

Vilniaus universiteto

Komunikacijos fakulteto

Informacijos ir komunikacijos katedra

Darius Norvilas,

Tarptautinės komunikacijos nuotolinių studijų programos studentas

SAVĖS PAVIEŠINIMO IR PRIVATUMO SUVOKIMAS TINKLARAŠČIUOSE

Magistro darbas

Mokslinis darbo vadovas doc. dr. Regimantas Pranaitis

Vilnius, 2009

REFERATO LAPAS

Norvilas, Darius

No-99 *Savęs paviėšinimo ir privatumo suvokimas tinklaraėėiuose*: magistro darbas/ Norvilas, Darius; mokslinis vadovas doc. dr. Pranaitis, Regimantas; Vilniaus universitetas

Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2009 – 55 lap. – Maėinr. – Santr. Angl. – Bibliogr: p. 56-61 (52 pavad.).UDK-004.7+316.7

Raktiniai žodėiai: *savęs paviėšinimas, privatumas, anonimiėkumas, tinklaraėėiai, suvokimas*

Magistro *darbo objektas* – tinklaraėėių autorių savęs paviėšinimo ir privatumo suvokimo santykis. *Darbo tikslas* – iėtiri, kaip tinklaraėėių autoriai suvokia privatumą ir kaip pateikia privaėią informaciją apie asmeninį gyvenimą savo puslapyje. *Darbo uėdaviniai*: pateikti tinklaraėėių sampratą ir jų kontekstą; atskleisti ryėį tarp anonimiėkumo, privatumo ir savęs paviėšinimo tinklaraėėiuose; sukurti savęs paviėšinimo ir privatumo suvokimo komunikacijos procese modelį; iėtiri, kaip Lietuvos tinklaraėėių autoriai suvokia asmeninės informacijos atskleidimą virtualioje erdvėje.

Naudojantis mokslinės literatūros analizės metodais, taikant dedukcijos ir indukcijos metodus, prieita prie iėsvados, kad tinklaraėėiai yra tinkama terpė savęs paviėšinimui, nes tinklaraėėių autorių įrašai yra skelbiami internete ir gali būti pasiekiami tūkstanėiams skaitytojų, kurie gali komentuoti šiuos įrašus. Jaunesni žmonės yra linkę daugiau pateikti apie save asmeninių detalių, nei vyresni. Tinklaraėėių autorių įrašai gali būti pasiekiami ne tik artimųjų, draugų, bet ir nepaėįstamų žmonių, kurių komentarai gali turėti įtakos autoriaus savęs paviėšinimo suvokimo lygiui. Taip pat tinklaraėėių autoriai nesuvokia informacijos savybių ir nesusimąsto apie galimas pasekmes, paskelbus daug asmeninės informacijos. Analizuojant šioje srityje atliktus tyrimus (J. Child, H. Qian, A. Joinson) pastebėta, kad tinklaraėėių autoriai linkę atskleisti asmeninius duomenis, idant būtų pastebėti. Taikant palyginamąjį metodą, prieita prie iėsvados, kad mokslinėje literatūroje nagrinėjama savęs paviėšinimo,

privatumo suvokimo ir anonimiškumo problema tinklaraščiuose yra to paties reiškinio skirtingos tyrinėtojų pozicijos. Atlikus sociologinį tyrimą, sudarytą remiantis kitų šalių tyrinėtojų sukurtomis metodikomis, nagrinėjant gautus empirinius duomenis, prieita prie išvados, kad Lietuvos tinklaraščių autorių savęs paviešinimui įtakos turi tai, kad autoriai naudoja savo tikrą vardą ir pateikia savo nuotraukas iš realaus gyvenimo. Tačiau šių dviejų veiksnių suma neturi įtakos savęs paviešinimui. Nustatyta, kad tirtų Lietuvos tinklaraščių autorių privatumo suvokimo lygis yra žemas ir priklauso nuo jų amžiaus, nežymiai nuo lyties ir išsilavinimo. Taip pat prieita prie išvados, kad skaitytojų komentarai neturi įtakos tinklaraščių autorių savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo santykio kitimui – autoriai kreipia mažai dėmesio į komentarus ir linkę atskleisti asmeninio gyvenimo detales.

Magistro darbas gali būti naudingas dėstytojams ir studentams, besidomintiems tinklaraščių savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo problemomis bei internetine komunikacija.

TURINYS

ĮVADAS	5
1. SAVĖS PAVIEŠINIMO IR PRIVATUMO SUVOKIMAS TINKLARAŠČIUOSE.....	8
1.1. Tinklaraščių kontekstas	8
1.2. Savęs paviešinimo supratimas	12
1.2.1. Savęs paviešinimo problema tinklaraščiuose	13
1.3. Privatumo definicijos kaita.....	16
1.3.1. Privatumo kontrolė tinklaraščiuose	19
1.3.2. Informacijos privatumas ir privatumo suvokimo atskirtis.....	22
1.3.3. Anonimiškumas tinklaraščiuose	27
2. SAVĖS PAVIEŠINIMO IR PRIVATUMO SUVOKIMO TYRIMAS	32
2.1. Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo tyrimo metodika	32
2.1.1. Tyrimo problema, objektas, tikslas, uždaviniai bei hipotezės	32
2.1.2. Tyrimo tipas, užduočių ir įvertinimo būdai	33
2.1.3. Tyrimo dalyviai, jų atranka bei tyrimo eiga	34
2.2. Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo tyrimo rezultatai	36
2.2.1. Tiriamųjų demografiniai duomenys	36
2.2.2 Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo klausimyno faktorinė analizė	37
2.2.3. Naudojimosi internetu įpročiai	39
2.2.3. Savęs paviešinimas, anonimiškumas bei privatumas	41
2.2.4. Privatumo suvokimas pagal lytį, amžių ir išsilavinimą.....	46
2.2.5. Tinklaraščio skaitytojai/auditorija.....	48
2.3. Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo tyrimo rezultatų aptarimas	51
IŠVADOS	56
Perception of self-disclosure and privacy in weblogs (summary).....	58
Bibliografinių nuorodų sąrašas	59
PRIEDAI	65
1 priedas. Anketos pavyzdys	65
2 priedas. Atsakymų rezultatai (SPSS 17 duomenys)	70

IVADAS

Darbo aktualumas. Sparčiai plintant tinklaraščių (Miliūnaitė, 2008) paslaugoms internete, vis daugiau žmonių sukuria tinklaraščius, kurių pagalba gali save realizuoti, užmegzti socialinius kontaktus. Siekdami socialinių kontaktų tinklaraščių autoriai internete pateikia apie save vis daugiau asmeninės informacijos, tačiau tuo pačiu vengia būti atviri virtualioje erdvėje. Nors pirmieji tinklaraščiai užsienio šalyse pasirodė prieš dešimtmetį ir buvo atlikti tyrimai apie savęs paviešinimą, privatumą, socialinius kontaktus tinklaraščiuose, tačiau Lietuvoje internetiniai dienoraščiai yra naujas dalykas, masiškai pradėjęs plisti prieš porą metų. Šio darbo autoriui nepavyko rasti panašaus pobūdžio tyrimų atliktų tarp Lietuvos tinklaraščių vartotojų.

Užsienio tyrinėtojai daugiau dėmesio skiria pačiam tinklaraščių fenomenui iširti technologiniu ar privatumo aspektu, daugiau akcentuojamos privatumo ir savęs paviešinimo sąsajos socialiniuose tinkluose. Tačiau sparčiai kintant pačioms technologijoms ir vartotojų įpročiams keičiasi tinklaraščių autorių suvokimas apie privatumą: viena vertus, žmonės gali likti anonimiški, prisidengdami pseudonimais, tačiau kita vertus, jie turi atskleisti daug asmeninės informacijos, registruodamiesi tinklaraščių ar socialinių tinklų sistemose, kadangi tinklaraščių ir socialinių tinklų paslaugų teikėjai skatina vartotojus paskelbti kuo daugiau asmeninių duomenų, siekiant pritraukti lankytojų (Paine Schofield, Joinson, 2008). Todėl šiame darbe bandoma nustatyti, kaip šiuolaikinių medijų vartotojai supranta savęs paviešinimą ir privatumą naujame kontekste – tinklaraščiuose.

Problema. Internetas keičia žmonių asmeninės informacijos atskleidimo įpročius - Ben-Ze'ev (2003) nustatė, kad žmonės, atskleidžiantys informaciją apie save internetiniams draugams ar jų tinklaraščio skaitytojams, nesijaučia tokie pažeidžiami, kaip tie, kurie analogišką informaciją atskleidžia bendraudami akis į akį. Chesney (2005), atlikęs tinklaraščių tyrimą, nustatė, kad jų autoriai dažnai atskleidžia slaptą asmeninę informaciją, o net pusė tyrimo dalyvių teigė, kad niekada neslepia jokios asmeninės informacijos apie save. Tačiau žmonės, bendraudami internetu, dažnai nesusimąsto, kokios gali būti informacijos apie save atskleidimo pasekmės. Chew et al. (2009) teigia, jog egzistuoja vartotojų (informacinio) sąmoningumo problema, nes daug interneto vartotojų nežino, kaip užtikrinti jų asmeninių duomenų privatumą tiek socialiniuose tinkluose, tiek tinklaraščiuose. Taip pat pabrėžiama ir vartotojų privatumo suvokimo problema (Woo, 2006), kadangi remiantis asmenine patirtimi ir kultūriniais skirtumais, privatumas gali būti suprantamas įvairiai.

Darbo temos ir tyrimo naujumas. Užsienio autorių atliktuose tyrimuose daugiau dėmesio

skiriama bendram privatumo suvokimui, remiantis teorijomis, kurios buvo sukurtos 7-tajame praeito amžiaus dešimtmetyje ir apibrėžia daugiau pačią privatumo sampratą, tačiau mažai nagrinėja informacinių komunikacijos technologijų įtaką žmonėms. Taip pat nagrinėjamos bendros privatumo ir savęs pavišinio socialiniuose tinkluose problemos arba interneto tarnybų įtaka elektroninės komercijos vystymuisi. Taip pat yra kreipiamas dėmesys į anonimiškumo problemą, nagrinėjant pačių duomenų saugumo ir tvarkymo teisinio reguliavimo aspektus. Child et al. (2008) bandė pritaikyti Komunikacijos privatumo valdymo teoriją (*Communication privacy management theory*), sukurtą Petronio (2002) tinklaraščių kontekste ir sukurti vertinimo kriterijus, kuriais remiantis būtų galima išmatuoti tinklaraščių autorių savęs pavišinio (*self-disclosure*) ir privatumo suvokimą. Tačiau šiame tyrime daugiau dėmesio skiriama aukščiau minimos teorijos hipotezių patvirtinimui. Šio darbo autoriui nepavyko aptikti išsamių tyrimų, mokslinės literatūros šaltinių lietuvių kalba, kurie leistų nustatyti, kaip Lietuvos tinklaraščių autoriai supranta savęs pavišinimą ir privatumą.

Darbo tikslas. Ištirti, kaip tinklaraščių autoriai suvokia privatumą ir kaip pateikia privačią informaciją apie asmeninį gyvenimą savo puslapyje.

Darbo hipotezės:

Hipotezė 1. Tinklaraščių autorių savęs pavišimui įtakos turi naudojamas vardas ir/ar tikra nuotrauka;

Hipotezė 2. Privatumo suvokimui turi įtakos tinklaraščių autorių amžius ir lytis.

Hipotezė 3. Skaitytojų komentarai įtakoja tinklaraščių autorių privatumo suvokimo lygį.

Darbo objektas. Šio darbo objektas yra tinklaraščių autorių savęs pavišinio ir privatumo suvokimo santykis.

Darbo uždaviniai:

1. Pateikti tinklaraščių sampratą ir jų kontekstą;
2. Atskleisti ryšį tarp anonimiškumo, privatumo ir savęs pavišinio tinklaraščiuose;
3. Sukurti savęs pavišinio ir privatumo suvokimo komunikacijos procese modelį;
4. Ištirti, kaip Lietuvos tinklaraščių autoriai suvokia asmeninės informacijos atskleidimą virtualioje erdvėje

Darbo tyrimo metodai. Darbo teorinėje dalyje nagrinėjant mokslines publikacijas buvo taikomi dedukcijos, indukcijos bei palyginimo teoriniai modeliai. Darbo empirinėje tiriamojoje dalyje buvo taikomas kiekybinis duomenų rinkimo būdas - anketinė apklausa, patalpinta internete. Anketa buvo sukurta remiantis užsienyje atliktų tyrimų (Child et al., 2008; Qian, Scott, 2007; Viégas, 2005) duomenimis. Anketa sudaro 26 klausimai: 3 demografiniai klausimai, 19 Likerto tipo skalės klausimų, vertinantys savęs paviešinimo ir privatumo suvokimą ir 4 klausimai, vertinantys su internetu ir tinklaraščio rašymu susijusius įpročius. Surinkti duomenys apdoroti SPSS 17 programa, nustatyti klausimyno patikimumo (Cronbach Alpha = 0,577) ir validumo (0,569) rodikliai.

Darbo struktūra. Darbą sudaro du skyriai: teorinė dalis ir tiriamoji dalis. Darbo teorinėje dalyje pateikiamas tinklaraščių kontekstas, savęs paviešinimo supratimas, kokias problemas išvelgia kiti tyrinėtojai, nagrinėdami savęs paviešinimą tinklaraščiuose. Taip pat darbo teorinėje dalyje nagrinėjama privatumo kontrolė, pačios informacijos ypatumai ir privatumo suvokimo atskirtis, aptariama anonimiškumo problema ir jo sąsajos su privatumu. Teorinėje dalyje pateikiamas darbo autoriaus sukurtas savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo komunikacijos procese modelis. Darbo tiriamojoje dalyje pristatoma sudaryta metodika, pristatomi tyrimo dalyviai, pateikiami atliktos tinklaraščių autorių apklausos rezultatai ir jų aptarimas, iškeltų hipotezių patvirtinimas ar paneigimas.

Darbo teorinė ir praktinė reikšmė. Darbo teorinę reikšmę sudaro užsienio autorių atliktų tyrimų aptarimas, iškeltų problemų analizė, problemų įvardijimas. Darbo praktinė reikšmė yra atliktas Lietuvos tinklaraščių autorių tyrimas, siekiant nustatyti pastarųjų savęs paviešinimo ir privatumo suvokimą. Darbas gali būti naudingas dėstytojams bei studentams, kuriems būtų įdomi tinklaraščių bei jų autorių privatumo suvokimo problematika ir internetinė komunikacija.

1. SAVĖS PAVIEŠINIMO IR PRIVATUMO SUVOKIMAS TINKLARAŠČIUOSE

1.1. Tinklaraščių kontekstas

Norint geriau įsigilinti į darbo objektą, būtina suprasti, kokiam kontekste tyrimas yra atliekamas. Kadangi šiame darbe nagrinėjamas savęs paviešinimo ir privatumo suvokimas ne bendrai internete, o tam tikroje jo dalyje, kurioje, autoriaus manymu, vyksta aktyvūs komunikacijos procesai, t. y. žmonių sukurtuose asmeniniuose puslapiuose, kuriuose jie skelbia tam tikrą informaciją, o šių puslapių skaitytojai gali komentuoti autoriaus įrašus, autorius gali atsakyti į skaitytojų komentarus. Šia savybe tinklaraščiai skiriasi nuo interneto portalų, kuriuose autoriai interaktyviai nebendrauja su savo skaitytojais.

Internetiniai dienoraščiai (tinklaraščiai) pastaraisiais metais tapo labai populiarūs tiek užsienyje, tiek Lietuvoje. Tinklaraščiai – tai „dažnai atnaujinami internetiniai puslapiai, apie individo veiklas, patirtis ir/ar mintis, kuriuose įrašai yra surūšiuoti pagal datas nuo naujausių“ (Herring et al., 2004). Greitis, pasiekiamumas, anonimiškumas ir interaktyvumas suteikia pagrindą tinklaraščio rašymui.

Kaip palyginus nauja komunikacijos kompiuterio pagalba (*computer-mediated communication*) forma, tinklaraščiai turi daug paskirčių. Pavyzdžiui, jie yra naudojami politinei informacijai skleisti (pvz., rinkiminės agitacijos metu) (Lawson-Borders, Kirk, 2005; Trammell et al., 2006), įvairiais ugdymo tikslais (Deitering, Huston, 2004; Trammell, Ferdig, 2004) ar netgi rinkodarai ir verslo plėtrai (Dearstyn, 2005; Kelleher, Miller, 2006). Be to, yra daugybė asmeninių tinklaraščių (asmenraščių), kuriuose žmonės dalijasi savo patirtimi, mintimis ir jausmais. Šie tinklaraščiai yra panašūs į dienoraščius (Miura, Yamashita, 2004), juose individai aprašo savo gyvenimus. Herring et al (2004) nustatė, kad asmenraščiai sudaro 70% visų tinklaraščių. Remiantis 2006 m. atlikto tyrimo rezultatais, dauguma tinklaraščių yra rašomi vieno autoriaus (Herring et al., 2006).

Mercado-Kierkegaard (2006) teigia, kad tinklaraščiai yra skirti viešam naudojimui. Jie pasižymi tokiomis savybėmis:

- skaitytojai gali komentuoti tinklaraščių įrašus;

- tinklaraščiuose skelbiamos nuorodos į kitus tinklaraščius, taigi skaitytojai gali sekti juose vykstančią komunikaciją;
- tinklaraščiai yra nuoseklūs (*serial*);
- rašymo stilius yra neformalus ir asmeniškias;
- tinklaraščiai primena trumpą viešą paskaitą.

Livingstone (2008) aprašo susiformavusią savitą tinklaraštininkų kalbą – žmonės internete kuria savo „profilį“, daro jį „viešą“ ir „privatų“, jie „komentuoja“ ar „siunčia pranešimus“ savo „draugams“, gali „blokuoti“ ar „įtraukti“ žmones į savo „draugų sąrašą“.

Pasak Miura ir Yamashita (2007), tinklaraščių sistemos skatina savęs apibūdinimo poreikį. Norint rašyti tinklaraštį, visų pirma, reikia susikurti jo pavadinimą ir pasižymėti keletą sakinių apie save. Nėra būtina turėti programavimo žinių – tinklaraščių sistemos labai palengvina registravimosi ir rašymo galimybę. Be to, tinklaraščių sistemos leidžia autoriams rūšiuoti įrašus pagal temines kategorijas (*tags*) ir datas. Taigi ši funkcija leidžia peržiūrėti įrašus tiek pagal chronologinę tvarką, tiek pagal temą. Naudojant šias funkcijas tinklaraščių tarnybos kaip ir skatina paviešinti daugiau asmeninių duomenų: nurodyti savo vardą registruojantis, pateikti gimimo datą, t.y. lankytojams gali tapti žinomas autoriaus amžius. Pagal kategorijas autorius gali rūšiuoti savo įrašus, pvz. „Asmeniška“, „Iš gyvenimo“, „Šeima“ ir pan.

Serfaty (2004) tvirtina, jog asmenraščiai pasižymi save paviešinančiu rašymo stiliumi. Kadangi tokie įrašai yra skelbiami internete ir yra atviri tūkstančių žmonių visame pasaulyje komentarams, galima tvirtinti, kad tinklaraščio rašymas gali būti charakterizuojamas kaip tarpasmeninė komunikacija. Tačiau ši komunikacija yra pakankamai rizikinga, nes tinklaraščių autoriai paviešina asmeninius duomenis (vardus, pavardes, darbovietės pavadinimą ar tam tikrą patirtį ir pan.), kas gali turėti pasekmių realiame gyvenime (Viégas, 2005). Dėl šios priežasties daugelis tinklaraščių paslaugų teikėjų suteikia vartotojams galimybę likti anonimiškiems ir pasirinkti slapyvardį. Tai savo ruožtu gali skatinti neatskleisti asmeninio gyvenimo detalių, apriboti savojo „Aš“ viešą pateikimą internete.

Lenhart ir Fox (2006) nurodo, kad populiariausia tinklaraščių tema yra „Aš“, t.y. tinklaraštininkų kasdienis gyvenimas ir įvairūs patyrimai. Krishnamurthy (2000) siūlo klasifikuoti tinklaraščius į keturis tipus, remiantis tuo, ar jie yra asmeniniai arba teminiai ir individualūs arba kolektyviniai. Galima sutikti su tokia tinklaraščių klasifikacija, turint galvoje, kad dažnai nuo temos aktualumo priklauso ir tinklaraščio populiarumas, o tai savo ruožtu gali skatinti tinklaraščio autorių/

autorius pateikti mažiau ar daugiau asmeninio gyvenimo aspektų.

Herring et al. (2004) pažymi, kad nepaisant to, jog tinklaraščiai skatina mus jaustis bendravimo akis į akį dalyviais, egzistuoja nesaugumo problema, nes dažnai tinklaraščio auditorija yra didesnė negu autorius mano, bei nepažįstama autoriui. Miller ir Shepherd (2004) patvirtina šią mintį ir teigia, jog tinklaraščiai yra „sankirta tarp privataus ir viešo“, kas dažnai būna blogai suderinama tarpusavyje. Jie nurodo, kad „žmonės dalinasi negirdėtu asmeninės informacijos kiekiu su visiškai nepažįstamais žmonėmis, su potencialiais žmonių milijonais“, bei daro išvadą, kad „internetu technologija leidžia kiekvienam būti vujaristu ar ekshibicionistu – arba ir vienu, ir kitu“. Miura ir Yamashita (2007) apibendrina, kad asmenraščiuose dažnai skelbiama informacija, kurios autoriai nebūtų linkę atskleisti bendraudami akis į akį, netgi artimiems draugams ar šeimos nariams. Taigi šiuo atžvilgiu jie primena tradicinius dienoraščius. Tačiau tokio dienoraščio teksto patalpinimas į viešą erdvę reiškia, kad ši informacija gali būti peržiūrėta įvairių žmonių, ir kad autorius sąmoningai leidžia kitiems susipažinti su ja.

Qian et al. (2007) atliktame tyrime apie savęs paviešinimą ir anonimiškumą tinklaraščiuose, ~90% respondentų teigė, kad jų skaitytojai yra tie žmonės, kuriuos jie pažįsta realiame gyvenime. Panašu, kad tokie tinklaraščiai atstovauja naujai tarpasmeninės komunikacijos formai, kuomet bendraujama ne vien akis į akį ar naudojant telefoną bei el. paštą, bet ir skaitomi bei komentuojami tinklaraščio įrašai.

Lietuvoje tinklaraščiai yra pakankamai naujas reiškinys, ką netiesiogiai įrodo naudojami terminai, skirti apibūdinti šiam reiškiniui. Kaip teigia R. Miliūnaitė (2008), daugiausia vartojamas skolinys *blogas* (įvairūs jo rašybos variantai: *blog'as*, *BLOGas*). Rečiau – dienoraštis, elektroninis ar internetinis dienoraštis, labai retai – kaupas ir bene dažniausiai iš visų lietuviškų variantų, pretenduojantis tapti oficialiuoju bendrinės kalbos žodžiu, – tinklaraštis.

Apibendrinant galima teigti, kad tinklaraščiai yra asmeniniai puslapiai, kuriuose autoriai aprašo savo asmeninio gyvenimo faktus, pateikia asmeninių įvykių detales ar savo asmenines interpretacijas. Tinklaraštį galima apibūdinti kaip savęs pateikimo formą internete, kur susikerta viešumas ir privatumas. Tinklaraštis yra asinchroninė interaktyvios komunikacijos būdas, kurio pagalba autorius bendrauja su auditorija bei vyksta intensyvus savęs paviešinimas. Iš kitos pusės, neturint tinklaraščių rašymo kultūros patirties, privatumas šiuose asmeniniuose dienoraščiuose gali būti suvokiamas tik per įgytos asmeninės patirties tiek realiame gyvenime, tiek internete prizmę, todėl stengiantis vis daugiau atskleisti savo asmeninių duomenų, idant autorius būtų pastebėtas, į privatumą kreipiamas

nedidelis dėmesys. Tinklaraščio autoriai nesiekia išlikti anonimiški, pvz., lyginant su interneto portalų, forumų komentatoriais. Terminijos trūkumas nurodo, kad tinklaraščių kultūra Lietuvoje tik formuojasi, o tai reiškia, kad tinklaraščių autoriai gali suformuoti naują privatumo suvokimą internete.

1.2. Savęs paviešinimo supratimas

Savęs paviešinimas (angl. *self disclosure*) yra susijęs su asmeninės informacijos, minčių ir jausmų komunikacija kitiems žmonėms (Qian, Scott, 2007). Savęs paviešinimas gali būti rizikingas, kadangi asmuo, atskleidęs tam tikrą informaciją apie save tampa labiau pažeidžiamas ir atsiduria socialiai nepatogioje padėtyje. Savęs paviešinimas yra apibrėžiamas kaip individo pranešimas apie save kitam (Gibbs et al., 2006). Savęs paviešinimas yra pagrindinis veiksnys puoselėjant glaudesnius asmeninius santykius.

Remiantis tradicinėmis tarpasmeninėmis teorijomis, pvz., socialinės skverbties teorija (*social penetration theory*), savęs paviešinimas yra komunikacijos rūšis, per kurią vieni individai susipažįsta su kitais ir, jei kiti atsako tuo pačiu, tai įtakoja tolesnį santykių vystymąsi (Taylor, Altman, 1987). Be to, remiantis neapibrėžtumo mažinimo teorija (*uncertainty reduction theory*), individai ne tik ieško informacijos, norėdami sumažinti neūžtikintumą, bet ir atsilygina tuo pačiu informacijos kiekiu bei intymumo lygiu (Berger, Calabrese, 1975), o Joinson (2001) tvirtina, kad intymumo lygis, pateikiamas partnerių, nėra vienodas. Individai linkę atsakyti į kitų paviešinimą, atskleisdami savo identiteto aspektus (Greene et al., 2006).

Galima daryti išvadą, kad žmonės yra labiau linkę atsiverti ir paviešinti tam tikrus duomenis apie save, jei jie bendrauja su nepažįstamu žmogumi. Manoma, kad tokiu atveju žmonės jaučiasi saugūs, kadangi jie tiki, jog informacija, gauta tokiomis sąlygomis, nebus skleidžiama draugams ar pažįstamiems, taigi sumažėja tikimybė, kad informacijos atskleidimas įtakos asmens, paviešinusio tam tikras detales, asmeninį gyvenimą.

Buvo nustatyta, kad savęs paviešinimas yra svarbus sėkmingai tarpasmeninių santykių raidai, intymumo atsiradimui (Child et al., 2008). Tačiau egzistuoja kita pusė – individai yra suinteresuoti, kad kitų žmonių nuomonė apie juos būtų teigiama. Savęs paviešinimas yra susijęs ne vien su teigiamų faktų apie asmenybę atskleidimu – neretai yra paviešinami socialiai nepriimtini faktai, įtartinos ar nepateisinamos emocijos. Tokiu atveju iškyla pavojus teigiamam asmens įvaizdžiui, mažėja asmens savivertė.

Taigi savęs paviešinimas yra tam tikrų asmeninio gyvenimo faktų, ar jų dalies atskleidimas, to paties tikintis ir iš kito individo, idant būtų galima sėkmingai vystyti asmeninius santykius.

1.2.1. Savęs paviėšinio problema tinklaraėėiuose

Savęs paviėšinimui tinklaraėėiai yra tinkama terpė, nes juose kiekvienas individas gali pats nustatyti, kiek ir kokios informacijos pateikia savo puslapyje, siekdamas parodyti save. Savęs paviėšinio fenomenas yra labai paplitęs internetiniuose dienoraėėiuose (tinklaraėėiuose), ypaė tuose vieėai prieinamuose, kuriuose apraėomas asmeninis gyvenimas (Nardi et al., 2004).

Tyrėjai (pvz., Joinson, 2001; Tidwell, Walther, 2002) teigia, kad tarp internetinės komunikacijos ir savęs paviėšinio egzistuoja stiprus ryėys. Internetas suteikia santykinį anonimiėkumą, todėl sumažėja netyėinio savęs paviėšinio rizika, be to, žmonės, bendraudami internetu, mažiau baiminasi būti kitų pasmerkti ar atstumti (McKenna, Bargh, 2000).

Miller ir Shepherd (2004) nagrinėjo savęs paviėšinio tinklaraėėiuose fenomeno ryėį su socialine aplinka. Jie teigia, kad tinklaraėėių populiarumas yra susijęs su žmonių poreikiu gauti kuo daugiau informacijos, nes jie vis labiau praranda savo asmeninės informacijos kontrolę. Ši teorija paaiėkina tai, kodėl žmonės taip traukia kitų žmonių istorijos. Be to, daug žmonių mielai naudojami savotiėko ekshibicionizmo galimybe (t.y. galimybe atkreipti kitų žmonių dėmesį į save), tam tikslui naudodami tinklaraėėius.

Tinklaraėėio raėymas turi keletą svarbių tikslų: visų pirma, raėymas suteikia tinklaraėėio autoriui galimybę geriau paėinti save, patvirtinti ir sustiprinti nuomonę ar įsitikinimus apie tam tikrus dalykus, faktus; visų antrą, žmogus, raėantis tinklaraėtį, įsitraukia į įvairias socialines sąveikas (tiek bendraudamas su komentatoriais, tiek su kitų tinklaraėėių autoriais ir pan.); be to, raėant tinklaraėtį yra įmanoma manipuliuoti kitų žmonių nuomone. Papacharissi (2004), atlikęs 260 atsitiktinai parinktų tinklaraėėių turinio analizę, tvirtina, kad tinklaraėėiai puikiai tinka saviraiėkos tikslui ir yra puiki terpė savęs paviėšinimui.

Taėiau ar tai reiėkia, kad siekdami socialinių kontaktų bei kitų žmonių pripaėinimo tinklaraėtininkai skelbia visus įmanomus duomenis apie save? Qian et al. (2007) į šį klausimą atsako neigiamai. Jų tyrimas rodo, jog beveik pusė visų tiriamųjų (87 iš 207) yra susirūpinę, kad neribotas savęs paviėšinimas gali turėti neigiamų pasekmių jų gyvenimui. Tinklaraėtininkai yra susirūpinę tuo, kad jų šeimos nariai ar paėįstami gali suėinoti apie jų gyvenimo būdą, įproėius ar neigiamus jausmus, perskaitę jų internetinį dienoraėtį.

Kiti tyrėjai (pvz., Bortree, 2005) pastebėjo, kad savęs paviešinimas yra efektyvus būdas savęs pristatymo valdymui (*management*) ir santykių kūrimui tinklaraščiuose. Jie teigia, kad tinklaraščiai pasižymi komunikaciniu žanru, t.y. savęs paviešinimas tinklaraščiuose tampa normos dalimi, nes tinklaraščio rašymas yra stipriai susijęs su individualumu, savęs pristatymu bei tarpasmeniniais santykiais. Šį faktą paliudija ir Lee et al. 2008 metais atliktas tyrimas, kurio metu buvo nagrinėta, kokie yra žmonių motyvai pateikti asmeninę informaciją tinklaraštyje. Jie nustatė, kad tinklaraštininkai, kurie linkę į savęs paviešinimą, naudoja tinklaraščius pristatydami save palankioje šviesoje ir mano, kad tinklaraščio pagalba galima sėkmingiau reguliuoti santykius. Kai kurie žmonės teigia, kad jie linkę paviešinti asmeninio gyvenimo faktus, kad neatsiliktų nuo mados. Daugelio tinklaraštininkų nuomone, dar vienas motyvas savęs paviešinimui yra dalijimasis patirtimi. Reikia pastebėti, kad pastarasis motyvas yra gana vyraujantis tinklaraščių autorių tarpe, ypač kai kalbama apie teminius *blogus* arba dalijantis išpūdžiais apie tam tikras paslaugas ar produktus. Tačiau skirtinga autorių patirtis sąlygoja ir skirtingą savęs paviešinimo laipsnį.

Qian et al. (2007) pastebi, kad ne visų tinklaraščių autoriai vienodu mastu paviešina duomenis apie save. Kai kurie dalinasi slaptomis mintimis ir intymiomis jų gyvenimo detalėmis, kiti visus tinklaraštyje minimus žmones vadina inicialais ar pravardėmis. Tokie skirtumai iš dalies gali būti paaiškinami individualiais asmenybės ar temperamento skirtumais (pvz., kai kurie tinklaraštininkai yra labiau atviri ir norintys pasidalyti informacija negu kiti).

Remiantis tyrimais, buvo nustatytas faktas, kad duomenų apie save pateikimo kiekis priklauso nuo amžiaus. Kalbant apie paauglius, Steeves ir Webster (2008) nurodo, jog kuo vyresni tampa paaugliai, tuo daugiau informacijos apie save jie paviešina internete. Pvz., 41,6% septyniolikmečių paviešina asmeninius duomenis palyginus su penkiolikmečiais (38,7%) bei trylikamečiais (21,4%). Livingstone ir Helsper (2007), išanalizavę paauglių tinklaraščius, nurodo, kad paaugliai sąmoningai pasirenka tokią veiklą internete, kurią suaugusieji paprastai vertina kaip rizikingą – t.y. paaugliai specialiai pateikia daugiau asmeninių duomenų apie save.

Hinduja ir Patchin (2008) atliko informacijos, kurią paaugliai atskleidžia apie save internete, tyrimą. Jie analizavo 2423 paauglių profilius, pateiktus MySpace interneto tinklapyje. 8,8% tiriamųjų atskleidė savo tikrąjį vardą ir pavardę, 57% naudojo savo nuotrauką, 27,8% nurodė mokyklą, kurioje mokosi ir 0,3% pateikė savo telefono numerį. Tai rodo, kad dažnas paauglys nesusimąsto apie savo asmeninių duomenų saugumą.

Tai patvirtina ir kiti tyrinėtojai. Pavyzdžiui, Herring et al. (2006), atlikę 357 tinklaraščių

turinio analizę, teigia, kad statistinis tinklaraštininkas gali būti tiek vyras, tiek moteris (t.y. nėra lyčių skirtumo), tiek paauglys, tiek suaugęs. Jie rado skirtumų tik nagrinėdami tinklaraščio tipą (atsižvelgiant į turinį) – vyresni vyrai daugiau filtruoja informaciją, kurią pateikia viešai, o jaunesnės moterys ir merginos dažniau rašo dienoraščio tipo tinklaraščius, kuriuose paviešina daug informacijos apie save. Šie rezultatai patvirtina prieš tai gautus duomenis (pvz., Papacharissi, 2004), kad jauni žmonės yra linkę pateikti daugiau informacijos apie save, nei vyresni.

Qian et al. (2007) nustatė, kad žmonės, kurie tinklaraštyje neatskleidžia vardo, yra labiau linkę atvirauti – rašyti apie save, draugus, šeimą, atskleisti daugiau informacijos apie tai, kas jiems patinka, kas kelia neigiamų jausmų ir pan. Galbūt tai yra susiję su tuo, kad asmenį identifikuojanti informacija (vardas ir pavardė) yra lengvai pasiekama per paieškos sistemas ir bet kas gali lengvai rasti tinklaraštį, įvedęs į paieškos sistemą jo autoriaus vardą bei pavardę.

Savęs paviešinimas sulaukė žymaus vartotojų elgesio tyrėjų dėmesio ir yra apibrėžiamas kaip „bet kokia asmeninė informacija perduodama vieno vartotojo kitam“ (Lee et al., 2008). Paprastai žmonės nenoriai dalijasi asmenine informacija, tačiau išimtimi galima laikyti abipusiškumo taisyklę. Kaip teigia Moon (2000), savęs paviešinimo tyrimuose nustatyta, kad abipusiškumo taisyklė remiasi tendencija, kad informacijos siuntėjo savęs paviešinimas priklauso nuo intymumo lygio, kurį siuntėjas gauna iš kito asmens. Tai reiškia, kad kuo daugiau asmeninės informacijos pateikiama, tuo daugiau asmeninės informacijos ir gražinama. Žmonės tarsi išsipareigoja atiduoti tiek pat, kiek jie gavo.

Apibendrinant galima teigti, kad tinklaraštis yra tinkama terpė savęs paviešinimui, nes individai pateikdami informaciją apie save, to paties tikisi ir iš kitų žmonių: skaitytojų, kitų tinklaraščių autorių. Pateikiamą informaciją tinklaraščiuose, jų autoriai patys gali kontroliuoti, pateikti tik teigiamus savo asmeninio gyvenimo aktus ir detales, idant galėtų sėkmingai užmegzti ir vystyti asmeninius santykius. Vieniems tai yra tiesiog motyvas neatsilikti nuo kitų, rašančių tinklaraščius, kitus skatina noras būti pripažintais virtualioje socialinėje erdvėje. Pateikdami asmeninę informaciją, tinklaraščių autoriai to paties tikisi ir iš kitų, ir dažniausiai tikisi, kad gražinamas informacijos kiekis ir intymumo lygis leis sėkmingai vystyti tolimesnę tarpasmeninę komunikaciją.

1.3. Privatumo definicijos kaita

Kalbos apie privatumą visada sukelia daug diskusijų, ypač jei kalbame apie naujų technologijų naudojimą, asmens duomenų pateikimą įvairiose interneto tarnybose bei tinklalapiuose. Tačiau šiame darbe daugiau pateikiama pati privatumo samprata, nekalbant apie asmens duomenis, kuriuos prašo suvesti socialinių tinklo tinklapių registravimo formos. Kalbama apie asmeninio gyvenimo faktus, kuriuos tinklaraščių autoriai publikuoja savo noru nieko neverčiami, kadangi siekiame iširti, kaip suprantamas privatumas. Privatumas dažnai internete siejamas su anonimiškumu.

Kaip pastebi daugelis tyrėjų (pvz. Lahlou, 2008), vartotojams rūpi jų privatumas. Tačiau jie nesima tinkamų priemonių savo asmeniniam gyvenimui apsaugoti. Daug vartotojų nesusimąstydami pateikia savo kreditinės kortelės duomenis internete, pildo įvairias apklausos anketas, pateikdami asmeninius duomenis.

Pasak Paine Schofield ir Joinson (2008), ilgą laiką bandoma apibrėžti privatumo sąvoką. Teisiniu požiūriu privatumas suprantamas kaip „teisė būti vienišam“. Kiti prieštarauja, teigdami, kad privatumas yra tik teisė riboti savo asmeninio gyvenimo paviešinimą. Tradiciškai privatumas yra suvokiamas kaip socialinis pasitraukimas ar užsisklendimas (t.y. žmonių vengimas) (Palen, Dourish, 2003).

Privatumo problema žmonijai aktuali jau seniai ir iki interneto paplitimo. Kaip privatumas gali būti valdomas, kas įtakoja, kaip žmonės supranta privatumą, nagrinėja daugelis tyrinėtojų. Pavyzdžiui, Altman (1975), privatumo reguliavimo teorijos kūrėjas, suvokia privatumą kaip ne statinį, bet dinaminį procesą, kuomet vyksta selektyvi buvimo su kitais ar vienam kontrolė. Ši teorija nagrinėja savęs atvirumą (*openness*) ir uždarumą (*closeness*) kitų atžvilgiu kaip norimą privatumo lygį (t.y. tobulą kontakto lygį tam tikru metu), kuris keičiasi iš atviro į uždara, priklausomai nuo individualių ir kultūrinių skirtumų, bei nuo aplinkybių. Kultūrinius skirtumus pastebi ir kiti tyrinėtojai, remdamiesi palyginamaisiais tyrimais skirtingose kultūrose, bei mano, kad privatumo sąvokos gali kisti, priklausomai nuo esamo supratimo.

Dar daugiau, abu pagrindiniai privatumo apibrėžimai: „teisė likti vienam“ ir „teisė kontroliuoti savo asmeninę informaciją“, yra tiesiog skirtingos interpretacijos, atsiremiančios į skirtingą kultūrinį kontekstą. Vakaruose tai suprantama kaip „privataus“ ir „viešo“ supriešinimas, kai tuo tarpu Japonijoje „privatumo invazija“ priklauso masinių informacijos priemonių, ir dalinai, spaudos sričiai.

Tai reiškia, kad japonai nesutapatina elektroninės erdvės su masinėmis informavimo priemonėmis, nors ir siekiama „užgrobti“ elektroninę erdvę, tuo sudarant įspūdį vartotojams, kad tai yra tik kitoks informacijos gavimo (bet ne apsikeitimo) kanalas. Vartotojai turi likti pasyvūs ar bent priklausomi nuo siuntėjo taip, kaip ir buvo praeityje. Nieko nėra pavojingiau masinės informavimo priemonėms už galimybę vartotojams ar gavėjams tapti siuntėjais (Capurro, 2005).

Tačiau reikia pastebėti, kad atvirumas ir uždarumas daugiau tinka tiesioginiam bendravimui, kada individai realiuoju laiku gali keisti savo privatumo lygį, atsižvelgiant į tai kokia yra pašnekovo reakcija į jo pateikiamą informaciją. Bendraujant kompiuterio pagalba, individas realiai visada yra vienas ir gali bet kada nutraukti kontaktą, jei tik jam pasirodys, kad jo privatumo lygis pasikeitė jam nenorima linkme.

Štai Altman (1975) teigia, kad privatumo valdymo tikslas yra pasiekti optimalų privatumo lygį (t.y. tobulą socialinės sąveikos lygį). Vykstant optimizavimo procesui, žmonės deda visas pastangas, kad suderintų pasiektą privatumą (*achieved privacy*) (t.y. dabartinį kontakto lygį) su norimu privatumu (*desired privacy*). Pasiekę optimalų privatumo lygį, individai patiria norimą vienatvę, kai nori būti vieni, arba džiaugiasi norimu socialiniu kontaktu, kaip nori būti su kitais žmonėmis. Jei dabartinis privatumo lygis yra didesnis negu norimas, mes jaučiamės vieniši ar izoliuoti, o jei dabartinis privatumo lygis yra mažesnis negu norimas, jaučiame susierzinimą dėl pernelyg didelio žmonių skaičiaus aplink mus (Kaya, Weber, 2003).

Tuo tarpu Boyd (2008) apibrėžia privatumą, kaip jausmą kontroliuoti informaciją nustatytame kontekste ir suteikti skaitytojams priėjimą prie jos. Informacija nėra privati, nes niekas jos nežino; ji tampa privati tik tada, kai ji ribojama ir kontroliuojama. Paslaptis galima laikyti esant labiausia privačia socialine informacija, nes išlaikyti paslaptį yra sunkiau nei ją atskleisti. Klausimas išlieka atviras: ar visuomenė nori išlaikyti privatumą?

Nepaisant to, kad Altman (1975) sukūrė savo teoriją gerokai anksčiau negu atsirado internetas, tačiau atsiradus informacinėms technologijoms, privatumas persikėlė į virtualią aplinką, t.y. naują kontekstą, todėl naujausiuose tyrimuose (pvz., Joinson, Paine, 2006) buvo naudojama ši teorija, nagrinėjant privatumo fenomeną internete. Taip pat Altman'o teorija paskatino kitus tyrėjus (pvz., Petronio, 2002) gilintis į savęs paviešinimą ir privatumo valdymą internete.

Žmonės yra susirūpinę dėl privatumo, nes būkštauja, kad skaitmeninės sistemos, kurias jie naudoja kiekvieną dieną, gali turėti neigiamos įtakos jų gyvenime. Lahlou (2008) teigia, kad vartotojų

mobiliesiems telefonams gali būti stebimi, elektroniniai laišakai skaitomi, o duomenys, palikti interneto tarnybose, panaudojami nepageidautinai reklamai. Toks susirūpinimas yra teisėtas, nes informacijos ir komunikacijos technologijos bei interneto prieigos sklaida įgalina nuolatinį asmeninio gyvenimo stebėjimą.

Mokslinėje literatūroje tyrinėtojai bando naujai pažvelgti į privatumo koncepciją, pateikdami naujas privatumo vizijas, diskutuodami ir sukurdami naujas sampratas. Štai, pavyzdžiui, Palen ir Dourish (2003), remdamiesi įvairių atvejų analize, siūlo suvokti privatumą kaip „derybines ribas“.

Taigi dabartinė privatumo koncepcijos yra grindžiamos šiuolaikiniu supratimu, taip, kaip šis supratimas vystėsi kartu su spaudos technologija. Nors teisė į privatumą tapo svarbia socialine vertybe, norint užtikrinti individo kontrolę ir autonomiją, ši teisė yra „duota“ ir „suteikiama“ norint apriboti ir kontroliuoti tam tikras, žinomas, duomenų rūšis bei apsaugoti savo privatumą nuo tam išorinių jėgų, kurios gali suprantamos kaip potencialūs pavojai. Individo teisė „būti vienišam“ dažnai yra suprantama kaip prigimtinė ir veiksmi, kurie įtakoja jo „atvirumą“ ir „uždarumą“ gali būti suprantami kaip noras atimti iš jo teisę kontroliuoti informaciją apie save. Tuo pačiu privatumas gali būti suprantamas kaip būdas sumažinti socialinę kontrolę ir padidinti individualias galias, ką galime pastebėti esant komunikacijai internete, kur individas visada gali kontroliuoti ką ir kaip pateikia viešumoje. Taip pat privatumo suvokimas priklauso nuo žmogaus individualios patirties ir kultūrinio konteksto.

Todėl toliau kalbėsime apie tai, kaip privatumas gali būti kontroliuojamas tinklaraščiuose.

1.3.1. Privatumo kontrolė tinklaraščiuose

Atliekami moksliniai tyrimai apie savęs paviešinimo problemą tinklaraščiuose, suponuoja mintį, kad privatumas tamptariai susijęs su savęs paviešinimu, tačiau turi atvirkštinę priklausomybę: kuo daugiau asmeninių gyvenimo detalių paviešinama, tuo mažiau lieka vietos privatumui. Kaip jau minėta skyriuje apie savęs paviešinimą, tinklaraščių autoriai pateikia daugiau asmeninės informacijos, idant galėtų sėkmingai vystyti asmeninius santykius, bei tikėdamiesi gauti iš kitų tiek pat ir tokio pat lygio informacijos.

Boyd (2008) iškelia mintį, kad dauguma žmonių turi vujeristo [angl. *voyeur* - žmogus, patiriantis malonumą žiūrėdamas erotines, kančios ir pan. scenas] bruožų ir jiems įdomu sužinoti kitų asmeninio gyvenimo detales, vien dėl to, kad jie tai gali padaryti. Autorius teigia: „Biologinės programos verčia mus tikėti, kad individai, kurie dalijasi asmenine informacija, mumis pasitiki“. Realiame gyvenime žmonių tarpusavio pasitikėjimo santykiai yra grindžiami abipusiu žinojimu apie vienas kito gyvenimą. Žmonės pasakoja vieni kitiems apie savo šeimą, svajones, dalijasi išgyvenimais. Tuo jie siekia socialinės ir emocinės paramos.

Manoma, kad privatumas tinkle yra dinaminis, dialektinis derybų procesas, nulemtas žmonių lūkesčių ir jų turimos patirties ir tų, su kuriais sąveikaujama. Teigiama, kad šie derybų procesai fundamentaliai priklauso nuo žmonių, kontroliuojančių savo informaciją ir nuo konteksto, kur ši informacija yra pateikiama. Kiek informacijos kontroliuoja tinklaraščių autoriai, kurią jie pateikia savo puslapiuose? Panašu, kad daugelis tinklaraštininkų tik nežymia dalimi arba išvis nekontroliuoja tų, kurie skaito jų tinklaraščių įrašus.

Hodkinson ir Lincoln (2008) vadina tinklaraščius virtualiais miegamaisiais, turėdami omenyje tai, kad internetinių dienoraščių autoriai jaučiasi valdantys ir kontroliuojantys tą erdvę, kurioje rašo, taip, kaip jaučiasi kontroliuojantys fizinę savo miegamojo aplinką. Tačiau ar iš tikrųjų žmonės valdo tą virtualų miegamąjį?

Nustatyta, kad tinklaraščio turinys, skirtas tik sau ar draugams, gali tapti atleidimo iš darbo priežastimi. Norėdami išvengti skirtingų gyvenimo sferų susidūrimų ir apsaugoti asmeninį privatumą, daugelis tinklaraščių autorių naudoja pseudonimus, idant atskirtų savo realų gyvenimą nuo minčių, reiškiamų internete. Pasak Lenhart (2006), daugiau nei pusė (55%) apklaustų tinklaraštininkų naudoja pseudonimus arba netikrus vardus, kai tuo tarpu 43% sakosi naudojantys savo tikrus vardus.

Šiuolaikinėje visuomenėje asmeniniai duomenys yra suvokiami kaip kažkas ilgalaikio, kas turi būti saugoma, nepriklausomai nuo diskurso, kuriame jie gali būti naudojami. Vienas iš šios apsaugos pagrindinių principų yra vartotojo sutikimas. Tačiau naujos skaitmeninės technologijos sudarė galimybę sukurti daug skirtingų (skaitmeninių) tapatybių ir sąsajų. Tampa vis sunkiau nustatyti, kokie „asmeniniai“ duomenys ir kokioje situacijoje turi būti apsaugoti. Žmonės patampa įtinklintais individualiais (Capurro, 2005). Kaip matome, problema tampa ne tik individo „teisė likti vienišam“, bet ir tampa neaišku, kur ir kaip ši teisė gali būti įgyvendinta, nes jo veiklos rezultatai virtualioje erdvėje gali išlikti ilgą laiką, ir tam įtakos turi ne tik pats žmogus.

Šiame kontekste, privatumas yra gebėjimas kontroliuoti informaciją apie save, kas ir kaip yra fiksuojama, ir kaip tai gali būti panaudojama. Egzistuoja trys pagrindiniai veikėjai, galintys pažeisti individų privatumą: vyriausybė, verslas ir darbdaviai. Vyriausybei reikalinga individuali informacija, kad galėtų planuoti infrastruktūrą, švietimą, taip pat diegiant teisinę sistemą. Verslas gali rinkti informaciją apie vartotojus, kad galėtų tiksliau nustatyti tikslines auditorijas ir vartotojų poreikius. Darbdaviai stebi darbuotojus, idant užtikrintų darbo našumą ir atitikimą įmonės politikoms (Bhasin, 2006). Be jokios abejonės, visi šie subjektai turi teisėtus poreikius rinkti ir kaupti asmeninius duomenis, bet dažnai jų vykdoma praktika pažeidžia privatumą. Net jei ir asmeniniai duomenys yra pateikiami gera valia, tačiau privatumas gali būti pažeistas vien todėl, kad piliečiai neturi galimybės kontroliuoti kaip panaudojama informacija (Joinson, 2008).

Iš kitos pusės, žmonėms atrodo, kad per daug organizacijų fiksuoja ir saugo jų asmeninius duomenis ir stengiasi sumažinti apie juos kaupiamų duomenų kiekį, ypač jei turėjo tokios patirties, kai asmeninė informacija galėjo būti panaudota prieš juos pačius, pvz., įsidarbinant darbdavys gali susidaryti nuomonę apie būsimą darbuotoją iš jo tinklaraščio.

Pasak Altmano (1975), jei individai efektyviai kontroliuoja savęs atvirumą ir uždarumą kitų atžvilgiu (t.y. pasidaro daugiau ar mažiau prieinami/pasiekiami kitiems), jie geriau funkcionuoja visuomenėje negu tie, kad privatumą kontroliuoja ne taip sėkmingai. Tam, kad sėkmingai valdytų savo privatumą (t.y. socialinę sąveiką), žmonės turi naudoti įvairius elgesio mechanizmus, tokius kaip verbalinis ar neverbalinis elgesys, bei teritorinės ir asmeninės erdvės mechanizmus. Derindami šias elgesio technikas, galime efektyviai komunikuoti savo norimą privatumo lygį kitiems tam, kad pasiektume optimalų privatumo lygį.

Dauguma žmonių mano turintys teisę kontroliuoti prieigą prie asmeninės informacijos apie save. Petronio (2002) pažymi, jog dalinimasis informacija perkelia ją iš individualaus privatumo ribų

prie kolektyvinio privatumo ribų. Kalbant apie tinklaraščių autorius, galima sakyti, jog informacijos, kuri yra paviešinama, bendrasavininkiais tampa visi, kas turi priėjimą prie jos. Kadangi tinklaraščių autoriai mano, kad turi kontroliuoti informaciją, kurią paviešina, jie stengiasi užsitikrinti tą kontrolę, nustatydami informacijos platinimo sąlygas. Derybos dėl sąlygų leidžia koordinuoti tuos, kurie yra susiję su privatumo ribomis.

Atsižvelgiant į aukščiau išdėstytą medžiagą, pateikiamą tyrimuose ir mokslinėje literatūroje, galima daryti išvadą, kad individai siekia derybų būdu kontroliuoti informaciją, kurią jie patys paviešina, taip pat kontroliuoti priėjimą prie jos ir nustatyti tas privatumo ribas, kurios jiems būtų priimtinos. Tačiau tinklaraščių autoriai negali kontroliuoti visos informacijos, kadangi pateikiama informacija yra fragmentuota, o taip pat negali kontroliuoti skaitytojų ir jų reakcijos, kadangi pastarieji turi savo susiformuotą privatumo suvokimą.

1.3.2. Informacijos privatumas ir privatumo suvokimo atskirtis

Globali informacinė erdvė, kurios dalimi yra ir tinklaraščiai įtakoja kaip individai suvokia informacijos kontrolę, bei pačią informaciją, kas sąlygoja privatumo suvokimą. Vieni individai laisvai gali paviešinti savo asmeninę informaciją, kiti – prisidengę pseudonimais ir slapyvardžiais, apsiriboti tik sausų faktų išdėstymu, kruopščiai slėpdami, jų manymu, jautrią informaciją.

Grudin (2001) „kontrolės praradimą“ įvardija kaip aiškiai nustatyto veiksmo nuolatinę eroziją. „Mes prarandame kontrolę ir žinias apie mūsų veiksmų pasekmes, nes viskas, ką mes darome, yra skaitmenizuojama, ir tai gali atsirasti bet kur ir bet kada ateityje. Nebekontroliuojame prieigos prie visko, ką mes paviešiname.“ Tas pats gali būti taikytina ir tinklaraščiams. Jei tinklaraščių autorių sukuriama aplinka suprantama kaip intymi, izoliuota erdvė, o daugelis būtent supranta tai esant „jų“ erdve, tai jiems neateina į galvą tai, kad paskelbus savo mintis internete, šios automatiškai tampa viešos, fragmentuotos aplinkos dalimi (Viégas, 2005). Tai gali sąlygoti ir tai, kad tinklaraščių autoriai ne visada suvokia pačios informacijos savybes, kurios gali turėti įtakos privatumo suvokimui.

Spark Jones (2003) išskiria keletą informacijos savybių, kurių viena yra *nematomumas* – visa sukaupta informacija atrodo esą egzistuoja nesuprantamoje sistemoje ir gali būti „nematoma“ tam asmeniui, kuriam ji priklauso. Net jei ir tokia informacija prieinama asmeniui, jis gali jos tiesiog nesuprasti dėl neaiškaus jos pateikimo. Taip pat aktualus ir informacijos *ilgaamžiškumas* – vieną kartą įrašyta informacija retai gali dingti. Išlieka smulkūs duomenys, kurie yra pastovūs, gali būti randami paieškos robotų, o taip egzistuoja sofistikuoti, nebrangūs duomenų apdorojimo įrankiai, galintys analizuoti tokią informaciją. Tinklaraštis yra globalios visuomenės produktas, todėl neturi nustatytų ribų, ir gali būti pasiekiamas iš bet kurios pasaulio vietos, turint interneto prieigą. Todėl dar viena svarbia informacijos savybe galėtume įvardinti *atokumą* – surinkta informacija tiek fiziškai tiek logiškai yra toli nuo vartotojų, kuriems ji priklauso. Tačiau tokia informacija gali būti pasiekama žmonių, kurių vartotojas nepažįsta.

Nors vyksta daug diskusijų apie skaitmeninę atskirtį, t.y. sparčiai besivystančios technologijos didina visuomenės narių atskirtį tarp tų, kurie naudoja šias technologijas, ir tų, kurie nesinaudoja („*have*“, „*have-nots*“). Tačiau ši problema susijusi ne tik su tradicinėmis kategorijomis, tokiomis kaip socialinė klasė, profesija, išsilavinimas ir pan. Žmonės, kurie turi panašų išsilavinimą ir patirtį savo srityje gali būti skirtingose pozicijose, priklausomai nuo to, kiek jie yra informatyviai sąmoningi (*aware*) apie privatumo klausimą. Sąmoningumo laipsnis, kuriuo remiantis individas sąveikauja,

pateikdamas savo ir gaudamas išorinę informaciją, priklauso nuo jo paties asmeninių savybių ir individualių skirtumų. Ši privatumo spraga, esant panašioms socialinėms situacijoms gali būti ne tokia akivaizdi, tačiau gali turėti didesnę įtaką nei skaitmeninė atskirtis. Privatumo sąmoningumo ir žinių individualūs skirtumai galėjo egzistuoti ir anksčiau, iki atsirandant kompiuteriams ir naujoms technologijoms, tačiau greitai kintanti informacinė aplinka tik išryškino šiuos skirtumus (Woo, 2006).

Nors naujos technologijos pateikia naujų ir paprastesnių būdų pateikti asmeninę informaciją, bandymai kontroliuoti asmeninės informacijos srautą įstatymais ir taisyklėmis, yra papildomi sutartimis grįstais būdais, kurie suteikia individams galimybę rinktis pateikti asmeninę informaciją ar ne. Šios galimybės tik paskatins privatumo atskirtį, nes sutikimas pateikti informaciją gali būti skirtingai suprantamas skirtingų žmonių. Kai kurie žmonės apgalvos apie visas jų veiksmų galimybes ir pasekmes, kitiems mažiau rūpi ir jie nesusimąsto kaip jų sutikimas gali įtakoti jų gyvenimą ateityje.

Kai kurie tyrinėtojai, nagrinėdami privatumo problemą internete, remiasi Komunikacijos privatumo valdymo teorija, sukurta Petronio (2002). Ši teorija, kuri tinkama tinklaraščiams, grindžiama ribų turbulencijos (*boundary turbulence*) principu, kuomet derybos nevyksta, t.y. žmonės neteisingai supranta, ko iš jų tikimasi, arba pažeidžia susitarimą. Idealiu atveju tinklaraštininkas aktyviai derasi su tais, kurie gali tapti informacijos bendrasavininkiais. Minėta teorija leidžia įvertinti, kiek tinklaraščio autorius tikisi, kad bus laikomasi jo nustatytų privatumo taisyklių, ir pateikia teorinį mechanizmą, paaiškinantį situacijas, kurių metu nėra deramasi dėl taisyklių.

Asmeniniai skirtumai gali reikšti galimybę peržiūrėti tradicines ribas ir apribojimus, t.y. amžius, socialinis sluoksnis, išsilavinimas, kas atrodė turint didelės įtakos, kalbant apie privatumo ar kitus socialinius klausimus. Tai gali sąlygoti, kad asmenys, turintys žemesnį formalųjį išsilavinimą ar priklausantys žemesniam socialiniam sluoksniui, gali pasiekti aukštesnį privatumo sąmoningumą, esant tinkamam privatumo klausimo ugdymui ir asmeniniam susidomėjimui.

Taigi nors pateikiant asmeninę informaciją yra realus pasirinkimas, ir pasirinkimas praktine prasme priklauso nuo vartotojo sąmoningumo ir žinių apie privatumą naudojant tinklus. Šia prasme, privatumo atskirtis ar skirtumas tarp individų turi didesnę įtaką privatumo režimo efektyvumui tarp įvairių veikėjų tinkle (Woo, 2006).

Metzger (2007) atlikto tyrimo metu, kuriame buvo remiamasi aukščiau minėta teorija, nustatė, kad vykstant tarpasmeninei komunikacijai, žmonės linkę nuslėpti jautrią asmeninę informaciją.

Individai sukuria kolektyviai konstruojamas ir bendrai priimamas privatumo taisykles

derėdamiesi dėl trijų pagrindinių dalykų: pralaidumo (*permeability*), nuosavybės (*ownership*) ir glaudžių ryšių (*linkage*) (Petronio, 2002).

Pralaidumas (*permeability*). Pirmasis privatumą koordinuojantis procesas yra pralaidumas, arba, kitaip tariant, savęs paviešinimo plotis (*breadth*), gylis (*depth*) ir kiekis (*amount*). Tai siejasi su Altmano (1975) privatumo „atvirumu“ ir „uždarumu“, kai individas sprendžia, kiek ir kokios informacijos nori pateikti. Paprastai kai žmonės nori kontroliuoti didelį kiekį privačios informacijos, jie sukuria griežtas ribas, kurios sumažina informacijos nutekėjimo galimybę, arba kuria labai mažo pralaidumo galimybės ribas. Jei individai mažai jaudinasi dėl informacijos kontrolės, jie pasižymi aukštu pralaidumo laipsniu (Petronio, 2002). Didesnės ar mažesnės informacijos kontrolės pasirinkimas dažnai priklauso nuo būtinybės, tikslų ar asmeninių poreikių (Reiersen, 2007).

Tam tikros temos vengimas taip pat byloja apie ribos pralaidumo suvaržymus (Caughlin, Afifi, 2004). Tinklaraščių autoriai gali reguliuoti privatumą vengdami tam tikrų temų, net tuomet kai kiti iškelia šias temas bendraudami su jais. Pralaidumo taisyklės strategijos pasireiškia ir tada, kai tinklaraščio autorius su savo skaitytojais dalinasi labai intymiomis ir privačiomis paslaptimis.

Nuosavybė (*ownership*). Nuosavybės sąvoka apibrėžia, kas turi priėjimą prie informacijos ir kiek informacijos jie gali paviešinti kitiems, pvz., tėvams ar draugams (Petronio, 2002). Nuosavybės taisyklės, kuriomis yra vadovaujama, geriausiai matomos tuomet, kai yra pažeidžiamos (pvz., ribų turbulencijos atveju). Kai įvyksta ribų turbulencija, visi su tuo susiję individai suvokia, kad privalo pasikeisti ar pertvarkyti jų privatumo taisykles, kad apsisaugotų nuo nepageidaujamo kitų žmonių įsibrovimo, kurie neleistinai gavo prieigą prie tam tikrų duomenų. Pvz., paauglys gali sužinoti, kad jo tėvai turi priėjimą prie jo tinklaraščio, pasinaudodami specialia stebėjimo ir kontrolės programa. Tai siejasi ir informacijos savybe, kurią mini ir Spark-Jones (2003) - *prieinamumu* – egzistuoja daugybė įrankių, leidžiančių pasiekti sukauptą informaciją, o reiškia galimybę daugybei žmonių ją sužinoti. Kaip lengvai informacija gali būti kopijuojama, perduodama, integruota ir dauginama elektroniniu būdu, reiškia tik didėjančią galimybę ją pasiekti.

Child et al. (2008) atlikto tyrimo metu buvo išskirtas faktorius, kuris leidžia išmatuoti šio modelio nuosavybės komponentą. Tai leidžia apibrėžti, kaip tinklaraštininkai supranta nuosavybės ribų sąvoką (žr. lentelę 1).

1 lentelė. Tinklaraščio nuosavybės faktorius (Child et al. 2007)

Tinklaraščio ribų nuosavybė	
Klausimai	Reikšmė
1. Ribuju asmeninę informaciją savo tinklaraštyje.	0.698
2. Naudoju sutrumpinimus ar inicialus, jei kalbu apie jautrią informaciją, todėl kiti negali daug sužinoti apie mano asmeninius dalykus.	0.640
3. Jei man atrodo, kad patalpinta informacija yra per daug privati, galiu ją ištrinti.	0.613
4. Paprastai vengiu kalbėti apie nesenus įvykius, nes žmonės gali suprasti apie ką eina kalba.	0.505
5. Nerašau tinklaraštyje tam tikromis temomis, nes nežinau kas gali mane skaityti.	0.463
6. Jei matau kažkieno paviešintas asmenines detales, tai įpareigoja mane niekam nepasakoti šios informacijos.	0,445

Kalbant apie nuosavybės sąvoką, svarbu turėti omeny, kaip tinklaraščių autoriai suvokia tą nuosavybę, kuomet sprendžia, ką paviešinti tinklaraštyje. Kurdami tinklaraštį, žmonės keičia privatumo nustatymus pasinaudodami internetinio puslapio teikiamomis kontrolės galimybėmis. Vertinant, kiek žmonės naudoja šias galimybes, galima įvertinti nuosavybės parametro lygį. Kai kurie tinklaraštininkai labai lengvai dalina kitiems žmonėms teises prieiti prie slaptos informacijos (Lenhart, Madden, 2005). Tuo tarpu kiti autoriai griežtai apibrėžia informacijos skelbimo ir panaudojimo taisykles.

Taip pat tyrinėtai atkreipia dėmesį į tai, kaip tinklaraščių autoriai bendrauja tarpusavyje: ar jie talpina nuorodas į kitus tinklaraščius, mini savo įrašuose kitų autorių straipsnius, su nuorodomis į juos, taip pat autorius sprendžia kokie įrašai ir kaip gali tapti prieinami konkreitiems žmonėms. Petronio (2002) įvardija tai, kaip „glaudžius ryšius“ (*linkage*). Glaudžių ryšių sąvoka reiškia, kad kitiems yra suteikiamas leidimas tapti privačios informacijos bendrasavininkiais. Kai individas tampa bendrasavininkiu, iš jo tikimasi informacijos saugojimo.

Joinson et al. (2006) grįsdami savo teiginius apie privatumo suvokimą, remiasi JAV atlikta telefonine apklausa, kurioje nuo 1995 iki 2003 metų buvo apklausta daugiau nei 1000 JAV gyventojų. Ši apklausa sudaryta pagal apklausų bendrovės Harris and Associates Inc. ir Westin (1998) sukurta privatumo segmentacija, kurios pagalba respondentai skirstomi į tris skirtingas

kategorijas, priklausomai nuo jų privatumo suvokimo lygio. Remiantis atsakymais yra išskiriamos trys grupės:

- *Privatumo fundamentalistai*, kurie privatumą suvokia kaip didelę vertybę;
- *Privatumo pragmatikai*, kuriems privatumas yra svarbus, tačiau tam tikromis aplinkybėmis gali atsisakyti privatumo, kad būtų apsaugoti nuo piktnaudžiavimo informacija; bei
- *Abejingi privatumui*, kuriems visiškai nesvarbu, kaip kiti žmonės ar organizacijos gali naudoti duomenis apie juos.

Nors tyrimas ir nėra visai tikslus, kadangi respondentams pateikiami tik trys klausimai, tačiau tai aiškiai nurodo, kad egzistuoja ne tik skaitmeninė, bet paties privatumo atskirtis. Žinoma, visuomenėje negali būti vienos nuomonės, tačiau spartus technologijų vystymasis bei skaitmenizacija įtakoja žmonių privatumo suvokimą.

Apibendrinant galima daryti išvadą, kad įtakos tinklaraščių autorių privatumo suvokimui turi ne tik pačios informacijos savybės, kurios sąlygoja tai, kad autoriai įsivaizduoja rašantys tam tikroje savo susikurtoje erdvėje, tačiau ši erdvė yra pasiekama visiems interneto vartotojams, gali būti prieinama ilgą laiką ir nėra vizualiai matoma tinklaraščio autoriui, kad jis galėtų suvokti, kiek ir kokios informacijos jis paviešina. Pati informacija nėra apčiuopiama ir matoma, ji egzistuoja „kažkur“, o tinklaraščių autoriai, rašydami savo tinklaraščius, dažnai nesuvokia, kad paskelbta asmeninė informacija gali būti pasiekama daugeliui žmonių. Aukščiau minėtieji trys procesai padeda nustatyti privatumo valdymo parametrus, kurie yra apibūdinami kaip savotiška pusiausvyra tarp atvirumo ir uždarumo. Žmonės nori kontroliuoti savo privačią informaciją, tačiau iš kitos pusės, jie nori suteikti kitiems prieigą prie jos. Taip pat galima manyti, kad dėl esamų informacijos savybių bei susiformavusio kiekvieno žmogaus individualaus privatumo suvokimo, tinklaraščių autoriai privatumą suvokia skirtingai, o susidaręs skirtumas arba, kitaip tariant, privatumo suvokimo atskirtis, gali įtakoti savęs paviešinimo lygį, o tai savo ruožtu įtakoja ir patį tinklaraščio turinį.

1.3.3. Anonimiškumas tinklaraščiuose

Kalbant apie privatumą, reikia paminėti ir anonimiškumą, nes dažnai privatumas suprantamas kaip galimybė internete likti anonimu, o tai reiškia neatskleisti jokios informacijos apie save arba turėti galimybę pateikti sąmoningai iškraipyta, netikslia informacija. Tai suteikia savotišką pranašumą prieš tinklaraščio skaitytojus, kurie gali būti identifikuojami tik tuo atveju jei prisistato savo tikru vardu, bet dažniausiai yra identifikuojami tik po ilgesnio bendravimo su autoriumi.

Tinklaraščio skaitytojai, arba kitaip tariant, tikslinė auditorija, yra susijusi su tuo, kiek autoriai leidžia sau būti anonimiškais. Qian ir Scott (2007) atliktame tinklaraščių autorių tyrime, dauguma rašančiųjų jaučiasi labiau identifikuojami, jei juos skaito žmonės, pažįstantys juos realiame gyvenime. Tuo pačiu, tikslinė auditorija įtakoja ir rašomo tinklaraščio turinį – jei tinklaraščio įrašai daugiausia skirti artimiesiems ir draugams, tada siekiama daugiau save identifikuoti ir sulaukti savo idėjų pripažinimo iš tų žmonių, kurių nuomonė autoriams atrodo esanti svarbi. Blogiausiu atveju, tinklaraščio autorius gali apriboti priėjimą visiems, išskyrus save, taip paversdamas tinklaraštį tiesiog savo asmeniniu elektroniniu dienoraščiu.

Komunikacija internete yra charakterizuojama kaip „hypersonali“ dėl savo anonimiškumo (Nowak et al., 2005). Tai reiškia, kad dėl vizualinio kontakto trūkumo žmonės gali pristatyti save selektyviai, idant sudarytų geresnį įspūdį.

Tiek virtualiame, tiek realiame bendravime anonimiškumas gali būti arba vizualus arba diskursyvus (Scott, 2004). Vizualus anonimiškumas įmanomas tokiomis sąlygomis, kai pranešimo šaltinio fiziškai negalima nustatyti, o diskursyvus – kai negalima nustatyti verbalinės komunikacijos šaltinio. Esant bendravimo internetu komunikacijai, vizualinis anonimiškumas reiškia bet koki vizualinio atvaizdavimo nebuvimą, pvz., paveikslėliai ar vaizdo klipai (Barreto, Ellemers, 2002). Diskursyvus anonimiškumas yra labiau komplikotas, nes pats jau rašymas gali atskleisti pranešimo šaltinį ir virtualioje aplinkoje žmonės paprastai jaučiasi anonimiški, jei nėra pateikiama jų asmeninė informacija (vardas, elektroninio pašto adresas, gyvenamoji vieta ir pan.).

Anonimiškumas nėra dichotomiškas – jis gali būti įvairus (Scott, 2004). Kai kurios žinios apie asmenį, pvz., tikras vardas ir adresas, gali padėti identifikuoti asmenį, kai tuo tarpu socialinis statusas ar pseudonimas negali padėti nustatyti pranešimo šaltinio.

Tinklaraščių tarnybos paprastai siūlo vartotojams įvairius anonimiškumo variantus. Vartotojai gali pasirinkti, ar jis bus visiškai anonimiški, naudos pseudonimus ar tikrą vardą. Pavyzdžiui, Blogger

tinklaraščių tarnyboje iš vartotojų reikalaujama pateikti tik vartotojo vardą, elektroninio pašto adresą ir kreipinį. Tik kreipinys bus rodomas tinklaraštyje, nes jis naudojamas kaip įrašų autoriaus vardas. Tačiau vartotojai gali išvengti kreipinio, pasirinkdami pseudonimą. Kita asmeninė informacija, tokia, kaip: tikras vardas, lytis, gimimo vieta, gyvenamoji vieta, darbovietė, asmeninė interneto svetainė, yra nebūtina. Vartotojai gali patys pasirinkti, kokius asmeninius duomenis jie nori atskleisti apie save. Kitoje tinklaraščių tarnyboje – Livejournal – reikalaujama įvesti gimimo datą, tačiau ši informacija reikalinga tik vartotojo amžiui nustatyti ir viešai nėra pateikiama.

Dauguma tinklaraščių autorių nepublikuoja fotografijų, tačiau yra ir tokių, kurie nuolat įkelia fotografijas iš vartotojo realaus asmeninio gyvenimo. Kai kurie vartotojai, rašantys jautriomis temomis, gali išjungti savo profilio viešinimą, kiti gi, atvirkščiai, skelbia savo asmeninius duomenis virtualioje erdvėje.

Tapatybės maskavimas internete gali būti pasiektas naudojant neteisingą informaciją registruojantis arba naudojant kitą tapatybę. Daug žmonių slepia savo tapatybę ir daugelyje komerciškai išleistų knygų aprašoma, kaip galima nuslėpti savo tapatybę. Norėdami turėti teisę nuslėpti savo tapatybę, vartotojams turi būti suteikta teisė meluoti, bet ar pastaroji teisė gali būti pripažinta visuomenės ir įstatymų? Tapatybės slėpimas ir klastojimas, norint išlikti anonimišku virtualioje aplinkoje yra įrankis, leidžiantis apsisaugoti nuo nežinomos žalos ir netikėto įsikišimo bei reguliuoti asmeninę savo erdvės kontrolę.

Vartotojas tinkle dažnai susiduria su pasirinkimo dilema: ar atsisakyti papildomos naudos ar pateikti asmeninius duomenis, nes daugelis interneto tarnybų nesuteikia papildomų paslaugų, kol nėra pateikiama informacija. Woo (2006) teigia, kad „susidurdamas su tokiu pasirinkimu ir pateikdamas daugiau asmeninės informacijos nei pats norėtų, vartotojas nėra užtikrintas, ar ši informacija nebus panaudota kitiems tikslams, jei ji jau atsidūrė internete“. Reikia pastebėti, kad tinklaraščių autoriai dažnai nežino, kas juos skaito ir kur pateikta asmeninė informacija gali būti panaudota, o dažnai - prieš jų pačių valią.

Taigi anonimiškumą tinklaraščiuose galima vertinti kaip savotišką privatumo galimybę arba, tariant kitaip, „teisę būti neatpažintam“, ypač turint galvoje tinklaraščio skaitytojus, kurie gali būti ne tik tinklaraštininko artimieji bei draugai, bet ir darbdaviai ar kolegos. Tinklaraščių paslaugų teikėjai, prašydami užpildyti registracijos formą, savotiškai skatina individus į savęs paviešinimą, bet tuo pačiu sudaro galimybę naudotis slapyvardžiais, idant vartotojas galėtų pasirinkti norimą savęs paviešinimo ir privatumo lygį.

1.3.4. Savęs pavišinio ir privatumo suvokimo santykio modelis

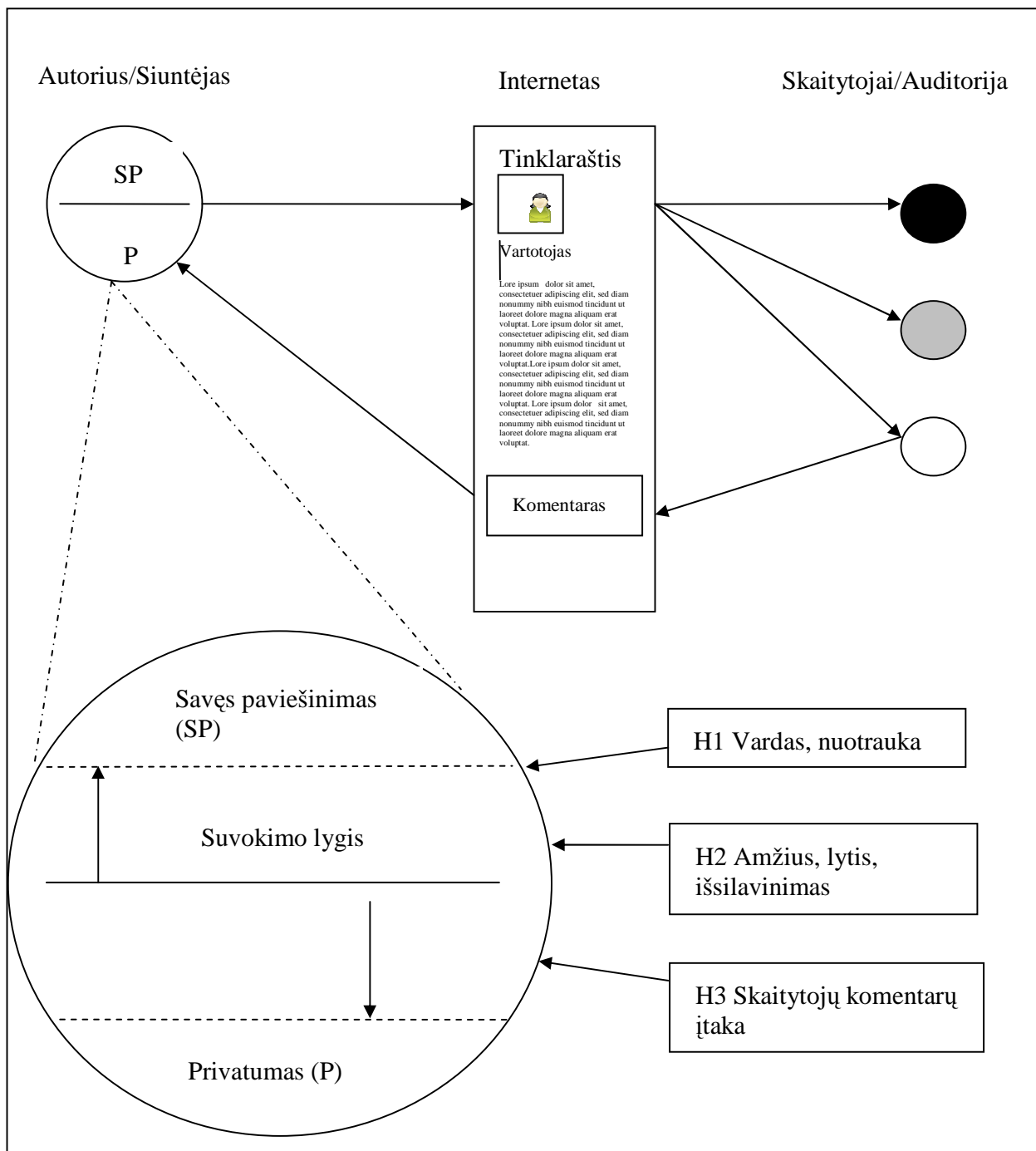
Kadangi kalbėdami apie tinklaraščius susiduriame su tarpasmenine komunikacija kompiuterio pagalba (*Computer Mediated Communication*), vertėtų pažvelgti į komunikacijos procesą savęs pavišinio ir privatumo suvokimo lygmenyje. Darbo teorinėje dalyje analizuojami moksliniai šaltiniai, kuriuose tyrėjai bando modeliuoti savęs pavišinio ir/ar privatumo suvokimo kitimą esant tarpasmeniniam bendravimui internete. Tačiau jų modeliai apsiriboja tik individų privatumo suvokimo tyrimu arba iškeltų mokslinių hipotezių įrodymu. Tiesa, ne visi autoriai iškelia uždavinius sukurti modelį. Pvz., Qian ir Scott (2007) atliktame tyrime apie tinklaraščių autorių anonimiškumą nėra pateikiamas modelis, Child et al. (2008) apsiriboja tik Petronio (2002) Komunikacijos privatumo teorijos teiginių įrodymu. Joinson et al. (2006) pateikia grafinį privatumo suvokimo modelį, kuriame privatumas siejamas su pasitikėjimu – kuo didesnis pasitikėjimas, tuo daugiau individai atskleidžia informacijos apie save. Tačiau, analizuojant mokslinius tyrimus, nepatyko aptikti modelio, kuriame savęs pavišinio ir privatumo suvokimo modelis tinklaraščiuose būtų integruojamas į bendrą komunikacijos proceso modelį.

Apžvelgus žinomus komunikacijos proceso modelius, matyti, kad susiduriame su linijiniu komunikacijos modeliu, kuriame siuntėjas, t.y. tinklaraščio autorius, perduoda tam tikrą informaciją, koduodamas ją pagal savo pavišinio ir privatumo suvokimo lygį per kanalą – tinklaraštį. Tinklaraščio auditorija, t.y. skaitytojai, gali pateikti grįžtamąjį ryšį tinklaraščio autoriui. Todėl siūlomas modelis apima tiek siuntėjo savęs pavišinio ir privatumo suvokimą, tiek komunikacijos procesą (žr. diagramą 1).

Siuntėjo (autoriaus) nustatomas savęs pavišinio ir privatumo santykis remiasi į paties siuntėjo nustatytas ribas, kurios priklauso nuo jo įgytos patirties, sociokultūrinio konteksto ir artimos aplinkos. Talpindamas tam tikrą įrašą, siuntėjas pats sprendžia, kiek asmeninės informacijos pateiks tinklaraščio įrašė.

H1. Autorius gali pasirašyti savo vardu arba naudoti tiek akivaizdžius, tiek neakivaizdžius slapyvardžius. Taip pat autorius gali įkelti savo tikras nuotraukas iš realaus gyvenimo arba pateikti jas redaguotas, pvz., slėpti veidą šešėlyje, bei nepateikti jokių nuotraukų. Autorius, pateikdamas savo pilną vardą arba/ir įkeldamas tikras nuotraukas, pavišina savo asmenį. Taigi savęs pavišiniui turi įtakos ar tinklaraščio autorius naudoja savo vardą bei pateikia savo nuotraukas iš realaus gyvenimo.

1 diagrama. Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimas komunikacijos procese



H2. Kiek ir kokios asmeninės informacijos pateikiama, priklauso nuo tinklaraščio autoriaus lyties, amžiaus bei išsilavinimo. Amžius įtakoja autoriaus patirtį, išsilavinimas – bendrą autoriaus suvokimą apie privatumą.

H3. Informacija yra pateikiama tinklaraščio skaitytojams, t.y. tikslinei auditorijai, kurią gali sudaryti artimieji, žmonės, pažįstantys autorių realiame gyvenime, bei autoriui nepažįstami skaitytojai. Tikslinė auditorija, remdamasi savo įgyta patirtimi, vertina ir interpretuoja įrašą. Kadangi tinklaraštis yra vieša interaktyvi bendravimo internete forma, vyksta asinchroninė komunikacija: publikuojamas įrašas ir, nepriklausomai nuo įrašo paskelbimo laiko, skaitytojai gali šį įrašą komentuoti. Jei tinklaraščio autoriaus įrašas nesulaukia komentarų dėl asmeninės informacijos paviešinimo, tada autoriaus savęs paviešinimo ir privatumo santykis lieka nepakitęs. Kitu atveju, po skaitytojų atgalinio ryšio, autorius, norėdamas išlaikyti tolimesnę efektyvią komunikaciją su skaitytojais, gali pakeisti ribas, lemiančias privatumo ir savęs paviešinimo santykį.

Apibendrinant, galima teigti, kad tinklaraščiai pasižymi savęs paviešinimo stiliumi, nes tokie įrašai yra skelbiami internete ir gali būti prieinami tūkstančiams žmonių. Jaunesni žmonės yra linkę atskleisti daugiau informacijos apie save, nurodydami ne tik savo vardą, gyvenamąją vietą, bet ir daug asmeninio gyvenimo detalių. Tinklaraščių paslaugų teikimo tarnybos sudaro galimybę registruotis naudojant pseudonimus, o tai savo ruožtu suteikia tinklaraščių autoriams galimybę išlikti anonimiškiems, jei jie yra linkę apsaugoti savo privatumą. Svarbu paminėti, kad didelę reikšmę turi tinklaraščio skaitytojai, t.y. auditorija: jei tinklaraščio įrašai daugiausia skirti artimiesiems ir draugams, tada siekiama daugiau save identifikuoti ir sulaukti savo idėjų pripažinimo iš tų žmonių, kurių nuomonė autoriams atrodo esanti svarbi. Bet tinklaraščio turinys gali kisti, jei jo autorius suvokia, kad įrašai gali būti pasiekiami ne tik artimiesiems ir pažįstamiems, bet ir nepažįstamiems arba darbdaviams.

2. SAVĖS PAVIEŠINIMO IR PRIVATUMO SUVOKIMO TYRIMAS

2.1. Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo tyrimo metodika

Siekiant ištirti, kaip tinklaraščių autoriai supranta savęs paviešinimą, ar savęs paviešinimas priklauso nuo tinklaraščių autorių amžiaus, lyties, išsilavinimo, bei ar skaitytojų, t.y. auditorijos, komentarai gali įtakoti autorių privatumo suvokimo lygį, buvo nuspręsta atlikti Lietuvos tinklaraščių autorių tyrimą. Remiantis kitų šalių tyrinėtojų (Qian, Child, Viegas) sukurtų metodikų pagrindais, buvo sudarytas klausimynas, kuriuo buvo siekiama įvertinti tinklaraščių autorių savęs paviešinimo ir privatumo suvokimą.

2.1.1. Tyrimo problema, objektas, tikslas, uždaviniai bei hipotezės

Tyrimo problema. Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimas tinklaraščiuose gali būti nagrinėjamas įvairiais metodais. Kitų šalių tyrinėtojai savo tyrimuose nurodo egzistuojant privatumo suvokimo problemą. Kadangi tinklaraščiai Lietuvoje yra pakankamai naujas reiškinys, iki šiol nebuvo žinoma apie atliktus tyrimus, kaip tinklaraščių autoriai suvokia savęs paviešinimą ir privatumą, o tinklaraščių skaičius nuolat didėja.

Todėl šio tyrimo tikslas yra ištirti, kaip tinklaraščių autoriai suvokia privatumą ir kaip pateikia privačią informaciją apie asmeninį gyvenimą savo internetiniame dienoraštyje. Tyrimo objektas yra tinklaraščių autorių savęs paviešinimo ir privatumo suvokimas.

Siekiant nurodyto tyrimo tikslo buvo išskelti šie uždaviniai:

1. ištirti autoriaus naudojamo vardo/pseudonimo arba naudojamos realios nuotraukos įtaką savęs paviešinimui ir privatumui;
2. ištirti, kaip savo vardo ir realios nuotraukos sąveika įtakoja savęs paviešinimo ir privatumo suvokimą;
3. nustatyti, ar autorių amžius, lytis bei išsilavinimas turi įtakos savęs paviešinimui;
4. ištirti, ar skaitytojų komentarai turi įtakos autorių privatumo suvokimui.

Todėl buvo iškeltos šios tyrimo hipotezės:

Hipotezė 1. Savęs paviešinimui įtakos turi tai, ar tinklaraščių autoriai naudoja savo pilną tikrą vardą arba savo nuotrauką.

Hipotezė 2. Privatumo suvokimui turi įtakos tinklaraščių autorių amžius, lytis ir išsilavinimas.

Hipotezė 3. Skaitytojų komentarai įtakoja tinklaraščių autorių privatumo suvokimo lygį.

2.1.2. Tyrimo tipas, užduočių ir įvertinimo būdai

Buvo taikomas kiekybinis tyrimo tipas – duomenys buvo renkami anketinės apklausos, patalpintos internete, būdu. Klausimynas buvo sukurtas remiantis užsienyje atliktų tyrimų (Child et al., 2008; Qian, Scott, 2007; Viégas, 2005) duomenimis. Anketą sudaro 26 klausimai: 3 demografiniai klausimai, 19 Likerto tipo skalės klausimų, vertinantys savęs paviešinimo ir privatumo suvokimą ir 4 klausimai, vertinantys su internetu ir tinklaraščio rašymu susijusius įpročius. Surinkti duomenys apdoroti statistine SPSS 17 programa, nustatyti klausimyno patikimumo (Cronbach Alpha = 0,577) ir validumo (0,569) rodikliai.

Buvo vertintos šios pagrindinės sritys:

- Naudojimosi internetu įpročiai (laikas, praleidžiamas internete, tinklaraščio rašymo laikas, asmeninių tinklaraščių skaičius);
- Savęs paviešinimo lygis (intymių detalių atkleidimas, teigiamų ir neigiamų jausmų reiškinys ir pan.);
- Anonimiškumas (asmeninių nuotraukų skelbimas, tikro vardo ir/ar pavardės skelbimas, suvokiamas anonimiškumas);
- Privatumo suvokimas (nerimas dėl to, kad tinklaraštį gali skaityti žmonės, pažįstantys autorių realiame gyvenime, susirūpinimas įrašų pasiekiamumu ilgą laiką, asmeninės informacijos ribojimas, įrašų trynimasis);
- Tinklaraščio skaitytojai (komentarų įtaka, komentavimas kituose tinklaraščiuose, lankomumo skatinimas).

Remiantis Qian ir Scott (2007) tyrimo rezultatais, buvo sukurta Savęs paviešinimo ir privatumo skalė, kurią sudaro 10 uždarų klausimų su Likerto tipo atsakymais:

1. Ar nerimaujate, kad Jūsų tinklaraštį gali skaityti žmonės, pažįstantys jus realiame gyvenime?
2. Ar esate anonimiškas savo tinklaraštyje?
3. Ar atskleidžiate intymias asmeninio gyvenimo detales savo tinklaraštyje?
4. Ar atskleidžiate savo šeimos gyvenimo detales tinklaraštyje?
5. Ar rūpi tai, kad dalykai, aprašomi tinklaraštyje, gali būti pasiekiami internete dar ilgą laiką?
6. Ar galite ištrinti įrašą, jei po komentaro jums pasirodys, kad per daug parašėte apie save?
7. Ar savo tinklaraštyje aprašote kažką, kas jums nepatinka?
8. Ar skaitytojų komentarai įtakoja tai, ką rašote?
9. Ar savo tinklaraštyje atvirai reiškiate savo teigiamus jausmus?
10. Jei atvirai aprašote savo asmeninį gyvenimą, ar tikitės to paties ir iš kitų tinklaraščių autorių?

Savęs paviešinimo ir privatumo skalės patikimumas yra pakankamas (Cronbach Alpha = 0,576).

2.1.3. Tyrimo dalyviai, jų atranka bei tyrimo eiga

Iš viso tyrime dalyvavo 156 respondentai (iš jų 11 dalyvavo pilotiniame tyrime ir vėliau jų rezultatai nebuvo naudojami). Suvedus rezultatus į SPSS 17 statistikos duomenų bazę, paaiškėjo, kad iš 142 respondentų 16 žm. atsakė į ne visus klausimus, todėl jų duomenys bendrame rezultate neatspindi, t.y. statistiniams rezultatams skaičiuoti buvo naudojami tik 126 respondentų atsakymai.

Detalesnę informaciją apie tyrime dalyvavusius asmenis galima rasti 2.2.1 poskyryje „Tiriamųjų demografiniai duomenys“.

Kadangi tinklaraščių autoriai savo tekstus publikuoja internete, buvo nutarta klausimyną patalpinti internete. Anketa buvo paskelbta www.apklausa.lt interneto svetainėje, skirtoje apklausų ir anketų sudarymui.

Iš pradžių buvo atliktas pilotinis tyrimas, kurio metu buvo apklausti atsitiktinai parinkti 11 respondentų. Iš gautų atsakymų paaiškėjo, kad sudarytos anketos patikimumas yra žemas (Cronbach Alpha = 0.3). Atlikus faktorinę analizę ir įvertinus vidinę klausimų koreliaciją, paaiškėjo, kad kai

kurie klausimai respondentų buvo suprantami kaip lygiaverčiai, todėl statistiniame tyrime neturėjo didelės reikšmės, todėl jie buvo pakeisti kitais.

Pateikiami pakeistų ir naujų klausimų pavyzdžius:

„Ar manote, kad Jūsų dienoraštis pasiekia savo tikslinę auditoriją?“ pakeistas klausimu „Ar buvote nustebe, kai realybėje sutiktas nepažįstamas žmogus sakėsi skaitęs Jūsų tinklaraštį?“;

„Ar savo tinklaraštyje rašote dalykus, dėl kurių slapta nerimaujate ar bijote?“ pakeistas į „Ar galite ištrinti įrašą, jei po komentaro jums pasirodys, kad per daug parašėte apie save?“;

„Ar savo tinklaraštyje išreiškiate neapykantą kažkam, ką pažįstate?“ pakeistas į „Ar skaitytojų komentarai įtakoja tai, ką rašote?“;

Taip pat buvo įkeltas papildomas klausimas „Jei atvirai aprašote savo asmeninį gyvenimą, ar tikitės to paties ir iš kitų tinklaraščių autorių?“.

Po klausimyno redakcijos, tekstas su prašymu atsakyti į klausimus ir nuoroda į anketą buvo patalpinti tinklaraščių bendruomenėje www.visiblogeriai.lt. Taip pat nuoroda į šią anketą buvo paminėta viename lankomiausių tinklaraščių Lietuvoje - www.nežinau.lt. Pastebėta, kad didžiausias respondentų skaičius buvo pasiektas tą pačią dieną po paskelbimo, vėliau aktyvumas smarkiai sumažėjo. Todėl buvo papildomai paskelbta nuoroda į klausimyną www.livejournal.com tinklaraščių tarnyboje. Rezultatų fiksavimas vyko vieną savaitę: nuo 2009-03-26 iki 2009-04-02.

Apdorojant rezultatus, į statistinę analizę nebuvo įtraukti klausimai Nr. 11 ir Nr. 25, kadangi buvo nustatyta, kad jie neigiamai įtakoja bendrą klausimyno patikimumą (žr. lent. 2)

2 lentelė. Neigiamą įtaką patikimumui turintys klausimai

	Cronbach Alpha, jei klausimas bus pašalintas
11. Ar buvote nustebe, kai realybėje sutiktas nepažįstamas žmogus sakėsi skaitęs Jūsų tinklaraštį?	0,552
25. Kas paskatino pradėti rašyti savo tinklaraštį?	0,573

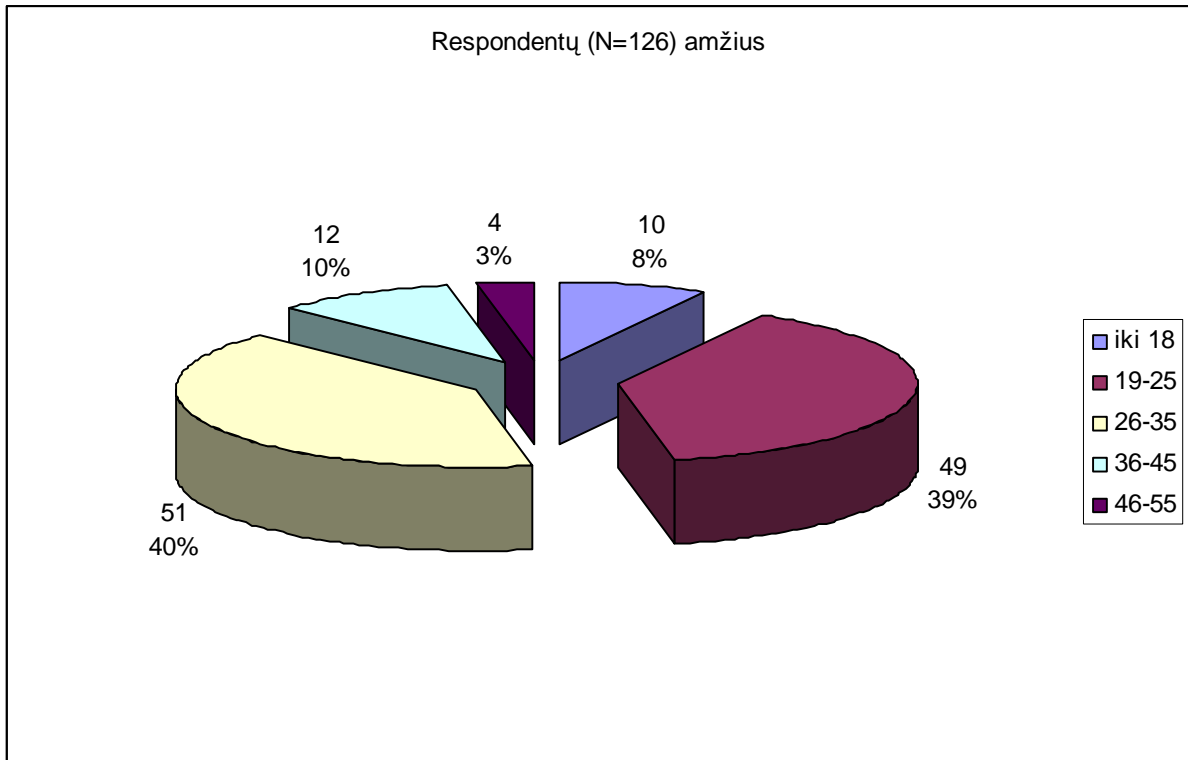
2.2. Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo tyrimo rezultatai

2.2.1. Tiriamųjų demografiniai duomenys

Iš 126 atsakiusių didžioji dalis – 78 (61,9%) nurodė esą vyriškos lyties ir 48 (38,1%) moteriškos lyties.

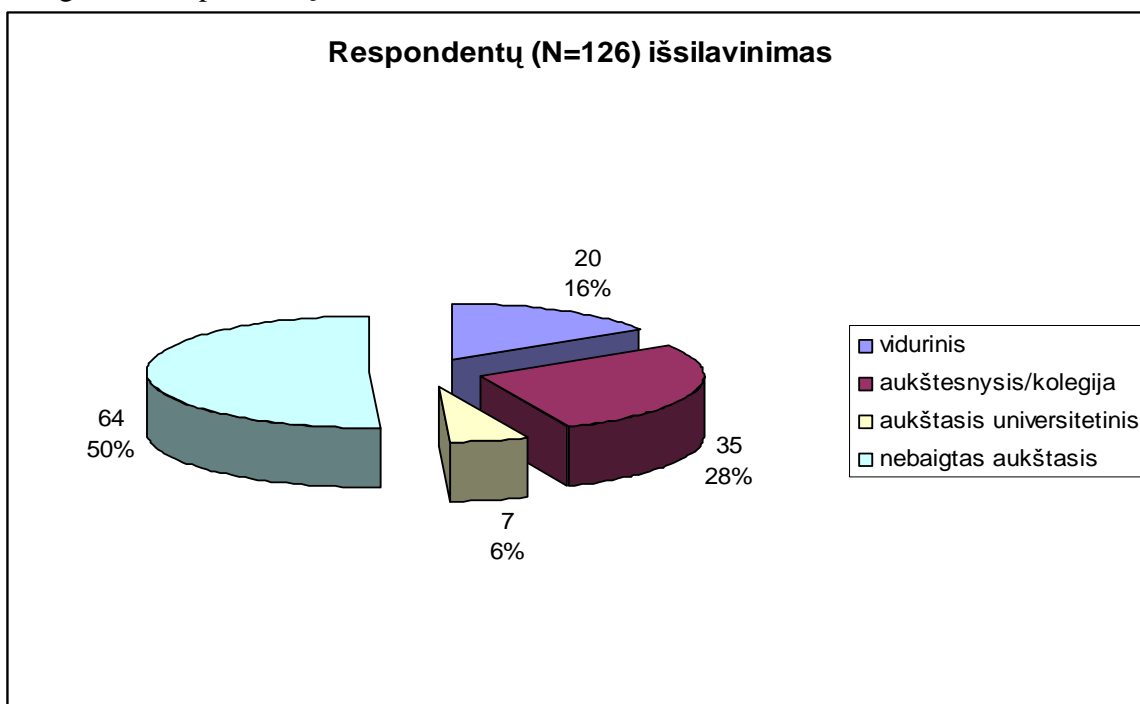
Iš apklausos matyti, kad tinklaraščių autoriai yra jauni žmonės: daugiausia buvo 26-35 metų grupės atstovų – 51 (40,5%) ir 19-25 grupės – 41 (38,9%), ir iki 18 metų – 10 (7,9%), 36-45 metų – 12 (9,5%) bei nežymi dalis vyresnio amžiaus – 4 (3,2%) (žr. 2 diagramą).

2 diagrama. Respondentų amžius



Sprendžiant iš to, kad daugiau nei pusė respondentų nurodė turintys nebaigtą aukštąjį išsilavinimą – 64 (50,8%), galima manyti, kad tai yra aukštųjų mokyklų studentai. Mažiau nei trečdalis respondentų nurodė turintys aukštesnįjį išsilavinimą – 35 (27,8%), taip pat baigtą vidurinį – 20 (15,9%) ir nežymi dalis, turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą – 7 (5,6%) (3 diagrama).

3 diagrama. Respondentų išsilavinimas



2.2.2 Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo klausimyno faktoriinė analizė

Siekiant išskirti, kokios temos apjungia anketos klausimus, buvo atlikta faktoriinė analizė. KMO testo rezultatas yra 0,569, Bartlett sferiškumo testo rezultatas taipogi leidžia taikyti faktoriinės analizės metodą (žr. lentelę nr. 3).

3 lentelė. Faktoriinės analizės rezultatai

Kaiser-Meyer-Olkin metodo adekvatumo įvertinimas		0,569
Bartlett sferiškumo testas	Reikšmingumas	0,000

4 lentelėje pateikiame pasuktų komponentų matricos rezultatus (naudotas Varimax sukimo metodas, reikšmingi faktorių svoriai nuo 0,4).

4 lentelė. Išskirti bendri faktoriai

Anketos klausimai	Faktoriai ir jų svoriai				
	1	2	3	4	5
Kiek laiko naudojate internetu?					
Kiek valandų Jūs praleidžiate internete kasdien?	0,804				
Kiek laiko rašote tinklaraštį?	0,422				
Kiek turite asmeninių tinklaraščių?	0,472				
Kokiu vardu rašote tinklaraštį?			0,706		
Ar skelbiate savo tinklaraštyje asmenines nuotraukas?			0,577		
Kas yra Jūsų tinklaraščio skaitytojai?					
Ar nerimaujate, kad Jūsų tinklaraštį gali skaityti žmonės, pažįstantys jus realiame gyvenime?				0,456	
Ar esate anonimiškas savo tinklaraštyje?			0,824		
Ar atskleidžiate intymias asmeninio gyvenimo detales savo tinklaraštyje?		0,746			
Ar atskleidžiate savo šeimos gyvenimo detales tinklaraštyje?					
Ar rūpi tai, kad dalykai, aprašomi tinklaraštyje, gali būti pasiekiami internete dar ilgą laiką?				0,697	
Ar ribojate asmeninę informaciją savo tinklaraštyje? (rašote tik sau, tik draugams ir pan.)				0,599	
Ar galite ištrinti įrašą, jei po komentaro jums pasirodys, kad per daug parašėte apie save?				0,684	
Ar savo tinklaraštyje aprašote kažką, kas jums nepatinka?		0,461			
Ar skaitytojų komentarai įtakoja tai, ką rašote?					0,670
Ar savo tinklaraštyje atvirai reiškiate savo teigiamus jausmus?		0,477			
Ar komentuojate kitų tinklaraščiuose, kad jie galėtų atrasti Jūsų?					0,727
Ar nuolatos įkeliate nuorodas į įdomius tinklalapius, kad padidintumėte savo tinklaraščio lankomumą?					0,717
Jei atvirai aprašote savo asmeninį gyvenimą, ar tikėtės to paties ir iš kitų tinklaraščių autorių?		0,670			
Jei pageidaujate, galite įrašyti savo tinklaraščio adresą (URL).					

1-asis faktorius – *naudojimosi internetu įpročiai*. Šiam faktoriui priklauso klausimai: „Kiek valandų Jūs praleidžiate internete kasdien?“ (0,804), „Kiek laiko rašote tinklaraštį?“ (0,422) ir „Kiek turite asmeninių tinklaraščių?“ (0,472).

2-asis faktorius – *savęs paviešinimas*. Faktorių sudaro klausimai: „Ar atskleidžiate intymias asmeninio gyvenimo detales savo tinklaraštyje?“ (0,746), „Ar savo tinklaraštyje aprašote kažką, kas jums nepatinka?“ (0,461), „Ar savo tinklaraštyje atvirai reiškiate savo teigiamus jausmus?“ (0,477) ir „Jei atvirai aprašote savo asmeninį gyvenimą, ar tikitės to paties ir iš kitų tinklaraščių autorių?“ (0,670).

3-asis faktorius – *anonimiškumas*. Faktorių sudaro „Kokiu vardu rašote tinklaraštį?“ (0,706), „Ar skelbiate savo tinklaraštyje asmenines nuotraukas?“ (0,577) ir „Ar esate anonimiškas savo tinklaraštyje?“ (0,824).

4-ąjį faktorių – *privatumas* – sudaro šie klausimai: „Ar nerimaujate, kad Jūsų tinklaraštį gali skaityti žmonės, pažįstantys jus realiame gyvenime?“ (0,456), „Ar rūpi tai, kad dalykai, aprašomi tinklaraštyje, gali būti pasiekiami internete dar ilgą laiką?“ (0,697), „Ar ribojate asmeninę informaciją savo tinklaraštyje?“ (0,599), „Ar galite ištrinti įrašą, jei po komentaro jums pasirodys, kad per daug parašėte apie save?“ (0,684).

5-asis faktorius – *tinklaraščio skaitytojai*. Ši faktorių sudaro klausimai: „Ar skaitytojų komentarai įtakoja tai, ką rašote?“ (0,670), „Ar komentuojate kitų tinklaraščiuose, kad jie galėtų atrasti Jūsų?“ (0,727) ir „Ar nuolatos įkeliate nuorodas į įdomius tinklalapius, kad padidintumėte savo tinklaraščio lankomumą?“ (0,717).

2.2.3. Naudojimosi internetu įpročiai

Natūralu, kad tinklaraščių autoriai praleidžia daugiau nei 5 valandas internete, t.y. šiek tiek daugiau nei pusė – 65 (51,6%), 4-5 valandas kasdien praleidžia 23 (18,3%) respondentai, 3-4 – 19 (15,1%), nuo 2 iki 3 valandų – 14 (11,1%) ir tik 5 (4%) internete praleidžia nuo 1 iki 2 valandų (žr. lentelę 5).

5 lentelė. Respondentų laikas, praleidžiamas internete

Kiek valandų Jūs praleidžiate internete kasdien?		
	Skaičius	Procentai
nuo 1 iki 2 valandų	5	4,0
nuo 2 iki 3 valandų	14	11,1
tarp 3 ir 4 valandų	19	15,1
tarp 4 ir 5 valandų	23	18,3
daugiau nei 5 valandas	65	51,6
Iš viso	126	100,0

Kaip jau buvo minėta, tinklaraščiai Lietuvoje atsirado palyginti neseniai, todėl ir rašančiųjų skaičius nuo 2 iki 4 metų yra gausiausias – 37 (29,4%), šiek tiek mažiau rašo tinklaraštį daugiau nei 4 metus – 28 (22,2%), bet lygiai toks pats skaičius yra rašančiųjų nuo 1 iki 2 metų, nuo pusės metų iki metų – 14 (11,1%), nuo 3 iki 6 mėnesių – 9 (7,1%), ir mažiau nei 3 mėnesius – 10 (7,9%) (žr. lentelę 6).

6 lentelė. Tinklaraščio rašymo trukmė

Kiek laiko rašote tinklaraštį?		
	Skaičius	Procentai
mažiau kaip 3 mėnesius	10	7,9
nuo 3 iki 6 mėnesių	9	7,1
nuo 6 mėnesių iki vienerių metų	14	11,1
nuo vienerių iki dvejų metų	28	22,2
nuo dvejų iki keturių metų	37	29,4
daugiau nei keturis metus	28	22,2
Iš viso	126	100,0

Tyrimo metu nustatyta silpna, bet statistiškai reikšminga koreliacija tarp klausimų: „Kiek laiko rašote tinklaraštį?“ ir „Kiek valandų praleidžiate internete?“ ($r=0,207$); bei „Kiek laiko rašote tinklaraštį?“ ir „Kiek laiko naudojate internetu?“ ($r=0,221$).

Nors gausiausia yra 26-35 metų grupė, tačiau iš rezultatų matyti, kad internetu dauguma respondentų naudojasi 11 ir daugiau metų – 39 (31%) ar šiek tiek mažiau – 9-10 metų – 31(24,6%), 7-8 metus – 27 (21,4%), 5-6 metus – 14 (11,1%), 3-4 metus – 9 (7,1%), 1-2 metus – 4 (3,2%), o mažiau nei metus internetu naudojasi vos 2 (1,6%) iš visų 126 atsakiusiųjų (žr. lentelę 7).

7 lentelė. Respondentų naudojimas internetu

Kiek laiko naudojate internetu?		
	Skaičius	Procentai
mažiau nei metus	2	1,6
1-2 metus	4	3,2
3-4 metai	9	7,1
5-6 metai	14	11,1
7-8 metai	27	21,4
9-10 metų	31	24,6
11 ar daugiau metų	39	31
Iš viso	126	100

2.2.3. Savęs paviešinimas, anonimiškumas bei privatumas

Kadangi faktorinės analizės būdu išskirti savęs paviešinimo, anonimiškumo bei privatumo faktoriai sutampa su mūsų naudojama Savęs paviešinimo ir privatumo skale, rezultatai bus analizuojami remiantis aukščiau aprašyta skale.

Iš gautų tyrimo rezultatų matyti, kad didžioji dalis respondentų naudoja tikrą informaciją dalinai, t.y. pasirašo savo tikru vardu arba inicialais – 41 (32,5%), ketvirtadalis naudoja pilną tikrą vardą – 32 (25,4%), bet lygiai tiek pat – 32 (25,4%) naudoja akivaizdžius slapyvardžius, iš kurių sunku nustatyti tikrąją autoriaus tapatybę. Visiškai anonimiški teigė esą 17 (13,5%) atsakiusių ir tik nežymi dalis nurodė sąmoningai pasirenkantys klaidingą tapatybę, t.y. naudojantys neakivaizdžius slapyvardžius – 4 (3,2%) (žr. Lentelė Nr. 8).

8 lentelė. Respondentų identifikacija tinklaraštyje

Kokiu vardu rašote tinklaraštį? (Prašome pasirinkti tik vieną, dažniausiai naudojamą)		
	Skaičius	Procentai
išlieku visiškai anonimiškas (jokių vardų, jokios asmeninės informacijos)	17	13,5
naudoju akivaizdžius slapyvardžius (pvz., „Liūtas“ arba „Bėganti“)	32	25,4
naudoju neakivaizdžius slapyvardžius (pvz., „Jonas Jonaitis“, bet tai nėra Jūsų tikras vardas)	4	3,2
naudoju tikrą informaciją dalinai (pvz., tai gali būti tikras vardas arba inicialai)	41	32,5
naudoju savo pilną tikrą vardą	32	25,4
Iš viso	126	100,0

Įdomu pastebėti, kad realias nuotraukas iš savo gyvenimo savo tinklaraštyje nurodo naudojantys daugiau nei pusė apklaustųjų – 70 (55,6%), mažiau nei penktadalis neskelbia jokių nuotraukų – 24 (19%), tačiau 19 respondentų linkę pateikti tik dalį nuotraukos – 19 (15,1%), o likusieji 13 (10,3%) nurodo įkeliantys akivaizdžiai ne savo nuotraukas (žr. lentelę 9).

9 lentelė. Respondentų asmeninių nuotraukų pateikimas

Ar skelbiate savo tinklaraštyje asmenines nuotraukas?		
	Skaičius	Procentai
neskelbiu jokių nuotraukų	24	19,0
naudoju akivaizdžiai ne savo nuotraukas (pvz., aktorių, šou verslo atstovų, filmo herojų)	13	10,3
naudoju tik dalį nuotraukos (pvz., tai yra reali mano nuotrauka, tačiau veidas retušuotas arba paslėptas)	19	15,1
naudoju tikras nuotraukas iš savo realaus gyvenimo (netgi su savo šeima ar draugais)	70	55,6
Iš viso	126	100,0

Taip pat nustatyta silpna, bet statistiškai reikšminga koreliacija tarp klausimų „Kokiu vardu rašote tinklaraštį?“ ir „Ar skelbiate savo tinklaraštyje asmenines nuotraukas?“ ($r=0.215$).

Remiantis aukščiau išdėstytais atsakymų rezultatais galima išskirti 4 anonimiškumo tipus:

1. *Visiškai anonimiški* – nepateikia jokios asmeninės informacijos, naudoja akivaizdžius slapyvardžius arba pateikia klaidingus duomenis, bei neskelbia jokių savo nuotraukų ar naudoja akivaizdžiai ne savo nuotraukas;
2. *Identifikuojami pagal vardą* – naudoja tikrą vardą arba inicialus, taip pat savo pilną tikrą vardą, tačiau neskelbia jokių nuotraukų arba įkelia akivaizdžiai ne savo nuotraukas;
3. *Identifikuojami pagal nuotrauką* – naudoja tik dalį savo nuotraukos arba savo tikras nuotraukas iš realaus gyvenimo, tačiau nepateikia jokių vardų arba naudoja akivaizdžius ir neakivaizdžius slapyvardžius;
4. *Visiškai identifikuojami* – nurodo pasirašantys savo tikru vardu arba inicialais, taip pat naudojantys pilną tikrą vardą, bei pateikia tikras nuotraukas iš realaus gyvenimo arba tik savo nuotraukos dalį.

Kaip matyti iš rezultatų, didžiausią grupę sudaro visiškai identifikuojami – 52 (41,3%), kiek mažesnę - identifikuojami pagal nuotrauką – 33 (26,2%), identifikuojami pagal vardą yra 20 (15,9%) ir šiek tiek daugiau yra visiškai anonimiški – 21(16,7%). (Žr. lentelę 10)

10 lentelė. Anonimiškumo tipai

Anonimiškumo tipai		
	Skaičius	Procentai
Visiškai anonimiški	21	16,7
Identifikuojami pagal vardą	20	15,9
Identifikuojami pagal nuotrauką	33	26,2
Visiškai identifikuojami	52	41,3
Iš viso	126	100,0

Taip pat nustatyta silpna, bet reikšminga koreliacija tarp „Ar esate anonimiškas savo tinklaraštyje?“ ir „Kokiu vardu rašote tinklaraštį?“ ($r=0,423$), bei „Ar esate anonimiškas savo tinklaraštyje?“ ir „Ar skelbiate savo tinklaraštyje asmenines nuotraukas?“ ($r=0,389$).

Norint patvirtinti 1 hipotezę, buvo atliktos dvi paprastos dispersinės analizės ANOVA (žr. lent. 10 ir lent. 11). Anova yra specialus statistinis SPSS programos metodas, leidžiantis įvertinti hipotezės patvirtinimą. Iš pradžių buvo analizuojama vardo naudojimo įtaka savęs paviešinimui ir privatumui. Buvo palyginti vidurkiai klausimo „Kokiu vardu rašote tinklaraštį?“ (nepriklausomas kintamasis) ir savęs paviešinimo ir privatumo skalės (priklausomas kintamasis). Buvo nustatytas reikšmingas skirtumas, $F = 2,511$, $p = 0,045$. (F yra kriterijus, parodantis hipotezės patvirtinimą. Jei šio kriterijaus reikšmė didesnė nei 1,1, vadinasi hipotezė pasitvirtino. Svarbu atkreipti dėmesį į reikšmingumą (p), kuris turėtų būti mažesnis už 0,05). Todėl galima teigti, kad vardo naudojimas turi įtakos savęs paviešinimui (žr. lentelę 11).

11 lentelė. Vardo naudojimo įtaka savęs paviešinimui ir privatumui

	F	Reikšmingumas
Vardo naudojimo įtaka savęs paviešinimui ir privatumui	2,511	0,045

Taip pat buvo analizuojama nuotraukų naudojimo įtaka savęs paviešinimui ir privatumui. Buvo palyginti vidurkiai klausimo „Ar skelbiate savo tinklaraštyje asmenines nuotraukas?“ (nepriklausomas kintamasis) bei savęs paviešinimo skalės ir privatumo (priklausomas kintamasis). Kaip ir prieš tai atliktoje dispersinėje analizėje, buvo rastas statistiškai reikšmingas skirtumas, $F = 3,165$, $p = 0,027$. Todėl galime daryti išvadą, kad nuotraukų naudojimas turi įtakos savęs paviešinimui ir privatumui.

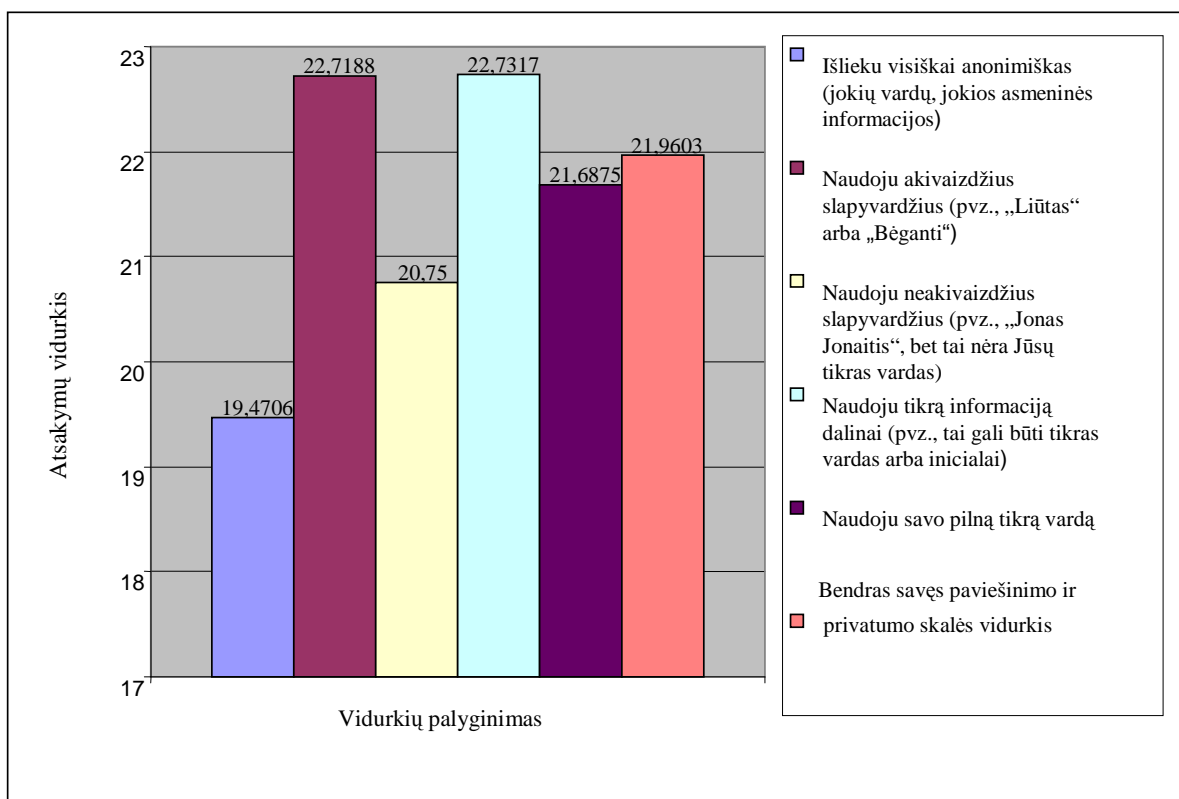
Taigi **1 hipotezė**, kad savęs paviešinimui įtakos turi tai, ar tinklaraščių autoriai naudoja savo pilną tikrą vardą arba savo nuotrauką, **pasitvirtino** (žr. lentelę 12).

12 lentelė. Nuotraukų naudojimo įtaka savęs paviešinimui ir privatumui

	F	Reikšmingumas
Nuotraukų naudojimo įtaka savęs paviešinimui ir privatumui	3,165	0,027

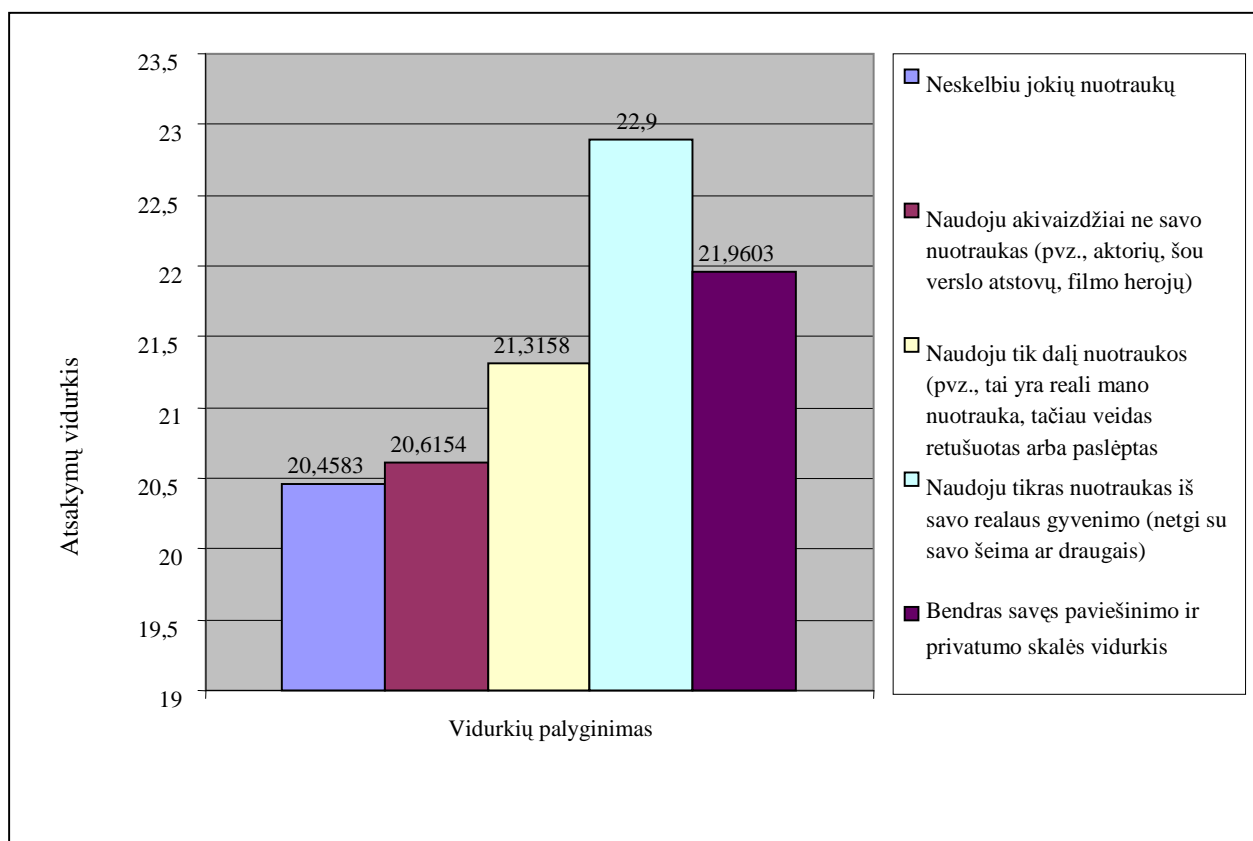
Norint detaliau paaiškinti šiuos rezultatus, buvo palyginti savęs paviešinimo ir privatumo skalės vidurkiai pagal vardo naudojimą (4 diagrama) ir nuotraukų naudojimą tinklaraščiuose (5 diagrama). Nustatyta, kad bendras savęs paviešinimo ir privatumo skalės vidurkis yra 21,9603, atsakymų vidurkis „Išlieku visiškai anonimiškas“ yra mažesnis – 19,4706, tačiau atsakymų „Naudoju akivaizdžius slapyvardžius“ vidurkis – 22,7188 aiškiai viršija bendrą vidurkį, atsakymų vidurkis „Naudoju neakivaizdžius slapyvardžius“ yra žemesnis – 20,75, o atsakymų vidurkis „Naudoju tikrą informaciją“ vėl žymiai viršija bendrą vidurkį – 22,7317. Atsakymų vidurkis „Naudoju savo pilną tikrą vardą“ yra žemesnis už bendrą vidurkį – 21,6875. 4-toje diagramoje yra pateikti anonimiškų ir neanonimiškų (pagal vardo naudojimą) respondentų savęs paviešinimo ir privatumo skalės rezultatų palyginimas su bendru savęs paviešinimo ir privatumo skalės vidurkiu.

4 diagrama. Rezultatų palyginimas su bendru savęs paviešinimo ir privatumo skalės vidurkiu



Lyginant savęs paviešinimo ir privatumo skalės vidurkius pagal nuotraukų naudojimą tinklaraštyje, buvo pastebėta logiška vidurkių seka, kai bendras savęs paviešinimo ir privatumo skalės vidurkis – 21,9603. Tokiu atveju „Neskelbiu jokių nuotraukų“ – 20,4583, „Naudoju akivaizdžiai ne savo nuotraukas“ – 20,6154, „Naudoju tik dalį nuotraukos“ – 21,3158, tačiau „Naudoju tikras nuotraukas“ vidurkis – 22,9 viršija bendrą vidurkį. 5-toje diagramoje pateikti anonimiškų ir neanonimiškų (pagal nuotraukos naudojimą) respondentų savęs paviešinimo ir privatumo skalės rezultatų palyginimas su bendru savęs paviešinimo ir privatumo skalės vidurkiu

5 diagrama. Rezultatų palyginimas su bendru savęs paviešinimo ir privatumo skalės vidurkiu



Norint nustatyti, ar vardo naudojimo ir nuotraukos naudojimo sąveika turi įtakos savęs paviešinimui ir privatumui, buvo atlikta vienmatė dispersinė analizė (GLM - (general linear model), leidžia įvertinti dviejų nepriklausomų kintamųjų įtaką priklausomam kintamajam) (lent. 13). Vienmatės dispersinės analizės testas parodė, kad vardo naudojimo ir nuotraukos naudojimo sąveika (t.y. naudojantieji savo pilną vardą ir tikras nuotraukas iš realaus gyvenimo) neturi įtakos savęs paviešinimui ir privatumui, $F = 1,262$, $p = 0,257$. Tai iš dalies paneigia 1-ąją hipotezę apie savo vardo

ir realios nuotraukos naudojimą tinklaraštyje, kadangi šių dviejų veiksnių (tikro vardo ir realios nuotraukos) suma įtakos savęs paviešinimui **neturi**. (žr. lentelę 13)

13 lentelė. Vardo naudojimo ir nuotraukos naudojimo sąveikos įtaka savęs paviešinimui ir privatumui

	F	Reikšmingumas
Intercept (Hipotezė lygi nuliui)	1464,829	,000
Kokiu vardu rašote tinklaraštį? * Ar skelbiate savo tinklaraštyje asmenines nuotraukas?	1,262	,257

2.2.4. Privatumo suvokimas pagal lytį, amžių ir išsilavinimą

Remiantis faktorinės analizės būdu nustatytu privatumo suvokimo faktoriumi, buvo sudarytos trys privatumo suvokimo lygių grupės:

1. žemas (nejaučia nerimo dėl to, kad jų tinklaraštį gali skaityti žmonės, pažįstantys juos realiame gyvenime; nerūpi tai, kad dalykai, aprašomi tinklaraštyje, gali būti pasiekiami internete dar ilgą laiką; neriboja asmeninės informacijos savo tinklaraštyje; neištrina įrašo, jei po komentaro jiems pasirodo, kad per daug parašė apie save);
2. vidutinis (jaučia nedidelį nerimą dėl to, kad jų tinklaraštį gali skaityti žmonės, pažįstantys juos realiame gyvenime; faktas, kad dalykai, aprašomi tinklaraštyje, gali būti pasiekiami internete dar ilgą laiką, rūpi vidutiniškai; iš dalies riboja asmeninę informaciją savo tinklaraštyje; kartais ištrina įrašą, jei po komentaro jiems pasirodo, kad per daug parašė apie save)
3. aukštas (jaučia didelį nerimą dėl to, kad jų tinklaraštį gali skaityti žmonės, pažįstantys juos realiame gyvenime; faktas, kad dalykai, aprašomi tinklaraštyje, gali būti pasiekiami internete dar ilgą laiką, labai rūpi; visada ar beveik visada riboja asmeninę informaciją savo tinklaraštyje; dažnai arba visada ištrina įrašą, jei po komentaro jiems pasirodo, kad per daug parašė apie save).

Siekiant patvirtinti 2 hipotezę, buvo atlikta privatumo suvokimo analizė pagal respondentų lytį, amžių bei išsilavinimą.

Pagal amžių vidutiniu privatumo suvokimo lygiu labiausiai pasižymi 26-35 metų grupė – 26 (51%), tačiau taip pat šios grupės respondentai pasižymi žemu suvokimo lygiu – 24 (47,1%). Žemas privatumo suvokimo lygis būdingas ir 19-25 amžiaus grupei – 29 (59,2%), tačiau gana gausu ir

turinčių vidutinį privatumo lygį – 20 (40,8%). Iš bendro visų grupių rezultato matyti, kad žemą privatumo suvokimo lygį turi daugiau nei pusė visų apklaustųjų – 68 (54%), vidutinį – 55 (43,7%) ir nežymią dalį sudaro turintys aukštą privatumo suvokimą – 3 (2,4%). (žr. lentelę 14)

14 lentelė. Privatumo suvokimo lygis pagal amžių

		Privatumas			Iš viso
		žemas lygis	vidutinis lygis	aukštas lygis	
Amžius	iki 18	6	3	1	10
		60,0%	30,0%	10,0%	100,0%
	19-25	29	20	0	49
		59,2%	40,8%	0,0%	100,0%
	26-35	24	26	1	51
		47,1%	51,0%	2,0%	100,0%
	36-45	6	5	1	12
		50,0%	41,7%	8,3%	100,0%
	46-55	3	1	0	4
		75,0%	25,0%	0,0%	100,0%
Iš viso		68	55	3	126
		54,0%	43,7%	2,4%	100,0%

Analizuojant rezultatus pagal lytį, nustatyta, kad žemą privatumo suvokimo lygį turi daugiau nei pusė respondentų vyrų – 46 (59%) ir 22 (45,8%) respondentų moterų. Procentaliai moterys pasižymi turinčios vidutinį lygį – 23 (47,9%), nei vyrai – 32 (41%), bei turinčios aukštą privatumo suvokimo lygį – 3 (6,3%). Taigi, **2 hipotezė**, kad privatumo suvokimui turi įtakos tinklaraščių autorių amžius ir lytis, **pasitvirtino**. (žr. lentelę 15)

15 lentelė. Privatumo suvokimo lygis pagal lytį

		Privatumas			Iš viso
		žemas lygis	vidutinis lygis	aukštas lygis	
Lytis	Vyras	46	32	0	78
		59,00%	41,00%	0,00%	100,00%
	Moteris	22	23	3	48
		45,80%	47,90%	6,30%	100,00%
Iš viso		68	55	3	126
		54,00%	43,70%	2,40%	100,00%

Įdomu pastebėti, kad pagal išsilavinimą dauguma atsakiusiųjų, turinčių nebaigtą aukštąjį išsilavinimą – 35 (54,7%), pasižymi žemu privatumo suvokimo lygiu, tačiau net 27 (42,2%) turi vidutinį privatumo lygį. Tuo tarpu procentaliai, turintys aukštesnįjį išsilavinimą, turi vidutinį lygį – 19 (54,3%) ir 16 (45,7%) turi žemą suvokimo lygį. Žemu privatumo suvokimo lygiu pasižymi ir turintys vidurinį išsilavinimą – 13 (65%). (žr. lentelę 16)

16 lentelė. Privatumo suvokimo lygis pagal išsilavinimą

		Privatumas			Iš viso
		žemas lygis	vidutinis lygis	aukštas lygis	
Išsilavinimas	vidurinis	13 65,0%	6 30,0%	1 5,0%	20 100,0%
	aukštesnysis/ kolegija	16 45,7%	19 54,3%	0 ,0%	35 100,0%
		4 57,1%	3 42,9%	0 ,0%	7 100,0%
	aukštasis universitetinis	4 57,1%	3 42,9%	0 ,0%	7 100,0%
	nebaigtas aukštasis	35 54,7%	27 42,2%	2 3,1%	64 100,0%
		35 54,7%	27 42,2%	2 3,1%	64 100,0%
Iš viso		68 54,0%	55 43,7%	3 2,4%	126 100,0%

2.2.5. Tinklaraščio skaitytojai/auditorija

Įdomu pastebėti, kad dauguma respondentų - 72 (57,1%) nurodė, kad skaitytojų komentarai retai įtakoja jų tinklaraščio turinį, bet šiek tiek daugiau nei penktadalis – 27 (21,4%) mano, kad skaitytojai neįtakoja turinio, o 22 (17,5%) teigia, kad komentarai niekada neturi įtakos jų tinklaraščiui, ir tik 2 (1,6%) nurodė, kad įtaka visada egzistuoja. Nežinantys ar komentarai įtakoja jų tinklaraščio turinį nurodė esą 3 (2,4%) respondentai. Taigi **3 hipotezė**, kad skaitytojų komentarai įtakoja tinklaraščių autorių privatumo suvokimo lygį, **nepasitvirtino** (žr. lentelę 17).

17 lentelė. Skaitytojų komentarų įtaka tinklaraščio autoriui

Ar skaitytojų komentarai įtakoja tai, ką rašote?		
	Skaičius	Procentai
Nežinau	3	2,4
Niekada	22	17,5
Retai	72	57,1
Dažnai	27	21,4
Visada	2	1,6
Iš viso	126	100,0

Verta pastebėti, kad šis klausimas „Ar skaitytojų komentarai įtakoja tai, ką rašote?“ turi silpną, bet reikšmingą koreliaciją su klausimu „Ar komentuojate kitų tinklaraščiuose, kad jie galėtų atrasti Jūsų?“ ($r=0,370$), bei su klausimu „Ar nuolatos įkeliate nuorodas į įdomius tinklalapius, kad padidintumėte savo tinklaraščio lankomumą?“ ($r=0,227$).

Mažiau nei pusė respondentų – 60 (47,6%) nurodė retai komentuojantys kitų tinklaraščius, 34 (27%) – dažnai, niekada nekommentuojantys – 17 (13,5%), nedaug atsiliko visada komentuojantys – 11 (8,7%), „Nežinau“ atsakė 4 (3,2%). (žr. lentelę 18)

18 lentelė. Komentarų svarba savęs paviešinimui

Ar komentuojate kitų tinklaraščiuose, kad jie galėtų atrasti Jūsų?		
	Skaičius	Procentai
Nežinau	4	3,2
Niekada	17	13,5
Retai	60	47,6
Dažnai	34	27,0
Visada	11	8,7
Iš viso	126	100,0

Įkeliantys nuorodas į įdomius tinklalapius tirtino tai darantys retai – 52 (41,3%) arba to nedarantys niekada – 45 (35,7%), dažnai – 17 (13,5%), visada – 8 (6,3%), nežinantys ar tai daro – 4 (3,2%). (žr. lentelę 19)

19 lentelė. Nuorodų įkėlimas į savo tinklaraštį

Ar nuolatos įkeliate nuorodas į įdomius tinklalapius, kad padidintumėte savo tinklaraščio lankomumą?		
	Skaičius	Procentai
Nežinau	4	3,2
Niekada	45	35,7
Retai	52	41,3
Dažnai	17	13,5
Visada	8	6,3
Iš viso	126	100,0

Tinklaraščių autoriai talpindami informaciją internete supranta, kad juos gali skaityti žmonės, kuriuos jie pažįsta realiame gyvenime ir kurių nepažįsta – tai liudija atsakymų skaičius 96 (76,2%), tik 13 (10,3%) respondentų mano, kad juos skaito žmonės, kurių jie nepažįsta realiame gyvenime, 7 (5,6%) respondentai rašo tik pažįstamiems, bei 5 (4%) nurodė rašantys žmonėms, kuriuos pažįsta tik virtualiai ir toks pats skaičius teigė nežinantys, kas yra jų skaitytojai (žr. lentelę 20).

20 lentelė. Tinklaraščio skaitytojai/auditorija

Kas yra Jūsų tinklaraščio skaitytojai?		
	Skaičius	Procentai
nežinau	5	4,0
žmonės, kuriuos pažįstu realiame gyvenime	7	5,6
žmonės, kurių aš nepažįstu realiame gyvenime	13	10,3
žmonės, kuriuos pažįstu ir kurių nepažįstu realiame gyvenime	96	76,2
žmonės, kuriuos pažįstu tik virtualiai	5	4,0
Iš viso	126	100,0

Taip pat šis klausimas („Kas yra Jūsų tinklaraščio skaitytojai?“) silpnai koreliuoja su klausimu „Kiek laiko rašote tinklaraštį?“ ($r=0,214$, $p \leq 0,05$).

2.3. Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo tyrimo rezultatų aptarimas

Iš atlikto tyrimo rezultatų matyti, kad dalis faktorinės analizės būdu nustatytų faktorių (žr. lentelę 4) sutampa su Child et al. (2008) aprašytais Komunikacijos privatumo valdymo (KPV) teorijos modelio faktoriais (palyg. lentelė 1). Pvz., faktorius „privatumo suvokimas“ sutampa su KPV teorijoje minimu „tinklaraščio ribų nuosavybės“ (*weblog boundary ownership*) faktoriumi. „Privatumo suvokimą“ sudaro tinklaraščio autoriaus nerimas dėl to, kad jo tinklaraštį gali skaityti žmonės, pažįstantys jį realiaame gyvenime, susirūpinimas tuo, kad dalykai, aprašomi tinklaraštyje, gali būti pasiekiami internete dar ilgą laiką, asmeninės informacijos ribojimas bei įrašų trynimas, jei autoriui pasirodo, kad jis paviešino per daug asmeninės informacijos. Petronio (2002) nuosavybės sąvoką apibrėžė kaip priėjimą prie informacijos ir galimybę tam tikrą informacijos dalį paviešinti kitiems, pvz., tėvams ar draugams. Mūsų tyrimo metu nebuvo keltas klausimas, kaip tinklaraščių autoriai suvokia tinklaraščio nuosavybę, t.y. kaip sprendžia, ką paviešinti tinklaraštyje, tačiau kiti tyrėjai (pvz., Lenhart, Madden, 2005) teigia, kad kai kurie tinklaraštininkai labai lengvai dalina kitiems žmonėms teises prieiti prie asmeninės informacijos. Tuo tarpu kiti autoriai griežtai apibrėžia informacijos skelbimo ir panaudojimo taisykles. 62% Viegas (2005) apklaustų tinklaraščių autorių teigė nusprendę, kad kai kurios temos yra pernelyg intymios ir neskelbė jų savo internetiniuose dienoraščiuose.

Taip pat dalis klausimų, sudarančių faktorių „Tinklaraščio skaitytojai“ sutampa su KPV teorijoje išskirtu „glaudžių ryšių“ (*weblog boundary linkage*) faktoriumi. Internetinės komunikacijos tyrinėtojai jau buvo atkreipę dėmesį į tai, kaip tinklaraščių autoriai bendrauja tarpusavyje: ar jie talpina nuorodas į kitus tinklaraščius, mini savo įrašuose kitų autorių straipsnius su nuorodomis į juos, taip pat autorius sprendžia kokius įrašus ir kaip gali tapti prieinami konkrečioms žmonėms. Child et al. (2008) paminėta glaudžių ryšių sąvoka reiškia, kad kitiems yra suteikiamas leidimas tapti privačios informacijos bendrasavininkiais. Kai individas tampa bendrasavininkiu, iš jo tikimasi informacijos saugojimo.

Tyrimo metu buvo nustatytas ryšys tarp tinklaraščio rašymo trukmės ir laiko, praleidžiamo internete bei naudojimosi internetu patirties. Lenhart et al. (2006) nustatė, kad kiekvieną dieną 84% tinklaraštininkų bent dalį laiko praleidžia internete, palyginus su 78% interneto vartotojų, nerašančių tinklaraščio. 64% tinklaraščių autorių teigė prisijungiantys prie interneto keletą kartų per dieną, tačiau taip elgėsi tik 27% vartotojų, neturinčių tinklaraščio. Galima manyti, kad tinklaraščių autoriams

svarbus jo rašomas tinklaraštis arba jam įdomūs kiti tinklaraščiai, taip pat tikėtina, kad teminių tinklaraščių autoriai informacijos savo įrašams ieško internete, nors tik 13,5% apklaustųjų tvirtino dažnai įkeliantys nuorodas į įdomius puslapius, 6,3% tvirtino tai darantys visada. Bemaž trečdalis – 27% jų tvirtino dažnai komentuojantys kitų autorių tinklaraščius, kad pastarieji galėtų atrasti jų, ir 8% nurodė tai darantys nuolat.

Ankstesnių tyrimų metu buvo nustatyta, kad tinklaraščių autoriai yra jauni žmonės. Herring et al. (2004) mini, kad ~40% atsitiktinai atrinktų tinklaraščių autorių buvo paaugliai ir 60% suaugusieji. Lenhart et al. (2006) pastebėjo, jog 54% tinklaraštininkų yra asmenys iki 30 metų. Mūsų gauti duomenys patvirtina šią tendenciją – didžioji dauguma tyrime dalyvavusių žmonių yra 19-35 metų (79,4%) (iš jų 38,9% yra 19-25 metų bei 40,5% yra 26-35 metų).

Analizuojant, kokių vardu pasirašo tinklaraštininkai, buvo nustatyta, jog didžioji dalis respondentų naudoja tikrą informaciją dalinai, t.y. pasirašo savo tikru vardu arba inicialais – 32,5%, ketvirtadalis naudoja pilną tikrą vardą – 25,4%. Šie skaičiai yra panašūs į Lenhart (2006) atlikto tyrimo rezultatus, kuriuo metu buvo nustatyta, 43% sakosi naudojantys savo tikrus vardus, bei Viegas (2005) - 55%. Tačiau kalbant apie klaidingą tapatybę ir slapyvardžius, Lenhart et al. (2006) gavo kiek kitokius skaičius nei mes: jų tyrime daugiau nei pusė (55%) apklaustų tinklaraštininkų naudoja pseudonimus arba netikrus vardus, kai tuo tarpu mūsų apklausti tinklaraščių autoriai yra mažiau anonimiški – 42,1% slepia savo tapatybę (iš jų 25,4% naudoja akivaizdžius slapyvardžius, visiškai anonimiški yra 13,5% atsakiusių ir 3,2% naudoja neakivaizdžius slapyvardžius).

Vertinant vizualųjį anonimiškumą (t.y. nuotraukų naudojimą tinklaraščiuose) buvo nustatyta, kad realias nuotraukas iš savo gyvenimo tinklaraštyje naudoja daugiau nei pusė apklaustųjų – 70 (55,6%). Šie rezultatai patvirtina Hinduja ir Patchin (2008) gautus duomenis apie nuotraukų naudojimą tinklaraščiuose – jie nustatė, kad 57% tiriamųjų internetiniuose dienoraščiuose naudoja savo nuotraukas. Qian et al. (2007), iškėlę analogišką klausimą, gavo kiek didesnę skaičių – 65,7% (iš jų 43,5% tiriamųjų naudojo tikras nuotraukas su šeimos nariais ar draugais ir 22,2% naudojo savo nuotraukas, kuriose jie yra vieni). 19% Lietuvos tinklaraštininkų neskelbia jokių nuotraukų (Qian et al. (2007) - 25,1% apklaustųjų).

Taigi didžiausią grupę mūsų apklaustų tinklaraštininkų sudaro visiškai identifikuojami – 41,3%, kiek mažesnę - identifikuojami pagal nuotrauką – 26,2%, identifikuojami pagal vardą yra 15,9% ir šiek tiek daugiau yra visiškai anonimiški – 16,7%. Kaip matome, tinklaraščių rašymas Lietuvoje turi savų ypatumų: autoriai yra labiau atviri, siekiantys socialinių kontaktų, nesibaimina

skelbti savo tikrų nuotraukų internete.

Vertinant vardo naudojimo įtaką savęs paviešinimui ir privatumui buvo pastebėta, kad vardo naudojimas įtakoja savęs paviešinimo suvokimą. Tiriamieji, pasirašantys savo tikrais vardu arba inicialais, bei tie, kas naudoja akivaizdžius slapyvardžius, yra linkę paviešinti daugiau duomenų apie save, o tie, kas tinklaraštį rašo anonimiškai, paviešina mažiau faktų iš asmeninio gyvenimo. Šie rezultatai prieštarauja Qian et al. (2007) gautiems duomenimis – jie nustatė, kad kuo mažesnė diskursyvi identifikacija (t.y. kai tinklaraštininkai yra anonimiški), tuo didesnis yra savęs paviešinimo lygis. Jie nustatė, kad žmonės, kurie tinklaraštyje neatskleidžia vardo, yra labiau linkę atvirauti – rašyti apie save, draugus, šeimą, atskleisti daugiau informacijos apie tai, kas jiems patinka, kas kelia neigiamų jausmų ir pan. Galbūt Lietuvos tinklaraštininkai, pasirašantys tikroju vardu ir pavarde, yra suinteresuoti, kad skaitytojai žinotų, kas jie yra – kaip teigia Miller ir Shepherd (2004), daug žmonių mielai naudojami savotiško ekshibicionizmo galimybe (t.y. galimybe atkreipti kitų žmonių dėmesį į save), tam tikslui naudodami tinklaraščius. Viegas (2005) teigia, kad tik 19% jos tyrime dalyvavusių asmenų niekada nėra aprašė asmeninių dalykų savo tinklaraščiuose.

Vertinant nuotraukų naudojimą tinklaraščiuose, taip pat buvo aptiktas įdomus fenomenas – nuotraukų naudojimas tiesiogiai įtakoja savęs paviešinimo bei privatumo suvokimą: žmonės, tinklaraščiuose skelbiantys dalį savo tikrosios nuotraukos ar visą nuotrauką, yra labiau linkę į savęs paviešinimą, o tie, kas neskelbia jokių nuotraukų arba naudoja akivaizdžiai netikras nuotraukas, yra mažiau linkę paviešinti kitus gyvenimo faktus (pvz., įvairią intymią informaciją, teigiamų ar neigiamų jausmų atskleidimas ir pan.). Bortree (2005) pastebėjo, kad savęs paviešinimas tinklaraščiuose yra efektyvus būdas savęs pristatymo valdymui ir santykių kūrimui. Jis teigia, kad savęs paviešinimas tinklaraščiuose tampa normos dalimi, nes tinklaraščio rašymas yra stipriai susijęs su individualumu, savęs pristatymu bei tarpasmeniniais santykiais.

Verta paminėti tai, kad vardo naudojimo ir nuotraukos naudojimo veiksmų suma neturi įtakos savęs paviešinimui ir privatumui, ir tai sutampa su Qian et al. (2007) gautais duomenimis. Iš tikrųjų, ne visų tinklaraščių autoriai vienodu mastu paviešina duomenis apie save. Kai kurie dalinasi slaptomis mintimis ir intymiomis jų gyvenimo detalėmis, kiti visus tinklaraštyje minimus žmones vadina inicialais ar pravardėmis. Tokie skirtumai iš dalies gali būti paaiškinami individualiais asmenybės ar temperamento skirtumais (pvz., kai kurie tinklaraštininkai yra labiau atviri ir norintys pasidalyti informacija negu kiti).

Analizuojant tiriamųjų pateikiamų duomenų priklausomybę nuo amžiaus buvo pastebėta, jog pagal amžių aukštu privatumo suvokimo lygiu pasižymi vyresni žmonės (10,3%), vidutiniu privatumo suvokimo lygiu labiausiai pasižymi 26-35 metų grupė – 51%, tačiau taip pat šios grupės respondentai pasižymi žemu suvokimo lygiu – 47,1%. Žemas privatumo suvokimo lygis būdingas ir 19-25 amžiaus grupei – 29 (59,2%), tačiau gana gausu ir turinčių vidutinį privatumo lygį – 20 (40,8%). Tai patvirtina kitų tyrėjų (pvz., Herring et al., 2006; Papacharissi, 2004) gautus rezultatus, kad amžius įtakoja informacijos privatumo suvokimą, t.y. jauni žmonės yra linkę pateikti daugiau informacijos apie save, nei vyresni.

Pastebėta, kad žemą privatumo suvokimo lygį turi daugiau nei pusė visų apklaustųjų – 68 (54%), vidutinį – 55 (43,7%) ir nežymią dalį sudaro turintys aukštą privatumo suvokimą – 3 (2,4%). Galima daryti prielaidą, kad tai yra susiję su tuo, kad tyrime dalyvavo daug jaunų žmonių, kurie dažnai nesusimąsto apie savo duomenų saugumą bei apie tai, kad jų duomenys ilgą laiką bus pasiekiami internete. Šį faktą patvirtina Hinduja et al. (2008) bei Steeves et al. (2008) atlikti tyrimai.

Analizuojant rezultatus pagal lytį, buvo nustatyta, kad žemą privatumo suvokimo lygį turi daugiau nei pusė respondentų vyrų – 59% ir 45,8% respondentų moterų. Be to, moterys pasižymi turinčios vidutinį privatumo suvokimo lygį – 47,9% negu vyrai – 41%, bei turinčios aukštą privatumo suvokimo lygį – 6,3%. Taigi galima teigti, kad privatumo suvokimui turi įtakos tinklaraščių autorių amžius ir lytis. Herring et al. (2006), atlikę tinklaraščių turinio analizę, rado skirtumų tik nagrinėdami tinklaraščio tipą (atsižvelgiant į turinį) – vyresni vyrai daugiau filtruoja informaciją, kurią pateikia viešai, o jaunesnės moterys ir merginos dažniau rašo dienoraščio tipo tinklaraščius, kuriuose paviešina daug informacijos apie save.

Nagrinėjant skaitytojų santykius su tinklaraščių autoriais, buvo pastebėta, kad skaitytojų komentarai neįtakoja tinklaraščių autorių privatumo suvokimo lygio: dauguma respondentų - 57,1% nurodė, kad skaitytojų komentarai retai įtakoja jų tinklaraščio turinį, ir šiek tiek daugiau nei penktadalis 21,4% mano, kad skaitytojai neįtakoja turinio, bei 17,5% teigia, kad komentarai niekada neturi įtakos jų tinklaraščio rašymo ypatumams. Tik 1,6% apklaustų asmenų nurodė, kad skaitytojų komentarų įtaka visada egzistuoja.

Tinklaraščių autoriai talpindami informaciją internete supranta, kad juos gali skaityti žmonės, kuriuos jie pažįsta realiame gyvenime ir kurių nepažįsta – tai liudija atsakymų skaičius - 76,2%. Tik 10,3% respondentų mano, kad juos skaito žmonės, kurių jie nepažįsta realiame gyvenime. 5,6% mūsų apklaustų respondentų rašo tik pažįstamiems, bei 4% nurodė rašantys žmonėms, kuriuos pažįsta tik virtualiai, ir 4% teigė nežinantys, kas yra jų skaitytojai. Qian et al. (2007) atliktame tyrime ~90%

respondentų teigė, kad jų skaitytojai yra tie žmonės, kuriuos jie pažįsta realiame gyvenime. Dauguma rašančiųjų jaučiasi labiau identifikuojami, jei juos skaito žmonės, pažįstantys juos realiame gyvenime. Lenhart et al. (2006) nustatė, kad 52% tinklaraščių autorių rašo sau, bet ne auditorijai. Tuo tarpu vienas trečdalis tirtų autorių teigė rašantys skaitytojams ir jiems rūpi jų reakcija. Taigi galima sakyti, kad tikslinė auditorija įtakoja ir rašomo tinklaraščio turinį – jei tinklaraščio įrašai daugiausia skirti artimiesiems ir draugams, tada siekiama daugiau save identifikuoti ir sulaukti savo idėjų pripažinimo iš tų žmonių, kurių nuomonė autoriams atrodo esanti svarbi. Blogiausiu atveju, tinklaraščio autorius gali apriboti priėjimą visiems, išskyrus save, taip paversdamas tinklaraštį tiesiog savo asmeniniu elektroniniu dienoraščiu.

Atsižvelgiant į aukščiau išdėstytą medžiagą, galima apibendrinti gautus rezultatus ir pereiti prie išvadų.

IŠVADOS

Nors kitų šalių mokslinėse publikacijose galima aptikti tyrimų apie tinklaraščius, jų autorių santykį su anonimiškumu, privatumu bei savęs paviešiniu, tačiau Lietuvoje tinklaraščių fenomenas tik įgauna pagreitį. Šio darbo autoriui nepavyko aptikti, kad Lietuvoje buvo tiriama, kaip tinklaraščių autoriai supranta savęs paviešinimą ir privatumą. Todėl, atlikus savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo sociologinį tyrimą buvo padarytos žemiau esančios išvados.

1. Tinklaraščiai – tai vieno arba kelių asmenų dažnai atnaujinami puslapiai, apie individo arba grupės veiklas, patirtis, mintis. Galima teigti, kad tinklaraščių kultūra Lietuvoje dar tik formuojasi ir tai yra pakankamai naujas interneto vartotojų segmentas, kuriame vyksta intensyvus savęs paviešinimas. Neturint tinklaraščių rašymo kultūros patirties, autoriai stengiasi atskleisti daugiau asmeninių detalių, idant tinklaraštis būtų pastebėtas. Tinklaraščio autoriai nesiekia išlikti anonimiški, pvz., lyginant su interneto portalų, forumų komentatoriais.
2. Remiantis atlikta mokslinių publikacijų analize, galima daryti išvadą, kad kalbant apie savęs paviešinimą, privatumą bei anonimiškumą tinklaraščiuose, susiduriama su to paties reiškimo skirtingomis tyrėjų pozicijomis. Galima teigti, kad savęs paviešinimas – tai, kiek žmogus, individas, naudodamasis moderniomis technologijomis pateikia asmeninės informacijos viešoje virtualioje erdvėje, kai tuo tarpu privatumas suprantamas kaip teisė tokios informacijos neatskleisti, o anonimiškumas suteikia galimybę išlikti neatpažintam, t.y. nepateikti savo vardo ar realių nuotraukų.
3. Remiantis atlikto tyrimo rezultatais, sukurtas savęs paviešinimo privatumo suvokimo modelis komunikacijos procese pasitvirtino tik iš dalies: savęs paviešinimui įtaką turi tinklaraščio autoriaus naudojamas savo tikras vardas arba tikra nuotrauka iš realaus gyvenimo. Tačiau šių dviejų veiksmų suma įtakos savęs paviešinimui neturi. Savęs paviešinimo ir privatumo suvokimui įtakos turi tinklaraščių autorių amžius, lytis bei išsilavinimas. Skaitytojų, t.y. auditorijos, grįžtamasis ryšys komentarų pavidalu neturi įtakos savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo lygio kitimui – tinklaraščių autoriai yra linke atskleisti asmeninio gyvenimo detales.
4. Apibendrinant gautus tyrimo rezultatus galima teigti, kad Lietuvos tinklaraščių autoriai

linkę naudoti savo pilną tikrą vardą arba tikrą vardą, bei dauguma jų talpina savo tinklaraščiuose savo nuotraukas. Taigi galima teigti, kad tinklaraščių autorių privatumo suvokimo lygis yra žemas. Nustatyta, kad respondentų amžius turi įtakos savęs paviešinimui – vyresni žmonės linkę atskleisti mažiau informacijos apie save, kai tuo tarpu jaunesni žmonės atvirai pateikia informaciją apie savo asmeninį gyvenimą. Nežymiai skiriasi ir respondentų privatumo suvokimas pagal lytį: moterys linkusios mažiau atskleisti asmeninę informaciją nei vyrai. Pagal išsilavinimą didžioji dauguma tirtų tinklaraščių autorių yra nebaigę aukštosios mokyklos ir pasižymi žemu privatumo lygiu. Atlikto tyrimo metu nustatyta, kad tik maža dalis autorių būtų linkę ištrinti įrašus, kuriuose asmeninės informacijos pateikta per daug, t.y. pakistų autoriaus savęs paviešinimo ir privatumo suvokimo ribos.

Atsižvelgiant į gautas išvadas, galima daryti prielaidą, kad viena vertus, tinklaraščių autoriai nesuvokia galimų pasekmių, pateikiant asmeninę informaciją, arba nemano, kad asmeninė informacija gali pakenkti jų tolimesniam asmeniniam gyvenimui. Todėl tikslinga, tyrinėtojams, besidomintiems savęs paviešinimo ir/ar privatumo problema tinklaraščiuose, atlikti ilgalaikius tyrimus šia linkme.

Perception of self-disclosure and privacy in weblogs (summary)

Darius Norvilas

Summary

Author analyses bloggers' understanding of self-disclosure and privacy in this paper. Weblog is like a personal site, where people can write about their personal life, emotions and experiences. More people are using weblogs and disclose personal information. The *object* of this research is the relationship between bloggers' self-disclosure and privacy. The *objective* of this research is analysing how bloggers perceive privacy and how they represent personal information on their blogs. The *tasks* are: introducing definition of weblog and context; finding the relationship between anonymity, self-disclosure and privacy; creation of a model of perception of self-disclosure and privacy in communication process; analysing how Lithuanian bloggers perceive disclosure of personal information in virtual space. The quantitative *method* of research was used. According publications in research of weblogs and privacy, a questionnaire was created. *Results*: many Lithuanian bloggers use their real name and real photos on their weblogs. We can state, that bloggers' perception of privacy level is low. Age does matter in self-disclosure – elder people disclose less information about themselves than youngsters do. Gender also is significant for privacy perception – women disclose less personal information than men do. Academic background is also significant – the higher educational level is obtained, the higher perception of privacy level is. Only small amount of bloggers would choose to delete their too much personal posts. In conclusion, an assumption can be made that bloggers do not perceive possible outcomes of personal information disclosure online or do not think that disclosing personal information would have negative impact on their lives.

Bibliografinių nuorodų sąrašas

1. ALTMAN, Irwin. The environment and social behavior. Monterey, CA: Brooks/Cole. 1975
2. BADGER, Meredith. Visual blogs // L. J. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, J. Reyman (Eds.), Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of Weblogs. 2004
Žiūrėta 2009-03-03 http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual_blogs.html
3. BARRETO, Manuella ir ELLEMERS Naomi. The impact of anonymity and group identification on progroup behavior in computer-mediated groups. Small Group Research, 33(5), 2002, 590–610.
4. BEN-ZE'EV Aaron. Privacy, emotional closeness, and openness in Cyberspace. Computers in Human Behavior, 19, 2003, p. 451–467.
5. BHASIN, Madan Lal. Guarding Privacy on the Internet. Global Business Review 2006; 7; 137
6. BOYD, Dannah. Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence. Convergence 2008; 14; 13
7. BORTREE, Denise S. Presentation of self on the Web: An ethnographic study of teenage girls' weblogs. Education, Communication, and Information Journal, 5(1), 2005, p. 25–40.
8. CAPURRO, Rafael. Privacy. An intercultural perspective. Ethics and Information Technology. 7, 2005, p. 37–47.
9. CAUGHLIN, John P. ir AFIFI, Tamara. D. When is topic avoidance Unsatisfying?: Examining moderators of the association between avoidance and dissatisfaction. Human Communication Research, 30, 2004, p. 479-513.
10. CHESNEY, Thomas. "Online Self Disclosure in Diaries and its Implications for Knowledge Managers", in UKAIS Conference proceedings, 22nd - 24th March, 2005, Northumbria University, UK.
11. CHEW, Monica. ir BALFANZ, Dirk ir LAURIE, Ben. (Under)mining Privacy in Social Networks. In Web 2.0 Security and Privacy Conference 2009, May 21, 2009, The Claremont Resort, Oakland, California.

12. CHILD, Jeffrey T. ir PEARSON, Judy C. ir PETRONIO Sandra. Blogging, Communication, and Privacy Management: Development of the Weblog Privacy Management Measure // Paper presented at the annual meeting of the NCA 94th Annual Convention, TBA, San Diego, CA, Nov 21, 2008 <PDF>. [Žiūrėta: 2009-02-16]
http://www.allacademic.com/meta/p243298_index.html
13. DEARSTYNE, Bruce W. Blogs: The new information revolution? Information Management Journal, 39(5), 2005, p 38–44.
14. DEITERING, Anne-Marie ir HUSTON, Shaun. Weblogs and the ‘‘middle space’’ for learning. Academic Exchange Quarterly, 8(4), 2004, p. 273–278.
15. GOLISH, Tamara D. ir CAUGHLIN, John P. ‘‘I’d rather not talk about it’’: Adolescents’ and young adults’ use of topic avoidance in stepfamilies. Journal of Applied Communication Research, 30, 2002, p. 78-106.
16. GRUDIN, Jonathan. Desituating action: Digital representation of context. Human-Computer Interaction, 16 (2-3), 2001, p. 269-286.
17. HERRING, Susan C. ir SCHEIDT, Lois A. ir KOUPER, Inna ir WRIGHT, Elijah. Longitudinal content analysis of weblogs: 2003–2004 // M. Tremayne (Ed.), Blogging, Citizenship, and the Future of Media, 2006 p. 3–20. London: Routledge. [Žiūrėta 2009-02-24]
<http://www.blogninja.com/brog-tremayne-06.pdf>
18. HERRING, Susan. C. ir SCHEIDT, Lois A. ir BONUS, Sabrina ir WRIGHT, Elijah. Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS’04). Los Alamitos: IEEE Press. 2004 [Žiūrėta 2009-02-24] <http://www.blogninja.com/DDGDD04.doc>
19. HODKINSON, Paul ir LINCOLN, Sian. Online journals as virtual bedrooms?: Young people, identity and personal space. Young, 16, 2008, 27.

http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2005/PIP_Teens_Content_Creation.pdf.pdf
20. JOINSON, Adam N. ir PAINE, Carina ir BUCHANAN, Tom ir REIPS, Ulf-Dietrich. Measuring Internet Privacy Attitudes and Behaviour: A multi-dimensional approach, Workshop paper (Privacy Methodologies) at the Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI), 2006

21. JOINSON, Adam N. Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31(2), 2001, p. 177–192.
22. KAYA, Naz ir WEBER, Margaret. J. Cross-cultural differences in the perception of crowding and privacy regulation: American and Turkish students. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 2003, p. 301-309.
23. KELLEHER, Tom ir MILLER, Barbara. M. Organizational blogs and the human voice: Relational strategies and relational outcomes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 2006, article 1.
24. KRISHNAMURTHY, Sandeep. The multidimensionality of blog conversations: The virtual enactment of September 11. Paper presented at AOIR Internet Research 3.0: Net/Work/Theory, Maastricht, Netherlands. October, 2002.
25. LAAT, Paul B. De. Online diaries: Reflections on trust, privacy, and exhibitionism. *Ethics and Information Technology*, Volume 10, Number 1/March, 2008.
26. LAHLOU, Saadi. Identity, social status, privacy and face-keeping in digital society. *Social Science Information* 2008; 47; p. 299.
27. LAWSON-BORDERS, G. ir KIRK R. Blogs in campaign communication. *American Behavioral Scientist*, 49(4), 2005, p. 548–559.
28. LENHART, Amanda ir FOX, Susannah. Bloggers: A portrait of the internet's new storytellers. Pew Internet & American Life Project. 2006
<http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2006/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf> [Žiūrëta: 2009-03-01]
29. LENHART, Amanda ir MADDEN, Mary. Teen content creators and consumers. Pew Internet and American Life Project Web site. 2005 [Žiūrëta: 2009-03-01]
30. LIVINGSTONE, Sonia ir HELSPER, Elsen. J. Taking Risks When Communicating on the Internet: The Role of Offline Social-psychological Factors in Young People's Vulnerability to Online Risks // *Information, Communication and Society* 10(5), 2007, p. 619–44.
31. MCKENNA, Katelyn Y. A. ir BARGH, John. A. Plan 9 from cyberspace: The implications of

- the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 2000, p. 57–75.
32. MERCADO-KIERKEGAARD, Sylvia. Blogs, lies and the doocing: The next hotbed of litigation? *Computer law & security report*, 22, 2006, p. 127 – 136.
 33. METZGER, Miriam. Communication privacy management in electronic commerce. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, 12(2), article 1.
 34. MILLER, Carolyn R. ir SHEPHERD, Dawn. Blogging as social action: A genre analysis of the Weblog // L. J. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, J. Reyman (Eds.), *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of Weblogs*. 2004 [Žiūrēta 2009-03-01] http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html
 35. MIURA, Asako ir YAMASHITA, Kiyomi. Why do people publish weblogs? An online survey of weblog authors in Japan // K. Morgan, C. A. Brebbia, J. Sanchez, & A. Voiskounsky (Eds.), *Human Perspectives in the Internet Society: Culture, Psychology and Gender*, 2004, p. 43–50. Southampton, UK: WIT.
 36. NARDI, Bonnie A. ir SCHIANO, Diane J. ir GUMBRECHT Michelle. Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? *Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*. 2004, p. 222–231. Chicago, IL: ACM.
 37. NOWAK, Kristine ir WATT, James ir WALTHER, Joseph B. The influence of synchrony and sensory modality on the person perception process in computer-mediated groups. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), 2005, article 3.
 38. PAINE-SCHOFIELD, Carina. B. ir JOINSON, Adam. N. Privacy, Trust and Disclosure Online, in Barak, A. (Ed.) *Psychological Aspects of CYBERSPACE: Theory, Research, Applications*, USA: Cambridge University Press, 2008, p. 13 – 31.
 39. PALEN, Leysia ir DOURISH Paul. "Unpacking 'Privacy' for a Networked World." *Proceedings of ACM Conf. Human Factors in Computing Systems CHI'03*, Ft. Lauderdale, FL. 2003, p. 129-136.
 40. PAPACHARISSI, Z. The blogger revolution? Audiences as media producers. Paper presented at the annual convention of the International Communication Association, New Orleans, LA.

2004, May.

41. PETRONIO, Sandra. *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*. New York: State University of New York Press. 2002
42. QIAN, Hua ir SCOTT, Craig R. Anonymity and Self-Disclosure on Weblogs // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 2007, p 1428–1451.
43. REIERSON, Jennifer. L. Privacy dilemma's: An application of Communication Privacy Management Theory to family firms. Learning Ways to Apply the "Privacy Diagnostic Tool" Innovative Panel Proposal/Interactive Format. Presented at Central States Communication Association Conference, Minneapolis, MN. 2007
44. SCOTT, Craig R. Benefits and drawbacks of anonymous online communication: Legal challenges and communicative recommendations. In S. Drucker (Ed.), *Free Speech Yearbook*, vol. 41, 2004, p. 127–141. Washington, DC: National Communication Association.
45. SERFATY, Viviane. *The Mirror and the Veil: An Overview of American Online Diaries and Blogs*. New York: Rodopi. 2004
46. SPARCK-JONES, Karen. Privacy: What's different now? *Interdisciplinary Science Reviews*, 28, 2003, p.287-292
47. STEEVES, Valerie ir WEBSTER, Cheryl. Closing the Barn Door: The Effect of Parental Supervision on Canadian Children's Online Privacy. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28 (1), 2008, 4-19
48. TIDWELL, Lisa C. ir WALTHER Joseph. B. Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations. *Human Communication Research*, 28(3),2002, p. 317–348.
49. TRAMMELL, Kaye D. ir KESHELASHVILI Ana. Examining the new influencers: A self-presentation study of A-List blogs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4), 2005, p. 968–982.
50. TRAMMELL, Kaye D. ir WILLIAMS, Andrew P. ir POSTELNICU, Monica ir LANDREVILLE, Kristen D. Evolution of online campaigning: Increasing interactivity in candidate Web sites and blogs through text and technical features. *Mass Communication and*

Society, 9(1), 2006, p. 21–44.

51. VIE´GAS, Fernanda B. Bloggers' expectations of privacy and accountability: An initial survey. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), 2005, article 12.
52. WOO, Jisuk. The right not to be identified: privacy and anonymity in the interactive media environment. *New Media Society*, 2006; 8; p. 949.

PRIEDAI

1 priedas. Anketos pavyzdys

1. Amžius

- Iki 18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- Virš 56

2. Lytis

- Vyras
- Moteris

3. Išsilavinimas

- Vidurinis
- Nebaigtas aukštasis
- Aukštesnysis/kolegija
- Aukštasis universitetinis

4. Kiek laiko naudojate internetu?

- Mažiau nei metus
- 1-2 metus
- 3-4 metai
- 5-6 metai
- 7-8 metai
- 9-10 metų
- 11 ar daugiau metų

5. Kiek valandų Jūs praleidžiate internete kasdien?

- Mažiau nei valandą
- Nuo 1 iki 2 valandų
- Nuo 2 iki 3 valandų

- Tarp 3 ir 4 valandų
- Tarp 4 ir 5 valandų
- Daugiau nei 5 valandas

6. Kiek laiko rašote tinklaraštį?

- Mažiau kaip 3 mėnesius
- Nuo 3 iki 6 mėnesių
- Nuo 6 mėnesių iki vienerių metų
- Nuo vienerių iki dvejų metų
- Nuo dvejų iki keturių metų
- Daugiau nei keturis metus

7. Kiek turite asmeninių tinklaraščių?

- Vieną
- Du
- Tris
- Keturis
- Penkis arba daugiau

8. Koku vardu rašote tinklaraštį? (Prašome pasirinkti tik vieną, dažniausiai naudojamą)

- Išlieku visiškai anonimiškas (jokių vardų, jokios asmeninės informacijos)
- Naudoju akivaizdžius slapyvardžius (pvz., „liūtas“ arba „bitutė“)
- Naudoju neakivaizdžius slapyvardžius (pvz., „jonas jonaitis“, bet tai nėra jūsų tikras vardas)
- Naudoju tikrą informaciją dalinai (pvz., tai gali būti tikras vardas arba inicialai)
- Naudoju savo pilną tikrą vardą

9. Ar skelbiate savo tinklaraštyje asmenines nuotraukas?

- Neskelbiu jokių nuotraukų
- Naudoju akivaizdžiai ne savo nuotraukas (pvz., aktorių, šou verslo atstovų, filmo herojų)
- Naudoju ne savo nuotraukas, tačiau skaitytojai gali pagalvoti, kad tai realios mano nuotraukos)
- Naudoju tik dalį nuotraukos (pvz., tai yra reali mano nuotrauka, tačiau veidas retušuotas arba paslėptas)
- Naudoju tikras nuotraukas iš savo realaus gyvenimo (netgi su savo šeima ar draugais)

10. Kas yra Jūsų tinklaraščio skaitytojai?

- Žmonės, kuriuos pažįstu realiame gyvenime
- Žmonės, kurių aš nepažįstu realiame gyvenime
- Žmonės, kuriuos pažįstu ir kurių nepažįstu realiame gyvenime
- Žmonės, kuriuos pažįstu tik virtualiai
- Nežinau

11. Ar buvote nustebę, kai realybėje sutiktas nepažįstamas žmogus sakėsi skaitęs Jūsų tinklaraštį?

- Visiškai ne
- Tikriausiai ne
- Tikriausiai
- Visiškai
- Nežinau

12. Ar nerimaujate, kad Jūsų tinklaraštį gali skaityti žmonės, pažįstantys jus realiame gyvenime?

- Visai nerūpi
- Šiek tiek rūpi
- Rūpi
- Labai nerimauju
- Nežinau

13. Ar esate anonimiškas savo tinklaraštyje?

- Visiškai anonimiškas
- Šiek tiek anonimiškas
- Gali atpažinti
- Visiškai identifikuojamas
- Nežinau

14. Ar atskleidžiate intymias asmeninio gyvenimo detales savo tinklaraštyje?

- Išvis neatskleidžiu
- Atskleidžiu kai kurias detales
- Atskleidžiu daug detalių
- Rašau labai atvirai
- Nežinau

15. Ar atskleidžiate savo šeimos gyvenimo detales tinklaraštyje?

- Niekada

- Retai
- Dažnai
- Visada
- Nežinau

16. Ar rūpi tai, kad dalykai, aprašomi tinklaraštyje, gali būti pasiekiami internete dar ilgą laiką?

- Visai nerūpi
- Šiek tiek rūpi
- Rūpi
- Labai nerimauju
- Nežinau

17. Ar ribojate asmeninę informaciją savo tinklaraštyje? (rašote tik sau, tik draugams ir pan.)

- Niekada
- Retai
- Dažnai
- Visada
- Nežinau

18. Ar galite ištrinti įrašą, jei po komentaro jums pasirodys, kad per daug parašėte apie save?

- Niekada
- Retai
- Dažnai
- Visada
- Nežinau

19. Ar savo tinklaraštyje aprašote kažką, kas jums nepatinka?

- Niekada
- Retai
- Dažnai
- Visada
- Nežinau

20. Ar skaitytojų komentarai įtakoja tai, ką rašote?

- Niekada
- Retai

- Dažnai
- Visada
- Nežinau

21. Ar savo tinklaraštyje atvirai reiškiate savo teigiamus jausmus?

- Niekada
- Retai
- Dažnai
- Visada
- Nežinau

22. Ar komentuojate kitų tinklaraščiuose, kad jie galėtų atrasti Jūsų?

- Niekada
- Retai
- Dažnai
- Visada
- Nežinau

23. Ar nuolatos įkeliate nuorodas į įdomius tinklalapius, kad padidintumėte savo tinklaraščio lankomumą?

- Niekada
- Retai
- Dažnai
- Visada
- Nežinau

24. Jei atvirai aprašote savo asmeninį gyvenimą, ar tikėtės to paties ir iš kitų tinklaraščių autorių?

- Niekada
- Retai
- Dažnai
- Visada
- Nežinau

25. Kas paskatino pradėti rašyti savo tinklaraštį?

- Draugai, kuriuos pažįstu realiame gyvenime

- Norėjau bendrauti su draugais, turinčiais tinklaraščius
- Norėjau susirasti draugų
- Norėjau save išreikšti
- Sunku pasakyti

26. Jei pageidaujate, galite įrašyti savo tinklaraščio adresą (URL).

-

2 priedas. Atsakymų rezultatai (SPSS 17 duomenys)

Nr	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K110	K112	K113	K114	K115	K116	K117	K118	K119	K120	K121	K122	K123	K124	K126
1	4	1	4	7	6	5	1	2	5	3	2	2	2	2	3	1	1	3	3	3	2	4	2	2
2	2	2	4	6	6	6	1	2	5	3	3	2	2	2	4	3	3	2	3	4	4	2	4	1
3	2	1	2	7	6	4	1	4	2	1	2	2	1	1	3	2	0	2	3	4	4	4	2	1
4	2	1	1	6	6	4	1	4	4	3	2	3	2	2	2	1	2	3	3	3	2	2	1	2
5	3	1	4	6	6	5	1	5	1	3	1	1	1	1	3	2	2	3	1	0	3	3	0	1
6	2	1	2	4	6	5	1	2	5	3	1	3	1	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1
7	2	1	4	6	6	5	1	5	5	3	1	4	2	3	1	1	2	3	3	3	3	3	1	2
8	1	1	1	6	4	3	1	5	5	3	2	4	1	1	3	2	1	3	3	4	2	3	2	2
9	3	1	4	7	6	5	1	2	4	4	1	3	1	1	3	1	2	3	2	3	3	1	2	2
10	2	1	1	6	6	5	2	5	5	3	1	4	1	1	3	3	1	3	2	3	2	3	2	1
11	3	1	4	7	4	1	1	1	5	3	1	0	1	2	1	2	0	0	4	4	2	4	0	2
12	2	1	1	7	6	4	2	4	5	0	1	4	2	2	1	2	1	3	2	3	2	3	3	2
13	2	1	2	7	5	5	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	4	1
14	2	1	2	4	6	5	1	5	5	3	2	4	2	1	2	1	2	3	3	3	4	3	2	2
15	3	1	2	7	6	3	2	4	5	3	3	3	2	2	3	0	0	3	2	3	2	0	0	2
16	2	1	4	5	5	4	1	5	2	2	1	4	2	2	1	4	1	3	2	3	3	2	1	2
17	1	1	1	4	5	2	1	4	5	2	2	4	1	2	2	1	2	3	2	3	2	2	3	1
18	2	1	3	4	6	2	1	3	5	3	1	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2
19	2	1	3	5	6	4	1	4	5	3	3	4	1	2	2	1	4	3	1	4	3	4	3	1
20	4	1	4	5	6	1	1	2	5	0	1	4	1	1	3	4	0	2	0	0	2	1	0	1
21	2	1	2	5	6	6	1	5	5	3	2	4	1	1	2	1	2	2	2	3	3	2	1	2
22	2	1	2	6	3	4	1	4	4	4	3	3	2	2	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2
23	3	1	3	5	6	5	1	5	5	2	3	4	2	2	3	1	4	3	3	4	2	1	2	1
24	3	1	2	5	6	3	2	2	1	1	1	2	2	2	1	4	4	3	1	4	1	1	1	1
25	2	2	2	5	6	6	1	4	5	3	2	0	2	2	3	2	3	2	3	1	3	3	1	1
26	2	1	2	4	5	4	2	4	5	3	1	2	1	1	3	1	2	3	2	4	2	0	0	2
27	2	1	2	5	6	5	2	5	5	3	1	4	1	2	1	1	0	3	2	3	2	2	3	1
28	3	2	4	6	6	4	1	4	5	3	1	4	3	2	2	1	1	4	2	4	2	2	3	1
29	1	1	1	3	2	4	1	4	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2
30	2	1	1	6	6	3	1	4	5	3	1	2	1	2	2	1	2	4	2	3	3	2	0	2
31	2	1	2	3	6	4	2	5	5	3	1	4	2	2	3	1	2	2	3	0	3	3	3	2
32	2	1	2	6	6	6	1	5	5	0	1	4	2	2	2	1	1	2	3	3	3	2	1	1
33	2	2	2	5	6	6	1	5	5	3	1	4	2	2	0	3	0	3	1	3	1	1	0	1
34	2	1	1	6	6	5	2	5	1	3	2	4	2	1	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2
35	3	2	4	5	6	4	4	4	4	3	1	4	4	3	1	0	1	3	2	3	2	1	3	1
36	2	1	1	2	6	2	2	1	1	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
37	2	1	3	4	4	4	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	4	4	4	2	2
38	3	1	4	7	6	6	1	4	5	3	1	4	4	3	1	1	1	3	2	3	2	2	2	1
39	2	1	4	6	6	5	1	4	5	3	1	4	1	2	1	2	2	3	3	3	4	1	2	1
40	1	1	1	4	4	4	1	5	1	3	2	4	2	1	1	1	1	3	2	4	3	3	1	2

41	2	2	2	5	4	4	1	2	4	3	3	2	2	2	4	2	2	3	2	4	3	2	3	1
42	1	1	1	5	5	3	1	4	2	4	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	3	2	2	2
43	3	1	4	7	6	6	3	5	5	3	3	4	2	2	3	4	1	3	3	3	3	2	3	2
44	4	1	1	5	6	5	5	5	5	3	3	4	2	2	1	1	2	3	2	3	2	2	2	2
45	2	1	4	5	5	5	1	4	5	3	2	3	1	1	3	1	2	4	2	4	3	2	1	1
46	2	1	2	4	4	5	1	2	2	3	2	3	2	1	3	4	4	2	3	3	2	2	1	2
47	1	1	1	3	4	5	1	5	1	3	2	3	1	1	1	2	3	3	2	3	3	2	2	2
48	2	2	2	4	5	5	3	4	5	3	1	3	2	2	1	1	0	3	2	3	0	2	1	2
49	2	2	1	3	3	4	1	4	5	3	2	3	2	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2
50	3	1	4	3	3	1	1	2	5	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2
51	2	1	2	4	3	3	3	4	1	3	2	3	1	1	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2
52	2	1	2	4	6	4	1	5	2	3	2	4	2	1	2	2	2	3	2	3	3	3	2	1
53	3	1	4	7	6	4	1	5	2	3	1	4	2	1	3	4	2	2	2	3	2	2	2	2
54	3	1	4	6	5	1	1	4	1	0	1	2	2	1	3	1	2	2	2	3	3	2	1	2
55	2	1	2	3	6	4	1	5	2	3	3	4	1	1	3	4	1	3	2	4	2	2	1	1
56	1	1	4	6	5	1	2	5	4	3	1	4	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3	2
57	1	2	1	3	5	5	1	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4	3	1	4	2	2	3	2
58	5	2	4	1	6	2	2	1	5	3	1	3	1	1	2	1	2	2	2	4	2	4	2	1
59	2	1	4	5	5	5	1	5	2	3	2	2	1	1	3	1	0	1	2	3	2	0	1	1
60	2	2	4	7	6	5	3	1	1	3	2	1	2	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	1
61	2	1	1	4	3	2	1	5	5	3	3	4	2	1	3	1	4	3	3	3	4	2	2	1
62	1	2	1	3	5	3	2	4	5	3	2	3	4	2	3	3	4	3	3	4	2	1	4	1
63	4	1	4	7	4	3	1	5	5	3	1	4	2	2	1	1	1	3	2	3	1	1	1	2
64	1	1	1	5	2	4	1	5	5	3	1	4	1	1	1	4	2	3	2	3	2	2	3	2
65	3	1	2	7	6	5	1	4	5	3	1	4	2	1	2	1	4	3	1	3	2	1	0	1
66	5	1	4	6	2	5	1	5	5	0	2	4	2	2	3	1	2	2	3	3	4	1	0	2
67	2	1	2	5	5	4	1	1	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	2	3	1
68	3	1	3	6	6	6	1	4	5	3	2	4	4	2	3	2	3	4	2	4	3	4	3	1
69	3	1	4	7	6	4	1	2	5	3	3	3	2	2	1	2	0	3	1	3	3	2	0	2
70	3	1	2	7	6	6	2	4	5	3	1	3	1	2	2	3	4	3	2	3	2	2	2	1
71	3	2	4	6	6	6	1	3	5	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	4	1	1	3	1
72	2	2	2	5	6	4	1	4	5	3	1	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	1
73	4	1	4	7	4	6	4	5	1	3	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1
74	3	2	4	6	5	6	3	2	5	3	2	4	2	2	2	4	2	2	2	3	1	1	2	1
75	3	2	3	4	4	4	1	2	5	3	1	3	2	3	1	2	2	3	2	4	0	1	1	2
76	3	2	4	7	5	2	3	2	2	2	2	3	1	2	3	1	4	3	3	4	4	4	1	1
77	3	2	4	6	6	6	3	1	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	1	1	1	2
78	3	2	4	2	3	3	1	5	4	3	1	3	1	2	2	2	0	1	3	2	4	3	0	1
79	3	2	4	7	6	6	3	2	5	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	2	1
80	5	1	4	7	6	6	2	5	5	3	2	4	1	2	2	3	4	2	3	3	3	2	1	2
81	3	2	4	6	5	5	1	3	4	3	2	2	2	2	2	0	2	2	0	2	0	2	2	2
82	4	1	2	7	4	2	1	4	5	3	3	4	2	1	1	2	2	3	2	3	4	2	2	2
83	3	2	4	5	4	3	2	2	5	1	1	3	3	3	2	0	4	3	2	4	2	1	3	1
84	2	2	4	5	3	4	1	4	5	3	0	3	3	2	3	2	2	3	0	3	1	1	0	2
85	3	1	4	6	4	5	1	1	1	4	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
86	3	1	4	6	6	6	4	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	0	1
87	3	1	4	6	6	6	2	4	2	3	1	1	1	2	3	4	3	3	1	3	1	1	1	1
88	3	2	2	7	2	5	1	4	5	3	2	0	2	2	2	2	3	2	2	4	2	1	4	1
89	2	2	4	5	5	1	1	4	5	3	1	2	2	2	2	3	1	1	2	2	4	2	1	1
90	3	2	4	2	6	4	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	1	2	1
91	3	2	4	6	6	1	2	2	5	3	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	2	1
92	4	1	4	6	4	2	1	1	2	3	2	1	4	1	3	1	1	3	1	3	2	2	4	1
93	2	2	4	7	3	5	2	4	5	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	0	2
94	2	2	2	4	3	6	1	2	1	2	4	3	4	2	2	2	2	4	1	4	2	1	3	1
95	3	1	4	7	6	5	2	2	4	3	1	3	2	2	0	3	2	2	2	3	2	2	0	1
96	3	2	2	7	4	3	1	5	5	1	2	4	2	2	2	0	4	2	2	2	1	1	1	1
97	4	1	4	7	5	3	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	3	2	3	2	2	2	1
98	4	2	4	7	3	1	1	2	1	2	3	3	2	2	3	4	4	3	4	4	3	1	3	1
99	3	1	4	7	5	5	1	2	5	3	2	3	1	2	2	3	3	4	2	4	2	1	1	2
100	3	2	4	7	6	5	1	4	5	3	2	3	1	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2
101	4	1	4	7	6	6	2	1	1	3	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2	2	4	1
102	2	2	4	5	4	4	1	4	5	3	2	4	4	2	2	1	1	3	2	3	2	1	3	1

103	3	2	4	7	6	6	1	4	4	3	2	3	2	2	2	4	3	3	1	3	1	2	1	2
104	2	2	2	1	5	6	2	1	5	3	3	3	2	2	3	4	2	3	1	4	2	1	0	1
105	3	1	4	7	6	5	1	1	1	2	2	3	1	2	1	2	2	3	2	3	2	1	1	1
106	3	1	4	7	6	5	2	5	4	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2
107	3	2	4	5	6	6	1	2	5	3	2	4	4	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1
108	3	1	4	6	6	6	1	1	5	3	1	3	2	3	1	1	1	3	3	3	2	1	0	2
109	2	2	4	5	4	5	1	2	5	3	0	4	1	3	3	3	2	3	1	4	1	1	1	2
110	2	2	2	5	3	6	1	2	5	3	2	3	3	2	0	2	2	4	1	4	2	1	3	1
111	3	2	4	6	4	6	2	2	5	1	1	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	1	1	1
112	3	2	4	7	3	5	1	2	5	3	2	3	2	2	2	3	0	2	1	3	0	1	0	1
113	3	2	3	6	6	4	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	3	0	1	1	1
114	3	1	4	7	2	5	1	1	4	2	3	1	2	2	2	0	2	3	1	3	1	1	1	2
115	3	2	2	7	4	1	1	5	4	3	1	0	1	2	1	3	3	2	2	3	1	1	0	1
116	3	1	4	6	6	6	1	2	4	3	1	3	2	1	1	2	2	3	2	3	2	2	1	1
117	2	2	2	5	3	5	2	2	4	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	4	2	0	1
118	3	2	4	7	6	3	4	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1
119	3	2	4	6	6	6	1	4	5	3	3	3	2	2	3	4	2	3	2	4	2	1	2	1
120	2	1	2	5	6	3	1	1	2	3	3	1	1	2	1	2	0	3	0	0	3	1	1	1
121	3	1	1	3	3	2	1	2	1	2	3	1	1	2	2	1	0	3	2	2	2	2	0	1
122	2	2	2	7	5	4	1	2	4	3	1	4	2	2	2	3	4	2	2	3	3	1	1	1
123	5	1	1	2	6	1	1	3	1	1	1	2	1	2	1	2	0	1	2	3	1	1	2	1
124	4	1	4	7	5	5	1	4	1	4	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	1	1
125	3	2	2	6	5	6	1	4	5	3	2	3	4	3	2	2	1	3	2	4	1	1	3	1
126	4	2	4	7	6	5	2	4	5	3	1	3	2	3	1	3	2	2	2	3	3	3	2	1