selleks erinevaid emotikone, venitatakse teatuid häälikuid väga pikaks või kirjutatakse sõnu omavahel kokku. Sama viisi eelistasid ka grupid oma karakterite profiili ning piltide pealkirjade puhul rakendada, muutes nende kirjavaasi väga omaseks tüüpilisele noorele Internetikasutajale.

sssibylle1: häädemeste_on_super_:**,

sssibylle1: pühh tõnuulee (L)(K) Autoriõigused olemas

sssibylle1: Mina ja Tõõnnuuuu

--ttonu500--: tõuxxxx

Karoliina

Karoliina Facebooki kontoks on Karoliina Olen ning oma profiilil on ta ära märkinud elukoha, kodulinna, kooli, tööandja, oma soo ja e-posti.

Karoliina Olen

http://www.facebook.com/media/set/?set=a.112258925559240.13200.100003253999811&type=1

Otsi

Tõnu Tõukemõnuu Otsi sõpru Avaleht

Karoliina Olen

Modell, Elite Model Management Õppis Tartu Tamme Gümnaasium Elukoht: Tartu, Estonia Kihlatud kasutajaga Karl-Mark Sinilind Kodulinn: Tartu, Estonia

Töö ja haridus

Tööandjad Elite Model Management Modell · New York, New York

Keskkool Tartu Tamme Gümnaasium

Sport

Lemmikspordialad Volleyball

Kunst ja meelelahutus

Muusika Coldplay

Raamatud

See How It's Done
Karoliina uses her profile to share details about her life and experiences with her friends.
Expand Your Own Profile

Inimesed, keda sa võid teada Vaata kõiki

9 ühist sõpra
Lisa sõbraks

11 ühist sõpra
Lisa sõbraks

Sein
Info
Fotod
Sõbrad

Kihlatud kasutajaga

Karl-Mark Sinilind

Sõbrad (20)

Tõnu Tõukemõnuu

1 of 3

1.01.2012 22:49

Foto 11: Tartu töötoas loodud kujuteldavast karakteris Karoliina Facebooki profiil (12.aastane)

Samuti on ta üldandmete all märkinud oma sünnipäeva, kuid nii, et seda tema profiilil ei näidata. Noored pidasid ehk sünnipäeva jagamist liigseks informatsiooniks ning otsustasid selle osa oma avalikust profiilist välja jätta. Samuti ei märkinud Karoliina, kas ta huvitub meestest või naistest, oma keeleoskusi ega „Minust“ osa.

„Sõprade ja perekonna“ all on perekonnaliikmete lahter tühjaks jäetud, kuna ühelgi Karoliina pereliikmel ega sugulased ju oma kontot Facebookis pole. „Hariduse ja töö“ all on ta nimetanud oma keskkooli - Tartu Tamme Gümnaasium, mille puhul on tegu päriselt olemasoleva kooliga ning kuna tüdruk elab Tammelinnas, siis on noored pidanud loogiliseks, et ta käib ka koolis kodu lähedal. Tööandja puhul on märgitud Elite Model Management, kus neiu on modell. Tihti on noorte unistuseks saada modelliks ning salajased lootused, et üks päev neid avastatakse ning nende soovunelm täitub. Siinkohal võis mõni noor oma soove Karoliina peal peegelda või pidasid õpilased modellindust noorele neiule tüüpiliseks omaduseks.

„Filosoofia“ osa pole noored Karoliina profiilil üldse täitnud, seega pole kirjeldatud tema poliitilisi vaateid, religiooni, inspireerivaid inimesi ega lemmiktsitaate. „Kunsti ja meelelahutuse“ all on välja toodud eelistused muusika, filmide, raamatute ja televisiooni osas, mis kõik on väga nooruslikud ja populaarsemad (Coldplay, Jackass, Hangover, Simpsonid jne). „Spordis“ on nimetatud võrkpalli kui tema lemmikspordiala, kuid lemmikmeeskonnad ja –sportlased on jäetud mainimata. Kitarr ja võrkpall on tood välja „tegevustes ja huvides“. „Kontaktandmetest“ on jagatud ainult e-posti ja telefon, aadress ning veebileht mitte.

Rate's ja Facebookis on erinevad väljad juba ette antud, mida kontoloojad saavad vastavalt enda valikule ja eelistustele täita või siis vahele jätta. Kui joonistuste puhul pidid noored ise mõtlema, mis informatsiooni võiks jagada, siis suhtlusprofiilide puhul on asi lihtsam ning tuleb ainult mõelda, millistesse väljadesse informatsioon kirjutada.

Samuti jagab Karoliina teistega, et ta on kihlatud kasutaja Karl-Mark Sinilinnuga. Karoliina puhul otsustasid noored varjata tema perekonnanime, mida peeti ilmselt liiga avalikuks infoks ning sooviti jääda rohkem salapärasemaks. Selline käitumine pole Facebookis eriti tavaline, kuna üldjuhul on kasutaja profiilil välja toodud ikkagi tema õige täisnimi. Seda huvitavam on fakt, et kui noored ei soovinud oma kasutaja kohta perekonnanime avaldada, siis ei tekkinud mingit probleemi Karoliina kohta isiklikku infot postitada, mainida tema erinevaid huviseid

ning suhtestaatust. Ühe teooriana võib välja tuua, et ilma õige perekonnanimeta on isikut raskem Facebookis üles leida, kuid mingil hulgal personaalse info jagamine hõlbustab isiku lähedamastel sõpradel ja tuttavatel teda siiski leida.

Facebooki profiilil on väga suur rõhk erinevate eelistuste ja huvide nimetamisel ning kuna antud leheküljel on see kõige parem viis end teistele kasutajatele iseloomustada, siis on õpilased vastavat funktsiooni julgesti kasutanud.

Tema sõpradeks on MHG 7A klassi õpilased, kes osalevad vastavas töötoas. Sõprade lisamine ning sõbrakutsetele vastamine käisid Karoliina puhul käsikäes ning lõpuks kogunes talle 20 sõpra. Algselt oli profiilipildiks mobiiltelefoniga tehtud pilt noorte poolt joonistatud 12aastasest Karoliinast, kuid hiljem muudeti see Internetist leitud pildiks, kus tüdruk mängib kitarril ning pealkirjaks on „*hakkasin kitarril mängima...*“. Huvi kitarril vastu võib olla suuresti tingitud asjaolust, et Karoliina kihlatu Karl-Mark on bändipoiss, kes tegeleb kitarrimänguga ning seega pidasid noored loogiliseks, et Karl-Marki eeskujul avastab ka Karoliina enda jaoks kitarril. Kuna terve uuringu vältel toimus noorte vahel pidev kommunikatsioon nii silmast-silma kui internetikeskkonnas, siis selle tulemusel saadi üksteisest inspiratsiooni ning sooviti teiste häid ideid ka oma töödes rakendada, nagu kitarrimängu nimetamine Karoliina profiilil, 10aastase Karl-Marki huvidesse tõukeratta sõidu lisamine Tõnu Tõukemõnu eeskujul ning samuti üksteise „väljavalituks“ ja suhtesse panemine. Kuna noortele on oma eakaaslaste eeskuju väga oluline, siis sageli matkitakse teiste tegevusi, õpitakse nendest ning kohandatakse neid enda jaoks ümber. Kõiki neid tegevusi võimaldab uuringuks valitud loomingulised uurimismeetodid, mis annab noortele vabaduse omavahel suhelda, kommenteerida üksteise töid, nõu anda ning jälgida teiste tegemisi. Kõik rühmad ja nende loodud tegelased olid üksteisest mõjutatud ning mingil määral omavahel seotud.

Tõnu

Tõnu Rate'i kasutajanimeks sai --ttonu500-- ning sarnaselt Sibüllele, jagab ta enda kohta oma sugu, sünniaega ja asukohta. Ka Tõnu ei soovinud oma pärisnime avaldada, vaid eelistas kirja panna oma e-posti, mida jagab ainult oma sõbralisti liikmetega. Kui Facebooki kasutajad jagavad üpriski kergelt oma ees- ja perekonnanime teistega, siis Rate's on jällegi tavaline teha endale kasutajanimi, mis üldjuhul sisaldab mingil määral õiget nime või hüüdnime, mille kaudu teda antud leheküljel tuntakse.

Oma huvide all on Tõnu välja toonud Hannah Montana, Justin Bieber, kärbseseened, Kaubsi, konnad, skeidi, tüdrukud, tõuxxxxi, Sibülle ning lisanud veel *hädameeste_on_suuper:***.

Hannah Montana ja Justin Bieber nimetamisel on suure tõenäosusega tehtud nalja. Antud kuulsused on küll populaarsed ning paljude iidoliteks, kuid antud uuringus osalenud noorte kihistamisest ja omavahelistest kommentaaridest võib järeldada, et õpilased on pigem nende loetlemisel olnud iroonilised. Kaubsi fännamist võib võrrelda Viru Keskuses alguse saanud „chillimisega“, millega paljud noored sisustavad oma vaba aega. Üldjuhul on antud tegevusel negatiivne imago ning ka Tõnut iseloomustavad noored kui „paha poissi“, kellele meeldib Kaubsi ees chillata ning kes joob ja suitsetab. Huvitavaks võib pidada ka fakti, et huvide all on välja toodud „tüdrukud“, kellel on oluline aspekt teismelise poisi soolise identiteedi kujunemisel. Huviga vastassoo vastu soovetakse toonitada Tõnu seksuaalset orientatsiooni ning seeläbi ennetada võimalikke süüdistusi muu huvi suhtes. Antud keskkonna kasutajale on väga iseloomulik nimetada huvide all oma „väljavalitu“. Sibülle eeskujul on seal nimetatud „*hädameeste_on_suuper:***“, millest võib järeldada, et Tõnu loojad kiitsid antud nalja heaks ning otsustasid seda jagada. Kuna 12aastast Tõnut iseloomustati kui nõ. halvale teele läinud, siis võib arvata, et noored on kärbseseente nimetamise all mõelnud hallutsinatsioone tekitavaid aineid, millega Tõnul võib olla kokkupuuteid.

Tõnu tegi ka isiksusetesti ning sai tulemuseks *Esineja* ehk domineeriv extravertne abstraktse mõtteviisiga tunnete nimene. Tõnu on märkinud oma väljavalituks sssibylle1 ehk Sibülle. Samuti on soovinud poiss lisada mobiiliga tehtud kahte pilti, kus ühel poseerib ta üksinda Ahhaas pealkirjaks „*Mina Ahhaa*“s ning lühikirjelduseks „*pühh: u/sssibylle-*“ ning teine pilt koos sõbrannaga, pealkirjaga „*Mina vasakul*“ ning lühikirjeldusega „*pühh: u/sssibylle-*“. Kuna teisel pildil on mitu inimest, tuleb Rate'i reeglite kohaselt täpsustada, milline on pildi omanik (Rate.ee koduleheküljel). Seetõttu ongi ära märgitud Tõnu täpne asukoht – „*mina vasakul*“. Ka Tõnu on pühendanud pildid oma „väljavalitule“ Sibüllele – „*pühh: u/sssibylle-*“. Piltidel poseerisid õpilased küll ise, kuid Rate.ee keelas pildid, kuna ühe puhul oli tegi liiga väikese pildiga ning teisel paluti kinnitada pildi autoriõiguse olemasolu. Antud piltide puhul on eeskujuks võetud noorte meelest tüüpiline Rate'i kasutaja, keda üritatakse mingil määral jäljendada ning pilgata. Uurides noortelt nende pildivaliku kohta, siis selgitasid õpilased, et enamjaolt lisatakse endast Rate's poseerivaid pilte, mille eesmärgiks on saada kommentaare ja hindeid.

Karl-Mark

Karl-Mark on Facebookis tuntud kui Karl-Mark Sinilind ning oma kontol on ta täitnud tunduvalt rohkem erinevaid väljasid kui teised kasutajad. Oma üldandmetes on ta nimetanud oma soo, sünnipäeva (mida ta ei soovi oma profiilil näidata), huvi naiste vastu, keeleoskused ning täitnud ka „Minust“ osa. Nii nagu Tõnugi, on Karl-Mark rõhutanud oma profiilil huvi naiste vastu ning pidanud selle välja toomist väga oluliseks. Keeleoskuste puhul on valitud eesti ja inglise keel, mis on realselt osatavad ning mida noored ise hetkel ka koolis õpivad. „Minust“ osa all on Karl-Mark lisanud „Olen elukutseline kitarrimängija“, millega soovitakse näidata, et algselt lihtsalt huvina kirjeldatud kitarrimängust on nüüdseks saanud poisi elukutse.

Profiilipiltide all on tal neli pilti ning igal pildil on Karl-Mark eri vanuses. Kõige viimane pilt on tal punapealisest teismelisest, kes on suure tõenäosusega modell. Kuna poiss on punapea, siis on tema profiilipiltide hulgas ka Prints Harry foto. Lisaks on pildid ka noorest Karl-Markist ning sellest, kuidas poiss kitarril mängib. Kõik pildid on leitud Internetist Google pildiotsingu abiga.

„Sõprade ja perekonna“ all on Karl-Mark maininud, et on kihlatud kasutaja Karoliina Oleniga ning lisanud ka nende suhte alguskuupäeva (21. detsember 2011, mis on uuringu läbi viimise päev). „Hariduse ja töö“ osas on tööandjaks Ginger Leigh Band, mis on ka päriselt olemasolev Ameerika bänd. Bändi valik võib olla seotud nimes oleva „ginger“ sõnaga, mis tähistab punapead ehk Karl-Marki juuksevärvi. Koolis käib poiss Tartu Miina Härma Gümnaasiumis nagu ka uuringus osalenud õpilased. „Filosoofia“ osa on Karl-Mark väga usinalt täitnud ning selle kaudu saame teada, et poiss on budist ja usub Eesti Reformierakonda. Samuti on ta nimetanud inimesi, kes teda inspireerivad (Ed Sheeran, Zoo Kid ja Ron Weasley). Kuna Karl-Mark on punapea, siis on noored otsustanud valida teda inspireerivateks inimesteks sama juuksevärviga kuulsused. „Kunsti ja meelelahutuse“ all on nimetatud poisi valikud filmide, raamatute, seriaalide ja muusika vallas. Nagu Karoliinagi puhul on valik väga tänapäevane (Michel Jackson, Harry Potter, Nullpunkt, Justin Bieber – Never Say Never jne). „Spordi“ lahter on jäetud täielikult täitmata ning ehk on noored soovinud sellega rõhutada, et Karl-Mark on täielikult pühendunud oma kitarrimängule ning eelistab muusikat spordile (otsustas ta ju jalgpalli mängimisele pooleli jätta ja keskenduda

kitarrile). Ka „Tegevused ja huvid“ on jäetud tühjaks ning kontaktandmetest on toodud välja ainult oma e-post. Muidugi võib olla see tingitud asjaolust, et just need kolm välja on profiili täitmisel kõige viimased ning noored leidsid endale Facebookis juba muid tegevusi ning enda kohta info jagamine jäi seega poolikuks.

Karl-Marki profiilil rõhuti tema „bändipoisi“ olekut ning ta kasutab oma profiili teistele teada andmiseks oma bändiproovidest ja uuest kitarrist.

Karl-Mark Sinilind: homme on pändiproov kell 12.00 minu pool!!! :DD

Karl-Mark Sinilind: sain oma uue kittarri kätte!!!! XD

Ka oma seinafotodel näitab ta teistele oma uut muusikalist instrumenti ning bände kuhu ta kuulunud on ja kuhu kuulub hetkel. Kui uuringu esimestes etappides märgiti ära Karl-Marki huvi kitarrimängu vastu, siis töö kolmandas etapis on noored temast juba tõelise muusiku teinud, kel on oma bänd ning suur kirg oma hobi vastu.

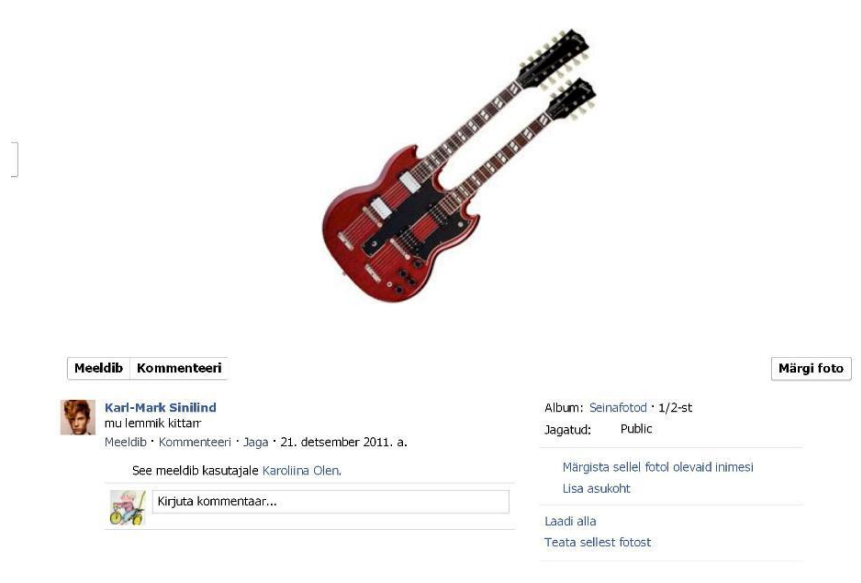


Foto 12: Tartu töötoas loodud kujuteldavast karakteri Karl-Marki Facebooki lisatud pilt enda kitarrist (12.aastane)

Erinevalt teistest kasutajatest on Karl-Marki puhul välja toodud tema poliitilised ja usulised vaated. Noored kirjeldavad teda kui buda usu kirglikku armastajat, milleni ta on leidnud tee tänu oma isale, kellest võib pildi leida tema albumite alt. Karl-Mark järgib buda õpetlust

sisemise rahu eesmärgil ning plaanib liituda ka Reformierakonna Noortekoguga. Selle põhjenduseks tõid noored, et Reformierakonda kuuluvad väga mõistlikud ja arukad inimesed.

Just Karl-Marki poliitilised ja usulised hoiakud eristavad tema profiili teiste loodud tegelaste omast. Väga võimalik, et mõni õpilane on võtnud enda või mõne oma lähedase arvamuse eeskujuks ning kandnud selle üle oma tegelasele. Samuti võivad noored tugineda mõnele meediast läbikäinud teemale või on nad kuulnud oma vanemaid arutavat poliitika või usu teemade üle.

Kokkuvõtvalt nähtub loodud profiilidest, et kui Rate'i puhul jäid noored oma tegelaskujude isikliku info jagamise osas tagasihoidlikuks ning märkisid hoopiski aktiivselt erinevaid huvisid, siis Facebookis avaldati nii privaatsest infot kui ka jagati teistega oma huvisid, nagu oma meelisraamatud, -seriaalid, -filmid ja -mängud. Lisaks valiti oma tegelaskujudele muid tegevusi, mille nimetamist oma karakteri profiilil vajalikuks peeti. See on kindlasti tingitud ka suhtlusportaalide erinevast ülesehitusest, kuna Facebooki puhul on pandud suur rõhk võimalikult mitmekülge informatsiooni jagamisele enda kohta, kuid Rate'i puhul on keskseks just „huvide“ lahter.

Kui Rate's olid kasutajad teineteise „väljavalitud“, siis Facebookis märkisid teised kaks end kihlatuteks. Õpilased võtsid seda osa tööst natuke kergemalt ning ehk soovisid lisada oma karakterisse rohkem vaimukust. Kuna antud meetod annab noortele suhteliselt vabad käed, siis kasutasid nad seda julgelt ära ning ei võtnud ülesannet liiga tõsiselt. Kindlasti ei tohi kõike laste loodut ja öeldut tõe pähe võtta, kuna nad on töödele lähenenud loominguliselt, lasknud oma kujutlusvõimel lennata ning suhtunud ülesandesse mänguliselt.

Sõprade roll suhtlusportaalil on väga oluline ning tihti on noortel eesmärgiks endale võimalikult palju sõpru leida. Loodud karakterite sõpradeks lisati töötoas tegutsevad õpilased ning nende sõbrad. Kuna sõprade lisamine on suhtlusportaalil niivõrd lihtne ning nelja loodud tegelase profiilide küllastamine ei oleks noortele piisavalt tegevust pakkunud, siis otsustasidki õpilased hakata lisama oma karakteri sõpradeks ka töötoas osalejaid ning teisi enda sõpru. Seda just Facebookis, kuna noorte sõnul ei ole neil endil ega sõpradel enam Rate's kontot ning seega polnud Tõnu ja Sibülle puhul endale kedagi sõbraks lisada. Samuti jäi nende kahe karakteri kommunikatsioon antud suhtlusportaalil väga tagasihoidlikuks, kuna noori ei paelunud piisavalt ainult omavahelise suhtlemine ning nende tegevust jälgides jäi mulle ka

mulje, et nad ei olnud eriti huvitatud tutvuma Rate'i poolt pakutud võimalustega (foorum, mängud, videote postitamine, testide tegemine jne).

3.2.3. 14aastane kasutaja

Kolmandas etapis täiendasid noored Karoliina ja Karl-Marki profile ning Tõnule ja Sibülle tehti ka Facebooki konto, kuna karakteritel oli juba piisavalt vanust ning Facebooki võimalused suhtlemiseks ning muudeks tegevusteks tunduvalt laiemad.

Sibülle

Sibülle ehk Sibulle Sinimägi on oma kontol kirja pannud kooli, sünniaja, soo ja e-posti. Kooliks on Sibülle märkinud Hogwarts School of Witchcraft and Wizardry, mille puhul on õpilased lähenenud loominguliselt ning eeskujuks võtnud Harry Potteri raamatud. Ka Sibülle pole otsustanud oma e-posti avalikult oma profiilil näidata, vaid on nähtav ainult tema sõpradele. Samuti on ta ära märkinud mõned oma lemmikartistid, kelleks on Justin Bieber ja Rebecca Black. Nii nagu Tõnu loojad olid muusikaeelistuste nimetamist naljaga võtnud, siis sama tehti ka Sibülle puhul. Taas kord võeti eeskujuks teised grupid ning kiites nende nalja heaks, lisati ka enda muusika alla Justin Bieber. Hobide lahtrisse on tüdruk kirjutanud pidu, millega soovitakse rõhutada Sibülle halvale teele minekut, kui ta otsustas Annelinna põgeneda ning pidutsema ja jooma hakata koos Tõnuga.

Kasutaja on keerulises suhtes Tõnu Tõukemõnuuga, millega soovitakse teada anda, et nende suhe pole kindlalt fikseeritud ning tegu pole millegi tõsisega. Piltide all on tal lisaks profiilipildile album „*Minaaa ja minu parimad seiklused*“, mis koosneb neljast erinevast fotost. Kahel neist on Sibülle üksinda ning pealkirjadega „*Mina olengi see B.O.S.S*“ ning „*Virtuaalselt musi tegemas Tõnnule (K)*“. Teistel kahel pildil on ta koos Tõnuga ning piltide pealkirjadeks on märgitud „*Mina ja Tõnnu (K)*“ ja „*Mina mediteerimas Tõnnuga*“. Samuti on ta oma piltidel Tõnu märgistatud (*taginud*). Sõpradeks on Sibüllel tema loonud grupiliikmed ning teised klassikaaslased. Kuna Facebookis on oluline endale võimalikult palju sõpru koguda, siis selle lühikese ajaga sai neiu endale tervelt 17 sõpra. Kui varem oli Sibüllel Rate's konto, siis on karakteri puhul näha teatud elementide ülekandmist tema Facebooki profiilile, eriti just piltide pealkirjade osas. Teised noored ei pannud oma piltidele pealkirju või lisasid lihtsalt „*meie esinemas*“ (Karl-Mark) ja „*mina*“ (Karoliina), siis Sibülle piltide pealkirjad on

rohkem iseloomulikumad Rate'ile, kus lisatakse kirjeldavaid ja pikemaid seletusi oma piltide all. Samuti on Facebookile väga omane *tagimine*, mis võimaldab inimestel teistega jagada, kellega ta pildil on, ning ei pea seda eraldi pealkirjas välja tooma.

Tõnu

Tõnu Tõukemõnuu on jäänud oma kontol info lisamisega kõige tagasihoidlikumaks ning toonud välja ainult oma kooli, kodulinna, sünniaja, soo ja e-posti. Ka Tõnu on märkinud, et on keerulises suhtes kasutaja Sibülle Sinimägi. Peale profiilipildi pole Tõnu endast ühtegi pilti lisanud, ainult Sibülle poolt märgistatud kaks pilti. Ka tema sõpradeks on MHG 7A klassi õpilased. See võib olla tingitud nii grupi tagasihoidlikkusest, väsimusest ülesandeid täita või lihtsalt ei peetud vajalikuks midagi enamat oma karateri kohta lisada, kuna eelnevates etappides jagati pikki ja põhjalikke kirjeldusi.

The screenshot shows a Facebook profile for 'Tõnu Tõukemõnuu'. The profile picture is a cartoon character on a bicycle. The page layout includes a search bar at the top, navigation tabs for 'Tõnu Tõukemõnuu', 'Otsi sõpru', and 'Avaleht'. The main content area is titled 'Tõnu Tõukemõnuu Sõbrad' and displays a grid of friends' profile pictures. On the left sidebar, there are links for 'Sõbrad', 'Keerulises suhtes kasutajaga', and 'Otsi sõpru'. On the right sidebar, there are sections for 'Tere tulemast sinu profiilile', 'Saa inspiratsiooni!', 'Sõbrakutse', 'Sponsoreeritud', and '5D Cinema Estonia'.

Foto 13: Tartu töötoas loodud kujuteldavast karakteri Tõnu sõbrad Facebookis (14.aastane)

Kõik neli kasutajat peavad oma Facebooki profiilil oluliseks soo, kooli ja e-posti avaldamist. Samuti soovitakse jagada oma huvisid ja hobisid ning kodulinna lisamist peetakse vajalikuks.

Kui loodud tüdrukute karakterid jagavad oma Facebooki profiilil infot enda spordieelistuste ja tegevusalade ja huvide kohta, siis poiste puhul seda teavet ei avaldata. Kuu tüdrukud ja Tõnu Tõukemõnu on otsustanud jagada enda kohta üpriski sarnast teavet, siis Karl-Mark on otsustanud rohkem avameelsem olla ning jagada oma sõpradest enamat infot.

Kõik kasutajad peale ühe on täiendanud oma profiili erinevate piltidega nii endast kui ka oma sõpradest. Kõik need toimingud on omased Facebookile ning nende kasutajatele, kes lisaks teatud põhiinfo jagamisele soovivad muuta end teiste kasutajate silmis huvitavaks, postitades enda kohta lisamaterjali ja pilte. Samas ei taheta avaldada liiga palju, kuna soovitakse jääda salapäraseks ning peljatakse enda kohta liigse info ülespanemist internetti.

Noored on otsustanud rohkem rõhku panna omavahelisele suhtlemisele ning kui kõigil neljal tegelaskujul oli Facebooki konto loodud, hakkasid nad kõik omavahel aktiivselt lävima. Kirjutati üksteise seintele, kommenteeriti pilte, vesteldi, uuendati oma staatusi ning pidevalt lisati uusi sõpru. Peamiselt jagati komplimente endaga suhtes olevale kasutajale, kiideti teiste kasutajate tegemisi, kuid samas süüdistati üksteist petmises ning lahati erinevaid suhteteemasid.

Tõnu Tõukemõnu kirjutas Karoliina Olen seinale:

Tõnu Tõukemõnuu: sibülle lööb karli sult üle-vaata ette!

Tõnu Tõukemõnuu kirjutas Sibülle Sinimägi seinale:

Tõnu Tõukemõnuu: abiellu minuga

Sibülle Sinimägi: ei

Tõnu Tõukemõnuu: sulle meeldib ja siis ütled ei

Tõnu Tõukemõnuu: miks?

Sibülle Sinimägi: ups noh

Noored ise löid uuringus aktiivselt kaasa, omasid Facebookis kontosid ning teadsid Facebooki poolt pakutavaid võimalusi oma aja veetmiseks. Nüüd avanes neil võimalus oma karakteri peal kõiki hüvesid rakendada ning seeläbi uuring enda jaoks veel kaasakiskuvamaks teha. Peamiselt nauditi Facebooki kui suhtluskeskkonda, kuna noorte jaoks pakkus põnevust omavaheline kommunikatsioon ning aina rohkem leiti erinevaid viise suhtluseks, mille

teemad polnud küll eriti sisukad, kuid see polnudki peamine. Kõik see oli noorte jaoks lõbus ning pakkus neile nalja. Profili loomisele ei pööratud pooltki nii palju tähelepanu kui vestlemisele.

Karl-Mark Sinilind: Hei, saame kokku XD?

Karoliina Olen: davai, complicated:D

Karl-Mark Sinilind: ? xD

Karoliina Olen: mul emps ei lase :S

Karl-Mark Sinilind: miks

mul on auto

Karoliina Olen: mul on roosa roller

Karl-Mark Sinilind: ma olen bändis

ma olen kuulus rockkar

Karoliina Olen: omg nii lahekas:D

Karl-Mark Sinilind: vaata mu profiililehte

hit like.

Karl-Mark Sinilind: no'

Karoliina Olen: sa nii nummine..

Karl-Mark Sinilind: awwwww

ma sind ka

Karoliina Olen: ...

kullapai

Karl-Mark Sinilind: kingi mulle suhkrusai

Karoliina Olen: ma kingiks sulle kasvoi kringli..

Karl-Mark Sinilind: saara saara suur kui kraana lendav üle lasteaia

Karoliina Olen: loled

lolld

ära jama idukas

aaa

Karoliina Olen: tsau:D

whatcha doin'?

Karl-Mark Sinilind: ns

Karoliina Olen: ok lahekas

tsau:):)

jou

Karl-Mark Sinilind: hey sexy

Karoliina Olen: jobu taavo

Karl-Mark Sinilind: ära valetsa

Karoliina Olen: kuule

Karl-Mark Sinilind: mis

Karoliina Olen: ei midagi

Karl-Mark Sinilind: "You're a Lizard, Karoliina"

Karoliina Olen: salamander

Huvitavaks võib pidada asjaolu, et ka päevi pärast töötuba külastasid õpilased oma loodud karakterite Facebooki kontosid edasi ning muutsid seal pilte, kirjutasid üksteise seintele ning kommenteerisid teineteist.

A. L.: I know you bastard! I greated you :DD

See meeldib kasutajale M.-L. T.

R. R.: Like a boss

*M.-L. T.: *created*

A. L.: Ups :D

M.-L. T.: check out Karl-Mark Sinilind, we created him today in AHHA xD

Lisaks sisenesid noored oma Facebooki konto alt ning kirjutasid oma tegelaskuju seinale ning kommenteerisid tema tegemisi. Noored pidid lisama ka oma rühmadest ühispildi ning Karoliina Olen grupifotot asusid aktiivselt kommenteerima uuringus osalenud noored enda kasutajate alt.

H.-M. S: uu mis pilt!! :D

A. K.: Saara nägu:D:D:D

L. P.: way too cool, megapäev

H.-M. S: mhm kahtlane !!! :D

H.-M. S: Saara nägu

Karoliina Olen: Olge kuss! Saara on minu ülihea sõpsss

S. S.: kle ei sõimaks mu nägu eksle :D ega te nüüd ka väga alla ei jää :P

H.-M. S: mina küll jään :D

S. S.: njaa, kahtleks ;)

S. S.: kahtlengi tead :D

S. S.: kurb:(

A. K.: get a room

A. S.: A:sorry bro me siis kustutame ära,H: no ikka tuleb vahepeal kurb olla ;)

A. K.: ei lihtsalt käib nats närvidele, kui koguaeg mingid teated tulevad

S. S.: mhm davaiks rohkem ei räägi

L. P.: SAARA SA NII PRETTY, STFU NOW.

*S. S.: pidime vait olema ju nüüd segad vahele niimodi*solv**

Sellest võib järeldada, et noortele meeldis uuringus osaleda ning samuti sooviti oma tegelaskuju edasiste tegemistega kursis olla. Kuna töötoa jooksul lisasid noored oma karakteri profiili alt endale hulgaliselt sõpru ning samuti kommenteeriti teiste tegemisi, siis võib arvata, et noored soovisid teada, kuidas nende sõbrad seda kõike vastu võtavad. Ehk soovisid õpilased oma loometööd enda sõpradega jagada ning neid millegi uudsega üllatada.

3.3. Multimodaalse suhtlusportaali profiili loomine

Suhtlusportaali profiili loomel tuginesid noored eelkõige nendele lehekülgedel, kus neil endil juba kontod on ning mille ülesehitus on tuttav. Kuna esimeses etapis olid noortel vahenditeks ainult värvilised pliiatsid ja paber, siis kasutati neid oma tegelaste ning nende profiilide joonistamisel. Teises etapis said noored oma käsutusse ka arvutid ning kõik grupid otsustasid oma karakterite profiilide loomiseks arvutit kasutada. Nii loodigi tegelastele juba olemasolevatesse suhtlusportaalidesse kontod ning hakati sinna erinevat infot lisama. Kuna profiilil mängib suurt rolli profiilipilt ja muude fotode olemasolu, siis kasutasid noored internetti mitmesuguste piltide leidmiseks, et neid oma profiilile üles laadida. Samuti kasutati oma mobiiltelefone (iPhone), et endast pilte teha ning need oma kontole üles panna ja teistega jagada.

Peamiselt koosneski loodud karakteri profiil erinevast isiklikust infost, profiilipildist ning paarist endast ja oma tegemistest postitatud pildist. Ainult üks grupp jagas oma tegelase profiilil Youtube'i video, kuid sellega ka asi piirdus. Noored ei jaganud ühtegi muud linki, ei

mänginud mängu, ei loonud gruppe ega kasutanud teisi rakendusi. Õpilased oma reaalsel profiilidel jagavad aktiivselt linke erinevatele uudistele, videotele, lehekülgedele, postitavad naljavidEOSid ja -pilte, kuid kujuteldava tegelase profiilil selle peale ei tulnud. See-eest muutsid kolm gruppi oma kasutaja privaatsätteid nii, et ainult osa infost on avalik. Ühe kasutaja profiil jäi aga kõigile avalikuks. Samuti ei pööranud õpilased mingit tähelepanu Facebookis külgedel asuvatele reklaamidele ega muutnud reklaamide seadeid, et neid enam kasutaja profiilil ei ilmuks.

Facebook pakub meeletult võimalusi oma profiili mitmekesisemaks muutmiseks, kuid noored panid pigem rõhku just omavahel vestlemisele ning üksteise postituste ja piltide kommenteerimisele. Õpilaste loodud profiilid oma tegelaskujudele polnud niivõrd multimodaalsed kui vastav lehekülg seda võimaldaks ning ka suhtlemisviisidest kasutati kõige elementaarsemaid võimalusi, kuid siiski loodi kasutaja profiilil interaktiivne keskkond, mis tekitas noortes suhtlemis- ja külastamissoovi ka pärast töötoa lõppemist.

3.4. Loominguliste uurimismeetodite võimalused virtuaalse identiteediloome uurimisel

Loomingulistel uurimismeetoditel on mitmeid eeliseid traditsiooniliste kvalitatiivsete uurimismeetodite ees ning kuna uuritavateks olid noored, kel läheb tihti aega oma mõtete kogumiseks ning lisaks ei ole neil kõige kergem oma mõtteid sõnadesse panna, siis antud meetodi kasutamine võimaldab noortel omavahel oma ideed läbi arutada ning selle asemel, et koos vastus anda, näitavad nad meile seda (Gauntlett 2010). Noored ei pea tundma pinget küsimustele vastamisel (nagu intervjuu ja küsitluse puhul), vaid nad saavad kasutada oma loomingulisust ning ise midagi luua, mis teeb kogu uuringus osalemise nende jaoks tunduvalt huvitavamaks ja lõbusamaks. Antud meetod võimaldab oma vastuseid ja valikuid pidevalt muuta, mis julgustab noori uuringus aktiivsemalt kaasa lööma. Samuti toetas meetodi valikut asjaolu, et loomingulisi uurimismeetodeid on eelkõige kasutatud identiteediuuringute puhul (Awan 2007; Gauntlett 2006; Holliday 2004; DOWMUNT 2001; Bloustein 1998 jne), siis tundus ka mõistlik proovida sama meetodit virtuaalse identiteediloome puhul.

Kuna identiteedi kujunemisel on eakaaslaste arvamus ja heakskiit väga oluline (Erikson 1968) ning samuti kujuneb nendega suhtlemise kaudu noorte arusaamine igapäevaelust (Gauntlett

2007), siis oli antud uuringu puhul õige jagada noored rühmadesse. Tänu grupitööle olid loodud identiteetid ühistöö tulemus ning gruppides töötamine andis meile võimaluse noortega uuringu jooksul pidevalt suhelda ning salvestada identiteetide kujunemisprotsess audiovisuaalselt (Siibak et al, esitatud). Gruppides töötamine võimaldab noortel oma mõtteid täiendada, muuta ning parandada, sageli on koos töötamisel tulemused rohkem läbi mõeldud ja põhjalikumad ning grupikaaslaste heakskiit ja sarnane mõtteviis julgustab noori oma mõtteid välja ütleva ning nende üle arutleva. Kui üksi töötamisel võib noor oma ideedega hätta jääda ning ei suuda rohkem midagi töösse panustada, siis rühmatöö puhul saavad teised liikmed oma teadmiste ja mõtetega appi tulla. Koos tegutsedes jõutakse kiiremini eesmärgini ning noored ei väsi nii kiiresti neile antud ülesannetest.

Antud uuringus osales neli gruppi, kellest kolme puhul löid kõik grupiliikmed loomeprotsessis aktiivselt kaasa. See-eest ühe grupi puhul oli näha, et paar liiget suhtusid ülesandesse apaatselt kui teised, mistõttu tuli teistel rühmaliikmetel neid natuke tagant sundida, et nad rohkem kaasa lööks. Grupiliikmete interaktsioon on väga oluline uuringu juures ning sellest sõltub, missuguseks kujunevad saadud tulemused. Ka uurija ei peaks selle koha pealt sõna võtma, vaid jääma siiski pealtvaataja rolli. Uuringus osalejate julgustamine ja abistamine uurija poolt on igati teretulnud, kuid kindlasti eit tohiks uurija nende vastuseid ja valikuid mõjutada. Läbiviidud töötoa puhul oli näha, et uurijate täiendavad ja abistavad küsimused aitasid noortel oma karaktereid paremini mõista, oma loominega edasi minna ning tulid antud uuringu puhul kindlasti kasuks.

Kuna noortele on antud uuringus osalemine esmakordne ning varem poldud millegi sarnasega kokku puutunud, siis oli neile töötoas osavõtt äärmiselt huvitav ning hea meelega hakati ülesandeid täitma. Noored asusid kohe aktiivselt mõtlema ja joonistama, kui neile tutvustati erinevate etappide ülesandeid.

Antud meetodi valik andis noortele palju vabadust, mis võimaldas gruppidel omavahel suhelda, samuti tuli ette, et mõned õpilased vahetasid gruppe, kus jagasid oma mõtteid teistega ning aitasid kaasa teise karakteri profiili loomisel. Selle tagajärjel oli loodud tegelastel mitmeid ühiseid omadusi ning tihti vaadati teiste gruppide pealt, mis infot jagada või mida järgmisena teha. See aga reflekteerib päriselu, kuna tihti toimub suhtlusportaalides erinevad tegevused ja linkide ning piltide lisamine oma sõprade eeskujul.

Noored said uuringu vältel oma karakterit pidevalt arendada ja täiendada, jutustades nii endale kui ka meile ühe konkreetse kasutaja loo, mida võimaldab loomingulised uurimismeetodid, mis toetab noorte loovust ning annab neile võimalusi kujundada nende karakterit just sel viisil ja tempol, kuidas neile endale sobib. Karakterite loomisel võeti mingil määral eeskujuks iseendid ning seetõttu on noored need, kes räägivad lugu ning kellest lugu ka on (Ricoeur 1987, viidatud Laitinen 2002 kaudu).

IV Järeldused ja diskussioon

4.1. Järeldused

Antud peatükis esitan töö alguses esitatud uurimusküsimuste ning täiendavatele abiküsimuste vastused.

Milliste elementide abil konstrueerivad noored suhtlusportaali kujuteldava kasutaja virtuaalset identiteeti?

10aastase kasutaja puhul loodi tegelastele identiteet kõige elementaarsemate elementide kaudu. Tegelaskuju profiilil peeti oluliseks täis- või kasutajanime esitamist, profiilipilti ning oma karakteri kohta jagati minimaalselt isiklikku infot, mainides ainult elukohta, vanust ning kooli. Pidades silmas tüüpilist sotsiaalvõrgustikku, siis on nimetatud informatsiooni puhul tegemist standardiseeritud profiili juurde kuuluvate elementidega (Livingstone 2011), mis annab teistele kasutajatele kontoomanikust kiire ülevaate ning aitab teda kõige paremini tutvustada. Kuna teismelise elus on tähtsal kohal õppimine ja sõbrad, siis aitab kooli nimetamine kõige paremini teistel mõista, millise inimesega on tegu. Kool annab indiviidi kohta hea tutvustuse, kuna tihti on noorte seas tekkinud teatud eelarvamused koolidest ning õpilastest, kes seal käivad. Samuti saab kooli kaudu leida ühiseid sõpru või siis uurida infot kasutaja kohta tema koolikaaslastelt.

Samuti sooviti, et teised kasutajad näeksid loodud tegelase huvisid, hobisid ning mida neile teha meeldib. Väga oluline on ka sõprade olemasolu ning profiilile piltide postitamine, mille kaudu said teised teada, milline kasutaja välja näeb ning millega ta tegeleb. Kuna just profiilipildi näol on tegemist enese esitluseks kõige parema võimalusega (Leary et al 1994, viidatud Zhao & Jiang 2011 kaudu), siis on kõik grupid selle oma karakteri profiilide puhul välja toonud ning sellele palju tähelepanu pööranud, muutes seda pidevalt ning otsides seda kõige õigemal, mis annaks kõige paremini edasi nende karakteri olemuse.

Kui 10aastase kasutaja puhul pidid noored profiilid joonistama ning sinna kuuluvad elemendid peast tuletama, siis vanemate puhul said grupid juba kasutada arvuteid ning küllastada antud keskkondade klassikalisi profiile. Sellest oli ka tingitud vanemate karakterite märgatavalt mitmekesisemad profiilid. Nüüd lisati veel oma tegelase sugu, e-post ning hobide

ja huvide osa täienes oluliselt. Profiili täiendati mitmesuguste filmide, raamatute ja sarjade eelistustega, samas nimetati, milliste spordialadega tegeletakse, milliseid muusikalisi instrumente mängitakse, oma keeleoskusi ning kuulsusi, keda austatakse. Mitmekesisem profiil annab noorest ja tema elu arusaamadest parema ülevaate (Liebert 2011), mis hõlbustab seniste suhete hoidmist teistega või uute alustamist (Toma 2010). Samuti tuleb profiil noorele meelde, mis tema jaoks oluline on, olgu selleks siis sõbrad, perekond või hobid (Toma 2010).

Tegelase identiteedi kujunemine toimub ka teise kasutaja kaudu, kellega ollakse suhtes. Sellest teavitatakse teisi kasutajaid oma suhtestaatuse kaudu. Samuti postitatakse pilte oma väljavalitust ning ning pildi alla lisatakse kirjeldus või pühendus vastavale kasutajale. Kui 10aastase kasutaja puhul oli sõprade arv üpriski minimaalne, siis vanemas eas kasvas sõprade tähtsus ning lisaks toimus nendega aktiivne suhtlemine oma profiilil. Siinkohal mängib olulist rolli tehnilised võimalused, kuna esimese etapi puhul polnudki noortel võimalik endale sõpru lisada, kuna kogu nende tegevus toimus joonistustel. See-eest suhtlusportaalid pakuvad tihti soovitusi, keda kasutaja võiks endale sõbraks lisada, ning niimoodi kasvab indiviidi sõbranimekiri veelgi. Kuna suhtlusportaalide peamiseks eesmärgiks on kohtuda inimestega, kellega jagatakse sarnaseid huve (Sharma 2008), siis on sõprade pidev lisamine arusaadav.

10- ja 12aastaste tegelaste puhul oli tavaline, et neil on Rate's konto, kus elatakse aktiivset sotsiaalelu ning vastavat lehekülge külastatakse tihti. See-eest 14aastase puhul oli noorte endi hinnangul Rate's konto omamine pigem piinlik ning kõik karakterid kolisid üle Facebooki, mis oli noorte arvates tunduvalt sobilikum suhtlusportaal oma tegelasele. Noortega vesteldes tuli välja, et neil endil pole Rate's enam ammu kontot ega plaani sinna ka seda teha, kuna antud lehekülge ei ole enam eriti populaarne ning pealegi on kõik nende sõbrad Facebookis.

Milliseid erinevusi ja sarnasusi eri vanuses kasutajate profiililoomes võib täheldada?

Kõige suuremad erinevused ongi 10aastase ja 12aastase kasutaja profiilil. Noorema kasutaja profiil on suhteliselt tagasihoidlik ning ühekülgne, kuna õpilaste käsutuses olevateks vahenditeks olid ainult värvilised pliiatsid, mis piiras nende võimalusi luua mitmekülgne profiil. 12- ja 14aastase profiili loomisel said noored kasutada arvutit, mis võimaldas neil luua tunduvalt värvikamad profiilid märgatavalt rohkema infoga. Just oma huvide ja tegevuste postitamine oli selles vanuses noortele väga iseloomulik, kuna erinevad suhtlusportaalid

panevad selle osale suurt rõhku. Samuti toimus siis aktiivsem suhtlemine teiste kasutajatega ning noored väljendasid oma mõtteid teiste profiilil ning postitustel. Kuna sotsiaalvõrgustike üheks tähtsaimaks eesmärgiks on pakkuda võimalikult mitmekesist suhtlemist (Gauntlett 2011), siis kasutati julgelt ära võimalusi, et üksteisega ühenduses olla ning muudeti omavaheline vestlus võimalikult huvitavaks ja lõbusaks.

Kui 10aastase kasutaja puhul said noored ise mõelda, millistest elementidest profiil võiks koosneda ning mida nad soovivad sinna postitada, siis vanema tegelase puhul otsustati kasutada olemasolevaid sotsiaalvõrgustikke, kuhu luua oma karakterile konto. Seetõttu pidid noored täitma juba etteantud lahtreid, kuid lisades sinna erinevaid pilte, postitusi ja teavet enda kohta, said nad oma profiili isikupärasemaks muuta (Livingstone 2011).

Samas peeti kõikide vanuste profiilidel väga vajalikuks sõprade ja piltide olemasolu ning jagati enda kohta kõige olulisemat informatsiooni. Kasutajate profiilidel eelistati mitte avaldada infot oma perekonna kohta, oma täpset aadressi ja telefoninumbrit (v.a. 10aastase Tõnu Tõukemõnu profiil Rate's). Mõningate eranditega ei soovinud noored postitada oma usulisi ja poliitilisi vaateid, inimesi, kes neid inspireerivad, oma lemmiksportlasi ja – meeskondi, keskkooli klassi, mängude eelistusi ja oma suhte aastapäeva. Profiilid küll võimaldavad kasutajatel jagada enda kohta detailseid kirjeldusi (Liebert 2011), kuid noored otsustasid liiga isiklikku infot enda karakteri kohta siiski mitte jagada ning samuti otsustati valida, mida teistega jagada ning mida mitte.

Suuri erinevusi poiste ja tüdrukute profiililoomes ei olnud. Facebooki profiilil tuleb välja, et kujuteldavad poiste karakterid otsustasid mitte lisada oma spordi eelistusi ning tegevusalasid ja huvisid. Nii tüdrukud kui ka Tõnu Tõukemõnu jäid oma profiilil suhteliselt tagasihoidlikuks, kuid Karl-Mark ei peljanud avaldada infot, mida teised otsustasid enda teadmiseks hoida.

Milline on loominguliste uurimismeetodite potentsiaal virtuaalse identiteediloome uurimisel?

Kuna loomingulised uurimismeetodid on peamiselt kujunenud rahulolematusest olemasolevate meetoditega (Awan 2008), siis antud meetod läheb tunduvalt kaugemale kui lihtsalt oma uuritavatelt küsimuste esitamine. Antud meetod eeldab osalejatelt tunduvalt

suuremat panust ning nende mõtteid ja arvamusi usaldatakse rohkem (Gauntlett 2010). Uuringus osalejad saavad kasutada oma käsi, keha ja mõistust, neile antakse aega oma mõtled enda jaoks läbi mõelda (Gauntlett 2010) ning selle tulemusel on saadud vastused ja andmed rohkem läbimõeldud ning asjakohased. Uuringus osalemine on tehtud noorte jaoks huvitavaks ning neid innustatakse oma loomingulisust kasutama, mis muudab neid enesekindlamaks ja julgustab neid üha enam uusi ja põnevaid ideid välja ütleva ja neid ellu viima. Noored näevad, et neid usaldatakse ning nende arvamus on uuringus esmatähtis, mis muudab uuringus osalemise pingevabaks ning loob hea sünergia. Kui intervjuude või küsitluste puhul peavad noored etteantud küsimustele vastama, siis loominguliste uurimismeetodite puhul saavad noored ise valida, millistele aspektidele rohkem tähelepanu pöörata ning millised teemad tagaplaanile jätta. Olles osake projektist, saavad nad keskenduda selle, mis on neile põnev ja nende meelest oluline (Gauntlett 2010).

Suur tähtsus on ka grupi koostööl ning kuidas rühmaliikmed omavahel läbi saavad. Kuna päriselus mängivad eakaalsased otsuste tegemisel suurt rolli ning mõjutavad nende mõttemaailma (Erikson 1968), siis oli ka uuringu puhul mõistlik jaotada õpilased gruppidesse, mis tagas, et loodud karakterid on saadud ühise mõttetöö tulemusel. Lisaks grupiliikmete omavahelisele suhtlemisele aitas karaktereid ja nende profiile luua gruppide vaheline kommunikatsioon ning üksteiste tegevuste jälgimine. Just teiste rühmade jälgimine ja nende toimingute matkimine on virtuaalkeskonnas noorte identiteedi loomisele väga iseloomulik (Siibak 2009). Sageli kasutasid noored teiste gruppide mõtteid või nalju oma karakteri profiilil (Justin Bieber, tõukeratas, kitarrimäng, Häädemeeste). Sellega kiideti heaks teise rühma mõtteviisi ning loodeti saada ka heakskiitu teiste poolt.

Kuna meetod võimaldab noortel oma ideedega eksperimenteerida (Gauntlett 2006), siis ei muutu uuringus oselamine nende jaoks rutiinseks ning noored soovivad oma mõtteid pidevalt täiendada ning oma loominguga pidevalt edasi tegeleda. Seda kinnitas ka fakt, et õpilased külastasid oma loodud karakterite profiile ka pärast töötoa lõppemist ning kasutasid nii nende ja enda kontosid üksteise tegevuste kommenteerimiseks.

Milline on uurija roll uuringus?

Kui traditsiooniliste uurimismeetodite puhul on uurijal suur osakaal, siis antud meetodi eesmärgiks on anda osalejale nõ. hää (Siibak et al, esitatud) ning uurija roll on jääda pigem

pealtvaatajaks. Uuringu jooksul on osalejate julgustamine ja abistamine uurija poolt igati teretulnud, kuid kindlasti eit tohiks uurija nende vastuseid ja valikuid mõjutada. Läbiviidud töötoa puhul oli näha, et uurijate täiendavad ja abistavad küsimused aitasid noortel oma karaktereid paremini mõista, neid julgemalt arendama ning aktiivsemalt uuringus osalema.

Ka saadud andmete analüüsil peab uurija jääma tagaplaanile ning ei tohiks peale suruda oma mõtteid ja tõlgendusi osalejate piltidele, joonistustele, videodele jne (Gauntlett 2007). Osalejad ja uurijad peavad üksteist tunnustama ning nendevaheline koostöö aitab neil paremini mõista teineteise maailma. Kui indiviid saab võimaluse uuringus osaleda, siis antakse talle võimalus enda poolt loodu kohta verbaalselt mõtteid jagada (Gauntlett 2007). Gauntlett (2007) toob välja mõtte, et kui uuringu läbiviija kasutuses oleks vaid osalejate poolt loodu, mis suudaks öelda rohkem kui tuhat sõna, siis kelle sõnu see edasi ütleks? Seetõttu ongi oluline koguda osaleja mõtted tehtu kohta. Loodud töö (antud juhul kujuteldav karakter ja tema profiil) ja sõnad koos moodustavad terviku, mis on küll subjektiivne, kuid see-eest väga mitmekülgne ning annab meile paremad teadmised uuritava maailmast.

Füüsiliselt millegi loomist (fotode tegemine, piltide joonistamine, Lego klotsidest millegi kokku panemine) ei saa eraldada mõttetööst, mis on vajalik antud loometöö saamiseks. Lisaks füüsilisele ja vaimsele panusele on oluline ka osalejate suulised tõlgendused ja märkused oma töö kohta. Loominguliste uurimismeetodite eripäraks ongi tulemuste analüüsi osas tugineda osalejatele ning ideaalis on nende töödel, tõlgendustel ning kommentaaridel peamine rõhk. Antud uuringu puhul on samuti uuringus osalenud noorte sõnadel ja tegudel väga suur osakaal, kuid samuti on tööde analüüsimisse panustanud uurijad oma vaadetega ning seda just nende kohtade puhul, kus puuduvad noorte märkused, mis jäid neilt küsimata kas ajapuuduse tõttu või ei taibanud uurijad informatsiooni rohkuse tõttu neile elemnetidele tähelepanu pöörata. Lisaks tulevad abiks eelnevalt läbiviidud uuringud noorte, sarnaste teemade ja meetodiga, mis aitavad lahti mõtestada noorte mõtteviisi ning aitavad uurijatel paremini analüüsida saadud materjali.

4.2. Diskussioon

Kuna just noorukiiga on see aeg, mil indiviidil hakkab kujunema identiteet (Erikson 1968), siis just sel põhjusel sai valitud antud uuringus osalema 13aastased noored, kelle identiteet on

alles välja arenemas ning seetõttu saavad tugineda endale ja tuua välja need elemendid, mis on nende arvates olulised identiteedi kujunemisel.

Brown (2011) usub, et indiviidi „olemasolev“ identiteet koosneb vanematest, soost, usust ning erinevatest faktoritest, mida kasutatakse enda kirjeldamiseks. Noorte joonistuste puhul on näha neid elemente, mida nad kasutavad, et anda teistele teada, millise karakteriga on tegu. Õpilased tähtsustavad perekonda, keda pea kõik õpilased mingil määral oma tegelase kirjelduses nimetavad. Samuti peetakse pereliikmeks lemmikloomi, kellel noored enda karakteri juures pikemalt peatusid. Noored toovad oma tegelase puhul välja ka mitmeid iseloomuomadusi ning tema lemmiktegevusi, mis nende meelest annab teistele karakterist hea ülevaate. Samuti lisatakse ka tegelase elukoht ning Eriksoni (1968) meelest moodustab indiviidi geograafiline asukoht tähtsa osa tema identiteedi juures.

Kui karakterid ja nende identiteetid said loodud, asusid noored nende *online* identiteeti kujundama, milleks valisid erinevad suhtlusportaalid. Kuna Altheide (2000) kohaselt on identiteet see osa iseendast, mille poolest teised meid teavad, siis suhtlusportaalid on suurepärane võimalus avaldada enda kohta just seda informatsiooni, mida individ soovib ning mida ta vajalikuks peab. Lisaks enda kohta personaalse info jagamisele, on antud lehekülgedel suur roll ka piltide lisamisel, mille kaudu antakse teada oma tegemistest ning hoitakse teisi kasutajaid oma eluga kursis. Väga oluline on ka teiste kasutajate/sõprade tagasiside, kuna just nende jaoks luuakse oma identiteet (Livingstone 2009). Tihti tehakse sõprade eeskujul endale suhtlusportaali konto (Tamme 2010; Mangus 2010) ning kuna antud meetod võimaldas noortel omavahel suhelda, siis arutasid noored, millist portaali eelistada ning lasid teistel gruppidel end lehekülje valimisel mõjutada. Seetõttu olid noorte valikud ja tegevused uuringu teises ja kolmandas etapis üpris sarnased ning grupid otsustasid pigem üksteisega oma toimingud läbi rääkida ning need siis koos ellu viia, selle asemel et mõni grupp läheks oma teed ega järgiks teisi.

Uuringu osana paluti noortel kirjeldada oma karakteri tegevusi virtuaalmaailmas ning kõik grupid nimetasid nende tegelaste peamiseks tegevuseks sotsiaalvõrgustikes olemise. Lisaks mainiti ära ka mõned leheküljed, mis pakuvad võimalusi erinevaid mängida, kuid sellega ka loetelu piirdus. Kuna tervelt 71% eesti noortel on mõnes suhtlusportaalil profiil olemas (Livingstone et al 2011), siis suure tõenäosusega tuli noortele esimesena pähe

sotsiaälvõrgustikud, mis pakuvad tegevust pikaks ajaks. Seega unustati ära teised interneti poolt pakutavad võimalused ning keskenduti oma karakteri konto ja profiili loomisele.

Noored otsustasid oma karakteri kohta mitmesugust isiklikku infot jagada ning eelistasid kujundada oma tegelast pigem tekstilise materjali kaudu, eriti just huvide ja hobide nimetamise kaudu. Proosa (2009) uuringu tulemusel on Rate's eelteismeliste peamisteks huvideks erinevad hobid/tegevused, sõbrad, noortekultuur, armastus, loodus ja loomad, muusika ning sport, mis langes kokku töötoas osalenud noorte loodud tegelaste huvidega. Kujuteldavate tegelaste huvide all mainitakse erinevaid spordialasid, millega nad tegelevad (*karate, tõukeratas, disko tants, võrkpall*), endaga suhtes olevat inimest, enda muusikalisi eelistusi (*kitarr*) ning erinevaid seriaale, filme ja bände, mis kuuluvad noortekultuuri kategooriasse. Kuna grupid suhtlesid omavahel nii suhtlusportaalides loodud karakteri läbi kui ka päris elus omavahel, siis matkiti teiste nimetatud huvisid ja hobisid (*tõukeratas, Justin Bieber, kitarrimäng*). Selline teiste mõtete ja naljade jäljendamine on sotsiaälvõrgustikes noorte identiteedi kujundamisel väga iseloomulik, millega soovitakse võita teiste tunnustust (Siibak 2009).

Buffardi ja Campbell (2008) on oma Facebooki uuringus toonud sisse nartsissismi mõiste ning leidnud, et eneseimetlust seostatakse eelkõige enda kohta liigse info jagamisega. Samuti rõhutati endast propageerivate ja esilekutsuvate piltide postitamist, kuid AHHAAs toimunud töötoas jäi piltide lisamine üpris tagasihoidlikuks ning samuti ei postitatud profiilile ühtegi linki (mõnele uudisele, muusikapalale, videole), ei loodud ühtegi sündmust, ei korraldatud küsitlust, kedagi ei „müksatud“.

Gauntlett (2011) peab sotsiaälvõrgustike kõige tähtsamaks eesmärgiks mitmekesisema suhtlemise võimaluse pakkumist ning ka Boyd ja Ellison (2007) nimetavad antud lehekülgede juures teiste kasutajatega kontakteerumise olulisust. Facebook pakubki väga mitmekülgeid võimalusi teistega suhtlemiseks ning enda eelistuste ja huvide jagamiseks, kuid noored otsustasid kasutada kõige lihtsamaid ja elementaarsemaid võimalusi – kirjutada üksteise seintele, kommenteerida pilte ja staatuseid ning kasutada vestlust. Ju siis pakkusid need võimalused noortele piisavalt põnevust ning ei tulnud teiste funktsioonide kasutamise pealegi, mis aitaksid muuta suhtlemist omanäolisemaks ning huvitavamaks (nt erinevate jookide, kinkide saatmine).

Kui noortel said oma tegelastele profiilid loodud, asusid nad kohe omavahel suhtlema – toimus avalik kommenteerimine ja postitamine, mis oli teistele kasutajatele nähtav ning võimaldas neil enda märkusi lisada. Samuti kasutasid noored omavahel lävimiseks ka vestlust, mis tagab noortele privaatsuse ja jääb teiste kasutajate eest varjatuks. Eelkõige toimus suhtlus nelja väljamõeldud kasutaja profiilidel, kuid vähesel määral kommenteeriti ka töötoas osalenud õpilaste ning nende klassikaaslaste profile. Samuti kasutasid õpilased enda kontosid, et postitada oma loodud karakterite seinale. Üldiselt jagati komplimente endaga suhtes oleva kasutaja, kuid ka teiste loodud karakterite välimuse ja tegevuste kohta. Murumaa (2010) uuringus selgub, et Facebookis on levinud peamiselt positiivse sisuga sõnumid, kuna noorte meelest võib üksteise halvustamine tekitada liigseid probleeme ning Facebooki kasutatakse siiski meelelahutuseks. Samuti loodetakse, et kasutaja kiitvatele ja toetavatele kommentaaridele vastatakse samaga (Murumaa 2010). Uuringus ilmnis, et antud keskkonnas jagatakse noorte arvates humoorika sisuga informatsiooni eesmärgina lahutada teiste kasutajate meelt (Murumaa 2010). Seetõttu arutasid töötoas osalenud noored oma vestluses suhteteemade üle, avaldasid oma tundeid ning rääkisid petmisest, kuna noored võtsid antud teemasid huumorina, pidades enda postitusi vaimukaks ning lõbustasid niimoodi ennast ja teisi kasutajaid.

Töötoa kolmandas etapis oli peamine rõhk kommenteerimisel ning omavahelisel suhtlemisel. danah boyd (2006) on uurinud MySpace'i kasutust noorte seas ning ka tema uuringus ilmnis, et noored tähtsustavad kommentaaride kirjutamist teineteise profiilidele ja piltidele. Väga oluline on oma sõpradega pidevalt ühenduses olla ning jälgida nende tegemisi sotsiaalvõrgustikus (boyd 2006).

Õpilaste loodud karakterid on suhteliselt reaalsed ning sarnaseid tegelasi leidub ka tegelikkuses. Samuti võeti nende profiilide loomist tõsiselt, lisati sinna tõelist infot ning kasutati funktsioone, mida õpilased ka enda õigetest kontodel kasutaksid. See-eest tunnistasid aga õpilased, et kogu suhtlus, mis portaalis toimus oli üle pingutatud ning polnud just eriti mõistliku sisuga. Õpilaste endi sõnul võimendasid nad oma kommentaare ning avaldasid, et oma õigetest kontodel räägivad ka ikkagi arukamat juttu ega näitle nii palju. Kuna uuringu läbi viimiseks kasutati loominguulisi uurimismeetodeid, mis annab uuringus osalejatele üpriski vabad käed, siis sageli ei pruugi asjaosalised uuringut täie tõsidusega võtta (Buckingham 2008). Tihti võtsid ka antud uuringus osalenud noored oma ülesannet naljaga ning kirjeldasid

oma karakterit ja tema toiminguid läbi iroonia, mida võis järelda noorte omavahelisest vestlusest ja kommentaaridest.

Kuna töötoas osalemine oli neile esmakordne, siis võeti seda rohkem mängleva kergusega ning kõike nende juttu ei tasuks tõe pähe võtta. Suure tõenäosusega ei hoomanud noored, mida nad täpselt teevad ning seetõttu segasid omavahel selle, kuidas nad ise suhtlusportaalides on ja mis nad seal teevad, sellega, mis nad arvavad, kuidas teised kasutajad, kes vastavad nende loodud tegelastele, käituvad ning ennast väljendavad.

Noored kasutasid oma tegelaste identiteediloomel üpriski sarnaseid elemente ning nende karakterite kohta jagatud informatsioon ei erinenud väga sellest, mida noored ise oma profiilidel avaldavad. Loodud tegelaste puhul tuginesid noored nii iseendile kui ka stereotüüpidele ning olenevalt grupist aitas vastav lähenemine neil paremini ülesandeid täita. Stereotüüpide kasutamise puhul ei soovinud ehk noored end eeskujuks võtta ning seetõttu kasutati oma tegelaste näol neile tuntud kujutlust inimesest, kelle kohta on lihtsam infot jagada. Kaks gruppi võtsid stereotüüpide kasutamisel endast võimalikult erineva tegelase (Tõnu Tõukemõnu puhul oli tegu linnachilleriga, kes on endast väga heal arvamusel ning kellele meeldib Kaubsi ees chillida. Sibülle Sinimägi oli aga lihtne maatüdruk, kellele meeldivad loodus ja loomad. Mõlemad noored läksid vanemas eas halvale teele ning hakkasid jooma, suitsetama ja pidutsema). See andis neile võimaluse karakteriga mängida ning lisada huvitavaid elemente, mis tegi kogu uuringu nende jaoks põnevamaks.

Teise kahe tegelase loomisel võtsid noored pigem eeskujuks iseendid (Karoliina ja Karl-Marki puhul oli tegu musikaalsete ja sportlike noortega, kes keskenduvad koolile ja oma hobidele ega veeda aega pidutsedes). Ka sellisel variandil on omad plussid, kuna karakteri iseloomustamisel saavad noored ennast silmas pidada ning seega on lihtsam talle tegevusi ja hobisid välja mõelda. Noored arendasid pidevalt oma tegelast ning rääkisid läbi kolme etapi enda loodud karakteri kohta ühe loo. Ricoeur (1987, viidatud Laitinen 2002 kaudu) kohaselt hõlmab jutustus endas nii tegelikkust kui ka väljamõeldut ning ka uuringus osalenud noored tuginesid karakteri loomisel nii iseendile kui ka mõtlesid neile huvitavaid elemente lisaks. Õpilased tegid multimodaalse narratiivi, mis koosnes tekstist, visuaalset ja interaktiivset sisust ning olid selle narratiivi lugejad ja loojad (Ricoeur 1987, viidatud Laitinen 2002 kaudu).

Narratiivi väljamõtlemise ning selle teostamise puhul on haaratud loomeprotsessi nii käte- kui ka mõttetöö (Gauntlett 2010). See omakorda annab tulemuseks rohkem läbimõeldud karakterid, kelle loomiseks on noored kasutanud neil kõige sobilikemaid vahendeid. Paratamatult erineb noorte ja täiskasvanute mõttemaailm, mis antud uuringu puhul tuli välja tulemuste tõlgendamise osas, kui kerkisid esile mitmed küsimused loodud karakterite kohta. Antud meetodi tulemuste analüüsi puhul peaks eelkõige keskenduma osalejate endi seletustele, kuid kuna neilt täiendavad küsimusi ei osanud õigel ajal küsida ja jäi ka ajast puudu, siis tuleb materjali analüüsimisel appi võtta enda mõtted ja arusaamad ning samuti eelnevad uuringud. See aga võib viia tulemuste valesti tõlgendamiseni, ei anna kõige täpsemat ülevaadet noorte valikute kohta ega aita mõista, mis noortel tegelikult mõttes oli. Samuti on projektiivtehnika puhul probleemseks kohaks tulemuste tõlgendamine ja analüüsimine. Lisaks ühisele puudusele on loomingulistel uurimismeetoditel oma eelkäijaga ka teisi sarnaseid omadusi. Nimelt pakuvad mõlemad põnevust ja vaheldust traditsioonilistele uurimismeetoditele, julgustavad uuringus osalejaid oma loomingulisust ja kujutlusvõimet rakendama, osalejate endi seletustel on suur osakaal ning osalejad saavad tähelepanu pöörata nendele aspektidele, mida nemad peavad oluliseks.

4.3. Meetodi kriitika

Kuna noored polnud varem üheski uuringus osalenud, siis oli nende jaoks töötoas osalemine väga põnev ning ülesaneid võeti suure entusiasmiga vastu. Uuringus osaleti aktiivselt, üldjuhul tegutsesid grupid üksmeelselt ning toimus koos arutamine ja otsuste vastu võtmine. Õpilased kuulasid kõigi grupiliikmete arvamusi ja mõtteid ning koos panustati tegelaskuju ja tema konto kujundamisse. Ainult ühe grupi puhul oli näha, et tüdrukud haarasid initsiatiivi ning poisid jäid rohkem tagaplaanile ning suhtlesid omavahel.

Noored olid väga innukad ning said antud ülesannetega kiiresti valmis. Iga grupp tegutses oma tempos ning kui grupp sai ühe etapi osaga valmis, siis anti neile uued ülesanded, et nad saaksid kohe edasi tegutseda ega peaks teisi gruppi järele ootama.

Esimeses etapis toimus aktiivne grupisisene arutus ja nõupidamine ning teiste gruppide tegevustele ei pööratud erilist tähelepanu. Teise etapi puhul hakkasid grupid omavahel rohkem suhtlema ning vaadati, milliseid suhtlusportaale teised kasutavad oma tegelasele profiili loomiseks. Samuti arutati üle töötoa, kui vanalt võib endale Facebooki konto teha.

Kuna invidiid peab olema 13aastane, et endale Facebooki profiil luua (Facebooki koduleheküljel), siis kaks gruppi otsustasid seepeale Rate.ee kasuks. Kui noored olid juba profiilid loonud, siis hakkasid sama sotsiaalvõrgustiku kasutajad omavahel rohkem lävima ning arutleti, mida leheküljel veel teha saaks ning milliseid võimalusi pakutakse. Samamoodi otsustasid grupid oma kasutajad omavahel suhtesse/väljavalituteks panna. Kolmanda etapi puhul oli gruppide vahelist suhtlemist veel rohkem näha, kuna nüüd olid kõikidel tegelastel profiilid samas suhtlusportaalil – Facebookis. Lisaks sellele, et grupid omavahel suhtlesid, toimus ka üksikute rühmaliikmete vahetus, kes panustasid oma nõu ja jõuga teiste gruppide karakteri profiili loomisse. Sellest oli ka tingitud loodud tegelaste ühised omadused ning sarnased profiilid. Samuti jälgiti teisi gruppe ning kui mõni rühm jäi oma loometööga hätta, siis vaadati teiste pealt, kuidas edasi minna ning mis infot saaks veel oma karakteri kohta avaldada. Samamoodi toimub tegevus ka päriselus, kuna sageli võetakse just sõbrad ja tuttavad endale eeskujuks sotsiaalvõrgustikes toimetamisel.

Valitud meetod oli kindlasti õige valik ning aitas õpilastel oma loomingulisust kõige paremini näidata. Samuti said noored aega mõtlemiseks ning alles töötoa lõpus pidid nad oma karakterit teistele esitlema ning põhjendama oma valikuid. Seetõttu said nad kogu uuringu jooksul oma tegelaskuju veel kujundada ning ise temast parema arusaamise. Antud uuringu ülesehitus ning uuringu läbiviijate vaateleja rollis olek jättis noortele piisavalt vabadust oma tegevusteks. Siiski olid noorte tööd üprisli sarnased ning grupid kasutasid *online* maailma poolt pakutavatest võimalustest ainult väikest osa. Noortele ideede andmine oleks aga rikkunud uuringu reegleid ning poleks andnud õigeid tulemusi.

Palju on kritiseeritud saadud materjali analüüsimise osa. Buckinghami (2008) meelest ei tohiks uurijad liialt toetuda osalejate sõnavõttudele ning võtta saadud loomingut puhta kullana. Samuti on uurija meelest tihti saadud loomingute analüüs liiga kirjeldav ning peamiselt ainult osalejate arvamuste keskne (Buckingham 2008). Samas ei tohi uurija ka ise saadud tulemusi liigselt analüüsida, kuna siinkohal on oht, et uurija hakkab ise midagi liigselt välja lugema, mis ei pruugi absoluutselt osalejate mõtete ja plaanidega ühtida. Kuna loominguliste uurimismeetodite puhul on siiski oluline just uuringus osalejate endi tõlgendused, siis tuleb leida tasakaal nii osalejate kui ka uurijate panuses töö käsitlemisel. Ideaalis tuleks analüüsimiseks välja mõelda uus meetod, mis aitaks kõige paremini antud meetodi eripärasid arvesse võtta (Buckingham 2008).

Tagantjärele saab öelda, et kindlasti oleks pidanud gruppidele uuringu ja esitluse ajal rohkem küsimusi esitada, et paremini nende valikuid mõista ning teada saada, mis ajendas neid just sellist karakterit looma ja teda vastavalt käituma panema. Tulemuste peatükis olen pidanud tihti kasutama enda tõlgendusi ja ideid, et seletada noorte valikuid, kuid see annab meile ebatäpsed tulemused ning ainult pakkumised, mitte kindlad väited noorte tööde kohta. Kuna loominguliste uurimismeetodite üheks omaduseks on just uuringus osalejate töödele ja sõnadele tugineda, siis siinkohal seda täies mahus rakendada ei saanud.

Noored valisid küll oma tegelaste profiili loomiseks ainult kaks suhtlusportaali, kuid kuna lehekülgede ülesehitus on siiski niivõrd erinev, siis oli identiteediloomes protsessi ja elementide kasutamist keeruline võrrelda. Parema ja sisukama ülevaate noorte *online* identiteedi kujunemisest annaks sama suhtlusportaali võrdlemine, mida võiks järgnevate uuringute raames kasutada. Sama lehekülje puhul oleks saadud andmeid kergem analüüsida ning saab keskenduda noorte töödele ning nende loomingule ega pea võtma arvesse erinevate lehekülgede iseärasusi. Muidugi võib siinkohal vaielda kuivõrd on tegu noorte endi loominguga, kui täidetakse suhtlusportaalide poolt etteantud lahtreid, kuid antud juhul on tegu pigem nn. igapäeva loovusega (Burgess 2007), mis on seotud meie argipäevaste tegevustega ning millega puutume pidevalt kokku. Suhtlusportaalid on suurepärane võimalus oma loovuse näitamiseks, kuna igasugune enda poolt loodu pidev täiendamine, selle muutmise, miksimise teiste töödega on viis näidata oma andekust ja kujutlusvõimet. Antud uuringu puhul said noored kirjeldada oma kujuteldavat karakterit, tema huvisid ja tegemisi, kasutada sotsiaalvõrgustike poolt pakutavaid võimalusi, tegeleda oma karakteri profiililoomega ning panustada töötoas loodud tegelaste omavahelisse vestlusesse. Kõiki neid tegevusi võib amatöörtasemel mõista kui loomingulist protsessi, mille väljendusi leidub *online* maailmas niivõrd palju (Burgess 2007), et selle iseloomustamiseks ning esile tõstmiseks on vajalik kasutada eraldi mõistet.

Samuti sai antud uuringus analüüsida sarnase haridusliku ja geograafilise taustaga noorte loomingut, kuid sarnase töötoa võiks läbi viia mõnes maakoha koolis ning võrrelda sealsete noorte mõtteviisi ja kuidas nemad antud ülesandele läheneksid ning kuivõrd erinevad nende loometöö Tartus läbi viidud uuringuga.

4.4. Soovitused

Siinkohal jagan mõned soovitused ja ettepanekud enda kogemuste põhjal neile, kes plaanivad loomingulisi uurimismeetodeid oma töödes kasutada.

Enne uuringu läbi viimist tuleks asjaosalistel end kindlasti loominguliste uurimismeetodite mõistega kurssi viia ja teha selgeks kas antud meetod sobib nende uuringuga. Selleks tuleks selgelt püstitada uurimisküsimus(ed) ning paika panna uuringu eesmärk ning mida soovitakse sellega teada saada. Väga oluline on teada antud meetodi plusse ja miinuseid, mis aitavad mõista, kas loominguliste uurimismeetodite kasutamine aitab paremini uuringu eesmärki saavutada või pigem takistavad seda.

Samuti on oluline uuringu läbiviijate avatud meel, paindlikkus ning loomingulisus (Siibak et al, esitatud). Kuna uuringu jooksul võib esile tulla mitmeid probleeme, millega poldud arvestatud, siis peab uurija suutma need võimalikult kiirelt ära lahendada, et uuringu läbiviimine ja tulemused ei saaks kannatada. Näiteks käesoleva uuringu puhul olid noorte jaotatud arvutid vahepeal aeglase internetiühendusega, mis pidurdas õpilaste loometööd ning samuti esines ühe arvuti käima panemisel probleeme, nii et uuringu läbiviija peab olema pidevalt kõigeiks valmis ning säilitama külma närvi.

Lisaks peab uurija olema ka hea suhtleja, julgema suhelda uuringus osalejatega ning küsida nende tööde kohta, kuulata nende seletusi ja püüda mõista nende valikuid. See kõik tuleb hiljem kasuks, kui toimub saadud andmete analüüs. Kuna antud töö puhul oli saadud materjal äärmiselt mitmekesine ning detailne, siis oli ka selle analüüsimine natuke raskendatud. Noorte käest oleks kindlasti pidanud rohkem täpsustavaid küsimusi küsima ning rohkem uurima nende toimingute kohta, kuid sel hetkel ei taibanud seda niivõrd põhjalikult teha ning samuti jäi ka ajast väheseks.

V Kokkuvõte

Suhtlusportaalid võimaldavad indiviidil kasutada erinevaid tekstilisi ja visuaalseid vahendeid oma virtuaalse identiteedi loomiseks. Antud lehekülgedel on teistelt saadud tagasiside äärmiselt oluline ning sellele tuginedes luuakse oma *online* identiteet (boyd & Ellison 2007; Fluckinger 2008, viidatud Livingstone 2009: 87 kaudu). Seetõttu valitakse hoolikalt, millist informatsiooni oma profiilile postitada ning milline on targem välja jätta. Õnneks jätavad suhtlusportaalid selles osas oma kasutajatele piisavalt vabadust ning pakuvad mitmekülgeid võimalusi endale sobilik profiil luua. Teiste tagasiside saamiseks pakuvad vastavad leheküljed erinevaid võimalusi oma sõpradega suhtlemiseks, mida kasutajad ka julgelt kasutavad.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida, milliseid elemente noored kasutavad oma virtuaalsel identiteediloomel loominguliste uurimismeetodite abil ning selleks paluti neil luua kujuteldav tegelane ning kirjeldada teda, tema tegemisi ning samuti anda ülevaade tema tegevustest internetis. Uuring toimus kolmes etapis ning vastavalt etapile pidid noored tutvustama oma tegelast 10-, 12- ja 14aastasena. Teises etapis said noored enda käsutusse ka arvutid, mille tulemusel otsustasid noored oma tegelasele suhtlusportaalidesse kontod luua. Võttes arvesse oma tegelaste vanust ja olekut, leidsid noored, et kõige sobilikemaks portaalideks on Rate ja Facebook. Kasutades lehekülgede iseärasusi, postitasid noored oma tegelaste kohta nende meelest kõige vajalikumat isiklikku infot ning pildimaterjali. Suhtlusportaalides on kesksel kohal sõbrad ja nendega suhtlemine ning just uuringu kolmandas etapis, kui kõikide tegelaste kontod olid Facebookis, toimus nende vahel aktiivne suhtlemine. Kuna leheküljel võimaldab kommenteerida pilte ja postitusi, kirjutada üksteise seintele, uuendada oma staatust, vestelda teiste kasutajatega privaatset, siis seda kõike noored ka tegid.

Facebook pakub mitmesuguseid teisi võimalusi oma profiili mitmekesisemaks muutmiseks, nagu erinevate linkide ja videote postitamist, mängude mängimist, küsitluste korraldamist ja palju muud, kuid noored nende tegemisteni ei jõudnud. Kuna peamiselt koosnes kujuteldava tegelase profiil isiklikust infost, huvidest, eelistustest ja mõnest pildist ning lisamaterjali kasutati suhteliselt vähe, siis loodud profiilid ei andnud kõige paremini multimodaalsuse mõistet edasi. See-eest panid noored rõhku interaktiivsele suhtlemisele ning tundsid end loodud karakteri kontrol mugavalt.

Antud uuringuks valitud loomingulised uurimismeetod õigustas end ning aitas noortel enda mõtteid paremini edasi anda. Õpilased said omavahel oma ideed läbi arutada, oma valikuid pidevalt muuta ja täiendada ning ise valida, millistele aspektidele tähelepanu pöörata. Oma karakteri loomisel kasutasid noored nii oma käsi ja mõtteid, mis tõi kaasa läbimõeldud ja põhjalikud tulemused. Antud meetodi puhul peetakse oluliseks ka noorte endi seletusi ja tõlgendusi nende loomingu kohta, mida kasutatakse tulemuste analüüsimise osas. Samuti on tõlgendamisse oma panuse andnud ka uurijad ja seda just nende kohtade puhul, kus noorte märkused puuduvad. Viimane on tingitud nii ajapuudusest kui ka informatsiooni rohkusest. Uuringus osalemine oli laste jaoks väga huvitav ning pakkus neile põnevust, kuna noored külastasid oma karakteri profiile ka pärast töötoa lõppu ning jätkasid üksteise kommenteerimist loodud tegelaste kontodel.

VI Summary

Identity Construction for an Imaginary Character in a Social Network via New Creative Research Methods

Social networks are very popular among young people and they use different textual and visual materials on these sites to create their virtual identity. As the feedback from others is really important they think carefully what information they post on their profiles.

The aim of this bachelor thesis was to examine what elements young people use for their virtual identity using new creative research methods and to analyse the potential of the method.

The theoretical part of this study gives an overview of identity and how to construct it, describes social networks, explains what are projective techniques, new creative research methods and describes previous researches with this method and its positive and negative sides. Research questions are also introduced.

In order to gather empirical data a workshop was held. The workshop was part of an international research project - the GTO project (2009-2012). University of Tartu (Estonia) and University of Södertörn (Sweden) researchers are carrying out a research in order to understand better how gender and age is constructed among tweens in Estonia and Sweden.

The Estonian workshop was held in Tartu and 19 students aged 13 took part of it. In the first stage students were asked to create and draw an imaginary character who was 10 years old and to describe all the elements, characteristics, hobbies, interests that the students thought were important. In the second stage their character was now 12 years old and the students were asked to describe what had happened to their character in these two years and what online sites do their characters use. They could also use laptops and mobile phones. In this stage the students decided to create a profile for their characters to different social networks (Rate and Facebook). In the third stage their characters were 14 years old and students were asked to change their online identities or create a new profile for them. At the end of the workshop students had to describe their characters and explain their choices.

The results showed that students shared little information about their 10-year-old characters, just where they live, their age and school. For older characters the information was more

versatile – more additional information was added, also different hobbies and interests were shared. Friends and pictures played an important part on their profile. For their 10-year-old characters students had to draw the social networks and profiles but for the older ones they could use real sites and they did not have to think about what information to share. The workshop also showed that friends and communication with them plays an important role in tweens' lives. In the third stage the main focus was on commenting each others activities and chatting. Students copied different elements from each other and followed each others activities but this is how it works in real life also as people often follow what their friends and acquaintances do online.

New creative research methods gave students freedom, time to think and the opportunity to change and improve their choices. Because of that the results were thorough and versatile. They could use their imagination and discuss their choices in groups. Their answers and interpretations played an important role in analysing the data. Because of the abundance of the elements and lack of time researchers could not ask about all the choices students made and that's why they had to use their own explanations in some cases. Data analysis definitely needs more attention and perhaps even a new interpretation method.

Thanks to new creative methods students could show us what they thought was important when creating a virtual identity. The method made students more interested in the research and made it more fun for them as they visited their characters' profiles even after the workshop.

Kasutatud allikad

- 1) Awan, F. (2007). *Young People, Identity and the Media: A Study of Conceptions of Self-Identity Among Youth in South-England*. URL (kasutatud aprill 2012) <http://www.artlab.org.uk/fatimah-awan-phd.htm>.
- 2) Belk, R. W. & G. Ger & S. Askegaard (2003). The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion. *Journal of Consumer Research*, 30(3): 326-351.
- 3) boyd, d. & N. Ellison (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). URL (kasutatud jaanuar 2012) <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.
- 4) boyd, d. (2008). Why Youth ♥ Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. D. Buckingham (toim.). *Youth, Identity and Digital Media*. Cambridge, MA: The MIT Press, 119-142. URL (kasutatud jaanuar 2012) <http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/dmal.9780262524834.119>.
- 5) Bolton, A. & C. Pole & P. Mizen (2001). Picture This: Researching Child Workers. *Sociology*, 35 (2): 501–518.
- 6) Bragg, S. & D. Buckingham (2008). Scrapbooks' as a resource in media research with young people. *Doing Visual Research with Children and Young People*. UK: Routledge. URL (kasutatud aprill 2012) http://oro.open.ac.uk/15339/2/Visual_Research_chapter_30-5-07.pdf.
- 7) Brouns, F. & A. Berlanga & M. Bitter-Rijkema et al (2008). *Personal Profiles: Facilitating Participation in Learning Networks*. URL (kasutatud jaanuar 2012) <http://dspace.ou.nl/bitstream/1820/1190/1/Personal-profiles-participation-ln.pdf>.
- 8) Brown, A. (2011) Relationships, Community, and Identity in the New Virtual Society. *The Futurist*, 45 (2). URL (kasutatud jaanuar 2012) http://wiki.uiowa.edu/download/attachments/49481240/Virtual_society.pdf?version=1&modificationDate=1299465964903.

- 9) Buckingham, D. (2008). *Introducing Identity. Youth, Identity, and Digital Media*. URL (kasutatud detsember 2011)
<http://mitpress.mit.edu/books/chapters/0262294273chap1.pdf>.
- 10) Buffardi, L. & W. Campbell (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34 (10). URL (kasutatud jaanuar 2012)
<http://swaraunib.com/indra/Sistem%20informasi/TPB/Narcissism%20and%20Social.pdf>.
- 11) Catterall, M. & P. Ibbotson (2000). Projective Techniques in Education Research. *British Educational Research Journal*, 26(2): 245-256
- 12) Creative and visual methods for exploring identities – A conversation between David Gauntlett and Peter Holzwarth. URL (kasutatud jaanuar 2012)
<http://www.artlab.org.uk/VS-interview.pdf>
- 13) Denzin, N. & Y. Lincoln (1994). *Handbook of Qualitative Research*. USA: Sage Publications, Inc.
- 14) Donoghue, S. (2000). Projective techniques in consumer research. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 28: 47-53.
- 15) Dowmunt, T. (2001). *Dear Camera... Video Diaries, Subjectivity and Media Power*. URL (kasutatud aprill 2012) http://beepdf.com/doc/43131/dear_camera.html
- 16) Erikson, E. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. Suurbritannia: Whitstable Litho Straker Brothers Ltd.
- 17) Facebook Factsheet (2012). URL (kasutatud jaanuar 2012)
<http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>.
- 18) Facebook Help (2011). URL (kasutatud jaanuar 2012)
<http://www.facebook.com/help/basics>.
- 19) Gauntlett, D. (2011). *Making is Connecting: the Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0*. UK: Polity Press.

- 20) Gauntlett, D. (2010). Social Creativity. *Westminster Media Comment*, 27. juuli, URL (kasutatud jaanuar 2012)
<http://westminstermediacomment.wordpress.com/2010/07/27/social-creativity/>
- 21) Gauntlett, D. (2008). *Representing Identities (Part 1: Method)*. URL (kasutatud jaanuar 2012) <http://www.youtube.com/watch?v=LtS24lqluq0&feature=related-method>.
- 22) Gauntlett, D. & P. Holzwarth (2006). Creative and visual methods for exploring identities. *Visual Studies*, 21 (1): 82-91.
- 23) Gauntlett, D. (1997). *Video Critical: Children, the Environment and Media Power*. John Libbey Publishing.
- 24) Guillemin, M. (2004). Understanding Illness: Using Drawings as a Research Method. *Qualitative Health Research*, 14(2): 272-289.
- 25) Hart, J. & C. Ridley & F. Taher et al (2008). *Exploring the Facebook Experience: A New Approach to Usability*. NordiCHI. URL (kasutatud jaanuar 2012)
http://delivery.acm.org/10.1145/1470000/1463222/p471-hart.pdf?ip=193.40.12.10&acc=ACTIVE%20SERVICE&CFID=77608690&CFTOKEN=49282270&__acm__=1326286486_82ffb71b616965c14020313459cd464a.
- 26) Holliday, R. (2004). *Filming "The Closet": The Role of Video Diaries in Researching Sexualities*. URL (kasutatud aprill 2012)
<http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/holliday.pdf>.
- 27) Kitzinger, J. (1990). Audience Understandings of AIDS Media Messages: A Discussion of Methods. *Sociology of Health and Illness*, 12(3): 319-335, URL (kasutatud aprill 2012) <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9566.ep11347258/pdf>.
- 28) Kress, G. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. USA, Canada: Routledge.
- 29) Laitinen, A. (2002). *Charles Taylor and Paul Ricoeur on Self-Interpretations and Narrative Identity*.

- 30) Lealand, G. (2005). *Dream Worlds and Media Worlds: Using Drawings for Insights Into the Lives of New Zealand Children*.
- 31) Liebert, M. A. (2011) Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14 (5). URL (kasutatud detsember 2011)
<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=13&hid=19&sid=ca9e09c2-add8-47c4-b829-bd06462e2ef7%40sessionmgr12>.
- 32) Linzey, G. (1959). On the Classification of Projective Techniques. *Psychological Bulletin*, 56: 158–168.
- 33) Livingstone, S. & L. Haddon & A. Görzig & K. Olafsson (2011) *Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings*. LSE, London: EU Kids Online.
- 34) Livingstone, S. (2009). *Kids online: opportunities and risks for children*. Suurbritannia: The Policy Press. URL (kasutatud detsember 2011)
http://books.google.com/books?id=aPsXzcf9vMC&pg=PA82&lpg=PA82&dq=Kids+online+:+opportunities+and+risks+for+children++pdf&source=bl&ots=VanMIi1ntI&sig=11N38FrHoY5UGh3k53e7wZbWs1Q&hl=en&ei=MGDTTp6oJMOdOpDj4N4I&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=7&ved=0CE0Q6AEwBg#v=onepage&q=valkenburg&f=false.
- 35) Mangus, H. (2010). *Sotsiaalse kapitali kogumine sotsiaalsete võrgustike veebikeskkondades*. Magistritöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut. URL (kasutatud jaanuar 2012)
http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/15360/Mangus_Hedli.pdf?sequence=1.
- 36) Moss, J. & T. Hay & J. Deppeler & L. Astley, & K. Pattison (2007). Student researchers in the middle: using visual images to make sense of inclusive education. *Journal of Research in Special Education Needs*, 7(1): 46-54.

- 37) Murumaa, M. (2010). Auditooriumi tähtsus ja roll uue meedia keskkonnas sotsiaalvõrgustikes saadetavate sõnumite näitel. Magistritöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut. URL (kasutatud jaanuar 2012) http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/16358/Murumaa_Maria?sequence=1.
- 38) Niesyto, H. (2000). Youth research on video self-productions. Reflections on a social – aesthetic approach. *Visual Sociology*, 15: 135-153.
- 39) Nightingale, V. (2011) *The Handbook of Media Audiences*. UK. Blackwell Publishing Ltd.
- 40) Ofcom (2008). *Social Networking: A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use*. URL (kasutatud jaanuar 2012) <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/report1.pdf>.
- 41) Orkut: About (2012). URL (kasutatud jaanuar 2012) <http://www.orkut.com/Main#About>.
- 42) Paper, S. & I. Harel (1991). *Situating Constructionism*. Ablex Publishing Corporation. URL (kasutatud aprill 2012) <http://www.papert.org/articles/SituatingConstructionism.html>.
- 43) 6.3 Projective Techniques (2010). URL (kasutatud mai 2012) <http://www.youtube.com/watch?v=ZrGMmprrtuo>.
- 44) Proosa, A. (2009). *Eelteismeliste tütarlaste virtuaalse identiteedi konstrueerimine portaalis Rate.ee*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut. URL (kasutatud jaanuar 2012) http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/15789/Proosa_Anni.pdf?sequence=1.
- 45) Punch, S. (2002). Research with Children: The Same or Different from Research with Adults?. *Childhood*, 9 (3): 321-341.
- 46) Rate.ee kodulehekülg (2012). URL (kasutatud jaanuar 2012) www.rate.ee.

- 47) Robertson, D. H. & R. W. Joselyn (1974). Projective Techniques in Research. *Journal of Advertising Research*, 14(5): 27-31
- 48) Schratz, M. & U. Steiner-Löffler (1998). Pupils Using Photographs in School Self-Evaluation. *Image-Based Research: A Sourcebook for Qualitative Researchers*, London: Falmer Press.
- 49) Sharma, M. (2008). Elgg Social Networking. Suurbritannia: Packt Publishing Ltd.
URL (kasutatud jaanuar 2012)
<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDMQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.packtpub.com%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2FElgg-Social-Networking-Sample-Chapter-Chapter-3-Users-Profiles-and-Connections.pdf&ei=oE8QT6SWM8iO8gOu17T1Aw&usg=AFQjCNGGeQnzu07pux8hKRYhRGP7usVA7w>.
- 50) Siibak, A. (2009). Self-presentation of the „Digital Generation“ in Estonia. Doktoritöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut. URL (kasutatud jaanuar 2012)
<http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/10593/siibakandra.pdf?sequence=1>.
- 51) Siibak, A. & M. Forsman & P. Hernwall (esitatud). *Employing creative research methods with tweens in Estonia and Sweden. Reflections on a case-study on multimodal virtual identity constructions*.
- 52) Zhao, C. & G. Jiang (2011). *Cultural Differences on Visual Self-Presentation through Social Networking Site Profile Images*. URL (kasutatud detsember 2011)
http://research.microsoft.com/en-us/um/beijing/groups/hci/pubs/1774_chi2011_chenzhao.pdf.
- 53) Zhao, S. & S. Grasmuck & J. Martin (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24 (5). URL (kasutatud jaanuar 2012)
<http://astro.temple.edu/~bzhao001/Identity%20Construction%20on%20Facebook.pdf>.

- 54) Tamme, V. (2010). *Eelteismelistesuhtlusportaalide kasutamise praktikad Rate.ee näitel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut. URL (kasutatud jaanuar 2012) http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/15346/Tamme_Virge.pdf?sequence=1.
- 55) Tennyson, R. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24 (5). URL (kasutatud detsember 2011) <http://astro.temple.edu/~bzhao001/Identity%20Construction%20on%20Facebook.pdf>.
- 56) the G.T.O projekt kodulehekülg. URL (kasutatud jaanuar 2012) <http://mt.sh.se/gto/>
- 57) Thomson, P. (2008). *Doing Visual Research with Children and Young People*. London: Routledge.
- 58) Toma, C. (2010). *Affirming the Self through Online Profiles: Beneficial Effects of Social Networking Sites*. CHI 2010: Using Your Social Network. URL (kasutatud jaanuar 2012) http://delivery.acm.org/10.1145/1760000/1753588/p1749-toma.pdf?ip=193.40.12.10&acc=ACTIVE%20SERVICE&CFID=77608690&CFTOKEN=49282270&__acm__=1326283958_a1121697273fcb2de84fe144df5d3d2c.
- 59) Veale, A. (2005) Creative methodologies in participatory research with children. *Researching Children's Experiences: Approaches and Methods*. London: Sage.
- 60) Wetton, N. M. & J. McWhirter (1998). *Images and Curriculum Development in Health Education*. Image-Based Research: A Sourcebook for Qualitative Researchers, London: Falmer Press.
- 61) Williams, B. (2002). Using Collage Art Work for as a Common Medium for Communication in Interprofessional Care. *Journal of Interprofessional Care*, 16(1):53-58.
- 62) Wood, E. & E. Hall (2011). Drawings as spaces for intellectual play. *International Journal of Early Years Education*, 19(3-4): 267-281

- 63) Young, K. (2011). Social Ties, Social Networks and the Facebook Experience. *International Journal of Emerging Technologies and Society*, 9 (1). URL (kasutatud detsember 2011)
<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&hid=19&sid=ca9e09c2-add8-47c4-b829-bd06462e2ef7%40sessionmgr12>.
- 64) Young, L. & H. Barrett (2001). Adapting Visual Methods: Action Research with Kampala Street Children. *Area*, 33(2): 141-152.

Lisad

Lisa 1: kiri lapsevanemale

Hea lapsevanem,

Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut on koostöös Rootsi Södertörni Ülikooli teadlastega läbi viimas rahvusvahelist uurimisprojekti „GTO projekt“ (2009-2012), mille eesmärk on analüüsida Eesti ja Rootsi noorte (vanuses 10-14 aastat) suhtlusportaalide kasutust. Projekti raames oleme läbi viinud mitmeid erinevaid uuringuid, analüüsimeks Eesti ja Rootsi noorte enese-presentatsiooni ja virtuaalset identiteediloomet suhtlusportaalide (Facebook, Orkut, Rate) profiilidel.

Järgnevasse projekti faasi sooviksime noorte ekspertidena kaasata Miina Härma Gümnaasiumi seitsmenda klassi õpilasi, uurimaks, milline on noorte endi mulje ja nägemus suhtlusportaalide profiilidele lisatavatest materjalidest.

Noori eksperte ootame enda arvamust avaldama ja nimetatud teemal aktiivselt kaasa mõtlema kolmapäeval, 21. detsembril, Tartu AHHA Keskuses toimivas interaktiivses töötoas. Kombineerides omavahel nii traditsioonilisi (paber, pliiatsid) kui infotehnoloogilisi vahendeid, pakume töötoas osalevatele noortele võimaluse üheskoos mängida erinevaid loovat mõtlemist arendavaid mängu ning vahetada kogemusi virtuaalse identiteediloometeemadel. Detailsema andmeanalüüsi tarvis heli- ja videosalvestame töötas toimuvat.

Teaduspäev AHHA Keskuses algab 21. detsembril, kell ~~9.30~~^{9.30}. Peale töötoa lõppu (kell 15.30), saavad kõik töötoas osalenud lapsed võimaluse tutvuda AHHA Keskuse ekspositsiooniga ning võtta osa AHHA Keskuse poolt spetsiaalset meie uuringus osalevatele noortele ekspertidele pakutavas CSI DNA uurimise töötoas (45 min). Kõik need üritused on noortele tasuta. Samuti on noortele tagatud tasuta lõunasöök.

Töötoas osalemine on Teie lapse jaoks vabatahtlik. Kõik töötoa käigus loodud materjalid on anonüümsed ning loodud sisu ei ole võimalik personaalselt seostada ühegi uuringus osalenud noorega. Materjale kasutame ainult akadeemilistel eesmärkidel: rahvusvahelise teadusajakirjade publikatsioonide ning Gerda Suumanni TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis kaitsmisele tulevas bakalaureusetöö koostamiseks.

Juhul kui olete nõus, et Teie laps osaleb AHHA Keskuses toimivas töötoas, palun Teid kinnitada oma nõusolekut allkirjaga. Allkirjastatud nõusolekuid palume edastada õpetaja Marje Peedisonile 14. detsembriks, 2011.

Olen hea meelega valmis vastama kõikidele täiendavatele küsimustele.

Andra Siibak, PhD
TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut
Meediauuringute vanemteadur
GSM: 517 4146
E-post: andra.siibak@ut.ee

Olen nõus, et minu laps osaleb AHHA Keskuses toimivas töötoas

Lapsevanem: 