

Tartu Ülikool  
Sotsiaalteaduste valdkond  
Ühiskonnateaduste instituut  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Taavi Rebane

**Töötajate sotsiaalmeedia kasutamise reguleerimine Eesti avaliku  
sektori organisatsioonides**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Tiiu Taur, MA

Tartu 2016

## Tänuõnad

Bakalaureusetöö kirjutamine oli minu jaoks kindlasti huvitav ja hariv kogemus ning suur saavutus. Soovin tänada oma töö juhendajat, **Tiiu Tauri**, kellela ei oleks valminud töö, mida kõlbab lugeda ja mis annab kasulikku informatsiooni. Tema juhendamiseta ei oleks ma osanud nii põhjalikku tööd teha. Seminaritöö uurimisrühmast saadud näpunäited ja õpetussõnad ning bakalaureusetöö valmimise ajal saadud tagasiside panid aluse minu töö edukaks valmimiseks.

Samuti soovin tänada **Age Rosenbergi**, kes aitas töö valmimisele kaasa oma positiivse suhtumise ja abistava tagasisidega juba seminaritööst saati.

Suur tänu kõikidele intervjueeritavatele, kellela ei oleks see töö saanud valmida. Teist oli väga palju abi ja ma loodan, et minu töö aitab nüüd teid.

Tänuõnad ka oma uurimisrühmale ja kursusekaaslastele, kellega sai rasketel aegadel nõu pidada ja muresid kurta.

# Sisukord

Sissejuhatus.....	6
1. Teoreetilised ja empiirilised alused .....	9
1.1 Sotsiaalmeedia mõiste ja olemus.....	9
1.2 Sotsiaalvõrgustikud .....	12
1.3 Populaarsemad sotsiaalvõrgustikud .....	13
1.3.1 Facebook.....	13
1.3.1 Twitter.....	14
1.4 Sotsiaalmeedia ohud töötajale ja organisatsioonile.....	15
1.5 Avalik sektor ja sotsiaalmeedia.....	16
1.6 Negatiivsed kaasused Eestis.....	17
1.7 Sotsiaalmeedia omadused .....	19
1.8 Sotsiaalmeedia eeskirjad organisatsioonis .....	20
1.9 Näiteid organisatsioonide eeskirjadest tuginedes sotsiaalmeedia omadustele.....	24
1.9.1 Nähtavus ja püsivus .....	24
1.9.2 Redigeeritavus.....	25
1.9.3 Sidusus .....	26
1.10 Varasemad uuringud Eestis.....	26
2. Eesmärk ja uurimisküsimused.....	29
3. Uurimismeetod ja valim .....	31
3.1 Uurimismeetodid.....	31
3.1.1 Standardiseeritud kontentanalüüs.....	31
3.1.2 Intervjuu.....	31
3.2 Valim.....	32
3.2.1 Standardiseeritud kontentanalüüsi valim .....	32
3.2.2 Intervjuu valim.....	33
3.3 Analüüsimeetodid.....	34
3.3.1 Standardiseeritud kontentanalüüsi analüüsimeetod .....	34
3.3.2 Intervjuu analüüsimeetod.....	34
4. Tulemused .....	36
4.1 Meediakajastuste kontentanalüüsi tulemused .....	36

4.1.1	Žanr, väljaanne ja kajastuste arv .....	36
4.1.2	Teksti peateema ja kõrvalteema .....	38
4.1.3	Loos esinev üldine hinnang ja emotsionaalne suhtumine .....	39
4.1.4	Tegelase amet, kõneleja ja sotsiaalmeedia kanal .....	40
4.1.5	Tekstis mainitud sotsiaalmeedia kanal .....	42
4.2	Semistruktureeritud intervjuude tulemused .....	43
4.2.1	Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjad ja koolitused .....	43
4.2.2	Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate ootused ja hinnangud sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjadele .....	45
4.2.3	Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate ootused ja hinnangud sotsiaalmeedia kasutamise koolitustele .....	48
4.2.4	Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate ootused ja hinnangud sotsiaalmeedia kasutamise kontrollile .....	49
4.2.5	Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate hinnangud sotsiaalmeedia kasutamise ohtudele ja organisatsiooni esindamisele .....	50
4.2.6	Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutuspraktikad .....	51
5.	Järeldused ja diskussioon .....	54
5.1	Eesti avaliku sektori organisatsiooni sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri ja sotsiaalmeedia kasutamise koolitamine organisatsioonis .....	54
5.2	Eesti avaliku sektori organisatsiooni töötajate hinnangud eeskirjale, juhendamisele ja sotsiaalmeedia kasutamisele .....	56
5.3	Praktilised soovitused sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja koostamiseks ja kasutuselevõtuks .....	58
5.4	Meetodikriitika ja ettepanekud edasisteks uurimistöödeks .....	60
	Kokkuvõte .....	62
	Summary .....	64
	Kasutatud kirjandus .....	66
	Lisad .....	71
	Lisa 1: Intervjuu kava .....	71
	Lisa 3: Meediaväljaannete kontentanalüüsi kodeerimisjuhend .....	74
	Lisa 4: Standardiseeritud kontentanalüüsi kodeerimistabel .....	77
	Lisa 5: Intervjuude transkriptsioonid .....	82

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks.... 148

## Sissejuhatus

2015. aastal oli meedias näha küllaltki palju artikleid, kus oli kirjutatud järjekordsest avaliku sektori organisatsiooni töötajast, kes läbi sotsiaalmeedia oli teinud ebasobiliku postituse, mis põhjustas skandaali. Sellele järgnes riigijuhtide ja organisatsiooni juhtide avaldused, kus töötaja postituse sisu tauniti ning hiljem töötajale noomitus esitati. Selliseid juhtumeid oli 2015. aastal mitmeid, millest tekkis ka huvi uurida, kuidas avaliku sektori organisatsioonides sotsiaalmeedia kasutamist on reguleeritud ja juhendatud. Avaliku sektori organisatsioonide töötajatel ei pruugi olla teadlikud ohtudest, mis sotsiaalmeediat kasutades ja seal avalikult arvamust avaldades tekivad. Töötajaid võivad arvata, et sotsiaalmeedias arvamust avaldades esindatakse ainult ennast, mitte organisatsiooni, mistõttu võib tihti ühe töötaja postituse pärast terve organisatsiooni maine kahjustada saada. Seda ilmestab hästi 2015. aasta juunis Hannes Võrno poolt sotsiaalmeediasse postitatud arvamuse avaldus pagulaste teemal, millele järgnes suurem skandaal (Postimees, 2015). Peale mitmeid juhtumeid alustas 2015. aasta lõpus ametnike eetikanõukogu tööd ametnike väljendusvabaduse hea tava koostamiseks, mis valmis 2016. aasta aprillis, kui käesolev bakalaureusetöö oli kirjutamisel (Ametnike eetikanõukogu, 2016). Ametnike väljendusvabaduse hea tava on juhised, mis keskendub üldisele ühiskondlikus arutelus osalemisele tööväliste kanalite vahendusel, mis hõlmab ka sotsiaalmeediat, kuid ei spetsialiseeru sellele (ibid). Minu töö uurib, kas sotsiaalmeedia kasutamisega seotud juhendeid on Eesti avaliku sektori organisatsioonides kasutusel, mida töötajad arvavad nendest ja jagab nõuandeid selliste juhendite koostamiseks, täiendamiseks ja kasutuselevõtuks. Ametnike väljendusvabaduse hea tava on üks vorm nendest juhenditest.

Sotsiaalmeedia lehekülgede kasutamine on muutunud populaarseks ning tänapäevased nutiseadmed teevad selle kasutamise väga lihtsaks (Bernhardt, Alber ja Gold, 2014: 172). Tänapäeval saavad inimesed väljendada oma isiklikke ja professionaalseid muresid ning rõõme läbi sotsiaalmeedia ning mida peeti varem privaatseks, on tänaseks avalik, sest informatsiooni kulgumine inimeste vahel ei ole enam kahesuunaline ehk informatsioon ei liigu enam ainult kahe inimese vahel, vaid liigub mitmesse suunda ehk mitmele inimesele. (Sarin, 2010: 110). Sotsiaalmeedia vahendatud suhtlus on muutumas moodsa ühiskonna osaks (Khan, Hoffman ja Misztur, 2015: 571). Seega on tähtis, et sotsiaalmeediasse ei suhtutaks ükskõikselt.

Sotsiaalvõrgustike populaarsus inimeste ja järelkult ka töötajate seas on toonud organisatsioonidele palju väljakutseid, milleks võib olla näiteks töötajate ebasobilikud arvamused sotsiaalmeedias, mis tekitavad vajaduse eeskirjade järgi, mis reguleeriks sotsiaalmeedia kasutust. Töötajad arvavad tihti, et tema postitusi näevad ainult tema sõbralisti liikmed, kuid peamiselt ei vasta see tõe, mis võib viia suurte probleemideni isegi siis, kui postitus on tehtud töövälisel ajal (Lucero, Allen ja Elzweig, 2013: 155-156). Selle vältimiseks on vajalik töötajatele selgitada, et sotsiaalmeedia ei tunne tööaegu ning isiklikku arvamust seostatakse tihti ka organisatsiooniga, kus inimene töötab.

Organisatsioonide juhid, eriti avalikku sektorisse kuuluvad, peavad koostama sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja, mis kaitseks nende töötajaid, organisatsiooni mainet ning austaks töötajate privaatsust (Schultz, Koehler, Philippe ja Coronel 2015: 42). Sotsiaalmeedia populaarsuse tõttu, on selline eeskiri muutumas üha aktuaalsemaks, eriti viimaste sündmuste valguses, mis puudutavad Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajaid.

Eestis on uuritud sotsiaalmeediat üldiselt tööandjate pilgu läbi ning kui palju nad seda organisatsioonisiselt probleemiks peavad (Kempel, 2014). Samuti on uuritud tööle kandideerijate internetipõhist taustauuringut ja töötajate monitoorimist meediaettevõtete näitel ning tudengite arvamust sellest (Urbel, 2015; Urbel, 2013). Uuritud on veel riigiasutusi sotsiaalmeedias, finantssektori organisatsioonide sotsiaalmeedia kasutuspraktikaid ja Eesti Panga töötajate Facebooki kasutust (Kostabi, 2013; Krusten, 2015; Rääsk, 2013). Kuid Eesti avaliku sektori organisatsioonide sotsiaalmeedia kasutuse eeskirju ning töötajate sotsiaalmeedia kasutust uuritud ei ole.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on uurida, kuidas reguleeritakse avaliku sektori organisatsioonides töötajate sotsiaalmeedia kasutamist. Oma töös kirjeldan, kuidas Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajaid koolitatakse ja juhendatakse ning millised on organisatsioonide eeskirjad ja töötajate ootused nendele. Lisaks sellele uurin ka töötajate sotsiaalmeedia kasutuspraktikaid – milliseid kanaleid kasutatakse, mida ja kui tihti postitatakse, kas ja millistel aruteludel osaletakse. Bakalaureusetöö raames viisin läbi kümme intervjuud ning meediakajastuste kontentanalüüsi. Saadud tulemuste põhjal koostasid praktilised soovitused, mida saavad Eesti avaliku sektori organisatsioonid kasutada oma eeskirjade ja koolituste loomisel, täiendamisel ja kasutuselevõtul.

Bakalaureusetöö koosneb kuuest suuremast peatükist. Esimeses peatükis annan ülevaate teoriast, mis puudutab sotsiaalmeediat ja organisatsioonide eeskirju. Kirjeldan populaarsemaid sotsiaalvõrgustikke, toon näiteid organisatsioonide eeskirjade ning negatiivsete kaasuste kohta Eestis. Teises peatükis kirjeldan oma töö eesmärki ning uurimisküsimusi. Kolmandas peatükis kirjeldan uuringumeetodit ning valimi koostamise põhimõtteid. Neljandas peatükis toon lähtuvalt uurimisküsimustest välja tulemused, mida analüüsin viiendas peatükis. Kuues peatükk koosneb praktilistest nõuannetest avaliku sektori organisatsioonidele.



## 1. Teoreetilised ja empiirilised alused

Käesolevas peatükis seletan lahti sotsiaalmeedia mõiste ja olemuse ning kirjeldan sotsiaalvõrgustikke, mille kohta ka populaarsemad näited välja toon. Samuti kirjutan sotsiaalmeedia ohtudest ning toon näiteid negatiivsetest kaasustest Eestis. Lisaks sellele toon näiteid sotsiaalmeedia eeskirjadest suuremates organisatsioonides ning kirjeldan sotsiaalmeedia omadusi.

### 1.1 Sotsiaalmeedia mõiste ja olemus

Aastal 1979 loodi Tom Truscotti ja Jim Ellisi poolt Usenet – ülemaailmne süsteem, mis lubas kasutajatel internetis avalikke sõnumeid postitada (Kaplan ja Haenlein, 2010: 60). Kuid sotsiaalmeedia ajastu algas umbes 20 aastat varem, kui Bruce ja Susan Abelson löid Open Diary – sotsiaalvõrgustiku, mis koondas *online* päevikupidajaid ning sellega samal ajal tuli kasutusele termin „blogi“ (ibid). Tänapäevane kiire internetiühendus tõi endaga kaasa suured võrgustikud nagu MySpace ja Facebook, mis omakorda kinnistas termini „sotsiaalmeedia“ (ibid). Seega ei ole sotsiaalmeedia tekkimine olnud viimase 20 aasta sündmus, vaid pikaajaline protsess, millest on välja arenenud tänapäevane sotsiaalmeedia.

Selleks, et defineerida sotsiaalmeediat, peab esmalt seletama, mis on Web 2.0 ja *User Generated Content* ehk kasutajate loodud sisu. Terminit Web 2.0 kasutati esimest korda aastal 2004, et kirjeldada, kuidas tarkvara arendajad hakkasid *World Wide Web*'i uutmoodi kasutama (Kaplan ja Haenlein, 2010: 61). See tähendab, et arendajad hakkasid *World Wide Web*'i kasutama platvormina, kus sisu järjepidevalt muudetakse kõikide kasutajate poolt ning Web 1.0 aega kuuluvad rakendused asendati blogide, wikide ja muude projektidega (ibid). Üheks Web 2.0 näiteks on populaarne Wikipedia, mis koondab erinevat informatsiooni, mida saavad kasutajad iseseisvalt täiendada.

Kasutajate loodud sisu on inimeste sotsiaalmeedia kasutamise viiside kogum (Kaplan ja Haenlein, 2010: 61). Termin sai populaarseks aastal 2005 ning sellega kirjeldatakse kogu sisu, mis on avalikult kättesaadav ja loodud kasutajate poolt (ibid). *Organisation for Economic Co-operation and Development*'i (2007; ibid, 2010: 61 kaudu) sõnul peab kasutajate loodud sisu vastama kolmele nõudele: esiteks peab see olema avalikult kättesaadav, teiseks peab see sisaldama loovat sisu ja kolmandaks ei tohi see olla loodud professionaalsete tegevustega seoses.

Seega Kaplan ja Haenlein (2010:61) defineerivad sotsiaalmeediat järgmiselt: „Sotsiaalmeedia on grupp internetipõhiseid rakendusi, mis on ehitatud Web 2.0 ideoloogilistele ja tehnoloogilistele alustele ning lubavad kasutajate loodud sisu jagamist.“. Sotsiaalmeedia koosneb erinevatest tööriistadest ja tehnoloogiatest, näiteks blogid ja wikid, sotsiaalvõrgustiku leheküljed ning muud Web 2.0 platvormid (Khan jt, 2013). Neid tööriistu kasutades on loodud näiteks Facebook, Wordpress, Twitter ja LinkedIn.

Kolm põhilist trendi on viinud sotsiaalmeedia kasutamise suure kasvuni (McAfee 2009:47, Husin ja Hanisch, 2011: 4 kaudu):

### 1. Tasuta ja kasutajasõbralikud platvormid suhtluseks

Traditsioonilised kommunikatsioonikanalid nagu e-mail on kanalid, kus suhtlus on tavaliselt privaatne ja saatja ning vastuvõtja vaheline, kuid nende vastandid on platvormid, kus on kogu suhtlus nähtav ja püsiv suuremale hulgale kasutajatele (McAfee, 2006; Husin ja Hanisch, 2011: 4 kaudu). Platvormide kasutamist ei märgatud kuni 1997. aastani, kui blogid tulid esimest korda kasutusele (McAfee, 2009; *ibid*). Kasutajatel ei pidanud olema teadmisi blogimise kohta, et avaldada oma ideid või arvamusi internetis. Erinevad kasutajad erinevatest piirkondadest said kommenteerida blogisid ning see kõik oli tasuta (Lamont, 2007). See pani aluse „tasuta ja kasutajasõbralik“ trendile (Husin ja Hanisch, 2011: 4). Kuna inimesed ei pidanud nende platvormide kasutamise eest maksma ning süsteemi õppimisega eriti vaeva nägema, hakkas nende populaarsus kasvama.

### 2. Pealesurutud struktuuri puudumine

Tehnoloogid tegid suure suunamuutuse oma rollis uute platvormide ehitamisel, millest üks osa oli pealesurutud struktuuri vältimine, mis tähendab, et ei piiratud kasutajaid läbi kindlate ja ettemääratud tööriistade, mis ei pruugi neile kasulikud olla (Gilchrist, 2007; Husin ja Hanisch, 2011: 4 kaudu). Tehnoloogid nägid uut trendi kasutajate seas, kus kasutajad löid oma struktuure nende platvormide abil (Gilchrist, 2007; Husin ja Hanisch: 4 kaudu). Husin ja Hanisch (2011: 4) toovad välja, et head näited sellest on Wikipedia ja Delicious. Nendel lehekülgedel on väga palju võimalusi oma platvormi muutmisel ja täiendamisel.

### 3. Mehhanismid, mis lubavad struktuuridel esile tõusta

*Google*'i asutajad lõi algoritmi nimega PageRank, mis järjestab veebileheküljed selle põhjal, mitu lehekülge on konkreetse veebileheküljega seotud (Tarcsi, 2007, Husin ja Hanisch, 2011: 4-5 kaudu). Google oli esimene otsingumootor, mis vaatas veebi kogukonnana (Husin ja Hanisch, 2011: 4-5). Seega varasemalt lähtuti asjaolust, et iga veebilehekülge on eraldi seisev ning ei ole seotud teiste lehekülgedega.

Selleks, et paremini sotsiaalmeedia erinevaid vorme mõista, on jagatud need kategooriatesse. Selleks on kasutatud Short, Williams ja Christie (1976, Kaplan ja Haenlein, 2010: 61 kaudu) sotsiaalse kohalolu teooriat, Daft ja Lengeli (1986, *ibid*) meedia rikkuse teooriat, Goffmani (1959, *ibid*) enesepresentatsiooni teooriat ning Schau ja Gilly (2003, *ibid*, 2010: 62 kaudu) enesepaljastuse teooriat. Nende teooriate abil saab koostada tabeli, mille põhjal saab sotsiaalmeedia erinevaid vorme klassidesse jaotada.

Kategooriateks (Tabel 1) on sotsiaalne kohalolu/meedia rikkus ja enesepresentatsioon/enesepaljastus, kuhu on paigutatud koostööl põhinevad projektid (Wikipedia), blogid, sisukogukonnad (Youtube), sotsiaalvõrgustikud, virtuaalmängud ja virtuaalsed sotsiaalsed maailmad. Koostööl põhinevad projektid on madala sotsiaalse kohalolu/meedia rikkusega ning blogid on kõrge enesepresentatsiooniga/enesepaljastusega, kuid madala sotsiaalse kohaloluga. Keskmise sotsiaalse kohalolu tasemega on sisukogukonnad ja sotsiaalvõrgustikud. Kõrgel tasemel on mõlemas kategoorias virtuaalmängud ja virtuaalsed sotsiaalsed maailmad (Kaplan ja Haenlein, 2010: 62).

		Sotsiaalne kohalolu/Meedia rikkus		
		Madal	Keskmine	Kõrge
Enesepresentatsioon/Enesepaljastus	Kõrge	Blogid	Sotsiaalvõrgustikud (Facebook)	Virtuaalsed sotsiaalsed maailmad (Second Life)
	Madal	Koostööprojektid (Wikipedia)	Sisukogukonnad (Youtube)	Virtuaalsed mängumaailmad (World of Warcraft)

**Tabel 1:** Sotsiaalmeedia klassifikatsioon sotsiaalse kohalolu/meedia rikkuse ja enesepresentatsiooni/enesepaljastuse abil (Kaplan ja Haenlein, 2010: 62).

On selge, et sotsiaalmeedial on mitu vormi, mis erinevad üksteisest mitme tunnuse ning eesmärgi poolest. Samuti on sotsiaalmeedial ajalugu, mis on läbinud erinevaid arenguetappe. Eelkõige on töö teemast lähtudes vajalik täpsemalt kirjeldada sotsiaalvõrgustikke ning nende olemust, millele keskendun järgmises peatükis.

## 1.2 Sotsiaalvõrgustikud

Boyd ja Ellison (2008: 210) defineerivad sotsiaalvõrgustikke veebipõhiste teenustena, mida saavad inimesed kasutada avaliku või poolavaliku profiili loomiseks piiratud süsteemis, koostada nimekirja teistest kasutajatest, kellega neil on side ning seda või teiste kasutajate oma jälgida. Nimekirja kuuluvad tavalised sõbrad, tuttavad ja kolleegid. Nende kasutajatest moodustubki sõbralist, mis omakorda moodustab võrgustiku.

On olemas sadu erinevaid sotsiaalvõrgustikke, millel on erinevad tehnoloogilised võimalused, mis toetavad laia hulka huvisid. Kuigi põhilised tehnoloogilised võimalused on erinevatel sotsiaalvõrgustikel sarnased, siis kultuurilised erinevused on suured (boyd ja Ellison, 2008: 210). Näiteks LinkedIni postitatakse ainult professionaalset karjääri puudutavaid asju, kuid Facebooki postitatakse rohkem igapäevaseid asju. Paljud leheküljed toetavad varem olemas olnud võrgustike haldamist, kuid mõned aitavad võõrastel leida üksteist, näiteks läbi ühiste huvide ja hobide (ibid, 2008: 210). Näiteks aitab Facebook läbi ühiste sõprade leida uusi tutvusi. Mõned leheküljed keskenduvad erinevatele sihtrühmadele, samas teised jälle kindlale inimeste grupile, näiteks ühine keel, usk või päritolu (ibid). Näiteks leidub Vkontakttest enamjaolt venekeelseid kasutajaid, kes liituvad lehega just sellepärast, et lehekülge keskendub venekeelsetele inimestele.

Sotsiaalvõrgustikke ei muuda unikaalseks see, et inimesed saavad üksteisega tutvust luua läbi ühiste huvide või hobide, vaid see, et inimesed saavad oma sotsiaalsed sidemed luua avalikuks ning nähtavaks kõigile ning selle tulemusel luuakse selliseid sidemeid, mida tavalistes oludes ei looda (boyd ja Ellison, 2008: 211). Sotsiaalvõrgustike selgrooks on profiilid, mis näitavad sõprade nimekirja, kes on samuti võrgustiku kasutajad ning profiili abil saab inimene „kirjutada ennast eksisteerima“, see tähendab, et ilma profiilita ja seal olevata informatsioonita ei ole inimene sotsiaalmeedias olemas (Sunde 'n, 2003:3, boyd ja Ellison, 2008: 211 kaudu). Peale sotsiaalvõrgustikuga liitumist palutakse inimesel täita ankeet, millel on tüüpikumused, näiteks vanus, sugu, asukoht ja huvid, samuti saab paljudel lehekülgedel laadida ülesse ka oma profiilipildi (boyd ja Ellison, 2008: 211-212). Profiilide nähtavus erineb igal võrgustikul ja

kasutajal ning nähtavus ja ligipääsetavus on põhilised vahendid, mille kaudu sotsiaalvõrgustikud eristavad ennast üksteisest (boyd ja Ellison, 2008: 213). Näiteks LinkedInis on põhiliselt näha tööalane informatsioon, kuid Facebooki profiil sisaldab rohkem isiklikke andmeid.

Paljudel võrgustikel on võimalus jätta teistele kasutajatele sõnumeid profiilile, see tähendab tavaliselt kommentaaride kirjutamist, kuid leheküljed nimetavad seda erinevalt (boyd ja Ellison, 2008: 213). Näiteks saab Facebookis minna teise kasutaja „seinale“ ning sellel avanevale kasti kirjutada oma sõnumi. Lisaks sellele on sarnaselt e-mailile võimalik saata ka privaatseid sõnumeid üksteisele. Mõlemad eelnevad võimalused on populaarsed suurematel võrgustikel, kuid ei ole universaalselt kättesaadavad väiksematel lehekülgedel (ibid). Seega olenevalt võrgustiku eesmärgist ja ka populaarsusest, on kasutajate vaheline suhtlemine erinev.

Sotsiaalvõrgustikud erinevad palju üksteisest oma kasutajate ja võimaluste poolest, näiteks on mõnel videote jagamise võimalus, teistel on sisseehitatud blogimine ja sõnumite saatmine (boyd ja Ellison, 2008: 214). Facebookis küll blogida ei saa, kuid videote jagamise ja sõnumite saatmise funktsioon on olemas. Samuti on olemas mobiilipõhised võrgustikke, kuid mõned suuremad veebipõhised võrgustikud, näiteks Facebook, pakuvad ka mobiilseid lahendusi (ibid). Facebook ja Twitter pakuvad nutitelefonidele rakendusi, mida saab tasuta alla laadida.

Sotsiaalvõrgustikel on väga suur hulk erinevaid tehnoloogilisi võimalusi, mida saab kasutada erinevate eesmärkide täitmiseks. Samuti töötavad sotsiaalvõrgustikud erinevatel põhimõtetel, mis aitavad inimestel luua endale võrgustikke ja pakuvad erinevaid võimalusi kasutajatele teiste kasutajatega suhtlemiseks.

### **1.3 Populaarsemad sotsiaalvõrgustikud**

Järgnevas peatükis kirjeldan kahte populaarsemat sotsiaalvõrgustikku – Facebooki ja Twitterit. Valisin need võrgustikud seetõttu, et meedias on viimasel ajal tihti just neid kanaleid kajastatud.

#### **1.3.1 Facebook**

Bernhardti jt (2014: 170) sõnul alustas Facebook sotsiaalse ja personaalse jagamise leheküljena, kuid tänaseks on laienenud see ka teistele aladele, näiteks reklaamindus, uudised ja meelelahutus. Facebooki saab efektiivselt kasutada professionaalseteks eesmärkideks, näiteks professionaalsete võrgustike loomiseks, informatsiooni kogumiseks ja jagamiseks, mis aitavad teha erinevaid otsuseid (Bernhardt jt, 2014: 170). Samas võib Facebooki kasutamine ka hävitada

inimese karjääri, kui näiteks jagatakse solvavat või ebasobilikku informatsiooni (ibid). Näiteks võib tuua Eestis aset leidnud juhtumi, kus haiglaõde postitas sotsiaalmeediasse pildi haigest beebist ning kommentaarid tema elu ja tervise kohta, mille tõttu sattus ohtu tema karjäär meditsiinis, sest tegemist oli andmekaitseaduse rikkumisega (Puuraid, 2012).

Facebookis saab luua erinevaid nimekirju sõpradest, näiteks „kolleegid“ ja „perekond“, mida saab kasutada teatud informatsiooni jagamiseks kindlate sõpradega selle asemel, et jagada seda kogu võrgustikuga. Kui nimekirjad on loodud, saab kasutada neid selleks, et piirata ligipääsu teatud infole (Bernhardt jt, 2014: 170). Seega on Facebooki sõbralisti ja selle kategooriaid võimalik kasutada erinevatel eesmärkidel.

Meeles tuleb pidada, et grupid, millega on liitunud ja lehed, millele on „meeldib“ pandud, on tihti avalik informatsioon (ibid). See tähendab, et teised inimesed, näiteks töökaaslased, näevad, millega kasutaja Facebookis tegeleb. Märkimise funktsioon on Facebookis kasulik inimeste kokkuviiamiseks, kuid võib olla kahjulik, kui inimene on märgitud näiteks pildile või postitusele, mis on ebaprofessionaalne (ibid). Näiteks tihti märgivad kasutajad teisi kasutajaid piltidele, kus kujutatakse neid alkoholi tarbimas või alkoholijoobes, mis võib mõne isiku puhul olla ebaprofessionaalne.

Facebookil oli Statista andmetel november 2015 seisuga 1,55 miljardit aktiivset kasutajat üle maailma (Statista, 2015). Statista pakub erinevaid statistilisi andmeid interneti kasutamise kohta (Statista koduleht, 2016). Aastal 2015 oli Eestis Facebooki kasutajaid kommunikatsioonibüroo Dalton ja veebiagentuur Vurri koostöös valminud uuringu järgi 590 000 (Dalton, 2015).

### **1.3.1 Twitter**

Twitter on sotsiaalvõrgustikest kõige avatum ning pakub kõige suuremat väärtust professionaalsele arengule (Bernhardt jt, 2014: 171).

Kuigi Twitterit tuntakse kohana, kus kuulsused jagavad oma teateid miljonite jälgijatega, kasutatakse seda ka tööriistana professionaalsete teadete ja arvamuste jagamisel. Sarnaselt teistele sotsiaalvõrgustikele, peaks Twitteri kasutajad olema professionaalsed, kui luuakse kasutajanimi ja profiil (ibid). Samuti ei tohi seda unustada ka *tweetide* tegemisel, sest peaaegu igäüks võib seda jälgida ning neid postitusi *retweetida* (ibid). Väga oluline on enesetsensuur ning *tweetide* ülelugemine enne, kui see välja saadetakse (ibid). Kui kasutaja soovib säutsuga midagi

olulist teatada või näiteks ka vabandust paluda, siis on väga oluline, et säuts ei sisaldaks kirjavigu, sest muidu ei võta teised kasutajad säutsu tõsiselt ning sõnumi eesmärk võib jääda täitmata või sõnum hoopis negatiivselt mõjuda (ibid). Ilmekas näide sellest on Steve Harvey eksimus Miss Universe 2015 võitja teavitamisel, kui kuulutas kogemata välja vale võitja. Harvey vabandas inimeste ees läbi Twitteri, kuid vabandus sisaldas kirjavigu, mis ei jäänud inimestel märkimata ning seetõttu mõjus vabandus võltsilt (Hein, 2015).

Kuna Twitter on avalik platvorm, siis see, keda kasutaja jälgib, on avalik. Seega näevad ka teised kasutajad, keda konkreetne kasutaja jälgib. Kasutajad saavad jälgida nii inimesi kui ka organisatsioone. Järelikult peab valima, keda Twitteris jälgida, kuna näiteks ka töökaaslased näevad, mida Twitteris tehakse ning selle järgi võivad nad teha professionaalseid ja isiklikke järeldusi (Bernhardt jt, 2014: 171). Näiteks, kui kasutaja jälgib Twitteris Donald Trumpi, võib töökaaslane sellest teha järeldusi kasutaja poliitilistest vaadetest ja seisukohtadest ning kui töökaaslasele need ei meeldi, võib tekkida konflikt. Isegi siis, kui kasutaja ei toeta Trumpi ja tema vaateid, vaid jälgib teda Twitteris rohkem huvi pärast, võib töökaaslane eeldada, et kasutaja on Trumpi toetaja, sest läbi interneti võib tihti saada vale ettekujutuse inimese kavatsustest.

Twitteril oli Statista andmetel november 2015 seisuga 316 miljonit aktiivset kasutajat üle maailma (Statista, 2015). Eesti kohta värske statistika puudub, kuid aastal 2013 oli sotsiaalmeedia monitooringuga tegeleva ettevõtte Freqmedia andmetel igal päeval umbes 6000 aktiivset kasutajat, kes tegid umbes 40 000 säutsu päevas (Ideon, 2013). Samas see arv kajastab ainult aktiivseid kasutajaid, kes päevas teevad vähemalt ühe säutsu (ibid). Seega ei kajasta see arv Eesti kasutajate koguarvu ning lisaks on see arv tõenäoliselt tänaseks muutunud, kuid mingi ülevaate sellest siiski saab.

#### **1.4 Sotsiaalmeedia ohud töötajale ja organisatsioonile**

Tuginedes Bernhardti jt (2014: 168), Sarini (2010: 110-111), Vaasti ja Kaganeri (2013: 79) töödele koostasid punktid ohtudest, mis võivad sotsiaalmeedia kasutamisel tekkida.

- Sotsiaalmeedia hoolimatu kasutamine võib inimese karjäärile kahju või isegi lõpu teha (Bernhardt jt, 2014: 168). Näiteks aastal 2011 vallandati Buckinghami palee valvur Cameron Reilly, kui ta kutsus Facebookis prints Williamiga abielluvat Kate

Middletoni „ülbeks lehmaks“ peale seda, kui prints koos oma kaasaga temast väravas mööda sõitsid ning Middleton temast välja ei teinud (Daily Mail, 2011).

- Inimeste lisamisel kontaktide nimekirja jagatakse kogu avalik informatsioon nendega ning võib juhtuda, et inimene ei soovi teatud asju teistega jagada, mis ohustavad tema mainet või karjääri (Bernhardt jt, 2014: 168).
- Töötajad kasutavad tihti seda meediumit, et väljendada oma pahameelt organisatsiooni suhtes, kes on neile liiga teinud (Sarin, 2010: 111). See on oht organisatsioonile, kes on pahameele tekitaja. Inimesed saavad oma arvamust organisatsiooni kohta väljendada lühikese aja jooksul suurele auditooriumile.
- Suure koguse ja mitmesuunalise kommunikatsiooni puhul on väga raske jälgida vestlusi ning nende mõjusid. Avalik foorum kannab informatsiooni, mis on täis arvamusi, vaateid ja valesti arusaamisi ning see on reguleerimata keskkond, kus kõik on avalik, piinlik, hävitav ja harva ohutu (Sarin, 2010: 111). Organisatsioon võib klientide või töötajate pahameele tõttu silmitsi seista isegi massiliikumistega (ibid), näiteks boikoteerisid Rimi kliendid 2014. aastal Põhja Rimit, kuna seal valitses korralagedus (Teeveer, 2014). Selleks loodi Facebookis lehekülg „See nädal Põhja RIMISSE poodi EI LÄHE!!“ (ibid).
- Blogid annavad võimaluse anonüümseks tegutsemiseks, mis võib tuua kaasa organisatsioonile palju probleeme (Sarin, 2010: 111). Anonüümne tegutsemine tähendab seda, et nime avalikustamata saab organisatsiooni mainet kahjustada isegi siis, kui kasutajapoolsed väljaütlemised on valed. Anonüümsuse tõttu ei saa probleemi tekitajaga otse tegeleda.

Eeltoodud punktid on vaid mõned näited, millised ohud sotsiaalmeedia kasutamisel on organisatsioonile. Sotsiaalmeedias toimuv on ettearvamatu ning võib tuua ootamatuid tagajärgi, ka positiivseid. Organisatsioon saab teha palju, et neid ohtusid minimaalsena hoida, üheks vahendiks on eeskirja kasutusele võtmine.

### **1.5 Avalik sektor ja sotsiaalmeedia**

2015. aasta jooksul oli meedias mitu juhtumit, kui avaliku sektori töötaja sotsiaalmeedia postitus põhjustas suurema skandaali ning tõusis meedia tähelepanu keskpunkti. Postitused on kõik olnud teemadel, mille vastu on Eestis suur avalik huvi ja teema puudutab paljusid siin elavaid inimesi.



Nendest postitustest räägin lähemalt järgmises alapeatükis, kuid üldiselt on sotsiaalmeedias tehtud arvamused olnud väga kriitilised ning poliitiliselt ebakorrektsed. Samas nõtvainimene võib sellise postitusega pääseda kergemalt negatiivsest tähelepanust. Meedia ja avaliku arutelu järgi hinnates on avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kasutus suurema tähelepanu all kui mõne muu valdkonna töötaja oma.

Teema olulisust näitab ka 2016. aasta aprillis valminud ametnike eetikanõukogu poolt loodud ametnike väljendusvabaduse hea tava, mille sõnul tekivad sellised olukorrad ametnike kahetisest rollist. Ühest küljest eeldatakse ametnikelt neutraalsust, teisest küljest on ametnikud kodanikena osa ühiskonnast, kelle üks põhiõigusi on väljendusvabadus (Ametnike eetikanõukogu, 2016). Ametnike eetikanõukogu (2016) sõnul aitab avalik arutelu edendada paremat riigivalitsemist, juhtida tähelepanu kitsaskohtadele, avastada täiendamist vajavaid aspekte jms, kuid see kõik on eeldusel, et ametnik osaleb arutelus järgides moraalseid ja eetilisi norme, mille jaoks on ametnike väljendusvabaduse hea tava ka loodud. Sellise avaliku sektori töötaja sotsiaalmeedia kasutus on aktuaalne ning oluline teema.

Teine märk olulisusest on meedia huvi avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kasutuse vastu, mida ilmestab ka käesoleva bakalaureusetöö raames koostatud kontentanalüüs (vt peatükk 4.1) sellel teemal. Hiljutine hea näide sellest on Marian Võsumetsa poolt juhitud Tudeng TV saade „Fookus“, mille 8. veebruari saade keskendus poliitikute ja teiste avaliku elu tegelaste sotsiaalmeedia kasutamise viisidele (Lakson, 2016). Saates käisid arutlemas Eeva Esse ERR-ist, Mattias Tammet Õhtulehest ning suhtekorraldajad Priit Pruul ja Jass Seljamaa. Saade algas juba sellega, kuidas ja kui palju ajakirjanikud poliitikute sotsiaalmeedia lehekülgi allikana kasutavad. „Fookus“ on kokkuvõtlik näide sellest, kuidas viimase aasta jooksul on avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kasutus üha kasvavama tähelepanu all, mis omakorda näitab, kui oluline on eetiline ja korrektne sotsiaalmeedia kasutus avalikus sektoris.

## **1.6 Negatiivsed kaasused Eestis**

2015. aastal on Eestis avalikkuse ette tulnud nii mõnedki juhtumid, kus Eesti avaliku sektori organisatsioonide ametnikud on sotsiaalmeedias sõna võtnud ning sellega põhjustanud inimestes pahameelt.

4. veebruaril kirjutas Äripäev president Toomas Hendrik Ilvese nõunik Iivi Anna Massost, kes põhjustas rahvusvahelise skandaali, kui kutsus oma Twitteri kontol Soome rahvusringhäälingu ajakirjanikku boikoteerima. „Yle Eesti korrespondent Risto "Eesti lapsed söövad puulehti" Vuorinen levitab, õhutab Kremli propagandat, soovitan intervjuusid mitte anda,“ kirjutas Masso Twitteris (Äripäev, 2015). Soome ajakirjanike liit pidas sellist postitust kummaliseks ning väljendas imestust, et presidendi kantseleist tuleb selliseid juhtnöore (ibid).

Juunis postitas sellel ajal veel staabi- ja sidepataljoni teavituskeskuse ülemana töötav Hannes Vörno Facebooki teksti: „Pole paremat moodust Eesti rahvusvahelise maine päästmatuks rikkumiseks, kui see, et murjanid hakkavad siin «Natšnoi Dazori» ja muude našistide käest niimoodi tappa saama, et sellest hakkab rääkima kogu maailm kui rassismi ja fašismi paisest Euroopas. Ning Vladimir Putin saab lisaks paavsti tänumedalile ka prohvet-ettekkuulutaja üleilmse tuntuse, sest ta ütleb: «ma ju rääkisin, mis inimesed need eestlased on. Ja kõikidele teile, kes te seisukohta võtta ei suuda - Eritrea, kust Eestisse pagulased tulemas, on valik 50:50 kas saad punahiinlasest kommunistliku vasakradikaali või islamiäärmuslasest jihadisti. Mõlemad vajavad varjupaika. Kumba metsalist eelistad?“ (Postimees/BNS, 2015). Sellega tekitas Vörno skandaali, kuhu oli tõmmatud ka tollane kaitseminister Sven Mikser, kes kritiseeris teravalt Vörno postitust ning nimetas seda moraalselt vastuvõetamatuks ja kaitseväge mainet kahjustavaks (ibid). Vörno ütles BNSi küsimustele vastates, et ei pea seda kaitseväge ohvitserile sobivaks, kuid lisas, et ei tee seda kaitsevaelase ega riigiametnikuna. Seega Vörno hinnangul tegi ta seda eraisikuna (ibid).

Augustis tuli avalikkuse ette järgmine Facebooki postitus, mis oli tehtud Eesti Kaitseliidu avalike suhete osakonna spetsialisti Urmas Reitelmanni poolt: "Kus sa näed põgenikke? Euroopasse valgub saast, põgenikud istuvad peredega Süüria piiri lähedastes põgenikelaagrites koos peredega, et oodata võimalust naasta koju. Meile pürgib tavaline inimrämps, keda tuleb tõrjuda kõikide vahenditega. Eestis parasiteerib 300 000 tibla, kes ei ole siia adapteerunud, kuidas oleks Sinu arvates võimalik inimesteks muuta neid miljoneid siiapürgivaid mugavusprussakaid?" (Pöld, 2015). Reitelmanni postitus sai palju negatiivset tagasisidet nii riigijuhtidel kui ka kaitseliidu juhtidelt (Jaagant, 2015; Kruuse, 2015). Lisaks muutis Kaitseliit Reitelmanni postituse tõttu oma sisereegleid ning koostas sotsiaalmeedia kasutamise juhendi (Ideon, 2015).

2015. aasta värskeim avalikkuse ette tulnud kaasus on samuti seotud Facebooki postitusega, mille tegi Haapsalu politseijaoskonna välijuht, vaneminspektor Viljar Põllula Facebooki grupis ühe postituse arutelu juurde: „Üks on selge, vähemalt tavalisele maalasele – iga roju oma koju! Ja kui muidu ei saa, siis hea MG on veenev vahend,“ viidates kuulipildujale (Lakson, 2015). Selle peale kirjutas MTÜ Pagula, mis on Koit Uusi ja Innar Mäesalu poolt asutatud organisatsioon „pagulaste abistamiseks ja nende integreerimiseks Eesti ühiskonda“ (Reiljan, 2015), politseile kirja, kus soovis Lääne prefektuuri seisukohta viha õhutava käitumise suhtes oma töötaja poolt. Peale seda lahkus Viljar Põllula politseiteenistusest omal soovil (ibid).

Siinkohal väärrib mainimist ka 2014. aasta oktoobris aset leidnud juhtum, kui tollane rahandusminister Jürgen Ligi nimetas Facebookis haridusminister Jevgeni Ossinovskit „sisserändaja pojaks roosast erakonnast“ (Kaukvere, 2014). Selline käitumine tekitas väga suure skandaali, mille tulemusena astus Jürgen Ligi tagasi ministri kohalt (Kangro, 2014).

On selge, et viimase aasta jooksul on olnud juhtumeid, kus Eesti avaliku sektori organisatsioonide ametnikud võtavad sõna sotsiaalmeedias sellisel viisil, mis tekitab skandaali ning palju negatiivset tagasisidet. Sellega on tekitatud kahju nii enda kui ka organisatsiooni mainele ja tõsiseltvõetavusele. Avalikkuse ette jõudnud juhtumid näitavad, et selline tegevus on muutumas suureks probleemiks Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate seas ning vajab tõsist tähelepanu.

## 1.7 Sotsiaalmeedia omadused

Sotsiaalmeedial on neli olulist omadust, mida sotsiaalmeedia kasutamisel ja postituste tegemisel peaks arvestama – nähtavus, püsivus, redigeeritavus ja sidusus.

Sotsiaalmeedia annab võimaluse inimestel muuta oma suhtlusvõrgustik, hobid, teadmised ja eelistused, mis võisid olla varasemalt nähtamatud, **nähtavaks**. Selleks kasutatakse sotsiaalvõrgustikke, kus tehakse vastav informatsioon avalikuks. Näiteks selle asemel, et töötaja saadaks e-maili või sõnumi kõikidele töötajatele mõne probleemi lahendamiseks, saab ta välja uurida sotsiaalvõrgustike abil, kes oskab probleemi kõige paremini lahendada. Sellega saab töötaja hoida aega kokku ning tööd efektiivsemalt teha. Seega võimaldab sotsiaalmeedia inimestel lihtsamalt näha informatsiooni teiste inimeste kohta. Nähtavad on ka kõik postitused,

kommentaarid, pildid jms (Treem ja Leonardi, 2012: 10-11). Näiteks, kui Facebooki postitus on märgitud avalikuks, näevad seda kõik kasutajad, kes külastavad postituse jagaja „seina“.

Kui inimene teeb mõne postituse või laeb ülesse mõne pildi, jääb see informatsioon internetti ülesse ning ei aegu või kustu, kui postitaja internetist väljub – postitus on **püsiv** (Treem ja Leonardi, 2012: 18-19). Internetis avalikustatud materjali saab salvestada, levitada ning taaskasutada määramata aja jooksul. Seetõttu võib internetist leida ka aastaid tagasi postitatud asju ning uuesti ringlusesse saata (Vaast ja Kaganer, 2013: 80). Viimasel ajal on hakanud Facebook kasutajatele meelde tuletama, mida kasutaja kindlal kuupäeval aasta või rohkem tagasi Facebooki postitas. Näiteks neli aastat tagasi ülesse laetud pilt kuvatakse kasutaja uudisvoogu ning pakutakse ka jagamisvõimalust.

Sotsiaalmeedia **redigeeritavus** muudab võimalikuks internetti postitatud informatsiooni muutmise ja täiendamise (Vaast ja Kaganer, 2013: 80) ning autor toob üheks ilmekaks näiteks erinevad wikid, mida saavad kasutajad muuta ja täiendada määramata aja jooksul.

Sotsiaalmeedia **sidususe** kaudu saavad inimesed hoida üksteisega sidet ning ka siduda näiteks postitusi konkreetse isikuga, kasutajaga või organisatsiooniga. Üksteisega hoitakse ja tekitatakse sidet näiteks läbi erinevate gruppide või kasutajate nimekirja. Postituste sidumine isikuga tähendab seda, et internetti postitatud informatsiooni saab seostada seda jaganud inimesega (Vaast ja Kaganer, 2013: 80). Näiteks Facebookis kuvatakse iga postituse juurde selle teinud kasutajanimi või organisatsiooni nimi, mille abil saab ka hiljem postitust seostada kindla organisatsiooni või isikuga.

## **1.8 Sotsiaalmeedia eeskirjad organisatsioonis**

„Organisatsiooni eeskirjad on dokumendid, mis sisaldavad juhendavaid põhimõtteid mingil kindlal teemal ja need on püstitatud organisatsiooni juhtkonna poolt selleks, et kujundada töötajate käitumist ja vaatenurki mingil kindlal teemal.“ (Foote, Seipel, Johnson ja Duffy, 2005; Six ja Sorge, 2008; Vaast ja Kaganer, 2013: 79 kaudu). Sotsiaalmeedia eeskirju kasutatakse selleks, et juhendada töötajate käitumist sotsiaalmeedias (Vaast ja Kaganer, 2013: 81). Selline eeskiri kirjeldab, mida töötaja võib ja ei või sotsiaalmeedias organisatsiooni vaatenurgast teha. Eeskiri on organisatsioonide juhtide tööriist selleks, et kommunikeerida organisatsiooni

ametlikku seisukohta töötajatele erinevatel teemadel (ibid). Eeskirja efektiivsel kasutamisel saavad töötajad ülevaate sellest, kuidas nad sotsiaalmeedias käituma peaksid.

Husini ja Hanischi (2011: 1) uurimistööst selgub, et traditsioonilised eeskirjade loomise protsessid ei ole sobilikud sotsiaalmeedia jaoks. Põhjuseks on näiteks töö-kodu piiride hägusus, sotsiaalmeedia laialdane levik ja kasutus. Samuti Husini ja Hanischi (2011: 1) sõnul leiti uuringut läbi viies, et suurendatud tagasiside juhtkonna erinevatelt astmetelt aitab koostada eeskirju, mis suudavad kohanduda muutuvate oludega. Sotsiaalmeedia tundmine ja mõistmine on vajalik, et luua selliseid eeskirju.

Eeskirju ja juhendeid luuakse organisatsioonides põhiliselt selleks, et:

- tagada arengu järjekindlus organisatsioonis (Moule ja Giavara, 1995; Husin ja Hanisch, 2011: 6-7 kaudu);
- hoida ära teadaolevate probleemide, näiteks ebaefektiivsed tööharjumused, uuesti esilekerkimine (ibid);
- parandada organisatsioonialast kommunikatsiooni ning uute vahendite ja tehnoloogiate kasutuselevõttu (ibid).

Eeskiri koosneb tavaliselt:

- eesmärgi sõnastusest – võtab kokku eeskirja loomise põhjuse ning tulemuse (Althaus jt, 2008; Husin ja Hanisch, 2011: 7 kaudu);
- rakendus ja ulatus – kirjeldab, keda eeskiri puudutab (ibid);
- kuupäev – kuupäev, millal eeskiri hakkab kehtima (ibid);
- vastutus – näitab, milline osa organisatsioonist vastutab eeskirja täitmise eest (ibid);
- juhise sõnastus – kirjeldab, kuidas eeskiri mõjutab organisatsioonikäitumist (ibid).

Eeskirja valmimisest töötajate teavitamine on ainult üks osa kogu protsessist. Töötajad peavad teadma, kuidas järgida eeskirja tööülesannete täitmisel (von Solms ja von Solms, 2004; Husin ja Hanisch, 2011: 7 kaudu). Organisatsioonidele on kasulik, kui eeskiri luuakse paindlik, arvestades sotsiaalmeedia olemusega ning töötajate käitumisviisidega, lisaks sellele aitab raamistik eeskirja koostada ja loob sellele struktuuri ning organisatsiooni eeskirja loomisel on raamistik vajalik, et spetsiifilisi asjaolusid arvestamata ei jäetaks (Husin ja Hanisch, 2011:7-8). Eeskirja loomisel

tasub protsessi kaasata erinevad juhid ning luua meeskond, kes eeskirjaga tegeleks (Sarin, 2010: 112). See tagab eeskirja robustsuse, erinevate vaatenurkade esinemise, töötajate toetuse ning hea vastuvõtu (ibid). Samuti on enne eeskirja rakendamist mõjuanalüüs väga vajalik osa, mille käigus kaardistatakse eeskirja poolt mõjutatavad organisatsiooni osad ning mõju nendele (ibid). Lisaks eeltoodule on vajalik ka töötajatele selgitada, millist kasu nad saavad, kui sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri kasutusele võetakse ning see peaks toimuma läbi keskastme juhtide (ibid). Näiteks korraldab organisatsiooni kommunikatsioonijuht koosoleku, kus selgitab töötajatele sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja üksikasju ning kohusetundliku sotsiaalmeedia kasu nii organisatsioonile kui ka töötajale.

Hästi kirjutatud eeskiri on sotsiaalmeedia organisatsioonis käsitlemise aluseks. ning järgnevad punktid annavad soovitusi ja hoiatusi eeskirjade kirjutamisel (Lucero jt, 2013: 154):

- 1) üks tavalisemaid vigu on liiga laiahaardeline ja üldsõnaline eeskiri, mille tulemusena võib juhtuda, et eeskirja saab mitmeti mõista ning see võib tekitada organisatsioonile probleeme juurde;
- 2) eeskirjal ja koolitusel saab olla organisatsioonis ka hariduslik mõte, sest töötajaid saab juhendada, millist materjali ja informatsiooni postitada ning nende tagajärgedest;
- 3) hea eeskiri seisab terve ja sõbraliku töökeskkonna eest;
- 4) eeskiri peab olema ka distsiplineeriv, st. töötajale peab tegema selgeks, kuidas sotsiaalmeedias käituda ning andma ka hoiatusi, kui eeskirja ei järgita;
- 5) organisatsioon peab töötajale selgelt ja arusaadavalt selgitama, kas sotsiaalmeedia kasutamine tööol on lubatud või mitte;
- 6) sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjas peaks samuti olema selgitatud konfidentsiaalsuse nõuded.

Eeskirja koostamine on esimene osa töötajate sotsiaalmeedia kasutamisega tegelemisest. Tähtis on, et töötajad oleksid eeskirjast informeeritud (Lucero jt, 2013: 155). Samuti võib vaja minna koolitust, mis selgitaks uut eeskirja ning aitaks lahendada arusaamatusi (ibid). Siinkohal saab kommunikatsioonijuht või spetsialist samuti abiks olla, korraldades koolituse, kus tuuakse eeskirjast lähtudes erinevaid näiteid sotsiaalmeedia kohusetundliku kasutamise kohta.

Koolitamine pole ainukene viis sotsiaalmeedia kasutusega tegelemiseks (peale koolitamise on olemas ka vestlus, koosolek jms), kuid see aitab ära hoida erinevate probleemide tekkimist ning sellega ka kahju organisatsioonile. Koolitusel selgitatakse töötajale, millised võivad olla tema sotsiaalmeedia kasutamise tagajärjed, kui ei järgita juhendit. Lisaks sellele peaks koolitus tegema selgeks, mida oodatakse töötaja sotsiaalmeedia kasutusest vabal ajal (Schultz jt, 2015: 45). Seega on koolitus efektiivne vahend eeskirja tutvustamiseks ja negatiivsete tagajärgede ärahoidmiseks.

Lisaks eeltoodule on väga tähtis osa ka tagasisidel, mida annavad töötajad eeskirja kohta. Tagasiside kuulamata jätmisel võivad olla halvad tagajärjed, mis tekitavad probleeme ainult juurde. Organisatsioonid peavad välja näitama oma tegutsemisviiside mõtet ja läbipaistvust (Sarin, 2010: 111). Isegi karmi otsuse, mis on põhjendatud, ausalt ja avatult kommunikeeritud, võtavad töötajad vastu (ibid). Ei tasu olla varjav või ebamäärane, kui võetakse kasutusele eeskiri, mis muudab töötajate harjumusi.

Alapeatükis toodud näiteid saab kasutada ka Eesti avaliku sektori organisatsioon oma eeskirja koostamisel, sest väljatoodud punktid on sobilikud igas valdkonnas. Tähtis on, et töötajaid kaasataks selle koostamisse ning küsitakse ja kuulatakse ka tagasisidet, mis eeskirjale tuleb. Samuti ei tohi ära unustada teavitus- ja koolitustööd, mis on aluseks edukaks ja vaevatuks eeskirja kasutamisele võtmiseks.

## 1.9 Näiteid organisatsioonide eeskirjadest tuginedes sotsiaalmeedia omadustele

Selles peatükis toob autor kirjanduse abil (viidetes puuduvad aastaarvud, kuna allikas ei olnud need välja toodud) mõned näited erinevate organisatsioonide sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjadest tuginedes sotsiaalmeedia omadustele.

### 1.9.1 Nähtavus ja püsivus

Järgmine näide kirjeldab sotsiaalmeedias olevate postituste nähtavust: „Sinu postitusi tõenäoliselt nähakse inimeste poolt, keda sa tunnend. Postitusi tehes arvesta sellega, et kõik, keda sa tunnend, näevad igat su kirjutatud sõna.“ (Plaxo; inglise keelest tõlgitud Vaast ja Kaganer, 2013:87-91 kaudu). Kuna internetti postitatud asju on väga raske sealt eemaldada, on need püsivalt avalikkusele nähtavad. Gartneri poolt koostatud juhendis kirjeldatakse ka seda, kui püsivad võivad sotsiaalmeedias tehtud postitused olla: „Jäta meelde, et ükskõik, mida sa postitad, võib elada veebis veel aastaid. Isegi pärast seda, kui sa oled originaali ära kustutanud.“

Vaasti ja Kaganeri (2013:87-91) poolt uuritud organisatsioonide eeskirjad iseloomustavad hästi seda, kui tõsiselt organisatsioonid suhtuvad sotsiaalmeedia nähtavusse ja püsivusse. Eeskirjadest tuleb välja, et paljud organisatsioonid toonitavad mitte ainult ebasobiliku postituse nähtavusele kõigi poolt, vaid ka seda, et inimesed saavad sellistele postitustele ligi piiramatult aja jooksul. Seega juhtisid eeskirjad tähelepanu selliste postituste väga negatiivsetele tagajärgedele (ibid). Negatiivsetele tagajärgedele tähelepanu juhtides mõistab ka töötaja, kuidas sotsiaalmeedia kasutus võib otseselt mõjutada tema elu.

„Jäta meelde, et internet ei ole anonüümne ja ta ei unusta.“ (Baker Daniels; inglise keelest tõlgitud Vaast ja Kaganer, 2013: 87-91 kaudu) „Kui sa oled sotsiaalmeedia kaudu midagi postitanud, siis kaotad sa osa kontrollist oma sõnumi üle. Enne postitamist ole kindel, et sa oled valmis oma sõnumit jagama potentsiaalselt miljonitest koosneva auditooriumiga.“ (Tuft University; ibid). Seega peab jälgima, et postitus ei sisaldaks ebasobivaid väljendeid, informatsiooni või muud sõnumit, mida ei oleks vaja avalikkusele näidata. „Tea, et internet on püsiv. Kui informatsioon on internetis avalikustatus, siis on see osa püsivast andmebaasist isegi siis, kui sa selle hiljem kustutad või üritad muuta anonüümseks.“ (Coca cola; ibid). „Kui materjal on avalikus domeenis, siis on inimesel vähe kontrolli selle üle, kuidas seda kasutatakse või muudetakse.“ (Austraalia valitsus; ibid). Tasub võtta õppust teistest juhtumitest ning kuulata ka



organisatsioonipoolseid soovitusi, mis on lisatud eeskirja. Mõned näited: „Kirjuta sellest, mida sa tead. Parim viis huvitavana paista on kirjutada sellest, mida sa tead. Kui sul on sügav arusaam millestki, siis kirjuta väljakutsetest ja probleemidest, mis seda ümbritsevad.“ (Hill & Knowlton; ibid). „Ära postita materjali, mis on ahistav, ähvardav, vihale õhutav, piinlik või ebasobilik kellegi suhtes. Ära postita sõnu, nalju või kommentaare kellegi sugu, seksuaalse orientatsiooni, rassi, päritolu, vanuse või usu kohta.“ (Razorfish; ibid). Kui töötaja käitub sotsiaalmeedia viisakalt ning ei kasuta kohatuid väljendeid, jääb terveks nii töötaja enda kui ka organisatsiooni maine. Sisukad, viisakad ja huvitavad postitused, mis jäävad sotsiaalmeedias nähtavaks ja püsivaks, võivad tuua organisatsioonile isegi kasu. Lähimõeldud ja analüütiline postitus näitab nii töötajat kui organisatsiooni heast valgusest ka mitme kuu pärast.

Sotsiaalmeedia nähtavus ja püsivus on kaks väga olulist tunnust, mida peab eeskirja koostades silmas pidama. Kuna iga postitus on nähtav teistele kasutajatele ning seda internetist eemaldada on väga raske, siis just nende asjaolude tõttu tekivad ebasobiliku postituse puhul probleemid nii töötajale kui ka organisatsioonile.

### **1.9.2 Redigeeritavus**

Vaasti ja Kaganeri (2013: 87-91) poolt uuritud organisatsioonide eeskirjad küll mainisid sotsiaalmeedia redigeeritavust, kuid ei pannud sellele palju rõhku. Peamiselt kirjeldati ohte, mis kaasneb sellega, kui kõrvalised isikud saavad originaalpostitust redigeerida, kuid räägiti natukene ka sellest, et oma kirjutises tehtud vigu saab ka hiljem parandada: „Kindlasti paranda kõik vead, mis postituses esinevad, koheselt ning tee selgeks, mida sa parandamiseks teinud oled.“ (Nordstrom; inglise keelest tõlgitud Vaast ja Kaganer, 2013: 87-91 kaudu). Oluline on ka hea kirjutamisoskus, mille abil saab oma sõnumit selgelt ja üheselt mõistetavalt edastada. Nõu annavad ka organisatsioonid: „Head kirjutamisoskused. Hea idee väärtus kahaneb, kui sa lubad postitusse valesti kirjutatud sõnu ja halba grammatikat.“ (American Institute of Architects; ibid). Lisaks eeltoodule viidati palju ka olemasolevatele reeglitele ning avalike suhete töövõtetele. (Vaast ja Kaganer, 2013: 87-91)

Oluline on meeles pidada, et originaalsest postitusest võib internetis saada hoopis midagi muud, mis võib tuua negatiivseid tagajärgi. Samuti võib kasutaja oma vigu postituses hiljem küll parandada, kuid kahju on juba tehtud ning seda heastada on raske.

### 1.9.3 Sidusus

Huvitava ning kasuliku informatsiooniga on võimalik esitleda ennast heast küljest nii sõpradele kui ka võõrastele inimestele. Sõnumi edastamisel on oluline, et postitus oleks sobilik jagamiseks. Sellist põhimõtet on leitud ka organisatsioonide eeskirjadest: „Esitle ennast läbi informatsiooni, mis on huvitav sinu sõpradele ja jälgijatele ning kasulik jagamiseks.“ (AMP3; inglise keelest tõlgitud Vaast ja Kaganer, 2013: 87-91 kaudu). Sotsiaalmeedia on kogukond, kellele saab läbi õigete sõnumite, kasuliku informatsiooni ja oskuslikule kirjutamisele viia organisatsiooni lähedamale. Sellist mõtteviisi saab ka lisada eeskirjadesse: „Sotsiaalne kommunikatsioon *RightNow* poolt peaks aitama meie kliente, partnereid ja kolleege. See peaks olema mõtlemapanev ning looma kogukonna tunde. Kui see aitab inimestel arendada oma teadmisi või oskusi, luua ettevõtteid, teha tööd, lahendada probleeme või mõista *RightNow*'i paremini, siis see kasvatab väärtust.“ (Right Now; ibid). Lisaks sellele on tähtis, kui töötaja, kes soovib oma arvamust avaldada, identifitseeriks inimestele ennast – oleks läbipaistev ning isikliku arvamuse puhul rõhutaks, et see on tema arvamus, mitte organisatsiooni. Sotsiaalmeedias luuakse tihti töötajate postituste ja organisatsiooni vahel side, mis tihti töötab organisatsiooni kahjuks. Seda on võimalik vältida vastava punkti abil eeskirjas: „Kui sa arutled internetis grupiga seotud informatsiooni üle, siis ole läbipaistev, kirjutades oma nimi ja amet ning mainides, et töötad selle grupi jaoks. Kui sul on isiklik lehekülg, mis viitab või mõjutab mingit gruppi, siis kasuta lahtiütlust: „Need vaated, mis siin on esindatud, on minu isiklikud, mitte Cap Gemini omad.“ (Cap Gemini; ibid)

Sotsiaalmeedia sidusus tähendab seda, et ühte postitust, mis on tehtud töötaja poolt, seostatakse tihti ka organisatsiooniga, kus ta töötab. Seega on oluline, et enda arvamust avaldades, lisab töötaja oma postituse juurde, et see on tema isiklik arvamus ning ei puuduta organisatsiooni, kus ta töötab. Samuti saab sellist sidusust kasutada ära ka organisatsiooni kasuks, kui postitada midagi positiivset.

### 1.10 Varasemad uuringud Eestis

Statistilisi andmeid interneti ja sotsiaalmeedia kasutamise kohta on Eestis uurinud The World Bank (2014) ja Statista (2015). The World Banki kodulehelt saab informatsiooni maailma riikide erinevate statistiliste näitajate kohta, millest üks on internetikasutajad 100 inimese kohta. The

World Banki (2015) andmetel kasutab Eestis internetti 84,2 inimest 100 inimese kohta. Statista andmetel kasutas 2015. aastal Eestis sotsiaalmeediat 56% elanikest (Statista, 2015).

Sotsiaalmeedia kasutamist ja eeskirju Eesti avaliku sektori organisatsioonides ei ole Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste instituudis väga palju varasemalt uuritud. Greete Kempel (2014) on uurinud oma magistritöös sotsiaalmeediat tööandjate pilgu läbi ning kui palju nad seda organisatsioonisiselt probleemiks on pidanud. Lisaks sellele uuris ta era- ja tööelu segunemist sotsiaalmeedias ning selle põhjuseid ning töötajate sotsiaalmeedia kasutamise jälgimist organisatsioonis. Kempeli (2014) töö praktiliseks väljundiks oli sarnaselt käesolevale uurimistöole luua sotsiaalmeedia juhise loomise põhimõtted. Kempeli (2014) töö tulemusena selgus, et enamikes asutustes töötajate sotsiaalmeedia kasutust ei monitoorita ning töö- ja eraelu segunemise põhjusena nähti, et töötaja sotsiaalmeedia sõbralist sisaldab erinevate sotsiaalsete gruppide esindajaid.

Sotsiaalmeedia teemal on magistritöö kirjutanud ka Henrik Urbel (2015), kes uuris tööle kandideerijate internetipõhist taustauuringut ning töötajate monitoorimist meediaettevõtete näitel. Urbel (2015) arutles teemal, kuidas on sotsiaalmeedia muutnud töötaja suhteid tööandjaga ning kas ja kuidas tehakse meediaettevõtetes tööle kandideerijate kohta internetis taustauuringuid. Tema uuringust selgus, et paljud tööandjad on teinud tööle kandideerijate kohta internetis taustauuringuid ning sisu, mida inimesed enda kohta internetis avalikuks teevad, on tööle kandideerides väga oluline. Urbeli (2013) eelnev bakalaureusetöö keskendus kolmanda kursuse tudengite arvamuste uurimisele taustauuringute tegemisest tööle kandideerimisel.

Sarnaselt käesolevale teemale on Kristjan Kostabi (2013) oma magistritöös uurinud riigiasutusi ning sotsiaalmeediat. Tema töö keskendus põhiliselt Eesti riigiasutuste sotsiaalmeedia lehekülgedele ning nende kasutajate arvamustele. Kostabi (2013) töö eesmärgiks oli kirjeldada kasutajate kogemusi riigiasutustega suhtlemisel sotsiaalmeedias ning nende ootusi riigiasutuste sotsiaalmeedia lehekülgedelt ning tema magistritööst selgus, et kasutajate hinnangul on riigiasutuste sotsiaalmeedia leheküljed liiga ametlikud, kantseliitlikud, igavad, puuduliku infoga ja ükskõiksed.

Mari Krusten (2015) uuris oma magistritöös organisatsioonide sotsiaalmeedia kasutuspraktikaid, keskendudes finantssektori töötajate arvamustele ja kogemustele. Tema töö eesmärgiks oli

uurida finantssektori töötajate kogemusi ja arvamusi töökohal sotsiaalmeedia kasutamise kohta, lisaks sellele oli uurimuse eesmärgiks analüüsida ka töötajate hinnanguid oma isikliku sotsiaalmeedia kasutuse sobilikkuse kohta. Krusteni (2015) uuringust selgus, et finantssektoris kasutatakse sotsiaalmeediat värbamiseks nii uue töötaja puhul kui ka organisatsiooni siseselt uuele ametikohale liikudes ning lisaks sellele arvasid töötajad, et sotsiaalmeedia kasutus ja seal olev info on otseselt seotud tööandja mainega.

Viljar Rääsk (2013) uuris oma bakalaureusetöös Eesti Panga töötajate Facebooki kasutust, eesmärgiga välja uurida, kui paljud Eesti Panga töötajad kasutavad Facebooki ning kui aktiivselt ja millistel teemadel nad postitusi teevad. Lisaks sellele vaatles Rääsk (2013), kuidas Eesti Pank reageeris töötajate keskpanga ja ühiskondlikel teemadel tehtud postitustele ning tema tööst selgus, et Eesti Panga töötajad saavad üheselt aru, millised on Facebooki kasutamise riskid ning toetasid sotsiaalmeedia kasutuse eeskirja kasutuselevõttu.

Käesolev bakalaureusetöö on seega esimene töö, mis uuriks konkreetselt sotsiaalmeedia kasutust avaliku sektori organisatsioonis ning selle eeskirju. On küll uuritud sotsiaalmeedia ja organisatsiooni suhet erinevatest vaatenurkadest, kuid eeskirjad on jäänud suhteliselt puutumata, eriti avaliku sektori organisatsioonide omad. Samuti ei ole lähenetud nõ tavitöötaja vaatenurgast. Üldiselt on uuritud tööandja arvamusi.

## 2. Eesmärk ja uurimisküsimused

Minu töö eesmärk on uurida, kuidas reguleeritakse Eesti avaliku sektori organisatsioonides töötajate sotsiaalmeedia kasutamist. Uurin, kuidas töötajaid koolitatakse ja juhendatakse, millised on organisatsioonide eeskirjad. Samuti uurin töötajate ootuseid juhendamise ja eeskirjade osas ning töötajate sotsiaalmeedia kasutust – millistel teemadel postitusi teevad ja aruteludes osalevad. Lisaks sellele analüüsin, kuidas Eesti populaarsemad päevalehed ja uudisteportaalid kajastavad avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutust.

Bakalaureusetöö käigus saadud tulemustele tuginedes töötan välja praktilised nõuanded, mida avaliku sektori organisatsioonid saavad oma eeskirjade ja koolituste loomisel või täiendamisel kasutada.

### Uurimisküsimused:

1. Kuidas juhendatakse Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajaid sotsiaalmeedia kasutuse osas?
  - a. Kas Eesti avaliku sektori organisatsioonides on kasutusel sotsiaalmeedia kasutamist reguleerivad eeskirjad või juhendid? Millised need on?
  - b. Kas ja kuidas koolitatakse Eesti avaliku sektori töötajaid sotsiaalmeediat kasutama?
2. Millised on Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate ootused sotsiaalmeedia kasutamise ettekirjutuste ja koolituste osas?
  - a. Kuidas suhtutakse praegu kasutusel olevatesse juhenditesse ja koolitustesse?
  - b. Millised on töötajate ettepanekud organisatsiooni juhendite ja koolituste muutmiseks?
3. Millised on Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutamise praktikad?
  - a. Millistel teemadel teevad töötajad postitusi?
  - b. Millistel teemadel aruteludes osaletakse?
4. Kuidas kajastasid Eesti populaarsemad päevalehed ja uudisteportaalid avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutamist 2015. aastal?
  - a. Kes on peamised isikud, kelle postitusi kajastatakse?

b. Millise tooniga sotsiaalmeedia kasutamist kajastatakse?

Esimesele ja teisele uurimisküsimusele saan vastuse intervjuude abil, mille viin läbi avaliku sektori organisatsiooni töötajatega. Kolmandale küsimusele vastan samuti tuginedes intervjuude käigus saadud vastustele. Neljandale küsimusele vastan kontentanalüüsi abil, mille raames analüüsin 2015. aasta meediakajastusi Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutuse teemal.

### **3. Uurimismeetod ja valim**

#### **3.1 Uurimismeetodid**

##### **3.1.1 Standardiseeritud kontentanalüüs**

Bakalaureusetöö esimeseks uurimismeetodiks valisin meediatekstide standardiseeritud kontentanalüüsi, milleks koostasın kodeerimisjuhendi ja valimi. Seejärel kodeerisin meediatekstid ning analüüsisin saadud tulemused. Kontentanalüüsi eesmärgiks on luua ülevaade sellest, kuidas sotsiaalmeedia kasutamine avaliku sektori töötajate poolt kujundab Eesti meediamaastrikku. Samuti on eesmärgiks näidata kontentanalüüsi abil, millised on tagajärjed hooletul sotsiaalmeedia kasutamisel – mida võib üks postitus teha meediamaastrikuga ja milline suhtumine on meedias kujunenud sellesse.

„Kontentanalüüs on uurimistehnika kommunikatsiooni eksplitsiitse sisu objektiivseks, süstemaatiliseks ja kvantitatiivseks kirjeldamiseks.“ (Berelson, 1954: 489; Kalmus, 2015 kaudu). Seega kirjeldan kontentanalüüsi kasutades, kuidas Eesti päevalehed kajastavad avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutamist.

Standardiseeritud kontentanalüüsil on mitu eelist: kontentanalüüs võimaldab erinevaid tekstikogumeid täpsetel alustel võrrelda, tulemused on kergesti kontrollitavad ning kodeerimise usaldusväärsust on võimalik määrata (Kalmus, 2015). Kontentanalüüs annab ülevaate tekstiliste nähtuste esinemisest ja muutumisest makrotasandil (ibid, 2015).

Kontentanalüüsi ohtudeks on usaldusväärsuse kasvades analüüsi sisukuse ja sügavuse kahanemine, jääkade analüüsikategoriate tõttu uuritavate nähtuste lihtsustamine ja killustumine, standardiseerimisel vähenev analüüsi täpsus ja tundlikus ning harva esinevate nähtuste tähelepanuta jätmine (Kalmus, 2015). Seda meetodit kasutades ei saa välja selgitada keerulisi ja ideoloogilisi tähendusi (Kalmus, 2015).

##### **3.1.2 Intervjuu**

Valisin oma bakalaureusetöö teiseks uurimismeetodiks silmast silma läbiviidava poolstruktureeritud individuaalintervjuu, mille tarbeks koostasın eelnevalt intervjuu kava. Uurimismeetodi valikul lähtusin töö teemast, mille puhul on vaja uurida inimeste tundeid, ootusi

ja arvamusi. Intervjuu võimaldab saada infot uuritava teema kohta läbi intervjuueeritavate tõlgenduse ja saada vahetut teavet inimeste tunnete ja kogemuste kohta (Masso, 2014).

Poolstruktureeritud intervjuud on hea kasutada olukorras, kus temaatika on delikaatne ning intervjuueeritav saab ennast paremini avada (Myers ja Newmann, 2006). Intervjuuga on võimalik saavutada vastajaga tugev kontakt, mille tulemusena on vastaja avameelsem ning ausam. Kuna töö teema puhul on tegemist intervjuueeritava töökohta puudutava ja ka avalikkuses palju tähelepanu saanud teemaga, siis on poolstruktureeritud intervjuu uurimismeetodiks sobilik valik. Samuti lubab see meetod intervjuu käigus muuta küsimuste järjekorda ning küsida täpsustavaid küsimusi, kui intervjuueeritava jutust tuleb välja huvitav mõte, mida oleks vaja detailsemalt selgitada (Lepik jt, 2014).

Samas on intervjuul ka omad nõrgad küljed, näiteks intervjuu põhjal ei saa teha laia üldistust, sest intervjuul on madal esinduslikkus (Masso, 2014). Lisaks sellele nõuab intervjuu palju aega ning intervjuueerija võib mõjutada vastajat (Luik, 2015). Poolstruktureeritud intervjuu puhul peab intervjuueerija jagama tähelepanu intervjuueeritava ja intervjuukava vahel, sest tihti peab kuulama intervjuueeritavat ja samal ajal jälgima, et küsimustele saaks piisavalt detailsed vastused (Opdenakker, 2006). Silmast silma intervjuu küll võimaldab kasutada diktofoni, mis teeb transkribeerimise lihtsaks, kuid diktofon võib intervjuueerimise ajal alt vedada ning põhjustada suuri probleeme (Opdenakker, 2006).

## **3.2 Valim**

### **3.2.1 Standardiseeritud kontentanalüüsi valim**

Meediaväljaannetes ilmunud artiklite analüüsiks koostasin valimi kõikse valimi koostamise põhimõtteid järgides. Kõikne valim on valim, mis langeb kokku populatsiooniga või erineb sellest väga vähe (Õunapuu, 2012). Seega valisin välja nelja suurema *online* päevalehe ja ühe *online* uudisteportaali artiklid, mis ilmusid aastal 2015 ning rääkisid avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutusest. Ajalehtedeks on Postimees, Õhtuleht, Eesti Päevaleht ja Äripäev ning uudisteportaaliks on Delfi. Päevalehed valisin seetõttu, et nendes kajastatakse seda teemat kõige rohkem ning lugejaskonnad on kõige suuremad. Artiklite otsimisel kasutasin ajalehtede kodulehtedel olevaid otsingumootoreid.



Valimi koostamisel määratlesin esmalt uuritava ajavahemiku, milleks oli 1. jaanuar 2015 - 31. detsember 2015. Seejärel valisin sisulistel kaalutlustel uuritavad meediaväljaanded ja uudisteportaali – Postimees, Eesti Päevaleht, Äripäev, Õhtuleht ja Delfi. Edasi kasutasin ajalehtede kodulehtedel olevaid otsingumootoreid, et leida uuritavad tekste. Selleks sisestasin otsingumootorisse märksõnad „sotsiaalmeedia“, „Facebook“, „Twitter“, „Instagram“. Lisaks selle kasutasin tekstide all olevat „seotud uudiste“ võimalust, et leida artiklid, mida märksõnade abil ei leidnud. Selle abil täienes valim viie artikli võrra. Nendest märksõnadest piisas, sest leitud artikleid lugedes ei tekkinud vajadust otsingut laiendada. Pärast artiklite läbilugemist eemaldas valim need tekstid, mis ei rääkinud Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutamisest. Sellisel viisil valimit koostades sain valimi suuruseks 54 artiklit.

### **3.2.2 Intervjuu valim**

Minu bakalaureusetöö intervjuude jaoks intervjueeritavate valimine põhines mugavusvalimi ja lumepallivalimi meetodile. Seega lähtusin lihtsa kättesaadavuse, leitavuse või uuritavate koostöövalmiduse põhimõttest ehk siis küsisin oma sõprade ja tuttavate käest kontakte (Õunapuu, 2012) ja samuti palusin intervjueeritavatel nimetada minu valimi tingimustele vastavaid potentsiaalseid intervjueeritavaid (Õunapuu, 2012). Valim koosnes avaliku sektori organisatsiooni töötajatest, kes on aktiivsed – käivad igapäevaselt oma sotsiaalmeedia kontol - sotsiaalmeedia kasutajad ning ei tööta avalike suhete ametikohal. Valimisse sattumise kriteeriumiteks oli kehtiv töösuhe avaliku sektori organisatsiooniga, sotsiaalmeedia tihe kasutamine ning postituste tegemine, organisatsioonis kehtivate eeskirjade ja/või koolitustega kursis olemine eeldusel, et organisatsioonis on kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend. Üheksa intervjueeritavat töötavad Tartus asuvas organisatsioonis ning üks intervjueeritav töötab Põlvas. Intervjueeritavad on töötanud avalikus sektoris 1-11 aastat ning olid erinevast soost ja 23-45 aastat vanad.

Intervjuu viisin läbi aprillis Tartus erinevates asukohtades. Osad intervjuud viisin läbi intervjueeritavate töökohtades, sest tihti oli neil aega vestlemiseks ainult tööajal ning kohvikus kohtumine oleks võtnud liiga palju aega ära. Intervjuuerimine toimus privaatsetl, et töötaja saaks ennast turvaliselt tunda ning ei hoiaks tagasi informatsiooni, mis ei pruugi ülemusele meeldida. Ülejäänud intervjuud viisin läbi kohvikutes, sest seal on neutraalne keskkond, kus saavad

mõlemad osapooled tunda ennast võrdsena. Vestlused kestsid umbes 25-35 minutit. Valim koosnes kümnest inimesest.

### **3.3 Analüüsimeetodid**

#### **3.3.1 Standardiseeritud kontentanalüüsi analüüsimeetod**

Kontentanalüüsiks valitud artiklite analüüsimiseks kasutan kodeerimisjuhendit. Kodeerimisjuhendi koostamisel määratlesin esmalt analüüsiühiku, milleks on artikkel. Seejärel lõin kategooriad, mille loomisel lähtusin tunnustest, mille esinemist või puudumist soovin tekstis kontrollida (Kalmus, 2015) ning koostasın kodeerimistabeli, kuhu tulemused märkida, mille abil analüüsin kodeeritud tekste. Selleks teen järeldusi tekstivälise, kontekstuaalsete nähtuste kohta, vaadeldes kommunikatsiooni sisu kui sotsiaalse tegelikkuse peeglit (Timak, 1971; Kalmus, 2015 kaudu). Kontentanalüüsi tulemused võivad aidata iseloomustada ühiskondlik-poliitilist korda (Kalmus, 2015). Kodeerimisele eelnevalt viisin läbi proovikodeerimise, mille käigus kodeerisin 15 teksti. Samal ajal täiendasin oma kodeerimisjuhendit, et saaks täpsema ülevaate kodeeritud tekstidest ning seega ka detailsema analüüsi.

#### **3.3.2 Intervjuu analüüsimeetod**

Bakalaureusetöö raames tehtud intervjuud lindistasin diktofoniga ning transkribeerisin edasiseks kvalitatiivseks sisuanalüüsiks. Kvalitatiivne sisuanalüüs on protseduur uuritavate tekstide sisu kodeerimisotsuste tegemiseks ja seda kasutatakse tekstide sisu kontekstilise tähenduse uurimiseks (Kalmus, Masso ja Linno, 2015). Kasutades induktiivset kodeerimist, kodeerisin intervjuu transkriptsiooni, et oleks lihtsam andmestikus orienteeruda ning seejärel võrdlesin vertikaalse analüüsi abil intervjueeritava vastuseid ning analüüsisin neid (Masso, 2011; Kalmus jt, 2015). Intervjueeritavad on töös märgitud koodiga I, millele on lisatud järjekorranumber, kuna töös ei olnud muud tunnused olulised.

Kvalitatiivsel sisuanalüüsil on mitmed eelised. Kvalitatiivne analüüs on tundlik ja täpne, tähelepanu saavad ka harva esinevad nähtused tekstis ning samuti ei lihtsustata uuritavat nähtust ning ei taandata teksti sisurikkust numbrilistele koodidele (Kalmus jt, 2015).

Kuid ka kvalitatiivsel sisuanalüüsil on omad nõrgad küljed. Näiteks ei võimalda kvalitatiivne analüüs erinevaid tekste täpsetel alustel võrrelda, lisaks on keeruline läbi töötada suuri valimeid,

mis tingib vähese üldistatavuse. Peamine puudus on see, et kvalitatiivne sisuanalüüs võimaldab uurijal mitteteadlikult valikuliselt tõendusmaterjale koguda (Kalmus jt, 2015).

## **4. Tulemused**

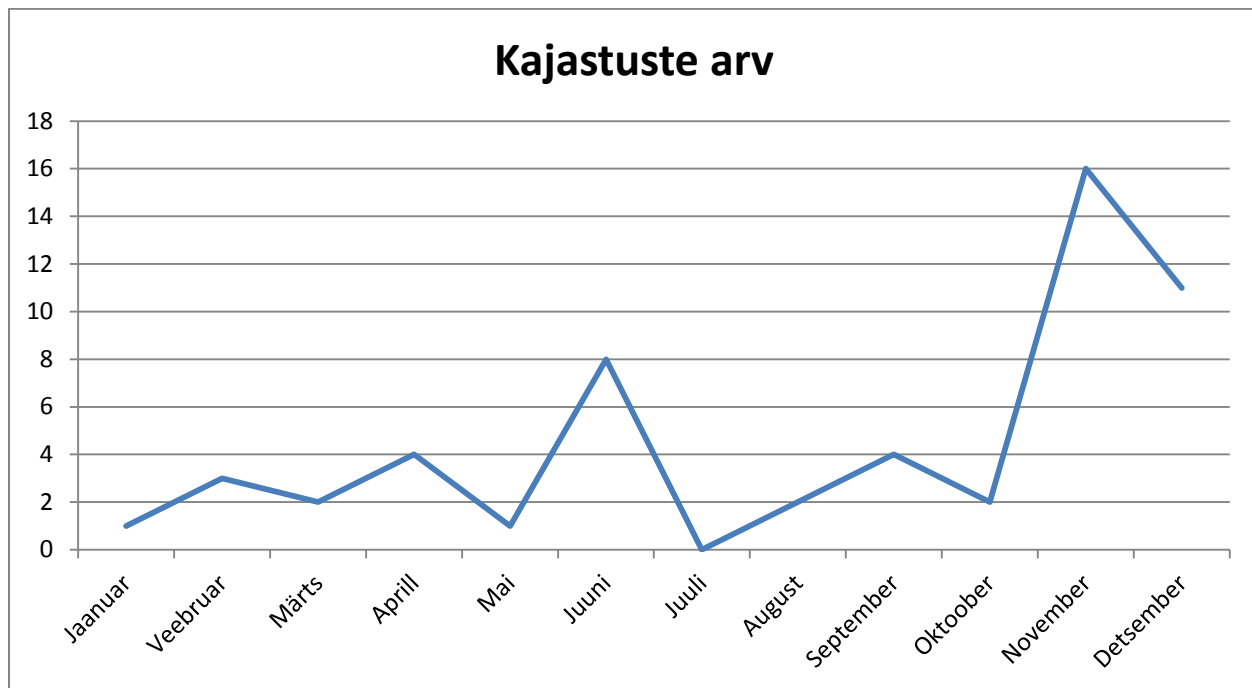
Selles peatükis annan ülevaate uurimistulemustest. Peatükk koosneb kahest suuremast alapeatükist. Esimeses kirjeldan meediakajastuste kontentanalüüsi tulemusi ja teises kirjeldan semistruktureeritud intervjuude tulemusi.

### **4.1 Meediakajastuste kontentanalüüsi tulemused**

Järgnevas alapeatükis kirjeldan standardiseeritud kontentanalüüsi tulemusi, mille raames analüüsisin Eesti populaarsemate päevalehtede ja Delfi kajastusi avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kasutamise teemal.

#### **4.1.1 Žanr, väljaanne ja kajastuste arv**

Enamus kodeeritud tekstidest moodustasid uudised, mida oli 50 artiklit. Intervjuusid ning arvamusartikleid oli mõlemaid kaks. Delfis ja ja Õhtulehes ilmus artikleid kõige rohkem, vastavalt 16 ja 13. Sellele järgnes Postimees 10 artikliga, Eesti Päevaleht üheksa artikliga ning kuus artiklit oli Äripäevas. Teksti suuruse liigitasin lõikude arvu järgi: väike tekst 1-2 lõiku, pigem väike tekst 2-3 lõiku, keskmine tekst 3-4 lõiku, pigem suur tekst 4-5 lõiku ja suur tekst 5+ lõiku. Kõige enam esines pigem suurde (15) ja keskmisesse (14) kategooriasse kuuluvaid tekste. Pigem väikseid ja väikseid tekste oli vastavalt 11 ja 10. Suuri tekste oli neli, millest pooled olid intervjuud. Huvitav on see, et enim kajastusi esines kollase meedia esindajatel ehk Delfil ja Õhtulehel. Seega näeme, et eelkõige tunnevad huvi avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia tegevuse vastu väljaanded, kelle peamised uudised on meelelahutuslikud.



Joonis 1: Kajastuste arv

Sotsiaalmeedia hooletu kasutamise tagajärgi iseloomustab hästi kajastuste arv (Joonis 1) kuude lõikes. 2015. aasta esimeses pooles kajastuste arv üle nelja kajastuse kuus ei tõusnud, kuid juunis oli see arv kahekordne. Juunis postitas Hannes Võrno Facebooki oma arvamusalalduse pagulasteemal, mis paisus suureks skandaaliks. Huvitav on asjaolu, et kui aasta alguses Masso oma Twitteri postitusega tekitas skandaali, siis oli meedia poolt huvi palju väiksem kui Võrno postitusega. Asi on tõenäoliselt selles, et Võrno postituse teema oli ühiskonnas suurema avaliku huvi all kui Masso oma ning Võrno on avalikuses tuntum. Pagulasteema on siiani Eestis suurt vastukaja saav teema. Samuti on huvitav see, et juuni jooksul vaibus teema ära ning juulis ei kirjutatud mitte ühtegi teksti sellel teemal. Kajastuste arv hakkas tõusma augusti lõpus, kui Urmas Reitelmann kirjutas samuti pagulasteemalise postituse Facebooki, mille kohta ilmus ka septembris artikleid. Väga suure hüppe teeb kajastuste arv novembris, kui kajastusi oli kokku 16 ning ühtlasi ka kõige rohkem 2015. aastal. Sellesse kuusse sattusid poliitikute omavahelised tulised diskussioonid, Linnar Priimäe ja Kadrioru Saksa Gümnaasiumi saaga, Haapsalu politseiniku Facebooki postitus ja isegi ka Reitelmanni Facebooki postituse kohta käivad sõnavõttud. See tähendab, et novembris oli mitmeid sotsiaalmeedia hooletu kasutamise juhtumeid

ning ka varasemate skandaalide mõjud avaldusid selles kuus. Detsembris kajastati samuti üsna palju ehk 11 korral avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kasutust, kuid tegemist ei olnud sotsiaalmeedia hooletu kasutamisega, vaid pigem olid tekstid pehmematel teemadel – aastat kokkuvõtavad analüüsid, mis sisaldasid sotsiaalmeediat, pildid ja sõnavõttud. Kajastuste arvu muutumisest saab välja lugeda, milline mõju on ühel sotsiaalmeedia postitusel meedia huvile. Alati, kui postitatakse midagi skandaalimaigulist, siis kajastuste arv sotsiaalmeedia kasutamise teemal tõuseb. Mõnikord isegi kordades. On näha, et aasta lõpuks on meedia huvi avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kasutamise vastu tõusnud märgatavalt. See tähendab, et avaliku sektori töötaja sotsiaalmeedia konto on muutumas ajakirjanikele artiklite kirjutamise allikaks, mis omakorda tähendab, et töötaja peaks olema eriti hoolas sotsiaalmeediat kasutades.

#### **4.1.2 Teksti peateema ja kõrvalteema**

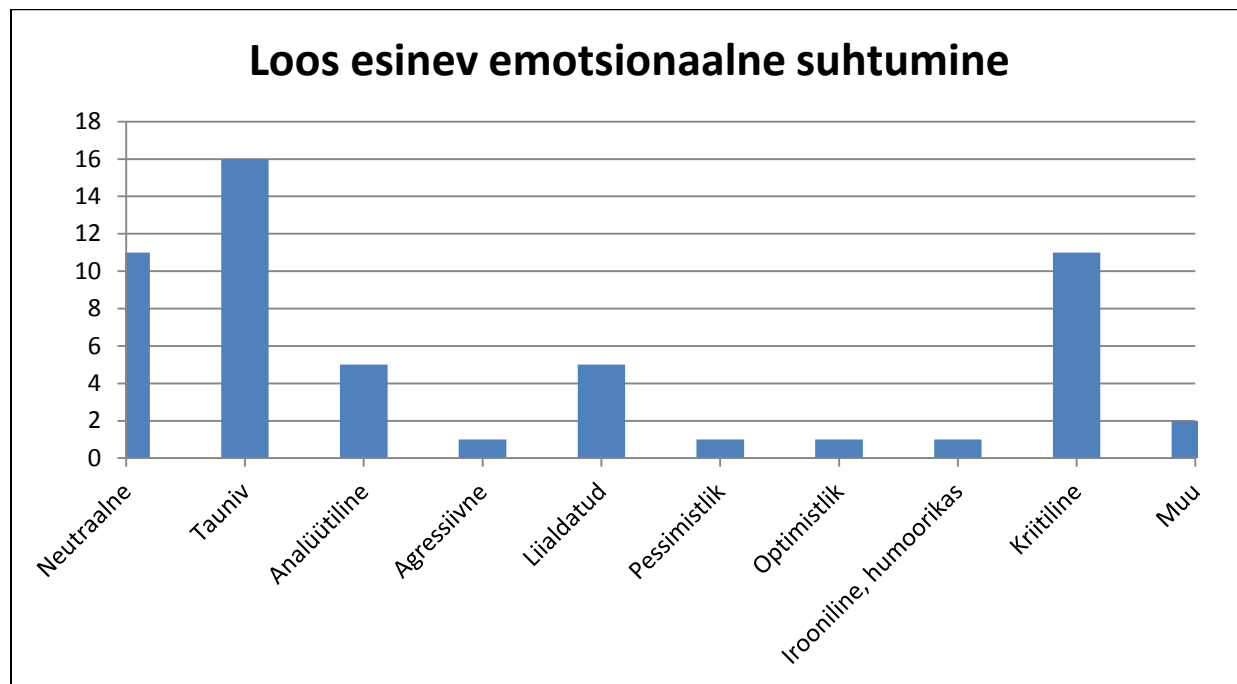
Sotsiaalmeedia kasutus oli peateemaks 44 teksti puhul. Ülejäänud kümne teksti peateema liigitus muu kategooria alla. Muu kategooria tekstis on teemad, mis ei puuduta avaliku sektori sotsiaalmeedia kasutust, näiteks tihti läksid sinna kategooriasse tekstid, mille peateemaks oli poliitika. Sotsiaalmeedia kasutusest enim kajastati skandaalseid postitusi. Sellel teemal ilmus tekste 18. Tihti kirjutati ühest postitusest mitu korda, sest skandaalsema postituse kohta avaldati palju arvamusi ning kajastati ka tagajärgi. Sellele järgnesid üheksa teksti teadaannetest sotsiaalmeedias, mille puhul kajastati tavaliselt mõne ministri või riigikogu liikme teadaandeid. Järgmisena kajastati arvamused sotsiaalmeedias, mille kohta ilmus seitse teksti. Vastuseid mõnele uudisele, üleskutseid, kommentaare ja videoid sotsiaalmeedias kajastati peateemana sama palju ehk kaks teksti igas kategoorias. Kõige vähem said peateemana kajastust foto sotsiaalmeedias ja avaliku sektori töötaja sotsiaalmeedia leheküljel.

Kõrvalteemadena räägiti sotsiaalmeedia kasutuses 21 tekstis. Muu kategooria teemasid oli 17 tekstis, mis eraldi kategooriatena on ka kõige suurem arv. Paljudes tekstides kõrvalteema puudus täiesti ehk nendes tekstides keskenduti ainult sotsiaalmeediale. Kõrvalteema puudus 16 tekstis. Sotsiaalmeediat kõrvalteemana puudutasid kõige rohkem tekstid, kus räägiti mõne isiku vastusest sotsiaalmeedias. See tähendab, et kui näiteks teksti peateema oli poliitikaga seotud teema, siis kõrvalteemana oli mõne poliitiku vastus sellele teemale sotsiaalmeedias. Järgmisena tulid tekstid, kus kõrvalteemaks oli sotsiaalmeedia üldine tsitaadivälise kasutamine ehk mainiti, kuidas isik üldiselt sotsiaalmeediat kasutab, näiteks, kui palju tal kontakte on seal.

Arvamusavaldust, skandaalset postitust ja fotot kajastati kõrvalteemana sama palju ehk kaks korda igat kategooriat. Kõige vähem kajastati kõrvalteemana sotsiaalmeedia lehekülgi ja teadaandeid sotsiaalmeedias, mida oli mõlemaid üks. Nendest tulemustest on näha, et tihti kõrvalteemat ei esinenud või kuulus kõrvalteema muusse kategooriasse. Muu kõrvalteema tuli tekstides esile tihti siis, kui peateemaks oli skandaalne postitus. Üldiselt tähendas see seda, et skandaalsest postitusest mindi loos edasi poliitilisele arutelule. Tihti kasutati sotsiaalmeedia teemat kõrvalteemana tekstis siis, kui juttu oli loo taustast ja peateemaks oli muu kategooria teema.

#### 4.1.3 Loos esinev üldine hinnang ja emotsionaalne suhtumine

Loos esinevat hinnangut hindasin tsidaadiväliste sõnade kasutamise järgi, näiteks pealkirjas kasutatav negatiivne või positiivne sõna. Üldine hinnang oli ülekaalukalt neutraalne. Selliseid tekste leidis 35. Kergelt negatiivse hinnanguga tekste oli seitse. Selgelt positiivse hinnanguga tekste oli kuus. Selgelt negatiivseid ja kergelt positiivseid tekste esines mõlemaid kolm. Hinnangud ilmnesid peamiselt kollase ajakirjanduse esindajate poolt, mis ei olnud eriti üllatav, kuid seda esines siiski üle ootuste vähe.



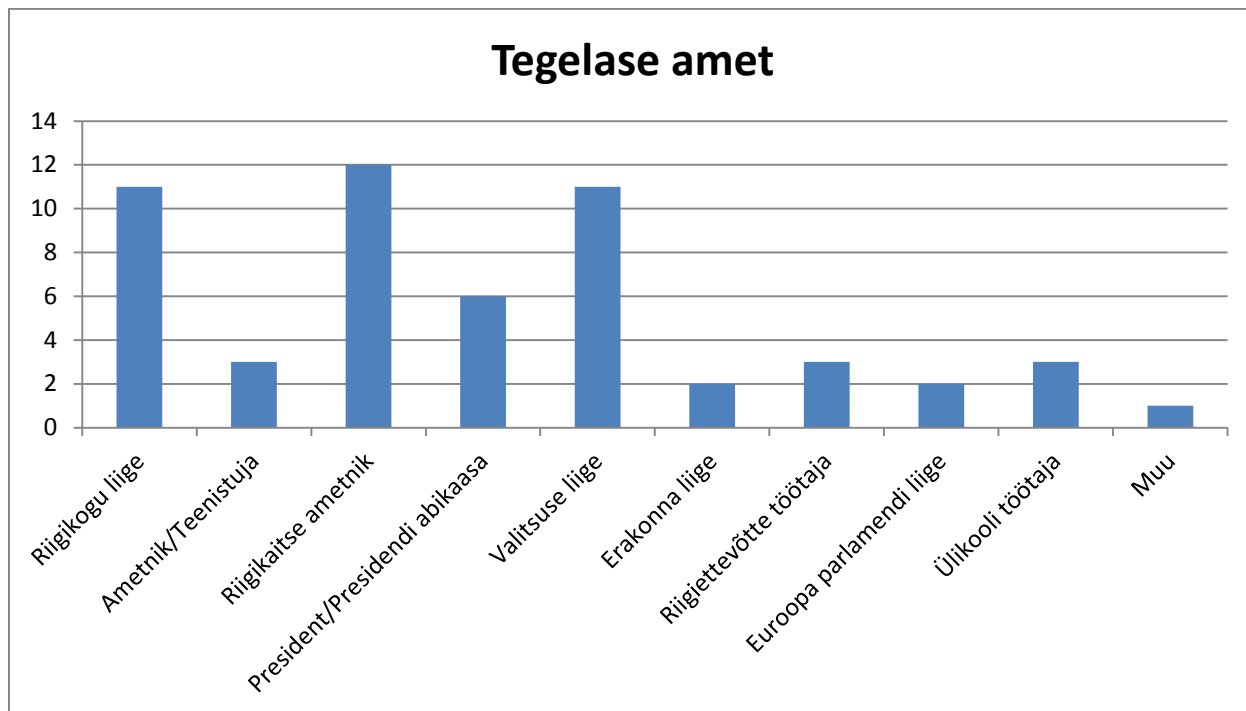
Joonis 2: Loos esinev emotsionaalne suhtumine

Loos esinevat emotsionaalset suhtumist (Joonis 2) hindasin ma kõneleja järgi. See tähendab, et kui näiteks lugu põhines tsitaatidel, mis olid kriitilised millegi suhtes, siis oli ka loos esinev emotsionaalne suhtumine kriitiline. Kõige rohkem esines tauniva suhtumisega lugusid. Seda saab põhjendada sellega, et paljud lood rääkisid skandaalsetest postitused, millele vastasid erinevad tähtsad isikud taunivate avaldustega. Selliseid tekste oli 16. Huvitav on see, et neutraalset ja kriitilist suhtumist esines sama palju ehk mõlemaid tekste oli 11. Kriitiline suhtumine tuli tihti esile arvamused avaldustega sotsiaalmeedias ja skandaalsete postitustega. Sellele järgnevad analüütiline ja liialdatud suhtumine, mida oli ka sama palju ehk viis teksti mõlemas kategoorias. Liialdatud suhtumisega tekstid olid enamjaolt seotud skandaalsete postitustega. Järgmisena tuleb muu kategooria, mille alla kuulusid emotsionaalsed suhtumised, mida ei osanud kategooriatesse paigutada. Kõige vähem esines agressiivse, pessimistliku, optimistliku ja ironilise suhtumisega artikleid. Igas kategoorias oli üks tekst. Seega saab öelda, et isegi, kui lood olid ajakirjaniku poolt neutraalse hinnanguga esitatud, siis paljudes tekstides esines negatiivset emotsiooni. Enamik tekste olid kas tauniva või kriitilise suhtumisega, mis jätabki mulje, et avaliku sektori sotsiaalmeedia teemat kajastatakse üldiselt negatiivselt. Negatiivne mõju ei ole tingitud ajakirjaniku endapoolse kallutatusest vaid tagajärgedest, mis tekivad avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia postituste neutraalsest kajastamisest. Positiivset emotsionaalset suhtumist minu analüüsitavates tekstides ei esinenud. Kui ei olnud negatiivne, siis oldi üldiselt neutraalne.

#### **4.1.4 Tegelase amet, kõneleja ja sotsiaalmeedia kanal**

Tegelase määrasin selle järgi, kelle sotsiaalmeedia kasutusest juttu oli. Kõige rohkem oli tegelaseks riigikaitse ametnik (Joonis 3). See tegelane esines 12 tekstis. Peamiselt seetõttu, et skandaalsed postitused olid tehtud riigikaitse ametniku poolt ning see tekitas palju vastukaja ja suurema avaliku arutelu. Sellele järgnes riigikogu liige ja valitsuse liige, kes esinesid 11 tekstis. Tihti kajastati nende teadaandeid, arvamused ja vastusi mõnele temale. Neile järgnes president, kes esines kuues tekstis. Ametnik, riigiettevõtte töötaja ja ülikooli töötaja esinesid kõik kolmes tekstis. Erakonna liige oli tegelane kahes tekstis. Muusse kategooriasse läks üks tegelane, kes ei olnud avaliku sektori töötaja, kuid rääkis avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kasutusest. Seega peamiselt kajastati poliitikute sotsiaalmeedia kasutust. Riigikaitse ametnike sotsiaalmeedia kasutus tuli teemaks palju seetõttu, et tegemist oli skandaalsete postitustega.

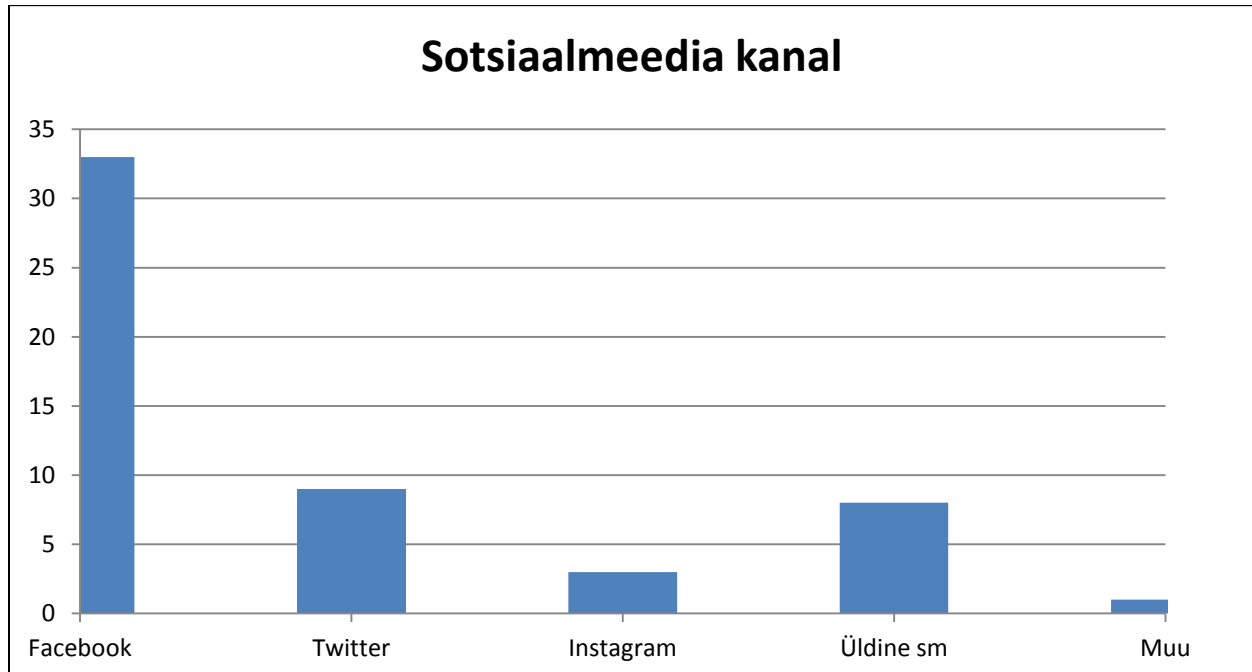




Joonis 3: Tegelase amet

Tekstides oli kõnelejaks peamiselt ajakirjanik, kes esines 18 tekstis. Järgmisena tulid riigikogu liige üheksa tekstiga ja valitsuse liige seitsme tekstiga. Tihti olid nad kõnelejaks siis, kui kajastati teadaandeid, vastuseid ja kommentaare sotsiaalmeedias. Sellele järgnesid riigikaitse organisatsiooni liige ja president seitsme tekstiga. Muu kategooria kõnelejaid esines kolmes tekstis. Seejärel tulevad ülikooli töötaja ja erakonna liige, kes esinesid kahes tekstis. Kõige vähem oli kõnelejaks ametnik, euroopa parlamendi liige ja riigiettevõtte töötaja, kes esinesid kõik ühes tekstis. Seega peamiselt ei olnud kõnelejaks ajakirjanik, vaid keegi teine avaliku sektori organisatsiooni töötaja

#### 4.1.5 Tekstis mainitud sotsiaalmeedia kanal



Joonis 4: Tekstis mainitud sotsiaalmeedia kanal

Kõige rohkem esines tekstides sotsiaalmeedia kanalitest Facebooki (Joonis 4). 33 teksti sisaldasid väljavõtteid postitusest, kommentaarist või teadaandest, mis olid Facebookis tehtud või rääkisid avaliku sektori töötaja Facebooki kasutamisest. Üheksa teksti keskendusid Twitterile, kaheksa üldisele sotsiaalmeedia kasutamisele, kolm teksti Instagramile ja üks tekst muule. Seega jälgis meedia aastal 2015 peamiselt Facebooki kasutamist avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kasutusest. See tähendab, et Facebooki postitused olid teravama pilgu all kui mõne muu sotsiaalmeedia kanali postitused.

## 4.2 Semistruktureeritud intervjuude tulemused

### 4.2.1 Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjad ja koolitused

Semistruktureeritud intervjuude tulemuste esimene alapeatükk keskendub avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutamise juhendamisele ja eeskirjadele – kui paljudes organisatsioonides on eeskiri ja koolitus kasutusel, eeskirja kasutuse põhjused ja selle järelvalve.

Enamikul uuringus osalenud intervjuueeritavate organisatsioonides ei ole kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja. Põhjenduseks toodi tihti see, et pole negatiivseid juhtumeid sotsiaalmeedia kasutamisega seoses olnud. Need organisatsioonid, kes juhendasid oma töötajate sotsiaalmeedia kasutust, ei teinud seda eeskirja abil, vaid lisasid punktid sisekorraeeskirjadesse või töölepingusse. Siiski olid need punktid küllaltki üldsõnalised, mis ei kehtinud ainult sotsiaalmeedia puhul. Toodi välja ka, et suuliselt on räägitud, kuidas peaks sotsiaalmeedias käituma. Konkreetsemad sotsiaalmeedia kasutamise juhendid olid kasutusel kahes organisatsioonis, millest ühes oli kasutusel pehmes vormis sotsiaalmeedia kasutamise soovitusel.

*II: „Meil ei ole otseselt kasutusel eeskiri sotsiaalmeedia kasutamise kohta. Meil on kommunikatsiooniosakonna poolt koostatud soovitusel üldse nõ meediaga suhtlemiseks ja sealhulgas sotsiaalmeedias suhtlemiseks. Ei ole, et käse, poon ja lasen. On soovitusel, et millele tähelepanu juhtida. Need ei ole kuidagi ministri käskkirjaga pandud.“*

Organisatsioonide puhul, kus oli kasutusel sisekorraeeskiri või mõni muu sarnane dokument, kästi töötajal see läbi lugeda ja allkirjastada. Ühes organisatsioonis ei olnud allkiri nõutud, sest eeskirja tutvustati läbi meedia ja e-kirja teel. Seega sisuliselt pidid eeltoodud organisatsioonides töötajad iseseisvalt eeskirjaga tutvuma ja sellest aru saama, mis on üsna riskantne, sest töötajad võivad eeskirjast valesti aru saada ja selgitustöö puudumisel võib eeskiri mõjuda hoopis negatiivselt. Lisaks sellele ei ole e-kiri sobilik vahend eeskirja tutvustamiseks töötajatele, sest kirja ei pruugi töötaja isegi avada, mis tähendab, et eeskiri ei pruugi üldse töölegi hakata. Teises organisatsioonis kasutati selleks laiendatud juhtkonna koosolekut ja osakonna juhatajat.

*II: „Juhtkonna koosolekul. Meil on iga nädal laiendatud juhtkonnaga koosolek. Seal soovitati ja siis võttis kommunikatsiooniosakonna juhataja ühendust ja palus tutvustada teistes osakondades.“*

Mitte üheski intervjuueeritavate organisatsioonis ei olnud kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise

koolitust. Küll oli üks intervjueeritav sellisel koolitusel käinud, kuid see oli seotud erakonnaga ning mõeldud poliitikutele. Samuti keskendus koolitus sellele, kuidas sotsiaalmeediat enda kasuks ära kasutada.

*I3: "Tegelikult on päris palju rääkinud ja kasu olnud. Sul ju poliitikuna on ju kasulik teada, millisel kellaajal ja milline sihtgrupp on pigem online. Millist meediumit kuidas on parem vaadata nutiseadmest näiteks. Mida enamus noori kasutab. Millise meediumi reach on facebookis suurem. Näiteks see teadmine, et pildi reach on tunduvalt suurem, kui lihtsalt postitus. Sellised väikesed nipid, mida tasuks teada."*

Teine intervjueeritav tõi välja Sisekaitseakadeemia poolt loodud koolituse, kus räägiti rohkem sellest, kuidas ametnik peaks käituma. Muuhulgas räägiti ka ametnike eetikanõukogu loodud ametnike väljendusvabaduse heast tavast, kuid koolituse käigus räägiti sellest põgusalt. Seega päris sellist koolitust, mis keskendus ainult sotsiaalmeedia kasutamisele, selle ohtudele ja võimalustele, ei ole tehtud. Huvitav oli see, et ainult üks intervjueeritav mainis ametnike eetikanõukogu poolt loodud juhendit. Sellel võib olla kaks põhjust: intervjuude läbiviimise ajal (aprilli lõpus) ei olnud jõudnud organisatsioonid sellest rääkida või organisatsioonid ei ole huvitatud sellest juhendist. Samas ametnike eetikanõukogu asus tööle selle kallal 2015. aasta lõpus ja see käis ka meediast läbi. Lisaks küsiti tagasisidet paljudelt avaliku sektori organisatsioonidelt. Seega oleks pidanud enamik avaliku sektori organisatsioone sellest juhendist teadlikud olema.

*I2: "Käisin märtsi lõpus ühel avaliku sektori koolitusel, kus räägiti natukene sellest. See on väga uus asi ja aktuaalne teema, kuna eelmisel aastal korduvalt erinevates kohtades tuli teemaks, kui ametnik oli öelnud midagi, mis ei sobi. Oli siis see Kaitseliidu avalike suhete nõunik või ametnik. Mõned näited olid veel...Neil on välja töötatud formaat ja seda korraldatakse mingi regulaarsusega. See on mingi sisekaitseakadeemia koolituskeskus vms."*

Intervjueeritava organisatsioonides üldiselt sotsiaalmeedia kasutust ei kontrollita. Üks intervjueeritav tõi välja, et kontrollitakse, kui kaua töötaja sotsiaalmeedias aega veedab, kuid postitusi ja kasutust otseselt ei kontrollita. Teise intervjueeritava sõnul jälgitakse, mida töötajad teevad, kuid see pole täielikku kinnitust saanud. Seega, kas organisatsioonid ei ole välja öelnud, kas ja kuidas nad oma töötajate sotsiaalmeedia kasutust kontrollivad või ei ole kontrolli vajalikuks peetud. Huvitava vaatenurga tõi esile intervjueeritav, kelle hinnangul kontrollivad kaudselt tema sotsiaalmeedia kasutust sõbralistis olevad inimesed, sest paljud on tema tööga seotud.

*I2: "Ma ütlen, et ma ei tea. Ma tahaks loota, et ikka, aga ma kardan, et eks teatud inimesed hoiavad*

*kindlasti kriitilisemalt pilku peal. Kui Facebooki näide võtta siis tähtsamad inimesed on ikka sõbralistis. Mis siis, et mu konto on võõrale inimesele mittenähtav aga mul on neid kõrgemaid isikuid sõbralistis, siis nemad ju näevad, mida ma postitan ja mida ma teen seal.”*

Samuti ei osanud enamik intervjueeritavaid kindlalt öelda, millised on tagajärjed, kui keegi peaks sotsiaalmeediat kasutama nii, et ta eksib kehtestatud reeglite või soovitude vastu. Palju oletati, et eksinud töötajaga vesteldakse ning tehakse hoiatus. See näitab jällegi puudulikku tööd organisatsiooni poolt. Töötajad on üldiselt teadmatuses või toetuvad kuulujuttudele, kui räägitakse kontrollist ja tagajärgedest.

*I4: „Ma arvan, et kui keegi postitab mingisuguse provokatiivse postituse või siis vaenu õhutada postituse, siis võidakse paluda see tal eemaldada. Ma arvan. Ma ei ole selles 100% kindel, sest ma ei ole kokku puutunud ja ma ei ole kokku puutunud nendega, kes seda on teinud. Mulle tundub see lihtsalt loogiline. Ja võidakse selle inimesega vestelda. Kui see tegevus jätkub, siis noh... mis siis saab, seda ma ei tea.“*

Kokkuvõtvalt võib öelda, et intervjuude käigus selgus, et paljudes Eesti avaliku sektori organisatsioonides ei ole kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri. Need organisatsioonid, kus see on reguleeritud sisekorraeeskirja või mõne muu sarnase dokumendi abil, kasutavad üldsõnalisi soovitusi, mis ei ole otseselt sotsiaalmeediaga seotud. Eeskirjadega või soovitustega tutvumine jäetakse enamjaolt töötaja vastutada. Samuti ei ole üheski organisatsioonis kasutusel koolitust, mis õpetaks töötajaid kasutama nii, et ei tekiks kahju organisatsioonile. Ükski intervjuerija ei osanud kindlalt öelda, kas ja kuidas tema organisatsioonis sotsiaalmeedia kasutust kontrollitakse.

#### **4.2.2 Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate ootused ja hinnangud sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjadele**

Semistruktureeritud intervjuude tulemuste teine alapeatükk keskendub Eesti avaliku sektori töötajate hinnangutele sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjadest – miks eeskiri kasutusele võetakse, selle vajalikkus, rahulolu, suhtumine ja töötajate kaasamine eeskirjade loomisesse.

Üldiselt mõistsid intervjueeritavad, miks sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri kasutusele võetakse. Toodi välja, et inimesed teaksid, millised on sotsiaalmeedia võimalused ja ohud. Lisaks toodi üheks põhjuseks, et sotsiaalmeedia on üsna uus nähtus ning inimesed ei teadvusta, mida see endaga kaasa toob. Juhiti tähelepanu ka töötaja enda elementaarsetele käitumishinnangutele, kuid lisati, et mõnikord on vaja, et oleks raamistik ees. Üks intervjueritav tõi esile ka järeltule, et eeskiri võetakse kasutusele sellepärast, et organisatsiooni töötaja ebasobilikud postitused mõjutavad mitte ainult töötajat vaid tervet organisatsiooni.

I4: „Kui nüüd töötaja peaks postitama vaenu õhutava, provokatiivse, solvava, rassistliku postituse, siis ta küll postitab selle kui eraisik, aga kõik tema tuttavad inimesed teavad, et ta on kaitseliitlane. Ühel või teisel juhul tuleb keegi näpuga näitama, et sellised nad on. Seda ei saa eeldada, et inimesed võtavad seda, et selline TA on, vaid sellised NAD on. Tahest tahtmata, kui selliseid olukordi on palju, jääb organisatsioonile märk külge kui kamp rassiste ja provokaatoreid jne. See juhend on sellepärast, et vältida selliseid juhtumeid, ma arvan.“

Peaaegu kõikide intervjueritavate hinnangul on sotsiaalmeedia kasutamise mingil moel reguleerimine vajalik. Intervjueritavate sõnul oleks parem kui sotsiaalmeedia kasutamist juhendatakse läbi soovitude või mõnes muus pehmes vormis, sest eeskirjad ja muud dokumendid, mis kohustavad töötajaid millekski, mõjuvad negatiivselt. Samas toodi välja ka, et ei ole vaja selliseid vahendeid ja piisaks ka regulaarsest põhimõtete meeldetuletusest.

I2: „Kas nüüd juhendit aga sellist põhimõtete ülerääkimist ja tutvustamist küll. Eks see ole asi, mille peale nagu ei mõelda. ...Teatud meeldetuletus ja informeerimine teatud aja tagant ka kogenud inimestele, et ei tekiks sellist mugavust, on vajalik. Et ametnik ei läheks Twitteris või Facebookis kaasa kõigea, sa peaksid natukene mõtlema.“

Sama intervjueritav tõi esile huvitava mõtte, et sotsiaalmeedia kasutamise põhimõtete ja juhendite loomisel peaks keskenduma eelkõige suurematele avaliku sektori organisatsioonidele. See tähendab, et suuremad organisatsioonid vajavad selliseid eeskirju rohkem, sest väiksemates on juhtidel ja töötajatel parem ülevaade üksteise tegevustest. Samuti on suuremate ja tähtsamate organisatsioonide töötajate tegevustel suurem mõju kui mõnel väiksema organisatsiooni töötajal.

I2: „Põhimõtete väljatöötamine oleks ühtemoodi kõigile, aga selle vajalikus suuremate jaoks oleks natukene tähtsam. Ma ei oska hästi sõnadesse panna, ma lihtsalt mõtlen. Kui näiteks maavalitsuse ametnik teeb Facebookis postituse mingil teemal, mis ei puuduta maavalitsust otseselt ja kui teeb välisministeeriumi ametnik, siis on need hoopis erinevad asjad. Selles mõttes on tundlikus ühel oluliselt suurem. Selles suhtes on probleemid ja tähtsus suuremates organisatsioonides teised.“

Töötajad, kelle organisatsioonis on kasutusel sotsiaalmeedia kasutuse juhend, on sellega rahul, sest leiavad, et see on praktiline vahend, mida saab vajadusel kasutada ning põhimõtted ühtivad ka töötajate enda omadega.

I1: „Jah, sest ma arvan, et see on mõistlik. Mul oli ka hea tugineda sellele. Mul on osakonnas paar väga aktiivselt sotsiaalmeediat kasutavat inimest ja nendest üks on selline piiripealne juhtub. Vahel ta minu arust libastub. Mul oli hea, kui need soovitusel tulid ja hea oli nende tugineda.“

Intervjueritavatel küsides, milline punkt peaks kindlasti ühes sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjas olema, sain peamiselt kaks vastust. Esiteks on tähtis, et tuuakse välja, millele mõelda enne, kui postituse teed. Rõhutati, et töötaja peaks mõtlema mitu korda enne, kui postituse teeb. Teise punktina toodi välja see, et töötaja esindab oma organisatsiooni ka sotsiaalmeedias. See

tähendab, et ka vabal ajal peaks töötaja jälgima, mida ta sotsiaalmeedias teeb.

*I2: „Teiseks, kui sa vabal ajal teed midagi, siis eriti kui sa tööga seotud asju kommenteerid, siis pead selgelt aru saama, et kannad selle eest mingit vastutust. Et ei ole nii, et vabal ajal võid öelda, mida tahad ja see et sa oled ametnik ei loe. Ikka loeb. Et siis kaks üldisemat asja, et töö ajal ära tee ja vabal ajal pea meeles, et sa oled jätkuvalt ametnik.“*

Enamik intervjueeritavaid arvas, et sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja koostamisel peaks kaasama ka teisi töötajaid peale kommunikatsiooniosakonna või juhtkonna. Põhjustest toodi välja näiteks see, et siis ei tunduks see tavatöötajale pealesurutud eeskirjana. Samuti oleks üldine eeskirja kvaliteet parem, sest sisend tuleks laiema töötajaskonna poolt. Huvitava mõtte tõi välja intervjueeritav, kelle hinnangul peaks usaldama selliste eeskirjade ja soovitude väljatöötamise ametnike eetikanõukogule, kelle tööülesanneteks ongi just sellised dokumendid. Seega organisatsioonide ülesandeks jääks nende dokumentide alane koolitamine.

*I2: „See on ka nagu paar aastat tagasi loodud ja see alles hakkab tööle. Aga selliste asjade loomine ja avalikustamine on üsnagi hea asi. Ma tean, et nad töötavad juba järgmiste juhendite kallal. Koolitusel rääkisid. Ma arvan, et iga organisatsiooni ülesanne ei ole neid välja töötada, vaid meelde tuletada oma töötajatele.“*

Huvitava asjaoluna tuli välja, et intervjueeritavate hinnangul suhtuvad nende kolleegid eeskirjadesse negatiivselt ja ollakse vastu nendele. Tihti on organisatsioonides niigi palju juhendeid kasutusel ning töötajad lihtsalt ei jõua kõigega kursis olla. Samuti tuuakse välja, et paljudele ei meeldi, kui juhtkonna poolt kontrollitakse töötajate tegevusi.

*I5: „No jälle tuleb mingi lollus ülevalt alla. Ma arvan, et see oleks esimene reaktsioon. Et neid igasugu muudatusi ja asju, mida peab järgima. Aga olgem ausad siseveeb kubiseb igasugustest juhenditest ja mitte keegi ma arvan ei ole nendega kursis. Sa lihtsalt ei jõua. Mulle tundub, et meie inimesed, mingid pooled ei olegi sotsiaalmeedias. Mõne hea kolleegiga ma siin olen vestelnud, et miks sa ei tule Facebooki. Paljud arvavad, et see on ajaröövel ja tahavad privaatsust. Et pooli töötajaid see ei puudutakski.“*

Lahendusena pakutakse välja, et ei loodaks kohustuslikku eeskirja, vaid koostataks soovitusel ja põhimõtted, mida võiks üks töötaja järgida. Siinkohal on jällegi oht, et töötajad ei võta soovitusi tõsiselt ning eiravad neid. Intervjueeritavate hinnangul vähendab vastuseisu ka see, kui juhendiga koos oleks suuline selgitus ja arutelu ehk koosolek, kus saaks töötajad oma küsimustele ja muredele vastused. Samuti toodi välja, et e-kirja teel saates jääb tihti see avamata või töötaja ei saa lihtsalt juhendist aru.

*I3: „Ma arvan, et selline väike, ütleme koolitus ja arutelutunnike. Pooltunnike kuluks ära. Et ega ju reeglite ja eeskirjadega on ikka nii, et selleks, et inimene neid täidaks ja täita tahaks, peab ta need enda jaoks lahti mõtestama ja aru saama, et miks need vajalikud on. Kindlasti on võimalik täita eeskirju nii, et*

*sa muhvigi aru ei saa, miks sa neid täidad, aga mõtleval inimesel läheb raskeks. Ja ma arvan, et selline asi nagu sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri kindlasti tekitab igas inimesed küsimusi, arusaamatusi või trotsi, et mida paganat, mis keegi tuleb mingi eeskirjaga. Vaba maa, vabad mõtted. Et miks ma ei võiks siis kirjutada. Siis tulebki see läbi arutada ja läbi kirjutada.”*

Intervjueeritavad mõistavad, miks võetakse avaliku sektori organisatsioonis kasutusele sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri. Samuti pidasid kõik intervjueeritavad sotsiaalmeedia kasutamise reguleerimist vajalikuks, kuid lisasid, et see ei tohiks toimuda kohustusliku eeskirja vormis, vaid lähenema peaks pehmemalt – soovitustega. Intervjueeritavate sõnul suhtuvad paljud avaliku sektori töötajad eeskirjadesse ja juhenditesse negatiivselt, sest avalikus sektori on selliseid dokumente palju ja kõigega ei jõua kursis olla. Selle probleemi lahendamiseks pakuti välja, et soovitude koostamisse kaasataks ka teisi töötajaid peale juhtkonna. Intervjueeritavate hinnangul peab kaasnema selliste soovitude kasutuselevõtuga ka selgitustöö, et töötajad mõistaks, miks seda tehakse.

#### **4.2.3 Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate ootused ja hinnangud sotsiaalmeedia kasutamise koolitustele**

Semistruktureeritud intervjuude tulemuste kolmas alapeatükk keskendub Eesti avaliku sektori töötajate ootustele ja hinnangutele koolituse osas – selle vajalikkus ja mida soovitakse, et neile õpetatakse.

Koolituse vajalikkuse osas oli arvamusi kaks – osade hinnangul oleks koolitus vajalik ja kasulik, teiste hinnangul pole koolitust vaja ja piisaks ainult vestlusest, mis käib eeskirjaga kokku. Samuti toodi välja, et koolitamine on aeganõudev ning kulukas, sest töötajaid on palju. Siiski jäi enamusse arvamus, et koolitus oleks kasulik ning vajalik selleks, et eksimusi oleks võimalikult vähe. Huvitavamad olid intervjueeritavate ideed, mis pakkusid välja, et ei oleks vaja ainult spetsiifilist sotsiaalmeedia koolitust, vaid üldisemat meediakoolitust, mis annaks suurema ülevaate selles valdkonnas toimuvast.

*II: „Ma ei ole sellest puudust tundnud kunagi, et ma ei arva, et peaks olema spetsiaalselt sotsiaalmeedia koolitus. Aga küll võiks olla selline laiem meedia teemaline koolitus. Sotsiaalmeedia on mõnes mõttes ikka meedia osa. Meil on meediaga pidevalt kokkupuuteid – intervjuusid ja kõike anname pidevalt. Võibolla see laiem pilt siis. Et ohud ja rõõmud on ikkagi samad. Sotsiaalmeedia lihtsalt levib kiiremini.“*

Soovitakse, et koolitustel õpetataks, kuidas info interneti jääb, kas ja kuidas seda saab kustutada. Tahetakse saada põhjalikumad ülevaadet *online*-maailmast. Samuti avaldati huvi ka selle vastu, kuidas sotsiaalmeediat organisatsiooni heaks kasutada. Intervjueeritavad soovivad teada, kuidas



saaks reklaamida oma asutust sotsiaalmeedias.

*I5: „Ma arvan, et me peaks sinna suunas aktiivsemalt liigutama. Kui iga töötaja oleks nõ saadik, siis sellest võiks kasu tulla. Muidugi peaks paralleelselt ohtudest rääkima ka. Mina ei pelga uut meediat. Ma ei põe, et mul ei ole privaatsust. Ma olen ise valinud. Mulle tundub, et organisatsioon võiks kuidas seda (sotsiaalmeediat) ära kasutada.“*

Seega üldiselt nähakse koolituses kasu nii organisatsioonile kui ka töötajale. Töötajad soovivad saada paremaid teadmisi sotsiaalmeedia kasutamisest ja internetist. Juhitakse tähelepanu ka sellele, et töötajad soovivad tihti kasutada sotsiaalmeediat organisatsiooni kasuks, kuid neil ei ole vajalikke oskusi selleks.

#### **4.2.4 Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate ootused ja hinnangud sotsiaalmeedia kasutamise kontrollile**

Semistruktureeritud intervjuude tulemuste neljas alapeatükk kirjeldab Eesti avaliku sektori töötajate ootuseid ja hinnanguid sotsiaalmeedia kasutamise kontrollile.

Intervjueeritavad on arvamusel, et avaliku sektori organisatsioon peaks kontrollima oma töötajate sotsiaalmeedia kasutust, kuid alles siis, kui on midagi negatiivset juhtunud. See tähendab, et töötaja sotsiaalmeedia kasutusega tegeletakse siis, kui on näiteks mõni postitus saanud palju negatiivsed tagasisidet. Seejärel leitakse põhjused ning üritatakse need likvideerida, et uuesti enam ei juhtuks. Pideva kontrolli poolt ei ole ükski intervjueeritavatest, sest nende hinnangul oleks see ahistav ja privaatsuse rikkumine, mis tekitaks palju pingeid organisatsioonis. Tuuakse välja ka ohud, et kontrollija võib valesti mõista töötaja postitust ning töötaja võib asjatult karistada saada.

*I6: „Sotsiaalmeedia positused on alati sellised, et ei tea, keda selle all mõeldi. See sõltub alati tõlgendaja pilgust. Kui autor isegi ei mõelnud midagi sellest aga juba äkitselt saab ta jälle noomitada võib käsitakse positus kustutada või jääb tööst ilma millegi pärast, mida ta tegelt ei mõelnud.“*

Samas saadakse aru, et organisatsioonidel on õigus oma töötajate käitumist reguleerida, kuid pooldatakse rohkem sõnavabadust, mida toetaks sotsiaalmeedia kasutamise juhend või soovitused. Usaldatakse inimeste intelligentsus ja soovitakse, et karmi kontrolli asemel oleks vigadest õppimine läbi ühise koostöö.

*II: „Ma ikkagi olen täiesti sõnavabaduse poolt ja tegelikult töötavad meie majas haritud ja intelligentsed inimesed ning nad üldiselt ei välju piirides. Ma arvan, et see ei ole mõistlik käia malakaga seljataga. Et kui juhtub, siis tulebki vaadata, et järgmine kord ei juhtuks. Siis tulebki mõelda, miks see juhtus ja seda maksi elimineerida. Kui see postitus on tehtud, siis on see tehtud.“*

Seega intervjueeritavate hinnangul ei ole vaja teha ennetavaid kontrolle, sest kardetakse, et kontrollija võib valesti midagi mõista ning töötaja saab ilma asjata karistada. Samuti arvatakse, et selline “seljataga malakaga käimine” on privaatsuse rikkumine ja tekitab ebavajalikke pingeid. Kontrolli peetakse küll vajalikuks, kuid alles siis, kui töötaja eksimus on tekitanud probleeme organisatsioonile või on silma jäänud.

#### **4.2.5 Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate hinnangud sotsiaalmeedia kasutamise ohtudele ja organisatsiooni esindamisele**

Semistruktureeritud intervjuude tulemuste viies alapeatükk kirjeldab Eesti avaliku sektori töötajate hinnanguid sotsiaalmeedia kasutamise ohtudele ja organisatsiooni esindamisele. Lisaks kirjeldab alapeatükk intervjueeritavate hinnanguid meedias levinud Urmas Reitelmanni ja Hannes Vörno tekstide kohta.

Kõikide intervjueeritavate hinnangul on organisatsiooni maine ohus, kui töötaja ei pea organisatsiooni eeskirjadest või juhenditest kinni. Intervjueeritavad tõid tagajärgedena välja organisatsiooni usaldusväarsuse ja tõsiseltvõetavuse kahanemise. Samuti toodi välja ka efektiivsuse kahanemine, kui töötajad ei edasta üheselt arusaadavat sõnumit ja töötavad üksteisele vastu. Mainiti isegi potentsiaalset kohtusse kaebamise ohtu, kui kellegi isikuandmete kaitset rikutakse.

*II: „Meil on miljon partnerit ja kõik need on sotsiaalmeedias ehk siis kui me laua taga läbirääkimistel räägime ühte juttu ja nüüd järsku peaks toimuma libastumine sotsiaalmeedias, siis me ei ole tõsiseltvõetavad. Me ei ole professionaalsed. See võib juhtuda, kui sa ei mõtle enne enterile vajutamist. Lühidalt- maine ja tõsiseltvõetavus võib saada kannatada.“*

Samuti kõik intervjueeritavad olid arvamusel, et avaliku sektori töötaja on oma organisatsiooni esindaja ka vabal ajal. Toodi välja, et sotsiaalmeedias seostatakse töötaja postitust tihti organisatsiooniga, kus ta töötab. Eriti just võõraste inimeste poolt. Samuti toodi välja, et samamoodi on ka muus avalikus ruumis, kus näiteks kohtunik ei saa vanalinnas ebaadekvaatselt pidutsemas käia, sest võib juhtuda, et satub kokku inimesega, kes kohtuniku teenust vajab. Oldi hinnangul, et arvamusevabadus peab olema, kuid töötaja peab ka mõistma, et ta vastutab oma tegude eest ja esindab organisatsiooni vabal ajal. Huvitav mõte oli see, et mida tuntum ametikoht, seda rohkem töötaja organisatsiooni esindab.

*I3: „Oleneb töötajast, oleneb situatsioonist. Ega ju ma eelnevaga ei tahtnud öelda, et töötajal ei võiks olla oma arvamust. Kindlasti võiks. Ma arvan, et kõik arutelud kuskil sünnipäeva või sugulaste lauas on ju okei. Mida tuntum töötaja, arvatavasti seda rohkem ta esindab. Anonüümne tundmatu töötaja, keda*

*inimesed eriti ei tunne, võib mingites seltskondades väljendada palju asju ja teda ei seostatagi organisatsiooniga.”*

Meedias levinud juhtumitest olid intervjueeritavad mingil määral kursil. Peaaegu kõik olid vähemalt midagi kuulnud Urmas Reitelmanni või Hannes Võrno skandaalsetest postitustest. Samuti arvasid peaaegu kõik, et Reitelmann ja Võrno olid käitunud valesti ning nad ei oleks tohtinud sotsiaalmeedias sellisel viisil oma arvamust avaldada. Toodi välja ka seda, et kui oleks sõnakasutus olnud poliitiliselt korrektsem, ei oleks need arvamused probleemsed olnud. Viidati palju ka sellele, et avaliku sektori töötaja on vabal ajal ka organisatsiooni esindaja. Huvitav oli ühe intervjueeritava mõte, mis tõi esile temaatika keerulisuse, see tähendab, et sotsiaalmeedias on intervjueeritava hinnangul väga keeruline arvamust avaldada nii, et seda võetaks kui töötaja isiklikku arvamust ja ei seostataks organisatsiooniga, kus ta töötab. Lahendusena pakutakse jällegi välja, et organisatsioonis võiks olla paigas reeglid, kuidas arvamust sotsiaalmeedias avaldada.

*I7: „See ongi keeruline juhtum. Et keerulised juhtumid ongi sellised, kus tõmmata piir inimese arvamusevabaduse ja sellise isikuarvamuse ja organisatsiooni suhtumise seostamise vahel. Kui nagu seda konkreetset juhtumit vaadata, on raske midagi Reitelmanile ette heita, kui ta oma arvamust avaldab. Kui ta oma arvamust avaldab, siis see keelatud pole. See probleem on nagu justkui meediaväljas ja kuidas mõni inimene sellest aru saab. Ajakirjades tavaliselt pannakse kirja, et tegemist on inimese isikliku arvamusega, aga sotsiaalmeedias sellist klauslit juurde ei panda. Enamasti ei panda. See ongi keeruline teema. Aga ma ei arva, et peaks nagu piirama inimeste arvamusevabadust. See on ikkagi tähtsam. Aga mõistlik on organisatsiooni sees mingid reeglid paika panna, kuidas arvamust avaldatakse, mis juhtub, kui tegemist on isikliku arvamusega ja kuidas seda välja tuua, et tegu on ainult selle konkreetse inimese mõtetega.“*

Meedias kajastatud juhtumid ei ole intervjueeritavate sõnul nende tööd mõjutanud, kuid vastustest tuleb välja, et peale neid juhtumeid, on organisatsioonis hakatud rohkem rääkima sotsiaalmeedia kasutamisest ja tegelema põhimõtete kujundamisega. Intervjueeritavad toovad välja, et pigem mõjutasid need juhtumid nende enda isiklikku suhtumist sotsiaalmeediasse ning mõeldakse nüüd rohkem, mida postitada tasub.

#### **4.2.6 Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajate sotsiaalmeedia kasutuspraktikad**

Semistruktureeritud intervjuude tulemuste viimane alapeatükk kirjeldab Eesti avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kasutuspraktikaid – kui kaua sotsiaalmeediat kasutatud on, milliseid kanaleid kasutatakse ja millist eelistatakse enim, kui palju postitusi tehakse ja mis temadel, arutelude teemad ja osalemine nendes.

Kõik intervjuueeritavad peale ühe eelistavad sotsiaalmeedia kanalina Facebooki. Põhjenduseks tuuakse suur kasutajate arv, mitmete kanalite koondumine ühte kohta, inimeste ja organisatsioonide kättesaadavus. Palju kasutatakse Facebooki suhtlemiseks teiste inimestega ning ka aktuaalsemate sündmustega kursis olemiseks. Üks intervjuueeritav eelistas Facebookile Instagrami. Kõik intervjuueeritavad on sotsiaalmeediat kasutanud 10-15 aastat. Paljud on oma esimese kasutaja teinud Orkutis või Rate.ee-s. Teistest sotsiaalmeedia kanalitest kasutati peamiselt Youtube'i, Instagrami ja Twitterit. Osadel on ka LinkedIni kasutaja.

Enamik intervjuueeritavatest teeb ka postitusi sotsiaalmeedias. Tihti tuuakse põhjenduseks huvitava informatsiooni märkamine ning soov seda jagada teistega. Samuti tahetakse näidata oma elu ja soovitakse humoorikate postitustega teistele nalja pakkuda. Postitusi tehakse tavaliselt ebaregulaarse tihedusega, tavaliselt siis, kui midagi huvitavat märgatakse.

*II: „Põhjusi on ilmselt kaks, sest postitusi on mul kahte erinevat liiki. Üks on info jagamine ehk siis kas ma näen kellegi jagatud materjalist mingit asja, mis tundub, mida laiem avalikkus võiks teada. Kas siis artiklid või mingi ma ei tea, tunnustus. Et levitada seda infot. Ma tahan, et see info oleks lihtsalt laiemale inimestele teada. Teised postitused on mul sellised natukene sellised lüüriilised, kus ma pigem kirjeldan oma emotsiooni või ka siis tavaliselt tihti loodusega seotud või kultuuriüritusega olen saanud tugeva emotsioonilaengu ja siis ma jagan seda. See on pigem eneseväljendusvorm, nagu natukene raamatu kirjutamine, aga lihtsalt väikesteks juppideks.”*

Töö teemadel ollakse üldiselt tagasihoidlikumad. Enamik intervjuueeritavatest töö teemadel postitusi ei tee, välja arvatud juhul, kui on vaja tähtsat informatsiooni jagada. Samuti hoidutakse poliitilise sisuga postitustest sellepärast, et intervjuueeritavad ei pea seda sobivaks ning kardetakse, et tekib diskussioon, mis võib kontrolli alt väljuda.

*I6: “Kui mingeid teemasid mida postitada siis – kui me räägime uudistest, siis pigem ma nagu piirdun erialastega. Ma pole nagu selline postitaja, kes näiteks selle pagulaskriisi kohta postitab. Eks mul ole ka oma arvamus nende asjade kohta, aga mulle ei meeldi väga, sest, et kui ma tean, et ma postitan midagi selle laadset Facebooki seinale, siis sinna alla tekib rida diskussioone. Ma ei taha väga sotsiaalmeedias diskuteerida nende teemade üle. Pigem nelja silma all, mitte tervele maailmale näitamiseks.”*

Paljude intervjuueeritavate puhul oleneb sotsiaalmeedia postituste sisu jälgimine tema tööst. Näiteks riigikaitse alal töötav intervjuueeritav jälgib julgeolekuga seotud asjaolusid ja ministeriumis töötav intervjuueeritav jälgib, et tema postitus ei läheks vastuollu ministeriumi eesmärkide ja suundadega. Ühine joon on see, et jälgitakse, et postitused ei sisaldaks informatsiooni, mis võib kahju teha organisatsioonile.

I8: „Jah, kuna ma töotan sellises kohas. Ma üritan postitada mitte väga tundlike teemasid või selliseid riigi vastaseid. Näiteks narkopoliitilisi asju ma ei postita. Ma ei postita selliseid asju, mis on nagu ühiskonnas keelatud. Ma jälgin küll hullult, mida ma postitan ja kus ma mida ütlen. Näiteks kanepi legaliseerimise debatid. Esitaks ma ei jagaks sellist asja ja teiseks ma ei kommenteeriks. Minu seisukoht on, et ei, ma töotan sellises kohas ja ma ei saa öelda, et jah lähme nüüd kõik suitsetame. Ma ei saa seda teha.”

Aruteludes osalemine on võrreldes postitamisega vastupidine. Enamik intervjueeritavatest aruteludes osaleda ei soovi. Põhjuseid on mitmeid – *online*-diskussioonide kerge kontrolli alt väljumine, väljaõeldu jääb internetti ülesse ja keegi saab seda kasutada ning ei nähta lihtsalt mõtet, sest näost näkku suheldes saab paremaid tulemusi. Samas on ka intervjueeritavaid, kellele meeldib aruteludes osaleda, kuid seda tehakse ka valikuliselt. Eemale hoitakse teemadest, mis on palju vastukaja ühiskonnas saanud, näiteks pagulaskriis. Osaletakse aruteludes, mis pakuvad huvi ja kus nähakse, et suudetakse midagi juurde pakkuda.

I3: „Miks mitte, need on ju arutelud nagu iga teine. Sotsiaalmeedial on huvitav, et sa näed seal vahel nagu nii palju pimestavat lollust ka kohati. Siis vahel tekib mõte, et kas nüüd peaks osalema või ei peaks. Tavaliselt ma osalen siis, kui ma tunnen, et midagi annab veel päästa. Aga mingi märgatud pagulast grupis pole mõtet minna mingile rassistile seletama, et kuidas tegelikult Eesti migratsioonipoliitika on. Vist pole mõtet ikka eriti. Tavaliselt ma osalen siis, kui ma näen, et mulle midagi tõsiselt meeldib, millele tahaks oma panust juurde panna.”

Intervjueeritavate hinnangud kolleegide sotsiaalmeedia kasutuse kohta on erinevad. Mõnes organisatsioonis kasutavad väga üksikud sotsiaalmeediat, teises kasutavad jälle enamus. Siinkohal tulevad erinevused suuresti organisatsioonide tegevustest ja töökultuurist. Enamasti kasutavad intervjueeritavate hinnangul nooremad töötajad sotsiaalmeediat. Vanemad üldiselt hoiavad eemale või ei näe mõtet.

## **5. Järeldused ja diskussioon**

Järgnevas peatükis analüüsin bakalaureusetöö käigus saadud tulemusi eelnevalt käsitletud teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade valguses. Lisaks sellele koostan praktilised soovitusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjade loomiseks ja kasutusele võtmiseks, toon välja meetodikriitiga ning ettepanekud edasisteks uurimistöodeks.

### **5.1 Eesti avaliku sektori organisatsiooni sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri ja sotsiaalmeedia kasutamise koolitamine organisatsioonis**

Intervjuude käigus selgus, et enamikul intervjuueeritud organisatsioonidel ei ole kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja, mida põhjendati sellega, et pole negatiivseid juhtumeid seoses sotsiaalmeediaga esinenud. Minu hinnangul on selline olukord kahjulik, sest eeskiri töötab ennetava vahendina. Kui töötaja sotsiaalmeedia kasutus jõuab suuremasse meediasse ja saab sellega palju negatiivset tagasisidet, on kahju nii organisatsioonile kui ka töötajale endale tehtud – kahju, mida saaks eeskirjaga ennetada. See tähendaks, et töötaja ei kasutaks sotsiaalmeediat nii, et ta teadmatusest teeb kahju. Jääb küll võimalus, et töötaja tahtlikult rikub eeskirja ning teeb ebasobiliku postituse, kuid sellised juhtumid esinevad minu hinnangul harva. Siinkohal tekib küsimus: miks ei ole paljudes Eesti avaliku sektori organisatsioonides sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja kasutusel? Minu hinnangul on põhjus selles, et sotsiaalmeedia mõjuvõim on alles viimase 10 aasta jooksul kasvanud niivõrd, et ühel postitusel võivad olla väga laialdased tagajärjed. Avaliku sektori organisatsioonid on eeskirjade loomisega hiljaks jäänud või lihtsalt loodavad töötajate loomulikule intelligentsile ja moraaltunnetusele. Viimasel ajal on näha märke, et probleemiga on tegelema hakatud (Ametnike väljendusvabaduse hea tava), kuid nagu ikka, hakatakse asjaga tegelema alles siis, kui on midagi negatiivset juhtunud ja kahju tehtud. Kui vaadata 2015. aasta Reitemanni ja Võrno postitusi, siis ma ei usu, et nad on tahtlikult organisatsioonile ja endale üritanud kahju teha. Pigem olen arvamusel, et Reitemann ja Võrno ei osanud oodata, et nende isiklike arvamusi seostatakse organisatsiooniga, kus nad töötavad. Samuti tekib siin küsimus, et miks ei oska avaliku sektori töötajad sellist järeldust teha? Vastus võib olla minu hinnangul sarnane eelpool toodud hinnanguga – vanema generatsiooni esindajad ei taju piire või ei tea, millised funktsioonid ja ohud on sotsiaalmeedial. Kui vaadata negatiivseid juhtumeid, siis figureerivad just vanemad inimesed, kes ei ole sotsiaalmeediaga üles kasvanud. Nooremad inimesed võivad tajuda piire paremini. Kõik see vajab muidugi uurimist ja

teaduslikku vastust sellele oleks huvitav teada. Kuid arvan, et selle olukorra oleks saanud vähemalt teoorias ära hoida sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja ning koolitusega.

Intervjuudest selgus, et avaliku sektori töötajad üldiselt ei suutu eeskirjadesse hästi, sest seda võetakse kui pealesurutud kohustust ning kontrolli tööandja poolt. Seda järeltust toetavad ka Husini ja Hanisch (2011) oma uurimistööga, millest selgub, et traditsioonilised eeskirjade loomise protsessid ei ole sobilikud sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja jaoks. See tähendab, et sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja loomisel peab arvestama nii sotsiaalmeedia muutuva iseloomuga kui ka sellega, et see ei saa tulla ainult juhtkonna poolt. Seega, kui eeskirja loomisesse kaasatakse peale juhtkonna ka erineva astme töötajaid, siis Sairini (2010) sõnul tahab see eeskirja robustsuse, erinevate vaatenurkade esinemise, töötajate toetuse ning vastuvõtu. Ära ei tohi unustada ka teavitustööd, mis on väga oluline osa ühe eeskirja kasutuselevõtmisest. Teavitustöö ja ka selgitustöö tagab selle, et töötajad saaksid üldse kõigepealt aru, kuidas eeskirja järgima peab. Samuti peab Sarini (2010) sõnul selgitama töötajatele, millist kasu nad eeskirjast saavad. Sellega nõustuvad ka intervjuueeritavad, kes tõid välja, et selgitustööga väheneks vastuseis eeskirjadele. Intervjuueeritud organisatsioonides, kus oli kasutusel sisekorraeeskiri või muu dokument, mis mingil moel reguleeris sotsiaalmeedia kasutust, tihti ei tehtud selgitustööd. Töötajatel paluti dokument läbi lugeda ja allkirjastada. Minu hinnangul on selline teguviis väär ning isegi ohtlik, sest töötajad ei pruugi lugeda dokumente läbi, tutvuvad põgusalt sellega või lihtsalt ei saa aru, mida punktid tähendavad. Samuti ei oska uus töötaja sellist dokumenti seostada oma tööga, sest kogemused veel puuduvad. Tõenäosus, et töötaja eksib ja teeb kahju organisatsioonile, on suur. Eeskirja selgitustöö saab väga hästi siduda koolitusega, mille raames võetakse läbi sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja punktid, tuuakse näiteid ja seostatakse neid tööga. Samuti peaks see koolitus Schultzi jt (2015) sõnul tegema selgeks, mida oodatakse töötaja sotsiaalmeedia kasutusest vabal ajal. See aitaks ära hoida eelpool toodud juhtumeid. Lisaks sellele aitaks koolitus töötajatel anda tagasisidet eeskirjale ning seeläbi muutuks see veelgi efektiivsemaks ja vastuvõetavamaks.

Selgus, et üldiselt intervjuueeritavate organisatsioonides sotsiaalmeedia kasutust ei kontrollita. Intervjuueeritavate hinnangul oleks pidev kontroll negatiivse mõjuga ning tekitaks palju stressi. Lisaks on oht, et kontrollija eksib oma töös ja karistab töötajat asjata. Selle hinnanguga nõustun ka mina. Olen arvamusel, et töötaja sotsiaalmeedia kasutust peaks kontrollima siis, kui ta on oma

eksimustega organisatsioonile probleeme tekitanud. See tähendab, et töötajaga peaks vestlema ning leidma ülesse vead, millega tegeleda, et uuesti seda ei juhtuks. Selline lähenemine on minu hinnangul kõige parem, sest siis ei tunne töötajad, et neid pidevalt jälgitaks, kuid samas saab probleemi ilmnemisel tegeleda selle põhjuste likvideerimisega. Siinkohal on Lucero jt (2013) arvamusel, et eeskiri peab olema distsiplineeriv ning tegema töötajatele selgeks tagajärjed, mida eeskirja rikkudes juhtuvad. Seega ei pea eeskirjaga kaasnema eraldi kontrolli juhul, kui eeskiri on piisavalt distsiplineeriv. Siiski ei osanud intervjueritavad, kelle organisatsioonis on kasutusel mõni eeskiri, kindlaid tagajärgi välja tuua – osati ainult oletada. See tähendab, et organisatsioonides ei ole selgelt välja toodud distsiplineerivad punktid ja tagajärjed, mis läheb vastuollu Lucero jt (2013) seisukohtadega.

Uuringust kujunev pilt Eesti avaliku sektori organisatsioonide sotsiaalmeedia eeskirjadest ja koolitustest on murettekitav. Enamikul töös käsitletud organisatsioonidel ei ole kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri ega koolitus. Organisatsioonid, kus on kasutusel sisekorraeeskiri või muu sarnane dokument, kasutavad nende tutvustamisel ebasobilikke praktikaid – töötajad peavad iseseisvalt eeskirjaga tutvuma ja sellest aru saama. Järelikult on intervjueritavate organisatsioonide puhul seis ohtlik, sest organisatsioonide poolt on tehtud väga vähe, et sotsiaalmeedia kasutamisega seotud ohte ja probleeme ennetada.

## **5.2 Eesti avaliku sektori organisatsiooni töötajate hinnangud eeskirjale, juhendamisele ja sotsiaalmeedia kasutamisele**

Uuringust selgus, et intervjueritavad mõistavad, miks võetakse avaliku sektori organisatsioonis sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri kasutusele. Toodi välja, et sotsiaalmeedia on uus nähtus, millega inimesed ei oska veel hästi ümber käia ja sellest tingitud juhtumid mõjutavad mitte ainult töötajat, vaid tervet organisatsiooni. Selle väitega nõustuvad ka Vaast ja Kaganer (2013), kelle sõnul on vajalik, et kasutusel oleks sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri just seetõttu, et töötaja sotsiaalmeedia kasutamisel on laialdane mõju organisatsioonile. Sellest tulenevalt oskasid intervjueritavad tuua välja ka ohud organisatsioonile, kui töötaja kasutab sotsiaalmeediat hooletult. Peamiselt toodi välja, et sotsiaalmeedia hooletu kasutamine võib tuua endaga kaasa organisatsiooni mainelanguse ning kahju töötaja karjäärile. Palju intervjueritavad hoiduvad seetõttu tööga seotud või tundlikumate teemadega seotud aruteludel. Sellist teguviisi toetab ka Sarin (2010), kelle sõnul on suure koguse ja mitmesuunalise kommunikatsiooni puhul väga raske



jälgida vestlusi ja nende mõjusid. Seega võivad arutelud näiteks pagulaskriisi teemal väljuda kontrolli alt ning sellega tuua kahju nii töötajale kui organisatsioonile.

Samuti peab intervjueeritavate sõnul olema eeskirjas punkt selle kohta, et enne postituse tegemist peab mitu korda läbi mõtlema, kas see postitus on sobilik. Selliseid näiteid saab tuua ka Vaasti ja Kaganeri (2013) poolt uuritud organisatsioonide sotsiaalmeedia eeskirjadest. Intervjueeritavate mõtte võtab hästi kokku Tufti ülikooli eeskirjas olev järgmine punkt: „*Kui sa oled sotsiaalmeedia kaudu midagi postitanud, siis kaotad sa osa kontrollist oma sõnumi üle. Enne postitamist ole kindel, et sa oled valmis oma sõnumit jagama potentsiaalselt miljonitest koosneva auditooriumiga.*“. Seega mõistavad intervjueeritavad, et sotsiaalmeedia postitusel võivad olla suured tagajärjed ning alati peab enne mõtlema, kui postituse teed.

Huvitava asjaoluna selgus, et töötajad eelistaks kohustuslikule eeskirjale vabatahtlikus vormis soovitusi. Siinkohal on asi üsna keeruline, sest Lucero jt (2013) hinnangul peab eeskiri olema distsiplineeriv ja Vaasti ning Kaganeri (2013) sõnul on vajalik, et oleks eeskiri kasutusel. Vabatahtlikus vormis soovitustega võib kaasneda oht, et töötajad ei võta neid tõsiselt. Minu hinnangul on lahenduseks korralik teavitus ja selgitustöö, mis oleks nii eeskirja loomise kui ka kasutuselevõtu juures. Seda mõtet toetab ka Sarin (2010), kelle sõnul võtavad töötajad vastu isegi karmi otsuse, mis on põhjendatud, ausalt ja avatult kommuniqueeritud. Sellele aitab kaasa ka koolituse kasutamine.

Koolituse osas oli intervjueeritavate seas nii pooldajaid kui ka vastaseid. Koolituse vastaste sõnul oleks eraldi töötajate koolitamine kulukas ja liiga aeganõudev tegevus ning piisaks ainult vestlusest või koosolekust, mis oleks eeskirjaga kaasas. Minu hinnangul ei ole eraldi koolitus vajalik, kui eeskirjaga kaasneb korralik teavitustöö. Lucero (2013) sõnul võib küll vaja minna koolitust, mis selgitaks uut eeskirja ja aitaks lahendada arusaamatusi. Samas on ta ka öelnud, et oluline on, et töötajad oleksid eeskirjast informeeritud. Selle osa täidakski vestlus. Arvan, et koolituse vajalikkust tuleks hinnata vastavalt organisatsioonile ning töötajate huvile. Suuremas organisatsioonis oleks kindlasti seda kulukam ja võibolla ka ebaotstarbekas teha, sest see võtaks liiga kaua aega. Väiksemas organisatsioonis saaks jälle korruga kõik töötajad ära koolitada. Lähemena peakski vastavalt olukorrale, kuid oluline on, et eeskirjaga kaasneks korralik teavitus- ja selgitustöö.

Kõik intervjueeritavad olid arvamusel, et avaliku sektori organisatsiooni töötaja esindab oma organisatsiooni ka vabal ajal. See tähendab, et ka vabal ajal peab töötaja vastutama oma sõnade eest. Samas on oluline, et sõnavabadus jääks püsima. Minu hinnangul on see osa sotsiaalmeedia kasutamisest kõige keerulisem, sest erinevaid aspekte selle juures on palju. Inimese sõnavabadust ei saa piirata, kuid organisatsioon võib oma mainet kaitsta ja sellega kehtestada eeskirja, mis kontrolliks töötajate sotsiaalmeedia kasutust ning kaudselt ka siis sõnavabadust. Eeskirja peaks koostama niimoodi, et töötaja saaks oma arvamust muretult avaldada ka sellistel teemadel, mis on ühiskonnas palju vastukaja saanud. Seega peaks organisatsioon nägema vaeva oma töötajate juhendamisel sellel teemal. Huvitava mõttena tõi intervjueeritav välja selle, et kui töötaja oleks vähetuntud ametikohal avalikus sektoris, siis esindaks ta organisatsiooni vähem ja seega võiks ka julgemalt oma arvamust avaldada. Samas jälle tuntuma ehk avalikkusega rohkem puutuva ametikoha esindaja seda teha ei saa. Siinkohal tuleb mängu ka töötaja sõnakasutus. Poliitiliselt korrektne, kuid kriitiline arvamused ei saa nii palju negatiivset tagasisidet kui hoolimatu sõnavalikuga postitus. Mõte jääb samaks, kuid mõju on erinev. Arvan, et kui organisatsioon suudab selle probleemi lahendada, on negatiivsete juhtumite esinemine üsna ebatõenäoline ning töötajad ei tunne, et neid kuidagi piiratakse ja kontrollitakse. Selline lahendus edendaks kasuliku avaliku arutelu teket, muudaks töötajad õnnelikumaks ning aitaks kaasa avaliku sektori arengule.

### **5.3 Praktilised soovitused sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja koostamiseks ja kasutuselevõtuks**

Järgnevas alapeatükis koostan praktilised soovitused sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja koostamiseks ja kasutuselevõtuks, mis põhinevad nii teoreetilisele materjalile kui ka töö käigus kogutud tulemustele. Järgnevad punktid on soovituslikud ning läheneda tasub tuginedes oma organisatsiooni spetsiifikale.

- **Eeskiri peab olema konkreetne, arusaadav ja rääkima asjast.**

Nagu eelpool töös öeldud, üks tavalisemaid vigu on liiga laiahaardeline ja üldsõnaline eeskiri, mille tulemusena võib juhtuda, et eeskirja saab mitmeti mõista ning see võib tekitada organisatsioonile probleeme juurde. Siinkohal võib eeskujuks võtta ka teiste organisatsioonide sotsiaalmeedia eeskirju, näiteks ametnike eetikanõukogu poolt loodud väljendusvabaduse hea tava;

- **Kasuta eeskirja levitamiseks õigeid kanaleid.**

E-mail või meedia ei ole kanalid, kus seda teha tasuks. Nii ei pruugi töötaja üldse teadagi, et eeskiri on kasutusele võetud. Selle vältimiseks tasuks eeskirja kasutusele võtmisel kasutada vahetut suhtlust. Samuti ei tasu töötajale eeskirja lihtsalt lauale ette panna ja allkirja paluda. Sellest ka järgmine punkt;

- **Eeskirjaga peab kaasnema alati selgitustöö või koolitus.**

Selgitustöö käigus räägitakse töötajale, miks sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri on kasutusele võetud, mis on selle eesmärgid, selgitatakse kirjas olevaid punkte, lahendatakse arusaamatusi ja vastatakse tekkinud küsimustele. Selgitustöö tagab selle, et töötajad järgivad eeskirja õigesti ning suhtuvad sellesse positiivselt.

- **Kaasa eeskirja loomisesse töötajaid erinevatest ametitest ja osakondadest.**

Eeskirja ei saa kirjutada üks inimene või ainult kommunikatsiooniosakond. Selleks on vaja kaasata inimesi erinevatelt aladelt ja osakondadest, et saada võimalikult hea ülevaade olukorrast. Tulemuseks on eeskiri, milles on kõik võtmetähtsusega punktid kirjas. Samuti vähendab see töötajate vastuseisu eeskirjale, sest nii on arvestatud võimalikult paljude töötajatega ning eeskirja loomises osalenud töötajad mõistavad selle vajalikkust rohkem, mis omakorda aitab neil selgitada seda ka teistele.

- **Too näiteid ja lisa punktidele selgitused.**

Näited ja selgitused aitavad eeskirja muuta elulähedasemaks ning töötajad saavad luua otseseid seoseid eeskirjas oleva punktiga. Eriti kasulik on see uutele töötajatele, kes ilma selgituseta ei oskaks eeskirja siduda oma uue töökohaga.

- **Tagasiside on hea eeskirja alus.**

Alati on kasulik kuulata ja koguda tagasisidet, et eeskiri saaks olla võimalikult efektiivne ning vastuseis sellele oleks minimaalne. Tagasisidet saab koguda juba varakult, kui kaasatakse erinevaid töötajaid.

- **Julgusta töötajaid selgete piiridega.**

Oluline on, et sotsiaalmeedia eeskiri ei tunduks piirav või ahistav. Selgete piiridega, mille raames saavad töötajad vabalt sotsiaalmeediat kasutada ja ennast väljendada, tekitavad töötajates turvalisema tunde ning julgustab rohkem aruteludes osalema.

- **Ära unusta sotsiaalmeedia ohtusid.**

Sotsiaalmeedia ohtude kirjeldusel on nii distsiplineeriv kui ka ennetav funktsioon. Kui töötajal on selge, millised tagajärjed ja ohud võivad olla sotsiaalmeedia hooletul kasutamisel, siis ta järgib eeskirja hoolikamalt. Tagajärgede kirjelduseks on hea aluseks võtta organisatsiooni esindamine, sotsiaalmeedia postituste püsivus ja levik.

- **Ära kasuta ranget kontrolli.**

Sotsiaalmeedia on suur osa inimeste elust ning nad kasutavad seda nii tööl kui ka kodus. Kui selle kasutamist kontrollida igapäevaselt, näiteks vaadata töötajate postitusi, võib see tunduda ahistavalt ja tekitada palju negatiivset vastukaja. Pigem tasuks eksimuse korral töötajaga rääkida ning välja selgitada eksimuse põhjus. Selle tulemusena saab töötaja aru, mida valesti on teinud, parandab oma viga ja tõenäoliselt seda enam ei korda. See julgustaks töötajaid kasutama sotsiaalmeediat vastutustundlikumalt. Pidev kontroll oleks pealegi ressursside kulukas ja ka riskantne, sest kontrollija võib olla väga subjektiivne.

- **Viita ka teistele eeskirjadele**

Paljudes avaliku sektori organisatsioonides on kasutusel mitmeid eeskirju, mis võivad kattuda ka sotsiaalmeedia kasutamisele. Tark oleks nendele sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjas viidata.

- **Eeskiri ei tohi ajale jalgu jääda.**

Kuna sotsiaalmeedia on väga kiiresti arenev ja muutuv valdkond, siis on oluline, et sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri uueneks koos sotsiaalmeediaga. Eeskirja tasuks värskendada iga umbes poole aasta kuni aasta tagant.

#### **5.4 Meetodikriitika ja ettepanekud edasisteks uurimistöödeks**

Käesoleva bakalaureusetöö suurimaks miinuseks on väike üldistatavus. Semistruktureeritud intervjuudega ja sellest tingitud väikse valimiga ei saa luua täielikku ülevaadet Eesti avaliku sektori organisatsioonide sotsiaalmeedia eeskirjadest ja koolitustest. Eestis on avaliku sektori organisatsioone üsna palju ning seetõttu ei ole võimalik teha selle valimi põhjal suuremaid järeldusi ja üldistusi. Kuna uuringu eemärk oli luua esialgne ülevaade Eesti avaliku sektori organisatsioonide sotsiaalmeedia kasutamise reguleerimise seisukorrale ja heita pilk töötajate hinnangutele, siis arvan, et uurimismeetod ja valim on ennast õigustanud. Uurimisküsimustele on

vastused saadud ja töö on oma eesmärgi täitnud. Samuti annab see bakalaureusetöö mitu võimalust edasisteks uurimistöödeks.

Huvitav oleks, kui loodaks käesolevas töös välja toodud materjalidele ja ühe avaliku sektori organisatsiooni koostööle tuginedes üks sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri. Töö käigus võetakse kasutusele vastav eeskiri ning luuakse sobilik koolitus. Seejärel katsetatakse, kuidas avaliku sektori organisatsioonis see töötab ning uuritakse töötajate hinnanguid sellele. Põnev oleks teada, kas paberil olev töötaks ka tegelikkuses.

Samuti oleks huvitav teada, miks tekib ühe inimese sotsiaalmeedias postitatud arvamusalalduse ja organisatsiooni vahel seos. Uurida saaks selle tekkepõhjuseid ja ka võimalusi, kuidas seda vältida. Töö võiks keskenduda võimalustele, kuidas üks avaliku sektori organisatsiooni töötaja saaks sotsiaalmeedias arvamust avaldada ka tundlikumal teemal nii, et ei tekiks seost organisatsiooniga, kus ta töötab. See kaitseks inimeste sõnavabadust ja ka organisatsiooni mainet.

## Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli luua ülevaade Eesti avaliku sektori organisatsioonide sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjadest, töötajate hinnangutest ja ootustest eeskirjadele ning koolitustele, luua ülevaade töötajate sotsiaalmeedia kasutuspraktikatest. Lisaks sellele oli eesmärgiks saada ülevaade meediakajastustest antud temal ning koostada kõigele eeltoodule tuginedes praktilised soovitused, mida saavad Eesti avaliku sektori organisatsioonid oma eeskirjade loomisele kasutada.

Bakalaureusetöö raames viisin läbi 2016. aasta kevadel kümme poolstruktureeritud intervjuud ning meediakajastuste kontentanalüüsi. Töö käigus selgus, et paljudes intervjueritud Eesti avaliku sektori organisatsioonides ei ole kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri. Nendes organisatsioonides, kus on kasutusel sisekorraeeskiri või muu sarnane dokument, mis mingil määral reguleerib ka sotsiaalmeedia kasutamist, jäetakse nendega tutvumine töötaja vastutada. Üheski organisatsioonis ei ole kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise koolitust. Samuti ei osanud ükski intervjueritav öelda, kas tema organisatsioonis kontrollitakse sotsiaalmeedia kasutamist.

Bakalaureusetöö käigus intervjueritud mõistavad, miks võetakse avaliku sektori organisatsioonis kasutusele sotsiaalmeedia kasutamise juhend. Samuti pidasid kõik intervjueritavad sotsiaalmeedia kasutamise reguleerimist vajalikuks, kuid lisasid, et see ei tohiks toimuda kohustusliku eeskirja vormis, vaid lähenema peaks pehmemalt – soovitustega. Intervjueritavate sõnul suhtuvad paljud avaliku sektori töötajad eeskirjadesse ja juhenditesse negatiivselt, sest avalikus sektoris on selliseid dokumente palju ja kõigea ei jõua kursis olla. Selle probleemi lahendamiseks pakuti välja, et soovituste koostamisse kaasataks ka teisi töötajaid peale juhtkonna. Intervjueritavate hinnangul peab kaasnema selliste soovituste kasutuselevõtuga ka selgitustöö, et töötajad mõistaks, miks seda tehakse.

Üldiselt nähakse koolituses kasu nii organisatsioonile kui ka töötajale. Töötajad soovivad saada paremaid teadmisi sotsiaalmeedia kasutamisest ja internetist. Juhitakse tähelepanu ka sellele, et töötajad soovivad tihti kasutada sotsiaalmeediat organisatsiooni kasuks, kuid neil ei ole vajalikke oskusi selleks.

Intervjueritavate hinnangud kolleegide sotsiaalmeedia kasutuse kohta on erinevad. Mõnes organisatsioonis kasutavad väga üksikud sotsiaalmeediat, teises kasutavad jälle enamus.

Siinkohal tulevad erinevused suuresti organisatsioonide tegevustest ja töökultuurist. Enamasti kasutavad intervjueeritavate hinnangul nooremad töötajad sotsiaalmeediat. Töö teemadest hoitakse eemale ja aruteludes osalemist välditakse, kuid muudel teemadel tehakse postitusi üsna tihti.

Eelkõige tunnevad huvi avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia tegevuse vastu väljaanded, kelle peamised uudised on meelelahutuslikud. Näiteks Õhtuleht ja Delfi. Selgus, et skandaalse sisuga sotsiaalmeedia postitused on tõstnud meedia huvi avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia kontode vastu ja seega on sellel teemal kajastuste arv 2015. aasta jooksul tõusnud. Enamik tekste olid kas tauniva või kriitilise suhtumisega, mis jätabki mulje, et avaliku sektori sotsiaalmeedia teemat kajastatakse üldiselt negatiivselt. Negatiivne mõju ei ole tingitud ajakirjaniku endapoolsest kallutatusest vaid tagajärgedest, mis tekivad avaliku sektori töötajate sotsiaalmeedia postituste neutraalsest kajastamisest. Peamiselt kajastati poliitikute sotsiaalmeedia kasutust. Facebook oli kõige populaarsem kanal, mida väljaanded kõige teravama pilguga jälgisid.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et tegemist on keerulise teemaga ning ühte kindlat lahendust asjale ei ole. Oluline on, et organisatsioonid läheneksid teemale rahulikult ning teeksid võimalikult palju koostööd oma töötajatega. Nii saab organisatsioon oma mainet hästi kaitsta ja töötajate õigused jäävad riivamata. Eeskiri, millega kaasneb vestlus või koolitus, on heaks vahendiks avaliku sektori organisatsioonidele, et lahendada sotsiaalmeedia kasutusest tingitud probleemid ja ohud.

## Summary

### **The regulations of employee use of social media in Estonian public sector organisations**

*Keywords: social media, social media in organisation, social media regulations in organisations, training of employees*

The aim of this research was to create an overview of the social media regulations in Estonian public sector organisations and employee's expectations and feedback to the regulations, and to create practical recommendations for creating and implementing this kind of regulations.

To achieve that I conducted ten semi-structured interviews and a standardized content analysis. It was revealed that in many Estonian public sector organisations there are no regulations in use. The organisations that have implemented some kind of social media regulations through internal rules, have left the employees accountable for getting to know the rules. There are no social media trainings used in the organisations that I interviewed. In addition nobody knew if the organisations are controlling that the regulations are followed.

The interviewees understand why public sector organisations use social media regulations and felt that the regulations are necessary, but added that the regulations can not be in a mandatory form, instead they need to be more like recommendations. According to the interviewees the employees often are negative towards regulations because there are many documents, guides and regulations in a public sector organisation. To solve that problem, interviewees offered the including of employees in the creation of social media regulation as a solution. In addition there has to be a training or a meeting when implementing the regulations.

The interviewees in general think that a social media training has a positive effect on an employee and organisation. Employees want to improve their knowledge of social media and internet. They often want to use social media for the benefit of the organisation but do not know how.

Interviewees' estimation on the use of social media by their colleagues differs quite a bit. In some organisations the use of social media is minimal, but in others it is very popular. Here, the differences come largely from the work activities and culture. Social media is mostly used by



younger employees. Work related discussions and posts in social media are avoided but other topics not so much.

The use of social media by public sector employees is popular in these media channels that focus mainly on entertainment. For example *Õhtuleht* and *Delfi*. It turned out that scandalous social media posts have increased the interest of media outlets in public sector employees' social media usage. The amount of coverage has been increasing in 2015. Most of the articles were disapproving or critical and left the impression that the coverage of social media usage is mostly negative. This is not due to the bias of the journalist. It comes from the negative feedback from other important public figures that the journalists cover. Mostly the politicians' social media usage was covered and Facebook as the most popular one.

In conclusion it can be said that it is a complicated subject and there isn't a one definite solution to this problem. It is important that the organisations take it slowly and cooperate with their employees to create a working solution for them. That way the organisation can protect its reputation and rights of the employees are granted. Regulations accompanied by a meeting or a training are an effective tools for public sector organisations when solving the problems and dangers of the use of social media.

## Kasutatud kirjandus

Ametnike eetikanõukogu. (2016). *Ametnike väljendusvabaduse hea tava*. Kasutatud 22.05.16 <http://avalikteenistus.ee/index.php?id=44741&tpl=1060>

Bernhardt, M. J., Alber, J., Gold, S. R. (2014). A Social Media Primer for Professionals: Digital Dos and Don'ts. *Health Promotion Practice*, 15, 168-172.

boyd, m. d., Ellison, B. N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.

Scots Guard removed from Royal Wedding duty for making vile slurs against Kate Middleton. (2011). *Daily Mail*, 25. aprill. Kasutatud 22.05.16 <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1380100/Royal-Wedding-2011-Scots-Guard-removed-duty-Kate-Middleton-slur.html>

Daltoni kodulehekül. *Eesti Facebooki kasutajate arv on jõudmas 600 000 piirile*. (2015). kasutatud 13.01.2016 <http://dalton.ee/eesti-facebooki-kasutajate-arv-on-joudmas-600-000-piirile/>

Hein, K-I. (2015). Pildid ja video: draama Miss Universumil – õhtujuht kuulutas välja vale võitja. *Postimees/Elu24*, 21. detsember. Kasutatud 14.01.16 <http://elu24.postimees.ee/3442717/pildid-ja-video-draama-miss-universumil-ohujuht-kuulutas-valja-vale-voitja>

Husin, M., Hanisch, J. (2011). Social Media and Organisation Policy (SOMEOP): Finding the Perfect Balance. *European Conference on Information Systems Proceedings*. Paper 253.

Ideon, A. (2015). Reitelmann pani Kaitseliidu sundseisu. *Maaleht*, 8. oktoober. Kasutatud 13.01.16 <http://maaleht.delfi.ee/news/maaleht/uudised/reitelmann-pani-kaitseliidu-sundseisu?id=72634957>

Ilvese nõunik põhjustas skandaali. *Äripäev*, 5. veebruar 2015. Kasutatud 13.01.16 <http://www.aripaev.ee/uudised/2015/02/05/ilvese-nounik-pohjustas-skandaali>

Jaagant, U. (2015). Kaitseliidu ülem Reitelmanni skandaalist: oleme infosõjas ja iga säärane eksimus üha võimendab seda. *Eesti Päevaleht*, 18. september. Kasutatud 13.01.16

<http://epl.delfi.ee/news/eesti/kaitseliidu-ulem-reitelmanni-skandaalist-oleme-infosojas-ja-iga-saarane-eksimus-uha-voimendab-seda?id=72478521>

Kalmus, V. (2015). *Standardiseeritud kontentanalüüs*. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 14.01.16 <https://sisu.ut.ee/samm/kontentanalyyis>

Kalmus, V., Masso, A., Linno, M. (2015). *Kvalitatiivne sisuanalüüs*. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 14.01.16 <https://sisu.ut.ee/samm/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Kangro, K. (2014). Rahandusminister Jürgen Ligi astub tagasi. *Postimees*, 26. oktoober. Kasutatud 13.01.16 <http://www.postimees.ee/2967969/rahandusminister-jurgen-ligi-astub-tagasi>

Kaplan, M. A., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.

Kaukvere, T. (2014). Ligi nimetas Ossinovskit sisserändaja pojaks roosast erakonnast. *Postimees*, 23. oktoober. Kasutatud 13.01.16 <http://www.postimees.ee/2964497/ligi-nimetas-ossinovskit-sisserandaja-pojaks-roosast-erakonnast>

Kempel, G. (2014). *Sotsiaalmeedia töösuhtes: tööandjate hinnangud ning kogemused*. Magistritöö. Tartu Ülikool, Ühiskonnateaduste instituut.

Khan, F. G., Hoffman, C. M., Misztur, T. (2014). Best Practices in Social Media at Public, Nonprofit, Education, and Health Care Organizations. *Social Science Computer Review*, 32, 571-574.

Kostabi, K. (2013). *Riigiasutused sotsiaalmeedias – kasutajate kogemused ja ootused*. Magistritöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Krusten, M. (2015). *Organisatsioonis levinud sotsiaalmeedia kasutuspraktikad: finantssektori töötajate arvamused ja kogemused*. Magistritöö- Tartu Ülikool, Ühiskonnateaduste instituut.

Kruise, M. (2015). Kaitseminister Sven Mikser: vihaõhutaja ei sobi töötama riigikaitse avalike suhete valdkonda. *Delfi*, 4. september. Kasutatud 13.01.16

<http://www.delfi.ee/news/paevauudised/eesti/kaitseminister-sven-mikser-vihaohutaja-ei-sobi-tootama-riigikaitse-avalike-suhete-valdkonda?id=72374537>

Lakson, P. (2015). Pagulaste halvustamine viis politsei ridadest lahkumiseni. *Postimees*, 23. november. Kasutatud 13.01.16 <http://pluss.postimees.ee/3407289/pagulaste-halvustamine-viis-politsei-ridadest-lahkumiseni?id=3407289>

Lakson, P. (2016). Tudeng TV «Fookuses»: poliitikut sotsiaalmeedias - õnn või õnnetus?. *Postimees*, 8. veebruar. Kasutatud 24.05.16 <http://www.postimees.ee/3574201/tudeng-tv-fookuses-poliitikut-sotsiaalmeedias-onn-voi-onnetus>

Lamont, J. (2007). Blogs and wikis: ready for prime time?. *KMWorld*, jaanuar 2007.

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M., Strömpl, J. (2014). *Intervjuu*. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 13.01.16 <https://sisu.ut.ee/samm/intervjuu>

Lucero, A. M., Allen, E. R., Elzweig, B. (2013). Managing Employee Social Networking: Evolving Views from the National Labor Relations Board. *Employee Responsibilities & Rights Journal*, 25, 143-158.

Masso, A. (2011). *E-kursuse „Meedia ja kommunikatsiooni uurimismeetodid II“ materjalid*. Aine materjalid. Kasutatud 14.01.16 <http://hdl.handle.net/10062/17890>

Opendakker, R. (2006). Advantages and Disadvantages of Four Interview Techniques in Qualitative Research. *Forum: Qualitative Social Research*, 7, nr. 4.

Puuraid, P. (2012). Haiglaõde riputas intensiivravile sattunud sureva lapse pildi Facebooki. *Eesti Päevaleht*, 28. juuni. Kasutatud 14.01.16 <http://epl.delfi.ee/news/eesti/haiglaode-riputas-intensiivravile-sattunud-sureva-lapse-pildi-facebooki?id=64603328>

Põld, A. (2015). Kaitseleidu spetsialist peab Euroopasse tungivaid põgenikke saastaks, inimrämpsuks ja mugavusprussakateks. *Delfi*, 29. august. Kasutatud 13.01.16 <http://www.delfi.ee/news/paevauudised/eesti/kaitseleidu-spetsialist-peab-euroopasse-tungivaid-pogenikke-saastaks-inimrampsuks-ja-mugavusprussakateks?id=72316861>

Reiljan, K. (2015). Eesti Ekspress: Uus ja Mäesalu löid pagulaste aitamiseks MTÜ. *Lääne Elu*, 23. juuli. Kasutatud 20.05.2016 <http://online.le.ee/2015/07/23/eesti-ekspress-uus-ja-maesalu-loid-pagulaste-aitamiseks-mtu/>

Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamine*. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 14.01.16 <http://samm.ut.ee/valimid>

Rääks, V. (2013). *Eesti Panga töötajate Facebooki kasutus: alusmaterjal sotsiaalmeedia kasutamise hea tava väljatöötamiseks*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Sarin, S. (2010). Leveraging Social Media to Reap Employee Satisfaction. *Vikalpa: The Journal of Decision Makers*, 35, 110-112.

Schultz, D. M., Koehler, W. J., Philippe, W. T., Coronel, S. R. (2015). Managing the Effects of Social Media in Organizations. *SAM Advanced Management Journal*, kevad 2015, 42-47.

Statista kodulehekülg. *About Statista Inc.* (2016). Kasutatud 13.01.16 <http://www.statista.com/aboutus/>

Statista kodulehekülg. *Leading social networks worldwide as of November 2015, ranked by number of active users.* (2015). Kasutatud 13.01.16 <http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Statista kodulehekülg. *Share of individuals in Estonia participating in social networks from 2011 to 2015.* (2015). Kasutatud 3.01.16 <http://www.statista.com/statistics/384353/social-network-penetration-in-estonia/>

Teeveer, R. (2014). Kalamaja rahvas asus Põhja Rimit boikoteerima! *Delfi Rahvahääl*, 7. august. Kasutatud 13.01.16 <http://rahvahaal.delfi.ee/news/uudised/kalamaja-rahvas-asus-pohja-rim-imit-boikoteerima?id=69498683>

The World Bank kodulehekülg. *Internet users (per 100 people)*. Kasutatud 13.01.16 <http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.P2/countries/1W?display=default>

Treem, W. J., Leonardi, M. P. (2012). Social Media Use in Organizations: Exploring the Affordance of Visibility, Editability, Persistence, and Association. *Communication Yearbook*, 36.

Urbel, H. (2013). *Tööturule sisenevate Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi tudengite enesepresentatsioon Facebookis*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Urbel, H. (2015). *Tööl kandidaatide internetipõhine taustauuring ja töötajate monitoorimine: meediaettevõtete näitel*. Magistritöö. Tartu Ülikool, Ühiskonnateaduste instituut.

Vaast, E., Kaganer, E. (2013). Social media affordances and governance in the workplace: An examination of organizational policies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 78-101.

Võrno nimetas pagulasi metsalisteks. *Postimees/BNS*, 17. juuni 2015. Kasutatud 13.01.16  
<http://www.postimees.ee/3228347/vorno-nimetas-pagulasi-metsalisteks>

Õunapuu, L. (2012). *Mugavusvalim*. Valimid kvantitatiivsetes ja kvalitatiivsetes uurimustes. Kasutatud 26.04.16  
<https://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/27764/mugavusvalim.html>

Õunapuu, L. (2012). *Lumepallivalim*. Valimid kvantitatiivsetes ja kvalitatiivsetes uurimustes. Kasutatud 26.04.16  
<https://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/27764/lumepallivalim.html>

## **Lisad**

### **Lisa 1: Intervjuu kava**

Tere!

Täna, et olete nõus minuga rääkima, kuidas Teie organisatsioonis töötajad kasutavad sotsiaalmeediat!

Mina olen Taavi Rebane ja õpin Tartu Ülikoolis ajakirjanduse ja kommunikatsiooni 3. kursusel. Minu töö eesmärgiks on välja uurida, kuidas Eesti avaliku sektori organisatsioonide töötajad kasutavad sotsiaalmeediat. Seetõttu uurin, kuidas neid töötajaid koolitatakse ja juhendatakse, millised on organisatsioonide eeskirjad. Samuti uurin töötajate ootuseid juhendamise ja eeskirjade osas. Uuringutele tuginedes soovin välja töötada praktilised nõuanded, mida avaliku sektori organisatsioonid saavad oma eeskirjade ja koolituste loomisel või täiendamisel kasutada.

Töö raames on tagatud teie konfidentsiaalsus. Töö ei sisalda andmeid, mille kaudu saaks teid identifitseerida.

Küsimustele vastates on olulised Teie enda seisukohad ning õigeid ega valesid vastuseid ei ole. Kui soovite mõnele küsimusele vastamata jätta, siis on Teil selleks ka õigus. Kogu intervjuu salvestatakse diktofoniga, et seejärel see uurimistöö raames tehtavaks analüüsiks transkribeerida. Intervjuud ei kuule keegi peale minu ja töö juhendaja.

#### **Sotsiaalmeedia kasutamine üldisemalt**

- 1) Kui kaua olete sotsiaalmeediat kasutanud?
- 2) Kas mäletate, miks otsustasite sotsiaalmeediat kasutama hakata?
- 3) Millist sotsiaalmeedia kanalit kasutate/eelistate? Miks?
- 4) Kas kasutate muid kanaleid ka peale Facebooki?

#### **Sotsiaalmeedias postitamine**

- 5) Kas teete postitusi sotsiaalmeedias? Miks? Palun tooge näiteid.
- 6) Kui tihti postitate?
- 7) Mis teemadel postitusi teete? Miks? Palun tooge näiteid.

#### **Aruteludes osalemine**

- 8) Kas osaled sotsiaalmeedias tekkinud aruteludes? Miks?
- 9) Millistel teemadel tunned vajadust osaleda aruteludes? Miks? Tooge palun näiteid.
- 10) Kas need on pigem tööga seotud teemadega või muud? Miks?

## **Eeskirjad/Juhendid**

- 11) Kas Teie organisatsioonis on kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend?
- 12) Palun kirjeldage teie organisatsioonis kasutusel olevat sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja või juhendit! Tooge palun mõni näide!
- 13) Kuidas teile seda juhendit või eeskirja tutvustati? Miks nii? Kas teile meeldis see? Miks? Miks mitte?
- 14) Kui põhjalikult te selle eeskirjaga tutvunud olete?
- 15) Kas Te olete selle eeskirjaga rahul? Põhjendage palun
- 16) Kas te muudaksite midagi selle eeskirja puhul? Tooge palun mõni näide.
- 17) Milline punkt peaks seal kindlasti kirjas olema?
- 18) Kas oskate öelda, kes juhendi või eeskirja koostas?
- 19) Kas töötajaid kaasati juhendi või eeskirja koostamisse? Kuidas? Too palun mõni näide!
- 20) Kui palju teie hinnangul kasutavad teie organisatsiooni töötajad sotsiaalmeediat?
- 21) Kas tööandja on kuidagi muud moodi reguleerinud sotsiaalmeedia kasutamist? Kuidas?
- 22) Kuidas teie arvates oleks seda kõige õigem teha? Miks

## **Kontroll**

- 23) Kas keegi kontrollib ka teie organisatsioonis, kuidas töötajad sotsiaalmeediat kasutavad?
- 24) Mis juhtub, kui keegi nendest nõuetest kinni ei pea?
- 25) Kas nii on ka tegelikult juhtunud? Miks? Kirjelda palun.
- 26) Kui ei, siis kuidas võiks seda teha?
- 27) Kui sageli seda tehakse? Kuidas? Kes kontrollib? Tooge palun näiteid.
- 28) Kas olete sellega rahul?
- 29) Kuidas saaks teie hinnangul paremini seda teha?

## **Koolitus**

- 30) Kas keegi on teid ka koolitanud, kuidas sotsiaalmeediat kasutada? Kui on, siis palun kirjeldage, kuidas see välja nägi.
- 31) Kes koolituse läbi viis? Miks just tema?
- 32) Kas koolitusel anti kaasa ka lisamaterjale?
- 33) Kas nendest oli kasu? Miks?
- 34) Kuidas teie arvates oleks seda kõige õigem teha? miks?

## **Hinnangud ja ootused eeskirjale/juhendile**

- 35) Miks on/ei ole teie hinnangul teie töökohal sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend kasutusele võetud?
- 36) Kas teie hinnangul on sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri vajalik? Põhjendage.
- 37) Millised on teie hinnangul teie kolleegide arvamused sellistest eeskirjadest või juhenditest? Miks just nii? Palun põhjendage. Tooge näiteid.



- 38) Milline peaks teie hinnangul olema avaliku sektori organisatsiooni sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend? Miks? Tooge palun näiteid.
- 39) Kuidas peaks teie hinnangul töötajatele tutvustama sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja või juhendit? Miks? Tooge palun näiteid.

### **Hinnangud ja ootused koolitusele**

- 40) Kas lisaks eeskirjale peaks teie töökohal töötajaid koolitama sotsiaalmeediat kasutama? Kuidas? Miks?
- 41) Mida te sooviksite, et teile sotsiaalmeedia koolitusel õpetatakse? Miks? Tooge näiteid.

### **Ohud organisatsioonile**

- 42) Milline on oht organisatsioonile, kui töötaja ei pea eeskirjast või juhendist kinni?
- 43) Mida peaks töötaja jälgima sotsiaalmeediat kasutades?
- 44) Kas te jälgite, mida sotsiaalmeediasse postitate või aruteludes kirjutate? Mil määral?
- 45) Mida te täpsemalt jälgite?
- 46) Kas teie arvates töötaja esindab vabal ajal organisatsiooni, kus ta töötab?
- 47) Kui palju peaks töötaja järgima töövälisel ajal organisatsiooni poolseid eeskirju?
- 48) Kas teie hinnangul võib mõjutada töötaja sotsiaalmeedia postituste sisu organisatsiooni käekäiku?

### **Isiklikud kogemused**

- 49) Kas teil või teie kolleegidel on isiklike kogemusi seoses organisatsiooni eeskirjadega ja sotsiaalmeedia postitustega?
- 50) Kas olete kursis meedias levinud artiklitest Urmas Reitelmanni, Hannes Võrno ja Haapsalu politseijaoskonna välijuhi Viljar Põllula kohta?
- 51) Kas teie hinnangul rikkus(id) nad/ta mingeid reegleid?
- 52) Kas organisatsiooni esindaja, näiteks Reitelmann, kes oli avalike suhete osakonna spetsialist, tohib selliseid avaldusi sotsiaalmeedias teha? Miks?
- 53) Kuidas mõjutasid need juhtumid teie organisatsioonis töötamist?

### **Kokkuvõte**

- 54) Kirjeldage palun oma põhilisi tööülesandeid!
- 55) Kui kaua olete praeguses organisatsioonis töötanud?
- 56) Kas olete varem ka avaliku sektori organisatsioonis töötanud? Kui ei, siis mis tüüpi organisatsioonis?
- 57) Kas soovite veel midagi lisada samal teemal, mida ma ei osanud küsida?
- 58) Kas võin lisaküsimuste tekkimisel teiega ühendust võtta?

Aitäh, et leidsite aega minuga vestlemiseks! Head päeva jätku!

### **Lisa 3: Meediaväljaannete kontentanalüüsi kodeerimisjuhend**

#### **A LOO TUNNUSED:**

A0 Järjekorranumber

A1 Artikli ilmumise aeg: kuupäev, kuu, aasta

A2 Artikli pealkiri

A3 Allikas:

1 Postimees

2 Eesti Päevaleht

3 Äripäev

4 Õhtuleht

5 Delfi

A4 Loo tüüp:

1 juhtkiri

2 arvamus

3 uudis

4 intervjuu

A5 Teksti suurus

1 väike

2 pigem väike

3 keskmine

4 pigem suur

5 suur

A6 Teksti peateema

1 Arvamusavaldus sotsiaalmeedias

2 Skandaalne postitus

3 Foto sotsiaalmeedias

4 Sotsiaalmeedia profiil/lehekülg

5 Käitumine sotsiaalmeedias

6 Sotsiaalmeedia üldine kasutamine

7 Teadaanne sotsiaalmeedias

8 Vastus sotsiaalmeedias

9 Üleskutse sotsiaalmeedias

10 Kommentaar sotsiaalmeedias

11 Video sotsiaalmeedias

12 Muu

A7 Teksti kõrvalteema

1 Arvamusavaldus sotsiaalmeedias

2 Skandaalne postitus

3 Foto sotsiaalmeedias

4 Sotsiaalmeedia profiil/lehekülg

5 Käitumine sotsiaalmeedias

6 Sotsiaalmeedia üldine kasutamine

7 Kõrvalteema puudub

8 Vastus sotsiaalmeedias

9 Üleskutse sotsiaalmeedias

10 Kommentaar sotsiaalmeedias

- 11 Teadaanne sotsiaalemeedias
- 12 Video sotsiaalmeedias
- 13 Muu
- A8 Sotsiaalmeedia teema läbivus tekstis
  - 1 läbiv teema
  - 2 Teema esineb 1-2 lõigus
- A9 Loos esinev üldine hinnang
  - 0 neutraalne
  - 1 selgelt positiivne
  - 2 kergelt positiivne
  - 3 positiivne ja negatiivne tasakaalus
  - 4 kergelt negatiivne
  - 5 selgelt negatiivne
- A10 Kategooriad, mis defineerivad loos esinevat emotsionaalset suhtumist:
  - 1 neutraalne
  - 2 tauniv
  - 3 analüütiline
  - 4 agressiivne
  - 5 liialdatud
  - 6 pessimistlik
  - 7 optimistlik
  - 8 irooniline, humoorikas
  - 9 kriitiline
  - 10 kiitev
  - 11 muu
- A11 Kategooriad, mis selgitavad loo funktsiooni:
  - 1 uudis, kirjeldav info
  - 2 praktiline info
  - 3 eneseväljendus
  - 4 draama
  - 5 üleskutse tegevusele
  - 6 analüüs
  - 7 üldiste väärtuste rõhutamine
  - 8 avalik arvamus
  - 9 muu

**B TEGELANE:**

- B1 Amet
  - 1 Riigikogu liige
  - 2 Ametnik/Teenistuja
  - 3 Riigikaitse ametnik
  - 4 President/Presidendi abikaasa
  - 5 Valitsuse liige
  - 6 Erakonna liige
  - 7 Riigiettevõtte töötaja/juht
  - 8 Euroopa parlamendi liige
  - 9 Ülikooli töötaja

10 Muu

B2 Organisatsioon

1 Riigikogu

2 Kaitseliit

3 Kaitsevägi

4 President

5 Ministeerium

6 Erakond

7 Riigiettevõtte

8 Euroopa parlament

9 Valitsus

10 Ülikool

11 Politsei

12 Presidendi kantselei

13 Muu

B3 Kõneleja

1 Ajakirjanik

2 Erakonna liige

3 Spetsialist/ekspert

4 Valitsuse liige

5 Riigikogu liige

6 Riigikaitse organisatsiooni liige/töötaja

7 Ametnik/Teenistuja

8 President/Presidendi abikaasa

9 Euroopa parlamendi liige

10 Riigiettevõtte töötaja/juht

11 Ülikooli töötaja

12 Muu

**C SOTSIAALMEEDIA**

C1 Tekstis mainitud sotsiaalmeedia kanal

1 Facebook

2 Twitter

3 Instagram

4 LinkedIn

5 Üldine sotsiaalmeedia

6 Muu

**Lisa 4: Standardiseeritud kontentanalüüsi kodeerimistabel**

A0	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	B1	B2	B3	C1
1	27.11.2015	Kellele kargas Ligi täna kraesse?	2	3	3	7	6	2	1	2	6	5	9	1	5
2	9.12.2015	Riigiteenrite huvitavamad aspektid	2	3	4	7	6	2	1	2	6	7	7	1	5
3	12.09.2015	Kaitseliit tegi Reitelmannile noomituse vahetult pärast sobimatut sõnavõttu	5	3	4	2	7	1	4	2	7	3	2	6	1
4	5.02.2015	Ilvese nõunik põhjustas skandaali	3	3	2	2	7	1	0	4	1	2	12	8	2
5	7.11.2015	Leebete võtetega peaminister Rõivas	2	3	3	7	6	2	1	2	6	5	9	1	5
6	15.11.2015	Jaak Madison leiab, et Pariisi veresaunani viis EL-i liidrite naiivsus ja saamatus	4	3	1	1	7	1	0	9	5	1	1	5	1
7	18.06.2015	Seisukoht   Murjanid kaitseväes	4	2	2	2	8	1	4	2	3	3	3	1	1
8	17.06.2015	HANNES VÕRNO: varem või hiljem hakkavad kõik pagulasi "kirglikult armastama"	4	3	2	2	8	1	0	9	1	3	3	6	1
9	30.12.2015	Mihkel Raud: laste nimed läbisid meil seitse sõela	4	3	2	7	3	2	2	1	1	1	1	5	3
10	24.09.2015	FOTO   Mihkel Raud sai kolmandat korda isaks!	4	3	1	7	3	2	0	1	1	1	1	1	3
11	20.12.2015	VAJATAKSE ABI: Evelin Ilvesel läks kaduma neljajalgne sõber Schubert!	4	3	1	7	7	2	0	1	5	4	8	8	1
12	17.12.2015	Kaja Kallase jõulukuuske ehivad mänguautod	4	3	1	3	8	2	0	1	1	8	8	9	3

13	8.04.2015	Tsensusur Eesti Energias	3	3	4	1	8	1	1	9	1	7	7	10	1
14	2.03.2015	Valimistel põrunud Aunaste võib riigikogu kohast loobuda	3	3	1	7	7	1	0	6	1	6	6	2	1
15	25.06.2015	President Ilves kuulutas maksuseadused välja, kuid kritiseeris valitsust	4	3	3	8	8	1	0	9	1	5	9	4	2
16	19.05.2015	SOLVAV JA SKANDAALNE: Jaak Madisoni tviit lõi Twitteris lõkkele	4	3	3	2	7	1	5	5	1	1	1	5	2
17	9.04.2015	Tõlgime presidenti! Toomas Hendrik Ilves: Tuubad, Ei olnud nii,	4	3	3	8	7	1	4	8	1	4	4	8	2
18	9.04.2015	Kreeklased kutsusid Eesti saadiku president Ilvese sõnade pärast vaibale	4	3	3	11	8	1	0	2	1	4	4	12	2
19	2.02.2015	Palling algatas ühisavalduse Ukraina toetuseks	4	3	2	9	7	1	0	1	5	1	1	5	2
20	10.12.2015	Ilves: kui abiellume, loobub Kupce hüvitistest	3	3	2	7	7	1	0	1	1	4	4	8	1
21	26.11.2015	Ligi ja Hein läksid Raasukese pärast kiskuma	3	3	4	10	7	1	0	9	4	5	9	4	1
22	9.12.2015	Riigiteenrite huvitavamad aspektid	2	3	4	12	6	2	2	3	6	7	7	1	2
23	8.12.2015	Rõivas: tööjõumaksud langesid	3	3	3	12	8	2	0	9	1	5	9	1	2
24	7.12.2015	Margus Tsahkna. Mõju nagu oleks, aga hääli pole	2	3	3	12	6	2	2	3	6	5	9	1	5
25	7.12.2015	Alatine vastanduja Indrek Tarand	2	3	2	12	6	2	1	3	6	8	8	1	5

26	3.12.2015	SUHTESAHINAD: Siret Kotka heitis paari kitsekasvatavast riigikogulase Martin Repinskiga?	5	3	3	12	4	2	0	5	4	1	1	1	1
27	26.11.2015	Priit Sibul: vabandan Maire Aunaste ees, eriarvamused kooseluseaduse kohta lähtuvad tõekspidamistest	5	3	4	12	1	1	0	7	1	1	1	5	1
28	26.11.2015	Priit Sibul soovib erakonna käsu vastu hääletanud Maire Aunastel kaaluda erakonnast lahkumist	5	3	3	1	7	1	5	9	3	1	1	5	1
29	9.11.2015	NÄDALA HITID: Valitud lood läinud nädalast ehk Linnar Priimäe rõvetsemine sotsiaalmeedias, pornostaari igapäeva elu, Nõid Nastja moeröögatus jt	5	3	1	2	7	1	5	5	1	9	10	1	1
30	4.11.2015	Linnar Priimägi ootab hoopis koolilt ametlikku vabandust: minuga nii ei käituta!	5	3	1	2	13	1	4	5	1	9	10	11	1
31	3.11.2015	LOE: Linnar Priimägi söimab netis Kadrioru Saksa Gümnaasiumi direktorisse: otsustage ära, kas peate kooli või pordumaja!	5	3	4	2	13	1	4	5	1	9	10	11	1
32	18.06.2015	Kaitsevägi pole kapten Vörnot murjanite pärast vaibale kutsunud	4	3	5	1	13	1	0	2	1	3	3	12	1
33	1.11.2015	Igor Gräzin alkoholireklaami piiramisest: alkohol ei riku tervist rohkem kui sink, muna, autod ja piim, aga ta teeb elu paremaks	5	3	1	1	13	1	0	1	1	1	1	5	1
34	22.10.2015	Jevgeni Ossinovski: miski ei muuda olematuks fakti, et alkohol on tapja	2	4	5	12	1	2	0	2	3	5	9	4	5

35	12.09.2015	Kaitseliit tegi Reitelmannile noomituse vahetult pärast sobimatut sõnavõttu	5	3	4	2	13	1	0	2	1	3	2	1	1
36	4.09.2015	Kaitseminister Sven Mikser: vihaõhutaja ei sobi töötama riigikaitse avalike suhete valdkonda	5	3	4	12	2	2	0	2	7	5	9	4	11
37	3.11.2015	Rõivas Reitelmanni sõnavõtu kohta: Lubamatu. Loodan, et kaitseliit võtab selge seisukoha selles suhtes, mis puudutab tema ametis jätkamist	5	3	2	2	13	2	0	2	7	5	9	4	1
38	19.04.2015	Sotsiaalmeedia kihab lahtusuuudise järel: kahju, aga... no lõpuks ometi!	5	3	3	12	11	1	1	1	1	4	4	1	1
39	12.01.2015	Imre Mürk võrdleb omaenda lapse valimisvankri ette rakendamist Reformierakonna Ämari-reklaamiga	5	3	4	11	13	1	0	2	1	6	6	2	1
40	31.10.2015	Madison: liitlassõdur kandku solvamise vältimiseks ka vabal ajal vormi	1	3	3	1	13	1	0	9	3	1	1	5	1
41	19.08.2015	Presidendi üleskutse: kanname homme Kohvri toetuseks kollast linti	1	3	1	9	13	2	0	1	5	4	4	8	1
42	27.03.2015	Eetikanõukogu: avalikud teenistujad on osa arutlevast ühiskonnast	1	3	3	6	13	1	0	1	1	10	11	12	5
43	12.12.2015	Ossinovski: vastasseis alkoholipoliitika karmistamisele on näiline	1	3	2	7	13	2	0	3	1	5	9	4	1
44	26.11.2015	Sibul Aunastest: ei ole kindel, et ta peaks IRLis jätkama	1	3	4	1	13	1	0	9	1	1	1	5	1



45	2.11.2015	Ossinovski: pole kuskil otsustatud, et Parts peaks Euroopa Kontrollikotta minema	1	3	2	12	7	2	0	1	1	5	9	4	5
46	20.11.2015	Kui Eesti võtnuks ÜRO soovitusi kohe kuulda, oleks Reitelmann kriminaaluurimise all	5	3	4	2	13	1	0	2	1	3	2	1	1
47	18.11.2015	Kaitseliidu ülem Reitelmanni skandaalist: oleme infosõjas ja iga säärane eksimus üha võimendab seda	2	4	5	2	13	1	0	2	7	3	2	6	1
48	17.06.2015	Võrno nimetas pagulasi metsalisteks	1	3	3	2	7	1	0	9	1	3	3	1	1
49	29.08.2015	Kaitseliidu spetsialist peab Euroopasse tungivaid põgenikke saastaks, inimrämpsuks ja mugavusprussakateks	5	3	4	2	2	1	4	9	1	3	2	1	1
50	20.06.2015	Võrno: ma ei kirjutanud silpigi nahavärvist või rassist	1	3	2	2	7	1	0	11	1	3	3	6	1
51	20.06.2015	Võrno: ma ei kirjutanud ega ole öelnud poolt silpigi kellegi nahavärvist või rassist	5	3	4	2	7	1	0	11	1	3	3	6	1
52	23.11.2015	Pagulaste halvustamine viis politsei ridadest lahkumiseni	1	3	5	10	13	1	0	2	1	2	11	7	1
53	20.06.2015	Vabadus väljendeid valida	1	2	1	2	13	1	4	3	3	3	3	1	1
54	5.02.2015	Presidendi nõunik Masso nimetas Yle ajakirjanikku Kremli propagandistiks	2	3	4	2	13	1	0	2	1	2	12	1	2

## **Lisa 5: Intervjuude transkriptsioonid**

### **Intervjueeritav 1**

#### **Kui kaua olete sotsiaalmeediat kasutanud?**

„Ma päris täpselt ei tea. Ikka Orkuti aegadest. Kümne ja viieteist aasta vahele.“

#### **Kas mäletate miks hakkasite sotsiaalmeediat kasutama?**

„Sellepärast, et ma olen väga sotsiaalne inimene ja mulle hästi meeldib inimestega suhelda. Mulle meeldib teada inimestest. Mõnes mõttes ilmselt ka edev. Tõenäoliselt mulle meeldib väheke nagu pildil olla ja minul on selles mõttes ainult head kogemused algusest peale, et ma olen saanud läbi sotsiaalmeedia väga palju kontakte. Ma olen saanud väga palju viiteid filmidele, artiklitele, inimestele... noh millele iganes. Ütleme kirjutavale pressile võibolla rohkem, milleni kindlasti ise poleks jõudnud. Esialgu arvasin, et prooviks lihtsalt, mis see on, sest alguses oli see suhteliselt uus asi.“

#### **Millist kanalit eelistate?**

„No Facebook on see. Ma olen siiski 45+ inimene ma ei tea suurt võimalustest rohkem midagi.“

#### **Kas teil peale Facebooki on ka mõni...**

„Ei ole.“

#### **Kas teete postitusi ka?**

„Teen.“

#### **Miks?**

„See on huvitav küsimus. Põhjusi on ilmselt kaks, sest postitusi on mul kahte erinevat liiki. Üks on info jagamine ehk siis kas ma näen kellegi jagatud materjalist mingit asja, mis tundub, mida laiem avalikkus võiks teada. Kas siis artiklid või mingi ma ei tea, tunnustus. Kasvõi on meil siin haridusministeeriumi poolt aasta õpetaja. Et levitada seda infot. Ma tahan, et see info oleks lihtsalt laiematele inimestele teada. Teised postitused on mul sellised natukene sellised lüürilised, kus ma pigem kirjeldan oma emotsiooni või ka siis tavaliselt tihti loodusega seotud või kultuuriüritusega olen saanud tugeva emotsioonilaengu ja siis ma jagan seda. See on pigem eneseväljendusvorm, nagu natukene raamatu kirjutamine, aga lihtsalt väikesteks juppideks. Ma võtan seda kui natukene loomingut.“

### **Kui tihti postitusi teete?**

„Väga oleneb emotsionaalsest seisundist. Ma ei ole igapäevane postitaja. Ma ei ole regulaarne postitaja, et ma kindlasti iga päev või nädal postitaks. Ma arvan, et keskmiselt võib tulla paar või kolm korda kuus. Aga see sõltub. Mõnikord võib juhtuda ka paar korda päeva. Noh ma emotsionaalseid postitusi kindlasti ei tee nii palju, selleks on vaja emotsionaalset laengut. Seda ei juhtu nii tihti. Ja ma arvan, et see oleks tüütu ka. Mu sõbrad sureksid kõik maha või blokiksid ära, kui ma neli korda päevas kirjutaks, kuidas lilleke õitsele läks. Aga vahel on info ja siis ma ikka jagan.“

### **Kas osalete sotsiaalmeedias tekkinud aruteludes?**

„Üldiselt mitte. Tulenevalt oma ametist, tulenevalt sellest, et arutelud...tähendab ma ei...minu sõpruskonnas, mul on mingi 1300 sõpra, minu sõpruskonnas peamised arutelud on peamiselt haridusteemal, kus ma lihtsalt leian, et mul ei ole nagu mõtet läbi sotsiaalmeedia hakata. Paar korda olen libastunud. See toob endaga kaasa pika arutelude vinna ja ma lõpuks ei usu, et ma suudan mõjutada või suudan oma arvamust Facebookis paari kolme reaga selgeks teha. Teine arutelude teema – poliitika. Olles riigiametnik, ma olen ettevaatlik, et ma oma poliitilisi seisukohti ei kuulutaks. Selleks on mul lähimad sõbrad, kellega seda arutada.“

### **Kas teie organisatsioonis on kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend?**

„Meil ei ole otseselt kasutusel eeskiri sotsiaalmeedia kasutamise kohta. Meil on kommunikatsiooniosakonna poolt koostatud soovitusel üldse nõ meediaga suhtlemiseks ja sealhulgas sotsiaalmeedias suhtlemiseks. Ei ole, et käse, poon ja lasen. On soovitusel, et millele tähelepanu juhtida. Need ei ole kuidagi ministri käskkirjaga pandud.“

### **Kirjeldage palun seda**

„Kui nüüd sotsiaalmeediasse jääda, siis põhimõtteliselt ongi meil see soovitus, et enne kolm korda mõtle, kui postitad. Alati, kui postitad, siis mõtle sellele, et sa ei ole kunagi sotsiaalmeedias eraisik. See on üks põhjus ka, miks ma aruteludes ei osale. Ma ei ole selles mõttes päris eraisik, et ükskõik, kui ma isegi ütlen, et mina võtan siin sõna, kui eraisik, mitte töötaja, siis ma ei saa nii, et täna olen ja laupäeval ei ole. Tegelikult ma olen. Selles mõttes olen ma 24/7 avaliku sektori töötaja. Tähendab, et sa ei tohi põhimõtteliselt minna vastu organisatsiooni eesmärkide ja põhimõtetega. Jällegi, keegi ei saa näppe sahtli vahele panna, keegi ei saa käskida ja öelda, et sa ei tohi. Meie minister on ka väga aktiivne sotsiaalmeedia kasutaja. Sa võid temaga seal vaidlema hakata, aga mis mulje see meie organisatsioonist jätab? Soovitusel on ka, et kui postitad oma tööga seotud valdkonnas midagi, siis kindlasti peavad olema postitused kooskõlas maja suundadega ja hariduspoliitiliste eesmärkidega.“

### **Kuidas teile neid soovitusi tutvustati?**

„Juhtkonna koosolekul. Meil on iga nädal laiendatud juhtkonnaga koosolek. Seal soovitati ja siis võttis kommunikatsiooniosakonna juhataja ühendust ja palus tutvustada teistes osakondades.“

### **Te olete siis üsna põhjalikult tutvunud sellega?**

„Ütleme niimoodi, et mulle ei meeldi dokumendid. Ma ei ole seda algusest lõpuni läbi lugenud, aga ma kuulasin tähelepanelikult, kui seda tutvustati. Kuna see läks kokku minu enda veendumustega, siis mul ei olnud nagu probleemi sellega ja jäi meelde ka.“

### **Kas olete nende soovitustega rahul?**

„Jah, sest ma arvan, et see on mõistlik. Mul oli ka hea tugineda sellele. Mul on osakonnas paar väga aktiivselt sotsiaalmeediat kasutavat inimest ja nendest üks on selline piiripealne juhtub. Vahel ta minu arust libastub. Mul oli hea, kui need soovitused tulid ja hea oli nendele tugineda.“

### **Kas te muudaksite midagi nende soovituste puhul?**

„Ei, vist ei muudaks. See ongi selline arenev dokument, et kui midagi juhtub kuskil, siis saab selle ülesse võtta ja täiendada. Põhimõtteliselt, mis siin ikka on – paar, kolm üldist põhimõtet. Seda, et sa oled alati riigiametnik, sotsiaalmeedias ei tohi minna vastuollu, ei tohi kasutada mingisuguseid... ei tohi on liiga karm, sest minu teada ei ole kedagi lahti lastud, kui keegi on sotsiaalmeedias midagi teinud. Aga üldiselt ma ei muudaks, sest need soovitused ongi niigi muutuvad.“

### **Kas kaasati ka teisi töötajaid selle koostamisesse?**

„Ei, kommunikatsiooniosakonna poolt tehti see.“

### **Ja teie kolleegidest kasutavad kaks tükki sotsiaalmeediat?**

„Kaks tükki kasutavad väga aktiivselt, aga põhimõtteliselt kasutavad enamus.“

### **Kas keegi kontrollib ka, kuidas neid soovitusi täidetakse?**

„Ei, minu teada mitte. Need ei ole kohustulikud. Pigem on nii, kui juhtub midagi, siis räägitakse selle inimesega läbi.“

### **Kas nii on juhtunud?**

„On, meil oli kuu-poolteist tagasi üks juhtum, kus üks minu kolleegidest postitas... aa ei niimoodi oli, et täiesti ebaeetiliselt üks kodanik helistas talle ja võttis linti ja pani selle Youtube'i ülesse ja jagas Facebookis. Mu kolleeg ei teadnud loomulikult, et teda lindistati. Mitte, et seal oleks midagi koledat olnud. Põhimõtteliselt käitus ta korrektseks, aga kodanik hakkas selle peale

seda jagama ja hakkas pahatahtlikku teksti juurde tootma Facebookis. Siis see kolleeg ise ka sekkus ja hakkas pikemat arutelu tekitama, aga see läks pärast käest ära ja inimesed läksid emotsionaalseks. See on ka põhjus, miks mina tavaliselt aruteludes ei postita. Ma olen väga emotsionaalne inimene, ma lähen väga emotsionaalseks, siis ma võin kedagi... ma kindlasti ei kasuta inetuid sõnu, ma kindlasti ei ütle midagi valesti, aga ma võin öelda mingis sellises kõneviisis, et see võib kedagi häirida või solvata. Aga tema läks sellele liimile. Esiteks siis võttis kommunikatsiooniosakond selle teema ülesse, et mis sellest temast saab ja oleme valvel, aga muud ei olnud midagi, et me rääkisime kolleegiga ja mis sa ikka ütled... et ole ettevaatlikum järgmine kord, et kui sind rünnatakse, siis ei ole mõtet minna liimile. Mida vähem tähelepanu sa asjale pöörad, seda kiiremini see pildilt maha läheb.“

### **Kas ise olete rahul sellise nõ kontrollimise viisiga, et kui juhtub, siis räägitakse?**

„Jah, ma olen. Ma ikkagi olen täiesti sõnavabaduse poolt ja tegelikult töötavad meie majas haritud ja intelligentsed inimesed ning nad üldiselt ei välju piirides. Ma arvan, et see ei ole mõistlik käia malakaga seljataga. Et kui juhtub, siis tulebki vaadata, et järgmine kord ei juhtuks. Siis tulebki mõelda, miks see juhtus ja seda miks elimineerida. Kui see postitus on tehtud, siis on see tehtud. No ära korjata saab põhimõtteliselt, aga need jäävad tavaliselt kuskile.“

### **Kas keegi on teid koolitanud sotsiaalmeedia kasutuse osas?**

„Ei ole.“

### **Kas teie arvates oleks see vajalik?**

„Ma ei ole sellest puudust tundnud kunagi, et ma ei arva, et peaks olema spetsiaalselt sotsiaalmeedia koolitus. Aga küll võiks olla selline laiem meedia teemaline koolitus. Sotsiaalmeedia on mõnes mõttes ikka meedia osa. Meil on meediaga pidevalt kokkupuuteid – intervjuusid ja kõike anname pidevalt. Võibolla see laiem pilt siis. Et ohud ja rõõmud on ikkagi samad. Sotsiaalmeedia lihtsalt levib kiiremini.“

### **Miks teie hinnangul sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri kasutusele võetakse?**

„Ma arvan, et see on sellepärast, et sotsiaalmeedia on üsna uus nähtus. Inimeste tähelepanu tuleb juhtida ikkagi sellele, millised ohud on, sest ma arvan, et me kõik teame seda kuskil oma sisemuses, aga kui need kõik mustvalgelt üle vaadata, siis mõtled nagu enda jaoks rohkem ka läbi. Lihtsalt, et neid ohte rohkem teadvustada, et mis see endaga kaasa toob.“

### **Ehk siis peate eeskirja vajalikuks?**

„Ma pean seda vajalikuks. Mitte küll nagu eeskirja, aga ma pean vajalikuks, et sellest temast aegajalt räägitaks. Need küsimused arutatakse läbi. Kui on mingid juhtumid, siis ka juhtumipõhised analüüsid. Kui me häguselt räägime, et ära kirjuta, võibolla juhtub, siis ei jää see

kellegile meelde. Aga kui me konkreetse juhtumiga tuleme, siis see aitab nagu läbi mõelda, et enne *enteri* vajutamist korra mõtled.“

### **Et kui soovitud tehakse, siis oleks hea, kui juurde räägitakse?**

„Ma arvan küll jah, et alati see toob... sest esiteks inimesed ei loe pabereid, sest neil on niigi palju asju lugeda. Eeskirjad kõik tekitavad tõrget ja ma arvan, et kui on olulised asjad, siis need tuleb läbi rääkida. Siis tuleb alles paberile panna.“

### **Kuidas suhtuvad teie kolleegid nendesse soovitusesse?**

„Ma arvan, et rahulikult. Nad ei ole sedalaadi, et see kellegi vabadust piiraks kuidagi.“

### **Milline on oht organisatsioonile, kui töötaja ei pea eeskirjadest või soovitustest kinni?**

„No maine oht kindlasti, et ministeeriumi roll on ju tegelikult olla partneriks. Ega meie põhieesmärk on ju seadusandluse kujundamine. Neid me ei tee siin ise, et istume ja mõtleme välja. Tegelikult meie tegeleme sellega, et koondame analüüsid ja näeme, et kuskil on mingi mure ja koondame erinevad liidud kokku. Meil on miljon partnerit ja kõik need on sotsiaalmeedias ehk siis kui me laua taga läbirääkimistel räägime ühte juttu ja nüüd järsku peaks toimuma libastumine sotsiaalmeedias, siis me ei ole tõsiseltvõetavad. Me ei ole professionaalsed. See võib juhtuda, kui sa ei mõtle enne *enterile* vajutamist. Lühidalt- maine ja tõsiseltvõetavus võib saada kannatada.“

### **Seega töötaja vabal ajal esindab ka organisatsiooni?**

„Kindlasti. Absoluutselt kindlasti. Kui ma panen ülesse lillekeste pilte, siis inimesed tõenäoliselt vaatavad mind personaalselt eks, aga samas nad ilmselt vaatavad, et näe ametnik ka inimene ja ei vaata ainult paragrahve. Mul on palju sõpru Facebookis, siis tegelikult ma arvan, et kindlasti üle poole on tööga seotud. Õpetajad, partnerid, töötajad teistest ministeeriumitest jne.“

### **Kas olete kursis Reitelmanni ja Võrno juhtumitega?**

„Jah, mäletan küll seda lugu.“

### **Kas nad rikkusid mingeid reegleid?**

„Ma arvan, et rikkusid, sest kedagi nimetada inimräpsuks, noh, see on väga alandav ja selliseid üldistusi ei tohiks teha. Kaitseliidu esindaja on siiski ka esindab sisejulgeoleku struktuure. Ma ei ütle, et siin kriminaalkaristust oleks vaja, aga ma arvan, et head eetika piiri rikkus jah.“

### **Kuidas mõjutasid sellised juhtumid teie töötamist?**

„Minu isiklikku töötamist ta ei mõjutanud kuidagi. Lihtsalt minu suhtumist nendesse inimestesse kindlasti mõjutas. Ma kindlasti ei tunne neist kumbagi isiklikult, aga nad on ikkagi teatud mõttes avaliku elu tegelased. Minu suhtumist nendesse mõjutasid kindlasti.“

**Kas teie organisatsiooni soovitusel olid enne neid juhtumeid?**

„Ei, ma arvan, et need tehti selle aasta alguses. Ma ei oska öelda, et nad olid sellest mõjutatud või ei olnud. Tööd mõjutavad need selles suhtes küll, et alati, kui keegi sotsiaalmeedias niimoodi tulistama hakkab sellel teemal, siis on ka minul pärast palju raskem oma tööd teha, sest rändeteema läheb ka minu vastutuse alla hariduse kontekstis.“

**Kui kaua olete praeguses organisatsioonis töötanud?**

„Üheksa aastat.“

**Kas olete varem ka avalikus sektoris töötanud?**

„Ei ole.“

**Kas soovite veel midagi lisada?**

„Ei soovi.“

**Kas lisaküsimuste korral võin ühendust võtta?**

„Absoluutselt.“

**Aitäh!**



## **Intervjueeritav 2**

### **Kui kaua olete sotsmeediat kasutanud?**

„Algas Orkutist, ma arvan, et see oli kuskil 2005. Kindlasti kümme või kümme pool aastat.“

### **Kas mäletate miks hakkasite sotsiaalmeediat kasutama?**

„Sõbrad olid ees. Räägiti kommuunidest ja asjadest, mis seal olid. Tundus nagu põnev, et mis seal on. Siis sai sinna mindud. Et mitte nagu ilma jääda millestki. Tundus, et on oht ilma jääda.“

### **Millist kanalit eelistate?**

„Facebooki ma arvan põhiliselt. Mul teisi kohti ei ole väga, Instagrami ja asju.“

### **Miks?**

„Ma ei näe vajadust. Facebook katab kõik asjad ära, mis mul vaja on. Seal on inimesed, kui ma tahan suhelda kellegiga ja kõik lehed. Lisaasjade järgi ei näe ma vajadust. On teistel kohtadel mõned eelised. Et Instagrami saad pilte panna, mida Facebooki ei pane.“

### **On teil mõni muu sotsiaalmeedia kasutaja?**

„Instagram on. Kunagi sai Twitter ka tehtud, see oli siis, kui Twitter väga uus oli. Ega muid kohti ka ei kasuta. Muid kohti on proovitud ja uuritud, aga need ei ole pakkunud erilist lisa Facebookile. Rate oli ka kunagi, aga ma ei olnud seal ühtegi päeva. Võibolla mingi pilakanal oli seal nalja pärast.“

### **Kas teete postitusi ka?**

„Veidi ikka. Peamiselt gruppides ja oma sõpradele. Oma seinale teen vahest, rohkem võibolla mingit jagamist, kui ma näiteks mingit lehekülge jälgin, kus on mingid uudised ja kui tundub huvitab. Seda on jagatud ilma kommentaarideta. Kord nädala kahe jooksul võib olla.“

### **Miks sa postitusi teed?**

„Hea küsimus. Ma arvan, et see on pooleks. Osa on see, et tunnetad, et see on teiste jaoks huvitav või kasulik. Samas ka trotsist, et jagatakse igasugu jama ja mõtlen, et võiks midagi kasulikku ka jagada. Mõtlen, et tõstan natukene kvaliteeti. Aga eks see natukene enesekeskne ja isekas ole, et kelle jaoks see on kvaliteetne.“

### **Kas sa osaled aruteludes, mis sotsiaalmeedias tekivad?**

„Harva. Vahest, kui tunnen, et väga massilist valet või faktide eiramist toimub. Üldiselt mitte. Vanasti rohkem, aga viimasel ajal vähem. Nüüd tunnen, et ei võida sellest midagi. Et kui ma

postitan, siis nagu ei muutu midagi. Seda ei panda tähele või vastatakse ükskõik mida vastu. Muidugi, kui on mingid kitsamad grupid, kus on mingi arutelu, siis seal postitan muidugi.“

### **Millistel teemadel?**

„No ütleme, et vb kodukohaga seotud teemadel. Kui on mingid sellega seotud lehed ja grupid. Ja siis poliitikaga seotud teemad, aga mitte ilmtingimata kõige tundlikumad teemad nagu rändekriis. Nendel teemadel ma ei viitsi enam ammu osaleda.“

### **Miks?**

„Ma ei näe mõtet sellel, sest Facebooki postituses kedagi ümber veenda on väga väike võimalus ja ei tee midagi muud, kui küttad ainult inimesed üles. Et kui tahan kedagi ümber veenda, siis on mõistlikum temaga kokku saada ja rääkida.“

### **Aga tööga seotud teemadel?**

„Väga mitte. Üldiselt siiani ei ole. Tööga seotud teemaga on see koht, kus nüüd tekib, et kas tohiks või mitte. Nüüd ongi see ametnike nõ mis iganes see oli nüüd eetika nõukogu poolt. See on nüüd siis üle-Eestiline ametnike eetika nõuded või kuidas see pikk nimi oligi. See tuli või tuleb oma nõuannetega välja, kuidas ametnik võiks arvamust avaldada jne. Seda siiani ei olnud. Ei olnud kuskilt tulnud juhendit, et mida tohib öelda, aga endal oli tunne, et vb sellises positsioonis ametnikul ei ole mõtet igal pool sõna sekka öelda. Eriti töö ajal, siis vaadatakse, et kas tal midagi paremat teha ei ole või. Töövälisel ajal kohati enam ei viitsi, siis tahaks lihtsalt pääseda tööasjadest.“

### **Kuidas seda teile tutvustati? Kas seda üldse tutvustati?**

„Sotsiaalmeedia kasutuse kohta tutvustust töökohal ei olnud. Olid küll IT-süsteemide ja asjade kohta juhendid. Et interneti kasutuse kohta, et ei tohi ebasüntsaid lehti külastada ja võid kasutada suhtlusvõrgustikke tööajal, kui see ei vii tööandja mainet alla ja ei sega tööülesannete täitmist. Sellised üleüldised eeskirjad või juhendid on olemas.“

### **Kas seda üleriigilist ametnike juhendit tutvustati?**

„Kui mina läksin tööle, siis seda veel ei olnud. Ma ei oska nüüd öelda, kas see on juba väljas või on kohe välja tulemas. Seda on mainitud ja käisin märtsi lõpus ühel avaliku sektori koolitusel, kus räägiti natukene sellest. See on väga uus asi ja aktuaalne teema, kuna eelmisel aastal korduvalt erinevates kohtades tuli teemaks, kui ametnik oli öelnud midagi, mis ei sobi. Oli siis see Kaitseliidu avalike suhete nõunik või ametnik. Mõned näited olid veel. Siis tunti seda vajadust, et midagi on vaja välja mõelda. Selles mõttes ei ole nagu väga aega olnud seda tutvustada. On juhendid, mis üldist käitumist juhendavad internetis. Sellised üldised põhimõtted on, aga midagi spetsiifilist ei ole.“

### **Kui te koolitusel käisite, siis tutvusite üsna põhjalikult selle ametnike juhendiga?**

„Selles mõttes seda juhendit seal nii põhjalikult ei tutvustatud. See oli üldisem koolitus eetikast avalikus sektoris, mis on need põhimõtted, millest tuleb lähtuda inimestega suhelda ja kõik muud asjad. Täna ja eile olid kaks eetikanõukogu otsust, mis välja tulid. Et kui sa käid tööajal reisirõl, et kas sa tohid neid boonuspunkte endale koguda. Need on sellised üldised põhimõtted, et kas ja kuidas tohid ametniku seisundit kuidagi enda kasuks ära kasutada või teistest rääkida. Need põhimõtted rakenduvad sotsiaalmeedias olles ja tegelikult oma olemuselt oled ametnik 24/7. Et näiteks sotsiaaltöötaja ei ole kaheksast viieni sotsiaaltöötaja ja siis õhtul läheb kuskile klubisse ja klientidega joob. See ei ole kohane käitumine. Need on sellised üldised põhimõtted. Olgu see siis sotsiaalmeedias või mujal.“

### **Kas koolitusest oli kasu ka teie arvates?**

„Jah, see koolitus oli väga hea. See on küll koolitus, mis peaks värsketele ametnikule kohustuslik olema. Kuigi seal koolitusel oli väga seinast seina inimesi, kes on arvatavasti 40 aastat ametnikud olnud. See ei ole kaugelki kõigini jõudnud, aga minu jaoks oli see väga asjalik koolitus. Nii koolitaja kui ka oma materjali poolest. Selliseid nõ üldiseid põhimõtteid ja sissejuhatust sellest, kes on ametnik ja kuidas ta peaks käituma ja millistest põhimõtetest lähtuma. See kulub küll ametnikule ära.“

### **Millise punkti te paneksite kindlalt sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja?**

„Ma arvan, et see on keeruline, et ühelt poolt tahaks kohe öelda, et tööajal ära kommenteeri midagi, sest see muudab nii sind kui ka asutust kohe haavatavaks. See, et sa seal ühe postituse tegid, siis vaadatakse kohe, et näe tööajal Facebookis ja ei tee midagi. Postituse tegemine võib võtta kolm minutit, aga kohe jääb mulje, et terve päev passib seal. See oleks siis esimene punkt, et ära töö ajal midagi tee. Teiseks, kui sa vabal ajal teed midagi, siis eriti kui sa tööga seotud asju kommenteerid, siis pead selgelt aru saama, et kannad selle eest mingit vastutust. Et ei ole nii, et vabal ajal võid öelda, mida tahad ja see et sa oled ametnik ei loe. Ikka loeb. Et siis kaks üldisemat asja, et töö ajal ära tee ja vabal ajal pea meeles, et sa oled jätkuvalt ametnik.“

### **Kas peate vajalikuks sotsiaalmeedia juhendit?**

„Kas nüüd juhendit aga sellist põhimõtete ülerääkimist ja tutvustamist küll. Eks see ole asi, mille peale nagu ei mõelda. Sotsiaalmeedia on ühelt poolt nagu väga pikalt olnud, aga teiselt poolt selle mõju on pidevalt järjest suuremaks läinud. Mõju info saamiseks, uudiste allikana, muljete ja arusaamade kujundamiseks on järjest tõusnud ja tõenäoliselt tõuseb väga pikalt. Teatud meeldetuletus ja informeerimine teatud aja tagant ka kogenud inimestele, et ei tekiks sellist mugavust, on vajalik. Et ametnik ei läheks Twitteris või Facebookis kaasa kõigega, sa peaksid natukene mõtlema. Ma arvan, et seda ei tehta. Õnneks enamasti see ei too midagi, sest paljud

lihtsalt ei postita halbu asju, aga vahetevahel ikkagi juhtub nagu eelmine aasta korduvalt näitas. Selles mõttes mingi kerge ülevaade asjadest võiks küll olla.“

### **Kes peaks seda koostama?**

„Ma ei tea, eks nad selles mõttes peaksid olema mingi ühine... Ma ei oska öelda, kes selle eest peaks vastutama. On olemas ametniku vanne, et kui sa ametnikuks hakkad, siis annad vande. Need on teatud põhimõtted, millest lähtud. Sisuliselt on seal sotsiaalmeedia eetika põhimõtted mingil määral sees. See vanne ei ole küll väga pikk, aga läbi on ta mul loetud ja allkiri selle kohta antud. Seal on need asjad olemas, et võibolla siis üldisemalt sotsiaalmeedia kohta sinna paar punkti ja seda kord aastas kõigile meelde tuletada. Rohkem ei ole vaja ma arvan.“

### **Kas nende põhimõtete koostamisel oleks vaja kaasata ka teisi töötajaid?**

„Ma arvan, et see ei peaks olema ühe asutuse keskne. Sellel ei ole mõtet. Esiteks on selle väljatöötamine on ilge ressursi raiskamine ja teiseks selliste üldiste põhimõtete väljatöötamine eetika nõukogu põhjal on näide olemas, kus on pädevad inimesed koos, kes oskavad otsuseid teha sellel teemal.“

### **Et siis ollakse õigel teel?**

„Jah, ma arvan küll. See on ka nagu paar aastat tagasi loodud ja see alles hakkab tööle. Aga selliste asjade loomine ja avalikustamine on üsnagi hea asi. Ma tean, et nad töötavad juba järgmiste juhendite kallal. Koolitusel rääkisid. Ma arvan, et iga organisatsiooni ülesanne ei ole neid välja töötada, vaid meelde tuletada oma töötajatele. Kord aastas kui teha majakoosoleku.“

### **Kes selle koosoleku võiks teha?**

„Ma arvan, et see võiks olla mingi organisatsiooni juht ja personalijuht. Mis iganes vormis nad on. Igas organisatsioonis on nad erinevad.“

### **Kui paljud te kolleegidest kasutavad sotsiaalmeediat?**

„Ega ei oska otseselt öelda. Avalike suhete juht kasutab palju loomulikult. Tema ülesanne ongi neid asju teha. Teised – ei oska öelda. Viimasel ajal on järjest rohkem noori inimesi peale tulnud, aga pooled on nagu vanemad inimesed. Ma ei oska isegi aimata nende sotsiaalmeedia kasutust, kuna me eraldi tubades. Ma arvan, et osad ikka päeva jooksul vaatavad asju. Kuna eriti viimase aasta jooksul on tulnud neli või viis nooremast inimest kindlasti, et siis nemad kindlasti kasutavad ja eks ole veel inimesi. Ma arvan, et üks kolmandik mingis osas kindlasti kasutab.“

### **Millised on sinu kolleegide arvamused juhenditest või põhimõtetest?**

„Ma ei oska seda kommenteerida, millised need võiksid olla. Ametniku vanne on selline asi, mida antakse siis, kui tööle lähed. See on nagu loomulik osa asjast. Ma arvan, et kui juhend oleks

pikk ja detailne, siis mõeldakse ikka, et miks seda vaja on. Eriti vanemad töötajad, kes on kümneid aastaid töötanud. Ma arvan, et sellise pika eraldi juhendi vastu tuntaks sellist üleolevust või midagi. Kui oleks nagu täiendus sisekorraeskirjades, siis ma arvan, et loetaks seda teadmiseks.“

### **Kas juhendiga peaks kaasnema selgitustöö?**

„Jah, selles mõttes ikkagi, et selgitus, miks võetaks see kasutusele. Kui keegi tuleb ja natukene seletab, miks on see, toob näiteid ja räägib, siis muutub see aktsepteeritavamaks ja mõistetakse, miks see kasutusele võetakse.“

### **Milline on oht organisatsioonile, kui töötaja juhendist kinni ei pea?**

„Eks see maine langus on see kõige suurem asi. Seal nõ rahalisi tagajärgi otseselt ei ole. Avalikus sektoris ei ole, et kui ettevõtte maine langeb, siis võib tulu langeda. Seda poolt nagu ei ole. Aga mainelangus ja usaldusvääruse kaotus on asjad, mida ükski avaliku sektori organisatsioon ei taha. Kui vaadatakse, et ah need ametnikega on niigi probleem sellega ja nad midagi muud seal nii kui nii ei tee, kui joovad kohvi seal. Kui lisaks sellele postitatakse mingeid lollusi veel, siis see ei ole kindlasti mainele hea. Aga noh, muud ohtu seal väga ei saa olla.“

### **Te jälgite, mida postitate sotsiaalmeedias?**

„Ikka jah. Ma jälgiks seda ka siis, kui ma ei oleks ametnik. Ma arvan, et mul on üsna hea filter peal.“

### **Mida täpsemalt?**

„No, et sa isiklikuks ei läheks ja roppusi või lauslabadusi ei postitaks. Sellised standardid, mida ma iseendale olen püstitanud. Nagu igapäevaelus ei lähe tänaval kedagi sõimama, siis ka sotsiaalmeedias. Normaalsed inimlikud suhted võiksid olla tavaks ja kombeks.“

### **Kas teil või teie kolleegidel on isiklike kogemusi seoses organisatsiooni eeskirjadega ja sotsiaalmeedia postitustega?**

„Ei ole olnud selliseid asju.“

### **Kas oled kursis Võrno või Reitelmanni juhtumiga?**

„Jah, mäletan küll.“

### **Kas nad rikkusid mingeid reegleid?**

„No see ongi nüüd see asi, et mis ma enne ütlesin – labane kirjaviis. Sellist sõimu või lauslabadust ei võiks üldse niisamagi endale lubada. Aga kui sa oled see spetsialist seal, siis kohe kindlasti ei võiks seda lubada. See paneb su enesekontrolli ja professionaalsuse sügava kahtluse

alla, kui sa ei suuda selles valdkonnas, kus sa igapäevaselt tööd teed, ennast kontrollida. See on nagu politseinik, kes paneb autojuhte puhuma ja iga õhtu joob ennast sigalaku täis. See ei ole võimalik. Samamoodi võiks see siin olla.“

### **Kas see mõjutas teie töötamist?**

„Selles suhtes, et ma siis veel ei töötanud, aga eetika koolitusel oli sellest juttu küll. Selle üle arutati.“

### **Kas seda koolitust on varem ka tehtud?**

„Jah, seda tegi sisekaitseakadeemia. Neil on välja töötatud formaat ja seda korraldatakse mingi regulaarsega. See on mingi sisekaitseakadeemia koolituskeskus vms. See oligi märtsi lõpus. Neil on veel selliseid avalikule sektorile mõeldud koolitusi. Sinna koolitusele mahtus 20 inimest, aga sellise mahu juures ei jõua inimesi läbi käia. Koolituse formaat üksi ei tööta. Neid inimesi kutsutakse organisatsioonidesse ka muidu rääkima. Nad ise ütlesid.“

### **Koolitusel keskenduti rohkem eetikale?**

„Jah, eetikale.“

### **Kas maavalitsuses oleks vaja eraldi koolitust, kus õpetatakse sotsiaalmeediat kasutama?**

„Ma ei usu, et seda oleks vaja enam vaja. Piisaks sellest, kui on põhimõtted kasutusel – ära tööajal tee ja loe kaks korda üle ja siis postita.“

### **Kui kaua olete praeguses organisatsioonis töötanud?**

„Septembrist“

### **Kas enne seda olete ka avalikus sektoris olnud?**

„Ülikoolis olen olnud tööl.“

### **Kas soovite veel midagi lisada sellel teemal?**

„Põlva maavalitsus on üsnagi väike, aga suuremas organisatsioonis võib olukord hoopis teine olla. Seal võivad probleemid ja asjad teistmoodi esile kerkida. Meil on väikse organisatsioonina niigi üksteise tegemistest ja tujudest ülevaade, aga suuremas organisatsioonis võivad probleemid või vihad olulisemalt pikemalt varjul olla. Keegi hakkab oma asutust sõimama võibolla. Need ohud on suuremas organisatsioonis ka suuremad, ma arvan.“

**Esialgu tasuks keskenduda suuremate organisatsioonide poole ja siis vaadata väiksemate poole?**

„Põhimõtete väljatöötamine oleks ühtemoodi kõigile, aga selle vajalikus suuremate jaoks oleks natukene tähtsam. Ma ei oska hästi sõnadesse panna, ma lihtsalt mõtlen. Kui näiteks Põlva maavalitsuse ametnik teeb Facebookis postituse mingil teemal, mis ei puuduta maavalitsust otseselt ja kui teeb välisministeeriumi ametnik, siis on need hoopis erinevad asjad. Selles mõttes on tundlikus ühel oluliselt suurem. Selles suhtes on probleemid ja tähtsus suuremates organisatsioonides teised. Meie puhul võibolla ei ole see oluline. See ei ole oluline nii kaua, kuni see juhtub.“

**Lisaküsimuste korral võin ühendust võtta?**

„Jah, ikka.“

**Aitäh!**

### **Intervjueeritav 3**

#### **Kui kaua olete sotsiaalmeediat kasutanud?**

„Sotsiaalmeediat kasutanud, jumal, alustades Ratega. Kuskil põhikooli lõpus. Üle 10-14 aastat. Midagi sellist.“

#### **Mäletate miks otsustasite sotsiaalmeediat kasutama hakata?**

„Rate.ee oli esimene sotsiaalmeedia kanal ja orkut samamoodi. Eks ühelt poolt oli samasugune selline sotsiaalne surve, mida siis veel ei teadvustanud ja ei tajunud. See oli jällegi üks võimalus suhelda inimestega, keda igapäevaselt ei näe. Kui ma õigesti mäletan, siis Ratel oli ka omamoodi postkast. Eks Rate oli omamoodi võrreldes tänapäevaste sotsiaalmeedia, ütleme siis, väljunditega. Facebookiga näiteks võrreldes. Selle Ratel oli suhtlusfunkionaalsust vähem. Oli rohkem edevuse võimalus alati pilte üles panna ja kellelegi kümneid panna.“

#### **Millist kanalit kõige rohkem eelistate?**

„Facebook.“

#### **Miks?**

„Selgelt Facebook. Mul on tunne, et seal on kõik olemas. Et mis Twitteri juures häirib ja miks mind seal pole. Mulle endale meeldib kirjutada pikemaid tekste kui sms'i pikkus. Facebook võimaldab seda ja noh nüüd on seal uus artiklikujutuse võimalus *switch to note*, mida saab kasutada. See on hästi mõnus. Teine variant oleks mingit blogi pidada, aga mul on tunne, et poliitikuna sa ju tahad, et su sõnum ja su mõtted, mida sa sotsiaalmeediasse kirja paned, leviks laiale ringile. Ma pole kindel ja ei kujuta ette, kui palju inimesi viitsiks mingisugust blogi käia vaatamas või juhul kui nad viitsiksid käia vaatamas siis ainult, kui ma Facebooki panen lingi, et minge sinna blogile. Mul on lihtsam kirjutada juba lihtsalt Facebooki.“

#### **Kas on muid kontosi veel peale Facebooki?**

„Rate ja Orkut on ära kustutatud. Twitteri konto on olemas, aga ei kasuta.“

#### **Nagu ma aru sain, siis te teete positutsi ka sotsiaalmeedias. Miks teete neid?**

„Vahel on nagu midagi õelda. Ja veelkord avalikus sektoris poliitikas olles on mõistlik ju enda mõtteid jagada. Muidu võib juhtuda, et on mõni hea mõte ja kui keegi sellest midagi ei kuule, siis pole kasu sellest.“

#### **Kui tihti postitate?**

„Viimasel ajal natukene laisemalt. 1-2 korda nädalas.“



### **Ja mis teemadel?**

„Täitsa oleneb, viimased postitused Pirogovi platsist olen rääkinud, erakoolide rahastamist, vahel sekka mõni matka või perepilt. Eks nad sedasi *fifty-fifty* on. Töölased või poliitlised postitused ja võibolla siis natukene isiklikuma sisuga. Eks ta ole mõnevõrra taotluslik, et keegi ei viitsi lugeda koguaeg kuiva teksti ja noh, mis asi see Facebook on tegelikult, see on ju mingisugune kanal või võimalus enda turundamiseks enda kuvandi tekitamiseks. Väga tugevalt. Selles suhtes mul on sotsiaalmeedia postistustega üks selge põhimõte. Et noh enne, kui ma vajutan *post*, siis ma mõtlen läbi, et kas mul oleks häbi, kui see oleks homme Õhtulehe esikaane uudis. Kui see vastus on, et ei ole, siis postitan ja kui vastus on see, et natukene ikka häbi oleks, siis postitust ju ei tee. Kõik ju näevad seda.“

### **Kas osalete sotsiaalmeedias tekkinud aruteludes?**

„Jah.“

### **Miks?**

„Miks mitte, need on ju arutelud nagu iga teine. Sotsiaalmeedial on huvitav, et sa näed seal vahel nagu nii palju pimestavat lollust ka kohati. Siis vahel tekib mõte, et kas nüüd peaks osalema või ei peaks. Tavaliselt ma osalen siis, kui ma tunnen, et midagi annab veel päästa. Aga mingi märgatud pagulast grupis pole mõtet minna mingile rassistile seletama, et kuidas tegelikult Eesti migratsioonipoliitika on. Vist pole mõtet ikka eriti. Tavaliselt ma osalen siis, kui ma näen, et mulle midagi tõsiselt meeldib, millele tahaks oma panust juurde panna.“

### **Näiteks?**

„No mida iganes, mingit sorti poliitiline diskussiooni, keegi räägib laste liikumisest näiteks. Noh minu teema, teadustöö teema. Siis ma tunnen, et ma saan sinna midagi juurde pakkuda. Või siis sellisel juhul, kui mul on tõesti tunne, et kellelegi tehakse ülekohut või keegi on väga valesti aru saanud ning esitab seda absoluutse tõe pähe. Aga tõesti siis, kui mul on tunne, kui seda diskussiooni on veel võimalik päästa. Kui argumendid on tasemel nagu kui on must siis näita ust. Sinna pole mõtet enda aega raisata.“

### **Kas linnavolikogus on kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri, soovitud?**

„Ei ole kunagi ühtegi sellist dokumenti näinud, kui see ka on siis pole kunagi näidatud.“

### **Aga milline punkt peaks olema seal eeskirjas teie arvates. Sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjas?**

„Oleneb ju kellele või millele see eeskiri on.“

### **Kui teil volikogus tehakse näiteks selline?**

„Mina arvan, et ega volikogu liikmel, kes täidab volikogu liikme ülesandeid. Mina ei teagi, mis sotsiaalmeedia reeglistiks peaks olema ette antud. Pigem ei peakski. Linnavolinik ongi ju rahva poolt valitud esindaja, kes on valitud arvatavasti ka enda vaadete ja põhimõtete tutvustamise pärast. Et kirjutada linnavolikogu liimale ette, mida ta Facebooki kirjutada tohib või mitte et noh linnavolinikuna. Ma arvan, et see ei ole kuigi hea mõte. Tema ütleme käitumise ja facebooki kultuuri üle ja kas see on sobilik ja see ei ole. Selle otsustab valija. Ma olen kindel, et minu valija.. kui mina postitaksin selliseid asju nagu mõni erakond. Kui on postisuts stiilis kui on must näita ust, siis ma jääks väga paljudest valijatest ilma ja see ongi nagu ebaeetiline sellist postitust teha. Aga teiselt on ports volikogu liikmed, kelle valijad selle poole plaksutaksid ja lähemid palju jõulisemalt sellele peale. Inimesed on erinevad ja volikogu liikmel ei ole mõtet teha neid ettekirjutusi. Ametnikest rääkides, kes peavad täitma seda funktsiooni, mida volikogu liikmed on neile ette andnud või kirjutanud. Nende puhul on natukene teistugune eetika arvatavasti. Et stiilis, et võibolla pole päris kui õige, et ametnik kritiseerib enda asutuse avaliku ametliku poliitikat. Aga see on teine teema. Amtenik on ametnik, poliitik on poliitik.“

### **Palju teie hinnangul teie kolleegi kasutavad sotsiaalmeediat?**

„Volikogus siis, ikka kasutavad, kuigi võiks aktiivsemalt tunduvalt. Mul on tunne, et see sotsiaalmeedia potentsiaal Eesti poliitilises kommunikatsioonis, et tegelikult on ikkagi jõuliselt liiga vähe kasutatud. Seda potentsiaali on tegelikult palju rohkem. Mul endal palju rohkem võiks selle sotsiaalmeediast välja võtta. Aga noh kuidagi ei jõua. Ega ei ole ju ka päris nii lihtne, et tuleb mõte teen postituse. Kui vaadata seda, kuidas tegelikult tehakse sotsiaalmeedia kampaaniaid erakondades või välismaa näites Obama sotsiaalmeedia näide, mida ma olen põhjalikult uurinud. Et selle taga on ikkagi terve meeskond PR inimesi, statistikuid, analüütikuid eks. Aga noh kindlasti seda potentsiaali on palju rohkem, kui praegu kasutatakse.“

### **Kas teid koolitatud sotsiaalmeediat kasutatud?**

„On olnud küll jah.“

### **Kirjeldage neid palun?**

„Pigem on need erakonanga seotud enne valimisi, kus Eesti sotsiaalmeedia eksperdid, kui me võime öelda, et meil on üldse neid sotsiaalmeedia eksperte, aga need, kes ennast nii nimetavad, et kes on käinud ja rääkinud. Tegelikult on päris palju rääkinud ja kasu olnud. Sul ju poliitikuna on ju kasulik teada, millisel kellaajal ja milline sihtgrupp on pigem *online*. Millist meediumit, kuidas on parem vaadata nutiseadmest näiteks, mida enamus noori kasutab. Millise meediumi *reach* on Facebookis suurem. Näiteks see teadmine, et pildi *reach* on tunduvalt suurem, kui

lihtsalt postitus, aga mingi aeg oli Facebookil soov, ma ei tea, kas on ka praegu, oli soov enda videokeskkonda kujutada. Et kui sa video üles panid, siis selle *reach* oli tunduvalt suurem kui mingi tavalise postituse oma. Sellised väiksed nipid, mida tasuks teada.“

### **Ühesõnaga oli kasulik?**

„Jah.“

### **Kas anti kaasa ka mingisuguseid lisamaterjale?**

„Ma tõesti ei mäleta. Võibolla mingisugune *slideshow* oli.“

### **Kas muudaksite selle koolituse puhul midagi, ühe nendest?**

„Raske öelda. Võibolla isegi pigem mitte. Midagi nagu muutmissetepanekuid saad teha, kui sa oled mingil määral ekspert. Ma arvan, et eks need inimesed, kes seal rääkisid olid selgesti üle.“

### **Et ei jäänud tunne, et oleks midagi puudu olnud?**

„Ei, nende koolituste puhul olid need väga pikad ja põhjalikud. Kohati jäi tunne, et oleks võinud esimese osa vahele jätta. Kuna ju poliitikute puhul pole see ju kaugeltki minu generatsiooni inimesed ja ka nooremad inimesed, siis noh, alguses oli vaja ka seletada, mis *post* nupp tähendab ja kuidas pilt üles laadida. Aga selle elas üle.“

### **Miks on teie hinnangul sotsiaalmeedia kasutamise eeskirju kasutamisele võetud või juhendeid?**

„Usutavasti ikkagi sellepärast, et inimestel oleks mingisugune raamistik ees. Kui nad ise ei oska päris hästi ise hinnata, milline võiks siis see nii öelda sobiv sisu olla. Ma arvan, et sellepärast. „

### **Kas avalikus sektoris on selline eeskiri vajalik?**

„No vat nüüd jällegi tõmbame nüüd selge vahe sisse. Mis asi on poliitik ja poliitikud ja ametnikkond. Ametnike puhul pigem, kui poliitikute puhul. Sest, et ametnik täidab ikkagi mingisugusst poliitilist suunist. No olgu ma toon teile enda puhul näite. Ma olen ühtpidi ju siin töötan nõunikuna, olen ministeeriumi ametnik ja Tartu volikogus olen poliitik. Kindlasti ministeeriumi töötajana pean ma mõtlema tunduvalt tõsisemalt, mida ma postitan ja et see ei läheks vasutollu haridusministeeriumi üldise poliitikaga. Poliitika, kui ma oleks suvaline poliitik või noh kes iganes opositsioonipoliitik. Ta võib öelda ministeeriumipoliitika kohta seda, mida ise tahab, üsna julgelt. Teda ei piira see, et ta peab kuidagi kaitsma organisatsiooni mainet. See ongi tema töö. Ta on opositsioonipoliitik. Siin tulebki vahe sisse - üks asi on ametnikkond ja poliitikud. Poliitikud on tunduvalt vabamad, kui ametnikud.“

### **Kuidas peaks teie hinnangul töötajale tutvustama sellist eeskirja?**

„Täpsusta, kuidas peaks...“

### **Luuakse eeskiri, tahetakse seda kasutusele võtta. Et kuidas peaks seda näitama või õpetama töötajale teie arvates? Kas piisab ainult meilile saatmisest või rohkemat vaja?**

„Tavaliselt ei piisa asjade meilile saatmisest. See noh ei ole liialt hea praktika. Ma arvan, et selline väike, ütleme koolitus ja arutelutunnike. Pooltunnike kuluks ära. Et ega ju reeglite ja eeskirjadega on ikka nii, et selleks et inimene neid täidaks ja täita tahaks peab ta need enda jaoks lahti mõtestama ja aru saama, et miks need vajalikud on. Kindlasti on võimalik täita eeskirju nii, et sa muhviigi aru ei saa, miks sa neid täidad, aga mõtleval inimesel läheb raskeks. Ja ma arvan, et selline asi nagu sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri kindlasti tekitab igas inimeses küsimusi, arusaamatusi või trotsi, et mida paganat, mis keegi tuleb mingi eeskirjaga. Vaba maa, vabad mõtted, et miks ma ei võiks siis kirjutada.“

### **Milline on oht organisatsioonile, kui töötaja peaks rikkuma sellist eeskirja?**

„Me rääkisime ka neist natukene. Potentsiaalne mainekahju avaliku sektori organisatsioonis kindlasti see, et kui avaliku sektori organisatsiooni töötajad hakkava rääkima väga erinevat juttu sotsiaalmeedias, siis vähemalt selle organisatsiooni usaldusväärsus tekitab inimestes tunde, et kui nad ise seal kaklevad ja vaidlevad, siis kuidas me siis suudame väljapoole kommunikeerida. Tähendab, kuidas me seda väljapool kommunikeerime, see tundub ju vale, kui me omavahelgi asju korraldatud ei saa. Ma arvan, et need on sellised põhilised ohud.“

### **Kas teie arvates töötaja esindab ka vabal ajal seda organisatsiooni, kus ta töötab?**

„Oleneb töötajast, oleneb situatsioonist. Ega ju ma eelnevaga ei tahtnud öelda, et töötajal ei võiks olla oma arvamust. Kindlasti võiks. Ma arvan, et kõik arutelud kuskil sünnipäeva või sugulaste lauas on ju okei. Mida tuntum töötaja, arvatavasti seda rohkem ta esindab. Anonüümne tundmatu töötaja, keda inimesed eriti ei tunne, võib mingites seltskondades väljandada palju asju ja teda ei seostatagi organisatsiooniga. Kui võtta minister ja ministri nõunikud, siis tegelikult esindab sa organisatsiooni, kus sa töötad ja oled volikogu liige. Ma usun, et üsna 24/7. Ei ole vabandus, et kirjutasin mingi täiesti segase sotsiaalmeedia postituse öösel, ah, et siis ma olin lihtsalt sõpradega väljas. Ega ma siis ei esindanud organisatsiooni. Keda see huvitab.“

### **Kas olete kursis meedias levinud artiklites Reitelmanni ja Vörno kohta?**

„See on see Kaitseväge temaatika ja stiilis murjamid. Jah, põgusalt ikka.“

### **Kas nad rikkusid reegleid teie arvates?**

„Raske öelda. Proovin seda Vörno oma meelde tuletada.“

## **Mul on üks artikkel Reitemanni kohta**

„Noh, „saast inimrämps ja mugavusprussakad”, noh see avalike suhete spetsialisti poolt ausalt öeldes, noh see ikkagi ei ole okei.“

## **Miks?**

„Kui sa nüüd küsisid enne, et kas ametnik on ametnik koguaeg või kui ta ametnik ei ole. Kui sa oled nii kõrgel kohal ametnik. Tegelikult avalike suhete osakonna spetsialist ei ole nagu päris siuke reaametnik arvatavasti. Ja kui tema poolt tuleb mingisugune säärane sõnum, siis on ikkagi nagu üsna. Üsna raske on inimesel vahet teha, et kas ta ütleb enda perspektiivist lähtudes või laieneb see suhtumine ka ametile. Paljudel inimestele võis jääda mulje, et selline suhtumine võib ka kuidagi ametile laieneda. See just Kaitseliidule head ei tee. Võrno puhul minu arust kui ma nüüd mäletan õigesti seda postitust. See oli stiilis, et Võrno vist kirjeldas ühte teistpidi. Et need inimesed, kes seal tulevad on sellised, sellise usulise veendumisega ja selline haridustase neil. Ja kumba metsalist tahad oli vist pealkiri. Et sealt ma ütlen ei lugenud väga midagi nii hullu välja. Ta analüüsis ta tõi viiteid sellele, et põgenikel võivad olla sellised teatud kultuuri või hariduslikud probleemid, mille puhul võib meie Euroopa kultuuriruumi sulandumine raske olla. Sinnamaani oli kõik okei, kuni ta kasutas sõna „metsaline“. Kui ta oleks sinna pannud, et noh „kumba raskesti keskonda sulanduvat liiget soovid“, siis probleemi poleks olnud. Et võibolla see polnud nii hull. „Saast inimrämps ja mugavusprussakad“ ma ei lugenud seda küll läbi päris põhjalikult, kuid see on küll jah, pole päris okei.“

## **Ühesõnaga, kui Võrno oleks poliitiliselt korrektsem olnud, siis poleks sellest sellist kära tulnud?**

„Jah, arvan küll, tihtipeale ju minu arust ka nende noh sotsiaalmeedia sõnumitega eks. Inimestel iseenesest ei olegi sõnumites midagi valet. Aga kui seal sõnumil on mõni solvav sõna või väljend, siis see diskussioon keskendubki selle solvava väljendi või fraasi juures, mis võibolla polnudki selle asja mõte üldse ja võibolla tegelikult selle solvangu taga, mis jälle ajas hunnikul inimesel kuklakarvad turri. Võibolla sellel on suur sügav mõte. Siin võtab see solvand kõik selle tähelepanu ära ja tuumani ei jõutagi. See poliitiline korrektsus kulub ära mitte ainult poliitikutele vaid ka ametnikele. Ja kindlasti on argumenteerimisvõime eks. Ei ole mõtet keerutada lihtsalt, et keegi on saast või prussakas. Ma saan aru, et inimestel võib olla väga palju hirme seoses pagulastega ja pagulaste tulekuga Euroopast Eestisse. Ma saan aru, et inimestel on hunnik hirmusi, aga noh siis, et tuleb neid ikkagi rääkida, kas argumenteeritult ja väärikalt, mitte lihtsalt teatada hetk, et üks isik A või B on solvangu sõnadega D ja C. „

## **Kas see jutt mõjutas kuidagi teie tööd ka?**

„Mingil määral, ise ei kirjutaks sellist asja.“

**Kui kaua olete töötanud linnavolikogus?**

„3,5 aastat.“

**Kas olete varem ka avalikus sektoris töötanud?**

„Jah, peaministriga koos ja mingisugune aeg olin ka linnavolikogu nõunik.“

**Kas soovite veel midagi lisada?**

„Isegi vist rääkisin palju ja päris kiiresti.“

**Aitäh!**

## **Intervjueeritav 4**

### **Kui kaua olete sotsiaalmeediat kasutanud?**

„Nii kaua, kuni ma mäletan.“

### **Umbes, aastaid?**

„10 või 15 äkki.“

### **Kas mäletate, miks otsustasite sotsiaalmeediat kasutama hakata?**

„Tundus põnev.“

### **Mis tähendab põnev?**

„Ma arvan, et see võis olla selleks, et tuttavatega, sõpradega suhelda. Suhtlemiseks põhiliselt, jah.“

### **Millist sotsiaalmeedia kanalit kasutate või eelistate?**

„No põhiline on ikkagi Facebook.“

### **Miks Facebook?**

„Sest, et Facebookis on inimestega lihtne suhelda. Sa saad kirjutada, sa saad teha videokõnesid, tavalisi kõnesid. Kuna mu enda ettevõtte põhiline tegevus käib praegu läbi Facebooki, siis ongi Facebook. Ega rohkemat ei ole.“

### **Kas sa postitusi teed sotsiaalmeedias?**

„Jah, ikka.“

### **Miks? Too mõni näide ka.**

„Üldjuhul ma lihtsalt jagan mingisuguseid huvitavaid linke, artikleid, videosid ja postitan aeg-ajalt mõne pildi endast. „

### **Tekstipostitusi või arvamused?**

„Üldiselt mitte.“

### **Kui tihti sa postitusi teed või jagad?**

„Keskmiselt päevas korra.“

### **Mis teemadel?**

„Igasugustel teemadel. Võibolla mõni selline tõsisem artikkel. Põhiliselt on siis tõsisem teema või huumor.“

### **Too mõni näide.**

„Viimati ma jagasin ühte videolõiku, kuidas on võimalik teha elektripistikud lastekindlaks, et kui laps sinna näppe toppib, siis ta ei saaks surakat. Seal videos selgitati ära, kuidas seda on võimalik teha. Näiteks seda jagasin. Huumori teemal jagasin ühte sellist naljakat videot.“

### **Kas sa postitusele paned mingisuguse teksti ka juurde?**

„Jah, üldjuhul ma olen pannud, kas "tasub vaadata" või "hea".“

### **Kas osaled sotsiaalmeedias tekkinud aruteludes?**

„Jah, olen osalenud.“

### **Miks?**

„Sest, et see teema või arutelu on siis mind ühel või teisel põhjusel puudutanud.“

### **Oskad sa mõnda näidet ka tuua?**

„Jah, kui mõned minu kolleegid on puudutanud mingisugust riigikaitsest postitust ja kui ma tunnen, et see postitus on totter, siis ma olen pigem korrale kutsunud. Et see on nagu nõme. Ma olen seda teinud. Või siis ma olen oma arvamust avaldanud, et ma olen sellega nõus või ei ole või kuidas see minule tundub.“

### **Kui palju sinu hinnangul kasutavad su organisatsiooni töötajad sotsiaalmeediat?**

„Kui me räägime töötajatest, siis väga vähesed. Aga kui me räägime vabatahtlikest, siis paraku vabatahtlikud... Oota, mis see küsimus oli? Et kui kaua, kui palju neist...“

### **Kui palju.**

„Aa, sotsiaalmeediat? Okei. No mulle tundub, et enamus. Enamus siis n.ö. minu generatsioon või nooremad. Aga vanemad, ütleme seal 50-60 aastased, nemad vist väga ei ole kasutanud. Ma arvan vähemalt.“

### **Kas tööandja on omalt poolt reguleerinud sotsiaalmeedia kasutamist?**

„Jah, Kaitseliit mõnda aega tagasi avalikustas või tuli välja...kuidas ma seda ütlen. Kas eeskiri või selline, kuidas või mis moodi Kaitseliitlane võib või peaks sotsiaalmeedias käituma.“

### **Mis juhtub, kui keegi nendest nõuetest kinni ei pea?**

„Ma arvan, et kui keegi postitab mingisuguse provokatiivse postituse või siis vaenu õhutava postituse, siis võidaks paluda see tal eemaldada. Ma arvan. Ma ei ole selles 100% kindel, sest ma ei ole kokku puutunud ja ma ei ole kokku puutunud nendega, kes seda on teinud. Mulle tundub see lihtsalt loogiline. Ja võidakse selle inimesega vestelda. Kui see tegevus jätkub, siis noh... mis siis saab, seda ma ei tea.“



### **On juhtunud ka seda?**

„On olnud mõned n.ö. lugupeetud inimesed, kes on mõningates kohtades öelnud asju, mida võibolla ei oleks tohtinud öelda või mis ei olnud kasulik öelda. Peale seda otsustati, et tullakse välja väikse eeskirja või juhendiga.“

### **Kas keegi kontrollib ka seda, kuidas töötajad sotsiaalmeediat kasutavad?**

„Ei oska öelda. Selle koha pealt mul absoluutselt info puudub. Pigem ma arvan, et see on selline juhuse asi, et kui keegi näeb kedagi, kes on midagi postitanud, siis lihtsalt võidakse infot edasi jagada: "näe see inimene tegi seda". Kas selleks on konkreetne inimene, ma ei tea.“

### **Kuidas seda juhendit või eeskirja tutvustati?**

„Seda tutvustati avalikult ehk siis kuskil uudistes ja tuli ka siis vastavasisuline e-kiri konkreetselt siis palgalistele kaitseliitlastele, kus edastati see eeskiri ja otsese ülemuse kommentaarid.“

### **Kas sulle meeldis see, kuidas edastati?**

„Jah, kuna ma olin varem sellest teadlik, siis ei tulnud see mulle üllatusena. See oli täitsa okei.“

### **Sa ei oleks näiteks eelistanud, kui keegi oleks tulnud isiklikult rääkima kuskil koosolekul näiteks?**

„Ma arvan, et kindlasti oleks olnud kasulik, kui keegi peab suuremale grupile inimesele väikse loengu. Ütleme siis, et tutvustab seda kui eeskirja ja selgitab omaltpoolt ära, mida see tähendab. Mina sain isiklikult sellest juhendist väga hästi aru, et mida see tähendab ja kuidas see on. Aga ma olen kuulnud, et väga paljud teised on sellest saanud aru valesti, et see on sõnavabaduse piiramine ja seaduse vastane, aga kui täpsemalt lugeda seda, siis tundub see igati loogiline.“

### **Et praktiliselt õpetatud ei ole?**

„Ma ei tea küll, et oleks keegi teinud selgitustööd.“

### **Mingit koolitust pole olnud jah?**

„Ei ole, aga noh ma ütlen, et mina isiklikult enda jaoks ei pidanud seda vajalikuks, aga teiste jaoks ma usun, et see oleks olnud kasulik.“

### **Miks on sinu hinnangul sinu töökohal sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend kasutusele võetud?**

„Kui Kaitseliitlase seisukohast võtta, siis iga endast lugupidava kaitseliitlase eesmärk on ikkagi kodumaa kaitse. Kui nüüd kaitseliitlane peaks postitama vaenu õhutava, provokatiivse, solvava, rassistliku postituse, siis ta küll postitab selle kui eraisik, aga kõik tema tuttavad inimesed teavad, et ta on kaitseliitlane. Ühel või teisel juhul tuleb keegi näpuga näitama, et sellised nad on. Seda ei saa eeldada, et inimesed võtavad seda, et selline TA on, vaid sellised NAD on. Tahest tahtmata,

kui selliseid olukordi on palju, jääb organisatsioonile märk külge kui kamp rassiste ja provokaatoreid jne. See juhend on sellepärast, et vältida selliseid juhtumeid, ma arvan.“

### **Millised on sinu kolleegide arvamused sellisest juhendist või eeskirjast?**

„Üldjuhul ei ole midagi hullu olnud. Kuid on olnud teistmoodi tõlgendamist, nagu ma ütlesin, et olen kuulnud, et inimestele tundub see kui sõnavabaduse piiramine, põhiseaduse vastane jne. Kuid neid on vähem olnud. Suhteliselt rahulikult või külmalt või ükskõikselt on see vastu võetud.“

### **Milline peaks sinu hinnangul olema avaliku sektori organisatsiooni sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend?**

„Ma ei tea. Mul ei ole varem sellega väga palju kokkupuuteid olnud, sest üldjuhul mina ennast kontrollin ja hoian oma suud kinni, mis puudutab igasuguseid mõtteid, mis võiks olla provokatiivsed või rassistlikud. Milline see peaks välja nägema, ma ei oska öelda. Kindlasti tooks palju kasu see, kui inimestele selgitatakse üle, kui selline asi tuleb.“

### **Kui sina teeksid täna eeskirja, siis mis sina sinna kindlasti kirja paneksid? Oskad tuua mõnda näidet?**

„Ma arvan, et ma paneksin ühe punkti: "olles selle organisatsiooni liige, kandes selle riigi vormi, siis ei peaks oma postitustes või väljautlemistes olema halvustav, õhutav või solvav".“

### **Kas see on praeguses juhendis ka kirjas?**

„Jah, selle annab sealt välja lugeda.“

### **Kas lisaks eeskirjale peaks üks koolitus ka olema?**

„Ükski koolitus ei tee halba. [Mõttepaus]. Ma arvan, et isegi ei peaks.“

### **Miks?**

„Ma arvan, et see pigem toob negatiivset vastukaja ja pingeid, kui keegi läheb kellelegi ütles: "tead, Mart, nüüd ma ütlen sulle, kuidas on parem pilte ülesse panna". Kui me räägime nüüd piltide lisamisest, siis üksuste tegevuse ja asukohtade teemal võiks olla loeng, kus juhitakse tähelepanu mingisugustele asjadele ja punktidele. Aga üldiselt ma ei leia, et oleks vajalik. Aga kui tuleb juhend, siis võiks selgitustöö seal juures olla.“

### **Milline on oht organisatsioonile, kui töötaja ei pea eeskirjast või juhendist kinni?**

„Ettevõtte või organisatsiooni maine võib kahjustada saada. Kui selliseid maine rikkumisi tuleb väga palju, siis võib juhtuda, et seda organisatsiooni ei võeta tõsiselt. Kui enamus inimesi on väga suure suuga, siis neid inimesi sa tegelikult ei pane objekti valvama või midagi kaitsma. Pikemas perspektiivis võib selline oht olla.“

### **Nagu sa enne ütlesid, et jälgid, mida postitad. Aga mida täpsemalt?**

„Kui ma postitan pilte, näiteks oma tegemistest töö ajal, siis ma kindlasti jälgin, et ei oleks seal paljastavaid nimesid, tunnustusi, asukohti ja tegevust. Et sellelt pildilt ei oleks võimalik midagi välja lugeda.“

### **Et siis põhiliselt julgeolekut?**

„Jah, seda ja igasuguste pingete vältimiseks, et kui pilt kellelegi ei meeldi, siis ma ei pea aru andma selle eest. Kui me räägime tekstipostitustest, kui ma avaldan avalikult mingi teema kohta arvamust, siis ma jälgin oma sõnastust, et ma ei läheks õelaks ja ettevõtte mainet kahjustavaks.“

### **Kas teie arvates töötaja esindab vabal ajal organisatsiooni, kus ta töötab?**

„Nii ja naa. Võibolla mõni avaliku sektori tegelane ei esinda, aga mõned jälle esindavad. Näiteks, kui mina olen kaitseliitlane, siis ma kaitseliitlaseks jään. Kas ma kannan seda vormi või ei kannan. Selles suhtes mingil määral ma ikka esindan oma organisatsiooni. Kui keegi küsib, millega ma tegelen ja ma ütlen, et olen kaitseliitlane. Kui ma seda teen ja ütlen, siis ma seda organisatsiooni juba esindan. Võibolla mõni teine avaliku sektori töötaja ei tee seda. Kui tema paneb õhtul kell 5 läpaka klõpsti kinni, siis on kõik. "Mul on eraelu". Ja ta võib ükskõik, mida öelda.“

### **Kui palju peaks töötaja järgima töövälisel ajal organisatsioonipoolseid eeskirju?**

„Ma arvan, et ainukene eeskiri mida ta võiks ja mingisugusel momendil peaks järgima ongi sotsiaalmeedia kasutamine. Muid eeskirju ma ei tea, et organisatsioon paneks töötajale, kui ta on eraelus. Võibolla mõnedes ametites on, ma ei tea.“

### **Kas sinu hinnangul võib mõjutada töötaja sotsiaalmeedia postituse sisu organisatsiooni käekäiku?**

„Kui nüüd korrata oma eelmisi sõnu, siis pikemas perspektiivis see võib olla nii, kui neid töötajaid on palju, kes teevad postitusi. Kui räägime üksikust inimesest, siis ma ei usu. Seda nii halvas kui heas mõttes. Positiivses võtmes võib töötaja seda kindlasti teha. Panen postituse, et olen siin ja teen seda ning keegi hakkab mõtlema, et see on tore ja tahab ka seda teha. Siis võib hakata meeskonda inimesi lisanduma ja mis iganes.“

### **Kas teil või teie kolleegidel on isiklike kogemusi seoses organisatsiooni eeskirjadega ja sotsiaalmeedia postitustega?**

„Ei ole. Minul on isiklik erasektoris, kus mul tekkis ühe väikese Facebooki lehekülje vaatamise pärast tekkis sõnelus ülemusega. Et see ei ole väga muljetavaldav, kui sa konkurendi ettevõtte lehte *like*'d.“ [Naer].

**Mis sa arvad sellest?**

„Ma arvan, et see oli totter. Väga totter. Eks tal olid mingisugused omad põhjused, aga ta ei selgitanud mulle neid väga. Aga avalikus sektoris ma ei ole kuulnud ega näinud.“

**Kas olete kursis meedias levinud artiklitest Urmas Reitelmanni, Hannes Vörno ja Haapsalu politseijaoskonna väljuihi Viljar Pöllula kohta?**

„Ei.“

**Mitte ühegi kohta?**

„Korda neid nimesid palun.“

**Urmas Reitelmann Kaitseliidu avaliku suhete spetsialist.**

„Urmase koha pealt midagi meenub, et see nimi on läbi käinud. Aga Haapsalu koha pealt ei.“

**Kas sa mõnda artiklit nende kohta lugenud oled?**

„Ei. Võibolla olen, aga meelde ei tule praegu.“

**Ma annan sulle ühe artikli selle Haapsalu politseiniku kohta lugeda. Kas sinu hinnangul rikkus ta mingisuguseid reegleid?**

„Kui karistusseadustikus on selline paragrahv sees, mis sellist käitumist keelab, siis kindlasti. Ma arvan, et Haapsalu on väga väike asula ja kui inimesed teavad, et ta on sellel ametil ja teeb nii. Jah, ma arvan, et see ei olnud väga okei.“

**Aga kui vaadata organisatsiooni koha pealt, milliseid reegleid ta rikkus?**

„Kui seal oleks mingisugused reeglid olemas sellisele tegevusele, siis küll. Kui ei, siis ma ei tea. Minu isiklik arvamus on, et tema teguviis oli pigem väär kui õige. Kui sa oled avaliku sektori tegelane või mitte, siis selliseid postitusi ei tohiks keegi postitada, sest lõppude lõpuks on see igasuguste pingete tekitamine ja mitte ühegi asja lahendamine. Et see kui sa ütled, et kui moodi ei saa, siis MG on abivahend, siis... Jah, MG on väga paljudel kohtadel abivahend, kuid sellises olukorras ei ole MG lahend.“

**Kas sellised juhtumid on mõjutanud sinu organisatsioonis töötamist?**

„Ei ole. Mul on kõik okei olnud praegu. Eks ta nii palju mõjutas, et tuldi konkreetse juhendiga välja. Lihtsalt sain juhendiga tuttavaks. Minu elu läheb samamoodi edasi. Midagi rohkemat ei ole olnud.“

**Ütle mulle oma vanus palun.**

„29“

**Kirjelda oma põhilisi tööülesandeid.**

„Kaitseliidus olen mina ühe objekti valvur. Mina pean jälgima selle objekti julgeolekut.“

**Kui kaua oled seal töötanud?**

„Ametlikult 1 aasta. Liige olen olnud 2 aastat.“

**Kas oled varem ka avaliku sektori organisatsioonis töötanud?**

„Ei ole.“

**Mis tüüpi muus organisatsioonis?**

„Turvaettevõttes.“

**Kas soovid veel midagi lisada samal teemal, mida ma ei osanud küsida?**

„Hetkel ei ole väga. Tundub ok.“

**Kas võin lisaküsimuste tekkimisel sinuga ühendust võtta?**

„Jah.“

**Aitäh!**

## **Intervjueeritav 5**

### **Kui kaua olete sotsiaalmeediat kasutanud?**

„No mingi...täitsa hea küsimus. Facebooki panen ikka mälestusi. Et mis ajast need on umbes? Issand ma ei tea. Kümme?“

### **Kas mäletate, miks otsustasite sotsiaalmeediat kasutama hakata?**

„Mkm, ilmselt kõikidel oli. Ma mäletan, et alati, kui ma kohtan inimest, kellel ei ole Facebooki, et siis ma nagu räägin umbes seda lugu, et kui tore see on. Ma mäletan, et kunagi leidsin sealt ülesse oma kursakaaslased, klassikaaslased, inimesed, kellega ei olnud aastaid suhelnud. Sealt kaudu on nendega hea suhelda. Ma ei mäleta, kas sellepärast võtsin kasutusele. Küllap vist, ma arvan. Ilmselt.“

### **Millist sotsiaalmeedia kanalit kasutate? Kas ainult Facebooki?**

„Põhimõtteliselt jah. Ma elan ainult Facebookis. Ma ei tea, kas Skype läheb sinna alla. Skype oli enne Facebooki. LinkedInis olen. Siis ma ei tea, Research Gate-d ja sellised. Ma ei tea, nad on ka siuksed. Ma arvan, et need isegi on sotsiaalmeedia, sest nende kaudu saab ka suhelda.“

### **Kas teete postitusi sotsiaalmeedias?**

„Ikka teen. Need rohkem sellised eravärk.“

### **Miks?**

„Eks seal ole mingi osa enese näitamist. Et kui kuskil reisil oled, siis ikka nagu, siis kui midagi silma jääb kuskil ja tahaks nagu kommenteerida. Aga ma ei tee selliseid erialaseid.“

### **Kui tihti postitate?**

„Järjest vähem. Mulle tundub, et inimesed postitavad liiga palju. Miks ma pean nagu risustama?“

### **Kas osaled sotsiaalmeedias tekkinud aruteludes? Miks?**

„Jah, kuna mul on hästi lai nõ sõprade ring seal. Siis ikka, kui mingi teema köidab, siis ikka panen kommentaare. Algselt mõtlesin, et see on ikka eravärk. Et see ongi sõpradega suhtlemiseks. Aga siis on tulnud sinna professionaalsed tutvused juurde, tudengid on millegi pärast sattunud sinna hulka. See nagu piirab. Ei taha väga arvamust avaldada. Sõpradega ikka lõõbime ja kommenteerime ja iroonitseme.“

### **Millistel teemadel?**

„Oh ma ei tea. Keegi läks poodi seemneid ostma. Ja siis on selliseid, kes postitavad väga põhimõttelistel teemadel. Aga kuidagi seal ma tunnen, et ma olen ettevaatlikum kommenteerima. Ma nagu ei taha oma sellist meelsust väga välja näidata. Ma tunnen, et see, et ma olen ülikooli töötaja, piirab mind. Ma kuidagi vist kõnelen natukene ülikooli eest.“

### **Tööga seotud teemadel hoiate tagasi?**

„Jah, sellepärast, et ma arvan, et ei ole eetiline. Mis see tööga seotud teema on? Kommenteerin tudengeid? Ma tean, et seda on tehtud, aga minu arust on see vale. Ma ei saa midagi sellist lubada. Aga teinekord, kui teise kooli õppejõud algatab seal midagi, panen ma midagi väga lühidalt kirja kommentaari. Ülikooli infot ma jagan, aga sellel teemal ise postitusi ei tee.“

### **Kas Teie organisatsioonis on kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend?**

„Minu teada mitte. Ma tean, et jälgitakse, mida töötajad teevad.“

### **Kuidas nad jälgivad?**

„Ma arvan, et kuidagi skännivad. Ma arvan, ma olen midagi kuulnud. Ma ei tea. Ma tegelikult pean seda õigeks, eks see ole selline maine värk.“

Palun kirjeldage teie organisatsioonis kasutusel olevat sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja või juhendit! Tooge palun mõni näide!

### **Kui palju teie hinnangul kasutavad teie organisatsiooni töötajad sotsiaalmeediat?**

„Ma olen märganud, aga ma arvan, et siin toas on peale minu veel ainult üks inimene Facebookis. Pigem mulle tundub, et tagasihoidlikult. Mida ma näen, on see, et pigem eraasja aetakse seal. Või siis kui hakkab sisseastumine. Kui ma veel programmijuht olin, siis ma ka ikkagi jagasin sisseastumise infot. Aga pigem tagasihoidlikult.“

### **Kuidas teie arvates oleks seda kõige õigem teha? Miks?**

„Oma kursusel ma räägin sellest, et ettevõtetel on mingi regulatsioon. Ma arvan, et see aitaks töötajatel ka oma käitumist reguleerida. Samas siin on see, et kui inimene võtab seda kui eraasja. Ma arvan, et võiks olla mingi juhend või meespea. Et sa oled ülikooli esindaja ja mis on sobilik. Ma arvan, et ülikoolis eeldatakse, et siin on mõistlikud inimesed.“

### **Kas oleks vaja eraldi inimest eeskirja kontrollimiseks?**

„Ma arvan, et kommunikatsiooniosakond teeb seda nii või naa. Kui meedias on kajastatud radikaalsemaid seisukohti, siis on reageeritud“

### **Kas see on teie hinnangul õige?**

„Nii ja naa. Sõnavabadus on kõigil tegelikult. Põhimõtteliselt ma panen oma nime alla, kui ma anonüümselt ei mölla. Tegelikult ma vastutan oma sõna eest. Avaliku sektori organisatsioonides on ametniku eetikakoodeks. Need asjad piiritlevad üsna hästi. Meil muidugi ei ole midagi sellist. Ma ei tea, mida töötajad arvaks, kui tuleks järjekordne regulatsioon. Neile muidugi ei meeldiks see.“

### **Kas keegi on teid ka praktiliselt õpetanud, et kuidas sotsiaalmeediat kasutada?**

„Mkm, kuid ma olen mõelnud, et võiks, et kuidas õpetamisel kasutada ära sotsiaalmeediat.“

### **Aga kas oleks vajalik, et töötajaid koolitatakse eetilisel kasutama sotsiaalmeediat?**

„Töötajaid on nii palju. Et koolitad ühe grupi. See on suhteliselt mõttetu. Võibolla kuidagi pehmemalt, et kirjutada sellest. Et informeerida ajakirja kaudu, et pöörata tähelepanu. Kui see on probleem. Ma ei tea, kas see on. Praegu otsitakse neid, kes viitsiksid instagramis midagi teha. Võibolla nendele siis. Aga lauskoolitus kui selline... ma ei usu, et see töötaks.“

### **Millised on teie hinnangul teie kolleegide arvamused sellistest eeskirjadest või juhenditest? Miks just nii? Palun põhjendage. Tooge näiteid.**

„No jälle tuleb mingi lollus ülevalt alla. Ma arvan, et see oleks esimene reaktsioon. Et neid igasugu muudatusi ja asju, mida peab järgima. Aga olgem ausad siseveeb kubiseb igasugustest juhenditest ja mitte keegi ma arvan ei ole nendega kursis. Sa lihtsalt ei jõua. Mulle tundub, et meie inimesed, mingid pooled ei olegi sotsiaalmeedias. Mõne hea kolleegiga ma siin olen vestelnud, et miks sa ei tule Facebooki. Paljud arvavad, et see on ajaröövel ja tahavad privaatsust. Et pooli töötajaid see ei puudutakski.“

### **Mis peaks ühes eeskirjas kirjas olema?**

„Ma arvan, et kuna ma olen nende väärtuste loomise projektiga kursis, et ma arvan, et nad peaksid väga rõhuma nendele väärtustele, mis ülikoolis on. Noh see sama, et sa esindad ülikooli tegelikult. Ühesõnaga, mis on nagu sobilik ja kuidagi rõhutada indiviidi ja organisatsiooni suhet. See peaks olema mingisugune *soft* paber. Mingisugused asjad, millele tasuks mõelda enne, kui postitusi teed. Samas see on nii elementaarne.“

### **Milline on oht organisatsioonile, kui töötaja ei pea eeskirjast või juhendist kinni?**

„Ma arvan, et maine risk on esimene. Teiseks ka mingi selline ma arvan, et mingi isikuandmete kaitse. Ma arvan, et mingit ärisaladust siin ei ole, aga et sa kolmanda isiku andmeid välja ei käiks. Et kui halvasti keegi mingi eksami tegi.“



### **Kas te jälgite, mida sotsiaalmeediasse postitate või aruteludes kirjutate? Mil määral?**

„Ma ei kontrolli eriti. Eks ma ikka natukene mõtlen. Pigem olen ma selle poolt, et ma ei hoia tagasi eraelulisi asju, see kes ma olen vabal ajal. Aga ma ei pane professionaalseid asju.“

### **Kas teie arvates töötaja esindab vabal ajal organisatsiooni, kus ta töötab?**

„Ma arvan, et avalikus sektoris küll kahjuks. See piirab päris kõvasti. Me oleme arutanud siin inimestega, et kus sa vabal ajal Tartus saad ringi käia. Mida noorem õppejõud, seda rohkem ta selle peale mõtleb, ma arvan. Tegelikult sa ei tea, mis on õige või vale. Näiteks tudengitega pidutsemine. Noh mingid sellised küsimused. Ma ei saa, et üks päev teen kapitaalse lolluse ja teine päev lähen loengusse ja räägin kuidas peaks olema asjad.“

### **Kui palju peaks töötaja järgima töövälisel ajal organisatsiooni poolseid eeskirju?**

„Indiviidi väärtused ei saa väga palju hälbida organisatsiooni väärtustesst, kus ta töötab.

Hiljuti oli üks näide, kus ettevõtte rääkis, kuidas nad vallandasid ühe töötaja, sest ta ei vastanud organisatsiooni väärtustele. Ma arvan, et siin ei saa lahutada, et tööl olen ühesugune ja väljas olen teistsugune. Ma arvan, et see pilt peaks korrektne olema.“

### **Kas teil või teie kolleegidel on isiklikke kogemusi seoses organisatsiooni eeskirjadega ja sotsiaalmeedia postitustega?**

„Ei tea, et oleks“

### **Kas olete kursis meedias levinud artiklitest Urmas Reitelmanni, Hannes Võrno ja Haapsalu politseijaoskonna väljuihi Viljar Põllula kohta?**

„Ei ole, sest ma ei jõua ajalehti lugeda.“

### **Kas teie hinnangul rikkus(id) nad/ta mingeid reegleid?**

„Ma arvan küll jah. See on minu isiklik arvamus selles mõttes, et ma olen üldse hämmeldunud, kuidas põgenikesse suhtutakse meil. Ma arvan, et siin ei ole vahet... Tegelikult on ikka küll, kas on mingi suvaline inimene või oled mingis ametis. Kaitseliit otseselt on vabatahtlik organisatsioon. Ma arvan küll, et see ei sobi kokku.“

### **Miks?**

„See on hea küsimus selles mõttes, et ega ma ei usu, et Kaitseliit on võtnud ametliku seisukoha põgenike suhtes. Ma arvan, et neid peaks vaatama case by case. Selline lahmimine on nõme. Ma arvan, et inimesed ei peaks selliste seisukohtadega lagedale tulema. Aga kui sa oled avaliku elu tegelane, siis seda enam peaksid sa kontrollima, mida sa ütled. Su sõnadel on suurem mõju.

**Kuidas mõjutasid need juhtumid teie organisatsioonis töötamist?**

„Ei mõjutanud“

**Kui kaua olete praeguses organisatsioonis töötanud?**

„Alates 2002.“

**Kas olete varem ka avaliku sektori organisatsioonis töötanud? Kui ei, siis mis tüüpi organisatsioonis?**

„Ei ole. Enne olin erasektoris.“

**Kas soovite veel midagi lisada samal teemal, mida ma ei osanud küsida?**

„Ma arvan, et me keskendusime hästi Facebookile nagu see oleks ainus sotsiaalmeedia. Kui küsida koolitust, siis mõtlesin, et töötajatele võiks olla koolitus, kuidas ülikooli promoda sotsiaalmeedias. Näiteks kuidas magistri programmi LinkedIni kaudu turundada. Abi ma ei saanud ka turunduse osakonnast. Ma arvan, et me peaks sinna suunas aktiivsemalt liigutama. Kui iga töötaja oleks nõ saadik, siis sellest võiks kasu tulla. Muidugi peaks paralleelselt ohtudest rääkima ka. Mina ei pelga uut meediat. Ma ei põe, et mul ei ole privaatsust. Ma olen ise valinud. Mulle tundub, et organisatsioon võiks kuidas seda (sotsiaalmeediat) ära kasutada.“

**Kas võin lisaküsimuste tekkimisel teiega ühendust võtta?**

„Jah.“

**Aitäh!**

## **Intervjueeritav 6**

### **Kaua sa oled sotsiaalmeediat kasutanud?**

„Ma arvan, et äkki 10 aastast vist äkki kokku, kui arvestada ja mitte mõelda ainult Facebooki, arvestada sisse Orkutit ja kõiki teisi, siis 8-10 aastat.“

### **Kas sa mäletad miks sa otsustasid kasutama hakata?**

„Sest kõigil oli vist.“

### **Millist kanalit sa eelistad?**

„Ma arvan, et Facebook ikka.“

### **Miks?**

„Sest, et Facebookis on kõik sees, seal saab isegi helistada ja kirjutada, pilte üles laadida ja vaadata. Asjalikke kommuune on ka. Eriti just erialaseid, kus jagatakse hästi palju infot. Seda on ka põnev jälgida.“

### **Kas sa kasutad midagi muud peale facebooki?**

„Instagram ja vahepeal nagu proovin neid populaarsemaid nagu Whatsapp, kus pilte saata saab.“

### **Mõtled snapchati?**

„Jah, mõtlen Snapchati, sest et Whatsapp oli mõeldud rääkimise jaoks. Aga seda ma ei kasuta. Vahepeal on isegi Twitteri konto olnud, aga sellel ma väga mõtet ei näinud. Aga peale Instagrami ja Facebooki ma midagi ei kasuta.“

### **Kas sa teed postitusi sotsiaalmeedias?**

„Jah.“

### **Miks?**

„See on hea küsimus tegelt, vahepeal tahad jagada midagi huvitavat teistega, kui see on nagu mingi põnev uudis, aga vahest tahad lihtsalt mõne huvitava pildi oma elust üles panna. Aga ma ei oska nagu öeldagi miks, et olla sotsiaalne, tunda ennast sotsiaalsena justkui nagu mul oleks elu vist.“

### **Kui tihti sa postitusi teed?**

„Kui tihti nagu postitus päevas või mis? Ma ei oskagi öelda, eks ma ikka pilte postitan võibolla paar korda kuus aga mingi igapäevaselt sõltuv. Kas satud vahel mõne huvitava muusikaloo otsa,

mida väga jagada tahaks või on mõni huvitav uudis, siis selle jagad nagu kohe, kui oled avastanud. Äkki tuleb ülepäeva uudis, mingi muusikalugu aga paar pilti kuu jooksul.“

### **Kas sul on mingid kindlad teemad millele sa postitusi teed või täiesti kuidas ette sastub?**

„Kui mingeid teemasi mida postitada siis – kui me räägime uudistest siis pigem ma nagu piirdun erialastega. Ma pole nagu selline postitaja, kes näiteks selle pagulaskriisi kohta posititab. Eks mul ole ka oma arvamus nende asjade kohta, aga mulle ei meeldi väga, sest et kui ma tean, et ma postitan midagi selle laadset Facebooki seinale, siis sinna alla tekib rida diskussioone. Ma ei taha väga sotsiaalmeedias diskuteerida nende teemade üle. Pigem nelja silma all, mitte tervele maailmale näitamiseks.“

### **Tahtsingi edasi küsida et kas sa võtad osa sotsiaalmeedias tekkinud aruteludes?**

„Ei.“

### **Miks?**

„Ma ei ütleks jah, et ma ei osaleks.“

### **Ja põhjuseks on siis?**

„Sest, et minu positus jääb üles sinna. See on kogu maailmale näitamiseks, mida mina asjast arvan ja kes teab. Eks informatsiooni saab kasutada erinevalt- kas headeks otstarveteks või halbadeks. Ma ei tea, kuidas seda keegi tõlgendab. Kas keegi solvub selle peale või kasutab seda minu vastu nii, et ma pigem...“

### **Seega hoiad nagu aruteludest eemale?**

„Jah.“

### **Kas sinu org on kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise juhend või eeskiri või soovitus?**

„Ei ole.“

### **Kas sinu arust oleks vaja?**

„See võiks olemas olla jah, sest et see ongi see, et eks ka tööandja maine, see otseselt ei puuduta mind, aga see, mis kuvandi me endale professionaalselt loome ja kui inimene on ennast sotsiaalmeedias tunnistanud justkui teatud organisatsioonis töötavaks inimeseks, siis ta justkui räägib ka teiste eest seljuhul. Tegelikult ta ei tee seda, aga kui inimene ei tunne kedagi teist sealt organisatsioonist, siis lähtubki selle inimese arvamusest ning võib kogu organisatsioonile selle kuvandi luua. Et kõik on halvad või kõik on tropid. Ma ei hakka neid teemasi üles tooma, mis aktuaalsed täna on. Kui et kui näiteks meist keegi postitab mingi teema pagulasteema kohta ja

näiteks mõni inimene ei salli üldse pagulasi, siis mõni inimene võib võtta kohe selle seisukoha, et me ei salli pagulasi ja kõik on rassistid. Et sellist asja tuleks nagu vältida.“

**Mis oleks üks punkt, mida sa sinna kirja paneksid – ongi, et hoiduda sellistest postitustest?**

„Mõtlen kümme korda, postitan üks kord.“

**Kas kui nüüd peaks seda eeskirja looma, kas sinu arvates oleks õiglane ka teisi peale juhtkonna kaasata?**

„Kindlasti.“

**Miks oleks vaja kaasata?**

„Tavatöötaja küll justkui ei mõtle igapäevaselt tervest ettevõttest ja mis kuvandi me ettevõttele loome. Administratiivse poole inimesed suudaksid paremini selle eeskirja luua, et pigem oleks küsimus eetilises aspektis, et nagu tavatöötajale ei suruta midagi peale vaid kaasatakse neid millegi loomisesse. Mitte, et poleks nii, et ülevalt tuleb mingi käsk ja siis me kõik peame täitma seda. Kui tavatöötaja on nõusoleku andnud ja osalenud selle loomises, siis tõenäoliselt poleks see nii vastuoluline talle.“

**Kui palju sinu hinnangul kasutavad su kolleegid sotsiaalmeediat?**

„Väga paljud. Iga teine kindlasti ja igapäevaselt. Ma ütlen isegi, et tõenäoliselt on see protsent isegi suurem ja ka nagu vanema generatsiooni inimestel on telefonid käes ja Facebooki kontod.“

**Kui tööandjal nüüd eeskirja pole siis kas ta on kuidagi muud moodi reguleerinud sotsiaalmeedia kasutust kasvõi suuliselt?**

„Jah, suuliselt kindlasti. Eks meil ole see patsiendi konfidentsiaalsus eks me omavahel räägime ja ülemuste poolt tulnud, et midagi ei tohi avalikustada, mida sa kuulnud oled, patsiendi nime jne. Et viidata niimoodi, et patsient kuskil ennast ära peaks tundma, sellised asjad on kindlasti välistatud, et seda oleme me rääkinud suuliselt.“

**Kas see on õige?**

„Kindlasti.“

**Kas keegi kontrollib ka seda sotsiaalmeedia kasutamist?**

„Ma ütlen, et ma ei tea. Ma tahaks loota, et ikka, aga ma kardan, et eks teatud inimesed hoiavad kindlasti kriitilisemalt pilku peal. Kui Facebooki näide võtta, siis tähtsamad inimesed on ikka sõbralistis. Mis siis, et mu konto on võõrale inimesele mittenähtav, aga mul on neid kõrgemaid isikuid sõbralistis, siis nemad ju näevad, mida ma postitan ja mida ma teen seal.“

### **Mis juhtub kui postitad midagi mis ei ole sobilik?**

„Mind kutsutakse vestlema üles korrusele siis teatud inimestega.“

### **Kas seda on juhtunud ka, mitte tingimata sinuga aga sinu töö juurest kellegiga?**

„Ma ei tea, ma ei ole kursis. Üle 400 inimese töötab siin ettevõttes. Ma ei ole kuulnud, et kedagi oleks siin noomitud.“

### **Kas sinu arvates võiks olla selline teada kontroll peal sotsiaalmeedia kasutamisel. Tööandja ütleb, et kontrollib?**

„Siin me võimegi lähtuda selles, et see on iga inimese vaba voli, mida ta postitab ja mida ta teeb. Siin on muidugi see meditsiinieetika küsimus. Nii, et ma arvan, et see asi läheb väga lahku. Mitte keegi ei taha, et teda kontrollitakse. Et kus see privaatsus siis lõpuks on.“

### **Kuidas saaks sinu arvates kõige paremini seda teha?**

„Ma tõesti ei tea, tõesti ei tea.“

### **Kas nii nagu praegu on põhimõtteliselt ilma kontrollita või oleks mignisugune parem variant sinu arvates?**

„Eks ma jäin nagu eelmise küsimusega hästi kauaks mõtlema, et kas peaks olema kontroll. Muidugi, kui ma räägin meditsiiniõigusest ja inimestest, siis patsiendikohaselt on see konfidentsiaalsus, et kellelgi kõrvalisel isikul ei ole asja tema meditsiinilise ajalooaga, aga samas need on kuidagi alati välja tulnud. Ma arvan, et nii pingsat kontrolli ei pea olema, sest et see niikuinii tuleb välja, kui tulevad siis vastavad organisatsioonid kasutavad vastavalt.“

### **Kas see oleks parem, kui kontrolliga ennetatakse?**

„Tõlgendamise küsimus. Sotsiaalmeedia positused on alati sellised, et ei tea, keda selle all mõeldi. See sõltub alati tõlgendaja pilgust. Kui autor isegi ei mõelnud midagi sellest, aga juba äkitselt saab ta jälle noomitada või käsitakse postitus kustada või jääb tööst ilma millegi pärast, mida ta tegelt ei mõelnud.“

### **Kas keegi on sind koolitanud ka kuidas sotsiaalmeediat kasutada?**

„Ei ole.“

### **Miks ei ole eeskirju kasutusele võetud kiirabis, mis sa arvad?**

„Ma arvan, et tõenäoliselt on asi selles, et probleeme pole olnud. Vähemalt nii suurt probleemi pole tekkinud sellest, et inimesed seda sotsiaalmeediat kasutavad. Et pole nähtud siis vajadust järelikult.“

### **Millised on sinu kolleegide arvamused sellistest eeskirjadest?**

„Ma arvan, et väga paljud näeksid selle vajalikkust. Aga eks kellelegi ei meeldi nagu, kui keegi neile ütleb, mida tohib ja mida ei tohi teha. Eks see ole nagu vastuoluline kindlasti. Aga meditsiinis, kui arvestada seda konfidentsiaalsust, siis ma tahaks loota, et enamik näeb selle vajalikkust ka. Ma arvan, et näevad.“

### **Kui võetakse kasutusele see eeskiri, kuidas peaks sinu arvates tutvustama seda?**

„Nagu töötajatele? Ma arvan, et eks ma ei tea kuidas seda tegema peaks. Aga ma arvan, et meil on mingisugune koolituspäeva raames ja koosoleku vormis asi tehakse. Tutvustatakse, selgitatakse, räägitakse ja arutatakse nagu kõikide inimestega sel teemal. Ma arvan, et vähemalt meie organisatsioonis tavaliselt need käivad.“

### **Lisaks eeskirjale oleks vaja väikest koolitust ka sinu arvates?**

„Ma arvan, et kas see termin „koolitus“ on just õige. Ma arvan, et töötajaga peaks vestlema sel teemal.“

### **Aga koolitust – koolitust on vaja? Et koolitust kuidas sotsiaalmeedias käituda?**

„Jah – ma arvan, et võiks.“

### **Miks?**

„Sest, et ma kardan, et kõikidel inimestel ei ole vist kohale jõudnud see, et nad arvavad, et nad on nii anonüümsed internetis, et nad saavad peituda arvuti taha. Aga tegelikkuses on just vastupidi ja palju hullem, sest kõik, mis sa postitad sinna jääb üles ja isegi kui sa arvad, et inimesed seda ei näe, siis on nii võimekaid häkkereid siin maailmas, kes suudavad kõik asjad siin maailmas välja võtta ja isegi kümne aasta taguseid asju välja võtta ja et seda tuleks osadele selgitada.“

### **Mida sa sooviksid seal koolitusel näha – kuidas sind õpetatakse?**

„Ma sooviks, et antaks põhjalik ülevaade, mis asi on kübermaailm kui selline. Et selgitatakski seda, et andmed ei kao kuhugile ja iga postitus on hunnik andmeid ja digitaalselt, mis läheb üles kuhugile, sinna jääb alatiseks. Põhjalikum koolitus, et miks see on ja miks see sinna jääb ja võibolla kas on kuidagi võimalik jäädavalt midagi kustutada sealt. Kui me räägime koolitusest, et tavatöötaja tahakski teada, et juhul, kui ta avastab, et on varasemalt midagi positanud, et kas see on võimalik jäädavalt kaotada.“

**Milline on oht oranisatsiooni kui töötaja ei pea eeskirjast kinni? Sotsiaalmeedia vaates just.**

„Tööandja on võtnud sellise inimese tööle, kes peaks peaks hoidma paitsiendi anonüümsust ja kui ta seda ei tee, siis see inimene ja patsient võib ta kohtusse kaevata.“

**Aga kui nüüd mõelda natukene kaugemale, kui patsiendi anonüümsus. Kui lihtsalt on näiteks pagulaste kohta mingisugune postitus, siis mis oht siis oleks?**

„Organisatsiooni maine saab kõvasti kannatada. Ja kuidas me aitame inimesi, kes meid ei usalda ja kes arvavad, et me oleme võõra vihaga. Teadupoolest ju Tartus on väga palju välistudengeid ja käib ju turiste ka. Aga sotsiaalmeedia ei piirdugi ainult Eestiga. See jutt ei levi ainult Eestis. Kui keegi teebki mingi postituse ja arvab, et Eestis meie kõiki vihkame, siis see asi võib levida kulutuluna ka kaugemale.“

**Kas töötaja esindab vabal ajal organisatsiooni, kus ta töötab?**

„Tegelikult on öeldud, et ei esinda. Aga minu isiklik seisukoht on see, et ikka esindab küll.“

**Miks sa seda arvad?**

„Ma ei jääks selle peale nii kauaks mõtlema. Ma arvan, et esindab küll ikka.“

**Nagu ma aru saan, et siis sinul ja su kolleegidel pole kokkupuuteid sellega, et on midagi ebaeetilist positatud sotsiaalmeediasse?**

„Organisatsiooniga mitte. Eks me endikeskis ka vahepeal arutame, et kas mõne inimese positus on õige või vale. Või, et kas seda oleks pidanud tema just positama, et väga vastuolulise teemaga tegu. Aga organisatsiooni tasemele ei ole jõudnud.“

**Kas oled kursis meedias levinud Hannes Võrno ja Urmas Reitelmanni juhtumitega?**

„See, kui Võrno positas neid väga kriitilisi kommentaare ja sel hetkel kui ta oli veel tegevteenistuses – jah olen küll.“

**Kas sinu arvates ta rikkus mingeid reegleid?**

„Ongi see, et kas ta rikkus mingit reeglit. Ma pole jällegi kursis, et mis reeglid tal on ette antud töö siseselt, et kas tal oli see lubatud või ei.“

**Näiteks moraalselt – sinu arvates?**

„Eks mina arvan, et asi taandub selleni, et jah inimesel on sõnavabadus ja inimene võib öelda, mida ta tahab, aga asi on ka selles, et kui sa töötad mingis organisatsioonis ja väga mainekas organisatsioonis, avalikusele väga nähtavas kohas, sa pead ikka natukene vastutama ka oma sõnade eest, mida sa ütled. Sa oled mõjukas inimene, sind kuulatakse ja peab arvestama sellega,



et seda võidakse erinevalt tõlgendada. Et kas eks see sõltub inimese iseloomust. Mõni inimene viitsib jageleda nende probleemidega, aga mina pigem ennetaksin kõiki neid probleeme ja ei tahaks üldse nendega tegemist teha. Ma ei tea, miks ta seda tegi või minu jaoks oli see natukene moraalselt vale. Mina töötaksin Kaitseväes, siis mina selliseid postitusi ei teeks.“

**Kas see juhtum mõjutas ka kuidagi sinu töötamist?**

„Ei.“

**Kui kaua sa oled kiirabis töötanud?**

„Olen aasta töötanud.“

**Kas sa oled varem ka avalikus sektoris olnud?**

„Kas haigla läheb avaliku sektori alla – siis ma olen ka seal töötanud.“

**Ja enne haiglat?**

„Enne haiglat avalikus sektoris ma ei ole töötanud. Ma olen töötanud jah sellistel erinevatel erasektori töökohtadel.“

**Kas soovid midagi veel lisada sel teemal?**

„Ei, mitte midagi.“

**Kas võin ühendust võtta, kui lisaküsimusi tekib?**

„Jah, võib.“

**Aitäh!**

## **Intervjueeritav 7**

### **Kaua sa oled sotsiaalmeediat kasutanud?**

„Kui sa mõtled seda, et millal FB konto teatud. Enne seda olen kunagi Orkuti liige olnud. Aga see oli vast kuskil 2005/6, midagi sellist.“

### **Kas mäletad, miks otsustasid kasutama hakata?**

„Jah, keegi kutsus või liitis või kuidagi niimoodi.“

### **Et selle pärast, et sõbrad olid seal?**

„Jah.“

### **Millist sotsiaalmeedia kanalit eelistad?**

„Peamiselt kasutan Facebooki, aga seda peamiselt sõpradega ühenduses olemiseks. Kasutan ka LinkedIn'i, mitte küll igapäevaselt, aga seal on pigem sellised tööalased kontaktid.“

### **Kas on mingeid muid sotsiaalmeedia kasutajaid?**

„Kui sa nimetad, siis äkki oskan öelda.“

### **Näiteks Instagram, Twitter?**

„Ei, neid ei ole.“

### **Youtube'i kasutad?**

„Jah, seda ikka, vaatan videosi ja kuulan muusikat. Ka tööalaselt.“

### **Kas sa teed positusi sotsiaalmeedias?**

„Sellised, mis nagu avalikud on?2

### **Üldiselt mõttes.**

„Üldiselt ei tee, pigem suhtlen läbi LinkedIni või ka läbi Facebooki messengeri, mis otse nagu konkreetse inimesega suhtlemiseks, selliseid kasutan. Aga kuskile oma seinale ma väga ei postita.“

### **Miks?**

„Ma ei ole näinud selle järele vajadust enda puhul nii isiklikult kui töö alasel. Kui mul on näiteks mingi uudis, mida leidsin, siis jagan seda konkreetse inimesega.“

### **Läbi messengeri?**

„Läbi Skype’i ja e-maili ka.“

### **Positad ka selle seinale või kirjutad otse?**

„Ei, seinale ei pane.“

### **Kas osaled sotsiaalmeedias tekkinud aruteludes?**

„Ei mäleta, et oleks osalenud. Et olen mõnda huvipärast kunagi hiljem lugenud, kui keegi on viidanud, et on migni põnev arutelu, kui ma ise niimoodi pole sellest osa võtnud.“

### **Miks?**

„Jällegi ma ei ole nagu näinud selle nagu mingi mõte minu jaoks oleks. Oletame, et Facebookis vahepeal on arutelud mingil teemal. Seda on nagu tore lugeda, aga ma ei ole nagu näinud seda mõtet, mis sellest nagu oleks, kui ma sinna näiteks väga sekkuks.“

### **Mis teemadel arutelusi sa loed?**

„Mul tuli see meelde, kui oli mingni diskussioon selle ümber, et kuhu Tartus IT maja ehitada ja kui sa oled kursis, siis see on lähiajal ehitatakse ülikooli IT maja. Praegune majandusteaduskond lammutatakse maha ja sinna asemele tuleb. Ja enne seda oli päris palju igasuguseid arutelusi sellel teemal, et kus see asuda võiks, et kas kesklinnas või Maarjamõisa väljal, kus keemikum ja mitmed ülikooli uued ehitised asuvad.“

### **Kas see on tööga seotud?**

„Jah, noh tööga, aga ka isiklikult oli huvitav. Seal tekkiski diskussioon. Tartu IT-ettevõtjad ja ülikooli omad inimesed arutasid. Seda oli huvitav jälgida, aga ma ei näinud, et see mida mina arvan jäi seal kajastamata. Ei näinud vajadust sekkuda.“

### **Kas sinu organisatsioonis on sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend?**

„Ma arvan, et sellist väga nagu formaliseeritud juhendit ei ole. Aga eks seal võibolla ka see põhjus, et peamiselt tööga seotud sotsiaalmeedia positsi teebki meil avalike suhete osakond, kes haldab meie Facebooki ja Twitteri kontot. Ma tean, et siin ei ole. Ja ma ei tea, kas teistes osakondades on sotsiaalmeedia kaudu info kandmist või suhtlemist. Kui on midagi ja tahame midagi teatada, siis pigem läbi mingi avalike suhete osakondade ja läbi ühtse konto.“

### **Aga eraviisiliselt sotsiaalmeedia kasutust ei ole kuidagi reguleeritud?**

„See info on ikka läbi käinud, et ei tasu kuidagi- isegi ütleks, et sellele pole isegi nii palju tähelepanu pööratud. Üldine info on ikka erinevatest kohtadest läbi käinud, et mingisugune loogika on, et kuidas neid mõtteid sotsiaalmeedias avaldada. Seal peaks viisakus ja soliidus säilima.“

### **Kuidas sellest räägitud?**

„Minu arust ei ole olnud sellist koolitust sel teemal või mingisugust. Mulle ei meenu, et meil poleks ka selline juhend. Pigem selline lihtne info jagamine ja ka meedias käib tihtilugu info läbi. Kuna ma ikka väga aktiivselt ei postita midagi, siis ma pole sellele väga tähelepanu pööranud. Juhul, kui ma väga positaks, siis ma uuriks avaliku suhete osakonnast, kas on seal rohkem reegleid või asju.“

### **Pigem uuriksite ise, kui tahaksite, et keegi teeks mingi juhendi?**

„Ma arvan küll, et see võiks pigem vajaduspõhine olla. Sõltub inimeset. Mingi üldine info, reeglid, juhtnöörid tuleks anda kõigile, sest et mõned inimesed võibolla ei mõtle selle peale, et miks uurida. Aga muidu jah ma arvan, et väga põhjalikku spetsiifilist juhendit, kas on väga mõtet. Võiks ikka vajaduspõhine olla. Kui ma väga ei tee postitusi, siis nagu ongi.“

### **Aga kui tehaksegi mingisugused soovitused, kas siis oleks vaja peale avaliku suhete osakonna inimesi ka kaasata?**

„Ma arvan, et selline asi võiks ikka olla kaasates erinevaid osapooli, osakondi ja aktiivsemaid inimesi. Ma ei arva, et see on ainult avalike suhete osakonna teema.“

### **Kui palju sinu hinnangul su kolleegid kasutavad sotsiaalmeediat?**

„Kui me räägime konkreetsest osakonnast, siis väga vähe, eks seal ole vahe. Nooremad kasutavad, vanemad ei kasuta. Kui siis, kui keegi kuskilt just viitab, et loe seda. Aga enamikul vanematel inimestel pole isegi kontot. Aga nooremad ikka, pigem arvan, et kasutavad isiklikul eemärgil.“

### **Kas keegi kontrollib ka sotsiaalmeedia kasutamist?**

„Ei tea küll, et kontrolliks. Raske ette kujutada, kuidas see välja võiks näha. Et keegi loeb kõikide positised ära.“

### **Mis sa arvad, kas üldse oleks vaja?**

„Ma arvan, et suuremat mõtet poleks, pigem oleks nagu ressursi raiskamine nii, et mõistlikum on jagada infot inimestega, kuidas sotsiaalmeedias aktiivne olla aga üsnagi mõttetu oleks kuidagi kontrollida, mida keegi kuhugile kirjutab.“

### **Nagu ma aru sain, siis mingit koolitust sotsiaalmeedia kasutuse alal pole olnud?**

„Üle linnavalitsuse koolitust pole olnud. Meie tihtilugu siin ettevõtjatel ise korraldame, mitte et me ise teeks, aga kutsume asjatundjaid, kes teaksid. Ettevõtetel on vaja teada, kuidas oma müüki arendada Facebookis ja kuidas kasutada Google'i erinevaid lahendusi. Eks mitmete asjadele oleme puhtalt tänu sellele kursis. Aga ei tea, et üle linnavalitsuse oleks konkreetne üks koolitus olnud.“

### **Kas linnavalitsusel oleks vaja seda koolitust?**

„Ma arvan, et selline üldpõhimõtete tutvustamine võiks ikka kasulik olla. Aga mingi mitte väga spetsiifiline. Aga rusikareeglid võiks läbi käia.“

### **Miks võetakse sinu arust organisatsioonis sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja juhendis kasutusele?**

„Ma arvan, et selleks, kui me räägime ettevõttes, siis organisatsiooni või ettevõttega seotud isikud ja töötavad isikud oleksid teadlikud sotsiaalmeedia võimalustest ja ohtudest/probleemidest. Probleemidest püüda hoiduda ja osata ära kasutada neid võimalusi, mida sotsiaalmeedia kasutab, et kuidas jõuda sihtgrupini.“

### **Millised on sinu kolleegide arvamused antud eeskirjadest?**

„Ma ei oskagi niimoodi öelda. Ma arvan, et tänasel päeval mingisugused pikad juhendid ja manuaalid väga hästi ei tööta. Võibolla kuskil mingi rusikareeglid võiksid kirjas olla ja neid aegajalt meelde tuletada. Aga ei usu, et keegi paksu manuali lugema hakkaks.“

### **Milline on oht organisatsioonile, kui töötaja soovitustest või juhendistest kinni ei pea?**

„Sõltub, millest kinni ei pea.“

### **Oletame, et postitab midagi ebaeetilist.**

„Eks see on maine risk. Näiteid on ju palju maailmast ja Eestist. Et kui keegi postitab midagi, mis pole eetiline, siis seda ei seostata ainult konkreetse isikuga vaid organisatsiooniga, et see on suurem mure, sotsiaalmeedia kasutamisel, et inimesed ei teadvusta, et see on avalikus seisukoha võtmine ja avalik info ja siis võibolla nende jaoks ootamatult selgub see, et sellest võib laiem ja suurem probleem tekkida.“

### **Kas töötaja esindab vabal ajal organisatsiooni, kus ta töötab?**

„Ma arvan, et üldiselt ikka. Eks see kõik kindlasti on ka seotud ametikohaga ja tööülesannetega. Aga ma arvan, et üldiselt on ikka nii. Et kui ma olen linnavalitsuse töötaja, siis töövälisel ajal olen ma endiselt linnavalitsuses töötaja. Ma ei saagi seda ära, kuigi ma ei tee seda tööd. Aga see on ikkagi on ju seos seal olemas. Võibolla seal on see vahe, et kui näiteks tegemist juhutööga või kindel projektipõhine töö kellegi heaks, siis sel juhul pole nii tugevat sidet ja esindusrolli selle ettevõtte organsatsiooni suhtes.“

**Kas sinul või sinu kolleegidel on isiklike kogemusi seoses organisatsiooni eeskirjadega ja sotsiaalmeedia positiivsetega?**

„Kuna meil ei ole selliseid eeskirju, siis väga kogemusi pole.“

**Kas oled kursis Urmas Reitelmanni ja Hannes Võrno kohta kirjutatud artiklitega?**

„Ma olen üldiselt neid teemasi lugenud meediast küll.“

**Kas ta rikkus sinu arvates mingeid reegleid?**

„See sõltub sellest, et kas neil olid mingid reeglid paigas või ei olnud.“

**Mõtlen nagu moraalses mõttes?**

„See on ilmselt ikka õige, et kõikidel on õigus oma arvamusel. Küsimus on ka selles, et kui palju ta sotsiaalmeedias arvamust avaldades esindab organisatsiooni või iseennast. See ongi hea näide, kus isiklik arvamus seostatakse organisatsiooni arvamusel. Arvatakse, et see on omavahel seoses. Ehk see võib mõnes mõttes öelda, et ettevaatamatu arvamus avaldamine, kuna seda seostatakse antud isiku organisatsiooniga, aga teiselt poolt, kuidas siis oma arvamust avaldada. Kas siis panna sinna juurde, et see on isiklik arvamus, mitte organisatsiooni arvamus? See ongi keeruline juhtum. Et keerulised juhtumid ongi sellised, kus tõmmata piir inimese arvamusvabaduse ja sellise isikuarvamusel ja organisatsiooni suhtumise seostamise vahel. Kui nagu seda konkreetset juhtumit vaadata, on raske midagi Reitelmanile ette heita, kui ta oma arvamust avaldab.“

**Kas avalike suhete spetsialist tohib sellist arvamust avaldada?**

„Miks ei tohi, kõik tohivad oma arvamust avaldada. See pole küsimus. Küsimus on selles, et kui me ütleks, et meie Kaitseliit mõtleb nii ja Kaitseliidus on selline arusaam asjadest. Kui ta oma arvamust avaldab, siis see keelatud pole. See probleem on nagu justkui meediaväljas ja kuidas mõni inimene sellest aru saab. Ajakirjades tavaliselt pannakse kirja, et tegemist on inimese isikliku arvamusel, aga sotsiaalmeedias sellist klauslit juurde ei panda. Enamasti ei panda. See ongi keeruline teema. Aga ma ei arva, et peaks nagu piirama inimeste arvamusvabadust. See on ikkagi tähtsam. Aga mõistlik on organisatsiooni sees mignid reeglid paika panna, kuidas

arvamust avaldatakse, mis juhtub, kui tegemist on isikliku arvamusel ja kuidas seda välja tuua, et tegu on ainult selle konkreetse inimese mõtetega.“

**Kas juhtumid mõjutasid sinu töötamist ka?**

„Ei, ma ei tea kuidas see mõjutada võiks üldse.“

**Mõnedes kohtades on hakatud neid eeskirju tegema.**

„Minu teada vähemalt mitte. Võibolla avalike suhete osakonnas öeldi midagi. Aga kuna ma ise postitust väga ei tee, siis jah.“

**Kaua sa oled praeguses organisatsioonis töötanud?**

„Viie ja kuue aasta vahel.“

**Kas enne seda oled ka töötanud avalikus sektoris?**

„Jah, Tartu Ülikoolis olen töötanud, aga olen ka erasektoris töötanud.“

**Kas soovid veel midagi lisada sel teemal?**

„Ei oskagi vist midagi rohkem öelda. Oleks hiljem huvitav lugeda kokkuvõtet sel teemal.“

**Aitäh!**

## **Intervjueeritav 8**

### **Kui kaua oled sotsiaalmeediat kasutada?**

„Siis kui Orkut popiks läks. See oli mingi 2007 äkki. Üheksa aastat kindlalt.“

### **Kas mäletad, miks hakkasid kasutama?**

„Sest kõik hakkasid kasutama.“

### **Millist kanalit eelistad?**

„Facebooki, sest kõik on seal. Hea on seal suhelda.“

### **Kas teed postitusi ka sotsiaalmeedias?**

„Instagrami pildid loevad ka? Jah, neid ka.“

### **Milliseid postitusi?**

„Instagram, Snapchat. Facebookis oma erialalisi artikleid, mis huvi pakuvad.“

### **Millistel teemadel?**

„Arvamusartikleid tavaliselt. Viimati Mihkel Raua artiklit, kus ta haridusest Eestis rääkis.“

### **Kui tihti teed postitusi?**

„Siis kui hea artikkel tuleb. Kord kuus ikka jagan mingeid artikleid.“

### **Kas osaled sotsiaalmeedias tekkinud aruteludes?**

„Ei, sest ma ei taha, et minu nimi sellistes asjades figureeriks. Mul ei ole vajadust sellistes kohtades oma arvamust avaldada.“

### **Kui ka sõber teeb mingi postituse?**

„Ei, siis ka mitte.“

### **Kas sinu organisatsioonis on mingi eeskiri kasutusele võetud, mis reguleerib sotsiaalmeedia kasutust?**

„Issand, ma ei taha nüüd oma asutuse mainet maha teha, aga ei ole vist. Meil on asutuse Facebooki lehekülg. Keegi ei ole öelnud, kuidas kodanikuga läbi selle suhelda...“ (Intervjueeritav sai teemast valesti aru. Selle koha peal seletasin talle töö vaatenurga ja eesmärgi uuesti üle.)



### **Kui palju sinu kolleegid kasutavad sotsiaalmeediat?**

„Ainult Facebooki ja seda kasutavad ainult mina ja üks teine sekretär ehk siis väga vähesed.“

### **Kas tööandja on kuidagi muud moodi reguleerinud sotsiaalmeedia kasutamist?**

„Ei ole. Töoga seotud asju ma Facebooki ei pane. See on võibolla küll eeskiri.“

### **See on kuskil kirjas?**

„Avalik saladus äkki. Ma arvan, et ikka on. Äkki sisekorraeeskirjas, äkki seal on kirjas. Ma arvan. Ma ei tea kindlalt seda.“

### **Kas suusõnaliselt on öeldud seda?**

„Jah, on ikka.“

### **Kuidas sulle seda öeldi?**

„Ma läksin kohtusse tööle ja ma kuidagi ise teadsin, et ma ei tohi internetis kõva häälega asju rääkida.“

### **Ehk siis sisekorraeeskiri töötab sotsiaalmeedia kasutamise eeskirjana ka?**

„Ma arvan, et seal on midagi kirjas. Ma ei tea.“

### **Kas keegi kontrollib, kuidas sotsiaalmeediat kasutatakse?**

„Ei.“

### **Kas peaks?**

„Huvitav...Ma arvan, et mõnes mõttes peaks ja ei peaks. Ma arvan, et see, mida inimene sotsiaalmeedias teeb on isiklik asi, kui see ei puuduta tema tööd. Aga kui ta hakkab sotsiaalmeedias jagama tööga seotud asju, näiteks kohtunikud lähevad rääkima oma tööga seotud asjadest, siis seda peaks küll kontrollima. Aga ma ei usu, et seda tehakse. Tegelt kohtunikke võibolla jälgitakse küll. Ma arvan, et keegi midagi sellist postitaks, mida postitada ei tohiks, tuleks see välja küll tegelikult.“

### **Mis siis juhtuks?**

„Ma ei teagi. Saaks mingi noomituse või keegi ütleks kõrgemalt, et nii ei tohi teha.“

### **Kas eeskirjas ei ole kirjas, mis juhtub?**

„Ei seda kindlasti ei ole.“

**On midagi sellist varem juhtunud ka?**

„Ei. Meil ei ole selliseid pretsetente ka, et keegi oleks midagi sellist jaganud.“

**Kas sa ise muudaksid siseeskirja puhul seoses sotsiaalmeedia puhul?**

„See tuleks kuhugi kirja panna küll, et töötaja ei tohiks jagada selliseid asju sotsiaalmeedias.“

**Aga midagi muud?**

„Ei tule küll pähe praegu.“

**Kas sind on kuidagi koolitatud sotsiaalmeedia kasutamises?**

„Ei ole.“

**Kas seda peaks tegema?**

„Võibolla peaks küll. Äkki mõned inimesed ei tea seda piiri, mida võib sotsiaalmeedias rääkida ja mida ei või. Selles mõttes võiks eeltöö tehtud olla.“

**Kuidas võiks seda koolitust teha?**

„Keegi tuleb meile ja räägib nagu, mis on sotsiaalmeedia ja mida seal jagada võiks ja ei või. Siis võiks üleüldse selgeks teha, mida sul keelatud on rääkida väljaspool tööaega ükskõik kus.“

**Kas on oluline, kes seda koolitust teeks?**

„Ei ole.“

**Miks on sinu arust sisekorraeskiri kasutusele võetud?**

„Et reguleerida meil tööga seotud asjaolusid, kuigi see on suht mõttetu sisekorraeskiri, sest see otseselt küll midagi ei reguleeri. Ma sain alles poolteist aastat hiljem teada, et meil on teistsugune tööaeg, kui mina ette kujutasin. Ma ei olnud seda niimoodi lugenud.“

**Kas see lihtsalt anti sulle?**

„Jah, läksin tööle ja öeldi, et loe läbi ja pane allkiri alla. Tookord lugesin ma ilmselt selle läbi ja ega mul kõik nüüd küll meelde ei jäänud. Eriti kui on uus inimene. Ma ei osanud seostadagi neid reegleid tööga. Võibolla peaks tihedamalt käskima läbi lugeda.“

**Selgitustööd sellega kaasas ei olnud siis?**

„Ei.“

### **Kuidas jääks paremini meelde?**

„Mitte, et sa loed läbi, vaid keegi räägib selle läbi.“

### **Ühest korrast piisab?**

„Jah, ma arvan, et alguses küll. Meil muutus ka kusjuures eeskiri, siis meil saadeti see uus lihtsalt meiliga ja me ei pidanud allkirja panema.“

### **Kas see on sinu arust õige?**

„Ma ei tea, mul suht ükskõik sellest sisekorraeeskirjast. Vist ei ole. Vist peaks ikka allkirja võtma. Et kui tööle lähed, siis pead allkirja andma, aga kui muutub, siis ei pea. See on nagu vastandlik veidi. Et nagu keegi ei ole seda tutvustanud meile seda ühesõnaga.“

### **Kas sa said nendest muutustest aru ka?**

„Ei, ma ei lugenud seda. Mul ei olnud aega ja mul oli palju tööd.“

### **Miks see muutus üldse?**

„See oli aegunud meil. Seal olid paljud asjad ajale jalgu jäänud nagu ma aru sain.“

### **Kas eraldi sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri on vajalik?**

„Ei ma arvan, et see ei ole vajalik, sest see ei ole meil probleem, et massiliselt töötajad jagavad massiliselt asju sotsiaalmeedias, mida ei tohiks. Kõik ikkagi teavad, et info, millega kokku puutud, on konfidentsiaalne. Aga võibolla kunagi tuleb keegi, kes ei tea, mis on lubatud ja mitte. Võibolla on siis vaja. Aga selle võiks sisekorraeeskirja kirja panna, eraldi küll vaja ei oleks.“

### **Millised on sinu kolleegide arvamused sellistest eeskirjadest?**

„Me ei ole sellest rääkinud. Ma ei oska öelda.“

### **Mis peaks olema kindlasti sotsiaalmeedia juhendis kirjas?**

„Noh, et sa ei tohi jagada tööga seotud asju. Mis seal muud ikka olla saab?“

### **Milline on oht organisatsioonile, kui töötaja eeskirjadest kinni ei pea?**

„Kindlasti meie mainele. Kui meie poole pöördutakse eelkõige probleemidega ja kui tuleb välja, et keegi jagab seda infot, mis on väga isiklik, siis see ei jää ainult meie asutuse sisse, et see jõuab ikka kuhugi kõrgemale välja.“

### **Kas sa jälgid sotsiaalmeedias muid asju ka peale selle, et töö infot ei jagaks?**

„Jah, kuna ma töotan sellises kohas. Ma üritan postitada mitte väga tundlike teemasid või selliseid riigi vastaseid. Näiteks narkopoliitilisi asju ma ei postita. Ma ei postita selliseid asju, mis on nagu ühiskonnas keelatud. Ma jälgin küll hullult, mida ma postitan ja kus ma mida ütlen. Näiteks kanepi legaliseerimise debatid. Esitaks ma ei jagaks sellist asja ja teiseks ma ei kommenteeriks. Minu seisukoht on, et ei, ma töotan sellises kohas ja ma ei saa öelda, et jah lähme nüüd kõik suitsetame. Ma ei saa seda teha. Seda enam, kui ma tahan kunagi kohtunikuks saada, siis kui ma noorena olen jaganud narko teemalisi asju, selliseid nooruse lollusega seotud asju, siis seda ei vaadata hästi.“

### **Ehk sinu alal on oluline..**

„Jah, et ma jälgiks, mida ma internetis teen.“

### **Ja seda kasutatakse hiljem...**

„Jah, seda vaadatakse internetist järgi.“

### **Kas töötaja esindab vabal ajal organisatsiooni, kus ta töötab?**

„Jah.“

### **Kui palju peaks töötaja järgima töövälisel ajal organisatsiooni eeskirju?**

„Väga palju. No näiteks, kui sa oled kohtunik ja lähed lärmama keset linna, siis see ei ole ikka ok, sest seda võivad näha tulevased menetlusega seotud isikud. See ei jäta head muljet.“

### **Aga sotsiaalmeedias?**

„Jah, kindlasti. Sellepärast ei ole paljudel ka Facebooki. Nad ei taha üldse figureerida sotsiaalmeedias. Sellepärast on lasknud paljud nendega seotud postitusi ja pilte maha võtta. Nad tahavad varjata ennast. Need on just pigem kõrgematel kohtadel olevad isikud. Nad tahaks pigem, et nad ei oleks üldse kuskil.“

### **Kui kursis sa oled Reitalmanni ja Võrno juhtumitega?**

„Natukene.“

### **Kas nad rikkusid mingeid reegleid?**

„Jah, seda ei saa niimoodi võtta, et need olid ta isiklikud seisukohad. Eriti, kui seal on näha, kus ta töötab ja mis teemadel sõna võtab. Sealt saab kohe järeldada, et ta esitab oma asutuse seisukohti. Sellisel positsioonil ei tohi selliseid asju öelda.“

**Miks ei tohi sellisel positsioonil?**

„See ei näita sind absoluutselt usaldusväärseks, kui sa ütled sotsiaalmeedias selliseid asju välja ja töötad sellisel ametikohal. Sul on teatud suurem vastutus selle võrra. See on sinu ameti pärast. Sa ei saa selliseid asju lubada.“

**Aga kui ta oleks mõnel muul ametikohal selles organisatsioonis?**

„Ei. Isegi ükskõik, mis ametikohal. Kui ta töötaks Selveris kassapidajana, siis palun väga mine kommenteeri. Ma leian, et riigiasutuse töötaja ei tohi seda endale lubada. Sa esindad riiki.“

**Kas sellised juhtumid on sinu töötamist ka mõjutanud kuidagi?**

„Ei ole.“

**Kui kaua oled sa praeguses organisatsioonis?**

„Kolm aastat.“

**Kas oled varem ka avalikus sektoris töötanud?**

„Ei ole.“

**Kas soovid midagi lisada? (Intervjueeritav võttis ühendust mõned päevad hiljem ja lisas juurde järgmise informatsiooni)**

„Meie allume Avaliku teenistuse seadusele, mille § 51 lg 4 sätestab, et Ametnik peab käituma väärikalt nii teenistuses olles kui ka väljaspool teenistust, sealhulgas hoiduma tegevusest, mis diskrediteeriks teda ametnikuna või kahjustaks ametiasutuse mainet. Mina kui jurist tõlgendaksin seda nii, et kui ma käituksin nii nagu sinu näites toodud isik käitus, siis ma rikuks ATS-i.“

**Lisaküsimuste korral võin ühendust võtta?**

„Jah.“

**Aitäh!**

## **Intervjueeritav 9**

### **Kui kaua olete sotsiaalmeediat kasutanud?**

„Issand issand. No ma arvan, et mingi 2002.“

### **Kas mäletate miks otsustasite kasutama hakata?**

„Kas Orkut läheb ka sinna? Kõik läksid sinna.“

### **Millist kanalit eelistate? Miks?**

„Facebooki. Seal on kõige rohkem tööalaselt ja isiklikult tuttavaid. Kõik on koondunud sinna nagu.“

### **Kas kasutate ka muid sotsiaalmeedia lehekülgi?**

„Ei. Selles mõttes, et Youtube läheb sinna alla? Facebooki ja Youtube'i siis.“

### **Kas teete postitusi sotsiaalmeedias?**

„Mkm. Üldiselt, kui Facebooki, siis ainult seda, mida sõbrad näevad. Avalikke postitusi ei tee. Esiteks, kui riigiametis töötad, siis ei kõlba mingeid *statemente* anda seal.“

### **Miks?**

„Ma olen aastate jooksul ametnikuks kasvanud. Et piiri tunnetan juba ikka. Jätan üldiselt arvamuse enda teada.“

### **Aga sõprade ringis?**

„Ega seal ka väga vähe postitan. Väga vähe postitan. Võimalikult vähe.“

### **Kas osalete aruteludes?**

„Ei.“

### **Miks?**

„Ma ei ole kunagi tundnud, et ma peaks kuskil midagi välja ütlema või enda arvamust avaldama ja ma ei ole liitunud mingisuguste gruppidega, kus oleks suuri arutelusid.“

### **Kas teie organisatsioonis on kasutusel sotsiaalmeedia kasutamise eeskiri või juhend?**

„Ei ole.“

### **Kas võiks olla?**

„Nii ja naa. On olnud jutud, et vist tehakse mingit sellist väikest juhendit. Mingil määral ma arvan, et haktakse seda piirama. Aga iga sellise juhendi elluviimine tõstatab ka vastupidiseid reaktsioone. Ma arvan, et igauks peaks täiskasvanult ise teadma, kui palju ja mida ta võib kasutada, postitada ja levitada. Ma isiklikult ei tunne, et oleks juhendit vaja. Aga ma arvan, et riigiametis tehakse ikkagi mingisugune juhend.“

### **Kas praegu on mingisugune tegemisel?**

„Pidi olema jah nii palju kui ma kuulnud olen.“

### **Kes seda koostab?**

„Teabeosakond.“

### **Kas teisi töötajaid ka kaasatakse selle koostamisse?**

„Võibolla kunagi lõppjärgus küsitakse arvamust või midagi. Praegu küll ei tea.“

### **Kas oleks vaja juba praegu kaasata?**

„Võiks küll juba algstaadiumist peale ikkagi olla kaasatud, et pärast ei saa öelda, et tehti kõik enamuse seljataga. Kui kaasata juba praegu reatöötajaid ka, kellele see pärast läheb kasutusse, ma arvan, et see oleks paremini tehtud.“

### **Milline punkt peaks seal kirjas olema kindlasti?**

„Võibolla just selle postituste tegemiste osas või üldse kommenteerimise. Ma ei ütleks, et mingit ajalist piirangut ei tohiks sees olla.“

### **Ajalist piirangut?**

„Noh, et kui palju sa võid tööajast seal sotsiaalmeedias käia.“

### **Kas tööandja on kuidagi muud moodi reguleerinud sotsiaalmeedia kasutamist?**

„Mkm.“

### **Kas juhend, mis on koostamisel, on õige viis, kuidas reguleerida?**

„Kui muud moodi ei saa. Pärast on hea tugineda, et on juhend.“

### **Kas keegi praegu kontrollib ka sotsiaalmeedia kasutust?**

„[Sülitab kujundlikult kolm korda üle õla] Ma tean, et seda on kontrollitud küll, kui on mingisuguseid pahandusi ja tööaja tabelite ja tööprogrammides viibimisega. Siis võetakse IT-s välja logid, kes kui palju on viibinud.“

### **Kes seda kontrollinud on?**

„Meil viiakse sisejuurdlust läbi. Siis on mingid sellised isikud.“

### **On seda tihti juhtunud?**

„Ei oska öelda. Ma loodan, et mitte väga.“

### **Mis juhtub, kui juurdlus läbi viiakse?**

„Seda otseselt on kasutatud seoses muu teemaga.“

### **Sotsiaalmeediaga ei ole?**

„Otseselt ei ole, et võibolla lihtsalt mingi, kui on küsimus olnud, kas oled tööajal midagi teinud. Siis vaadatakse IT logidest, et oled viibinud Facebookis.“

### **Et siis sotsiaalmeedia kasutamine siin on tööajal keelatud?**

„Ei ole keelatud.“

### **Aga ei ole ka lubatud?**

„Nagu noh, jah. Selles mõttes, et tegelikult on isiklikult mul palju asju Facebookis tööalaselt. Me peame programme läbima Facebookis ja peame ise ka seda jälgima, mis seal toimub. Kui palju seal liitujaid on teatud kampaaniatel ja palju jälgijaid on. Kuidas siis vedada piir, et oled oma lõbu pärast või töö pärast seal?“

### **Selliseid juhtumeid on olnud, et vaadatakse järgi?**

„On olnud küll.“

### **Mis siis saanud on?**

„Hoiatus.“

### **Suusõnaline või kirjalik?**

„Kirjalik ikka.“



### **Kas olete sellise kontrolliga rahul?**

„Ei ole. See tundub rohkem privaatsuse rikkumisena.“

### **Mis tähendab privaatsuse rikkumine?**

„Et esiteks jälgitakse pidevalt, mida sa teed ja palju sa teed ja mis ajal sa teed.“

### **Kuidas oleks õigem kontrollida? Kas üldse kontrollida?**

„Noh, kui tahate, et ei kasutataks, siis võiks üldse kinni panna selle. Samas, kui on tööalaselt vaja seal käia, siis päris kinni ka ei saa seda panna. Ma ei tea, kuidas seda kontrollida. Inimesed suhtlevad ka tööalaselt läbi Facebooki palju. Isegi PRIA-l on oma Facebooki lehekülg, et nagu...“

### **Kas selline kontroll on üldse vajalik?**

„Ma ei usu, et on. Iseendal tunnen küll, et ei ole vajalik. Ma pean ju ise teadma, kaua ma seal olen ja mida postitan. Aga võibolla, et seda niimoodi ei väärkasutataks ja nii palju ei viibitaks... ma ei tea, ma jään küll niimoodi kaheti.“

### **Teie arust ei ole see suur probleem?**

„Ma arvan küll, et ei ole suur probleem.“

### **Kas keegi on teid koolitanud ka, kuidas sotsiaalmeediat kasutada?**

„[Naerab] Ei.“

### **Aga kas te sooviksite, et keegi koolitaks?**

„Ma ei tea, mis seal koolitusel võiks õpetada. Võiks olla väike teavitustegevus. Võibolla mingi asi valgustaks küll mõnest aspektist, et võibolla teed kahju näiteks.“

### **Mis te soovite, et teile seal õpetataks?**

„Võibolla siis tutvustadagi riske, mida sa võid asutuse mainele teha või mida vältida.“

### **Kas koolitus peaks olema koos juhendiga või eraldi?**

„Jah, et saaks ühe korraga tehtud.“

### **Mis kasu sellest oleks?**

„Kui on olemas juhend, siis seda lahti seletada kohe. Eks siis inimesed hakkaks ühtemoodi seda kasutama või saaks üheselt aru sellest.“

### **Miks võetakse üldse sotsiaalmeedia juhend kasutusele?**

„Et inimesed ühtemoodi asjast aru saaks või käituks vastavalt juhendile.“

### **Millised on teie hinnangul teie kolleegidel hinnangud sellistest juhenditest?**

„Üldiselt tekitab juhend või käitumisreeglistik teatud blokeeringut. Samas mõned juhendid on ka kasulikud, et kuidas kasutada. Võtad lahti – nii seda võib ja seda ei või. Oleneb, kui ranged need reeglid seal on.“

### **Kas seda vastuseisu saaks kuidagi leevendada?**

„Jah, kui ta oleks pigem selline soovituslikku laadi. Pehmem kui hüüumärkidega reeglid.“

### **Kuidas peaks seda tutvustama?**

„Võiks sellest rääkida, mitte saata see lihtsalt meili peale. See jääks muidu paljudele lihtsalt meili peale saadetud juhendiks.“

### **Mis see tähendab?**

„Noh, et keegi ei loe seda. Et ei võeta seda kasutusele. Kui keegi selle juba lahti seletab, siis võtad selle rohkem teadmiseks ja pärast saad näiteks meililt lahti võtta, et üle vaadata midagi.“

### **Milline on oht organisatsioonile, kui töötajad ei pea sellistest juhenditest kinni?**

„Ma arvan, et maine kahju. Avalikus teenistuses... ma ei tea, kõik asjad käivad tänapäeval läbi Facebooki. Igaüks saab sind guugeldada, kus sa töötad. Et kui sa midagi ütled, siis see läheb ikka suure kella külge. Üleüldiselt on terve asutuse maine rikutud, kui üks töötaja teeb seda.“

### **Mida peaks avaliku sektori töötaja jälgima, kui ta postitab sotsiaalmeedias?**

„Ma ei tea. Et ei tohi ikka väga äärmustesse langeda oma väljaütlemiste ja postitustega.“

### **Kas teie arvates töötaja esitab vabal ajal organisatsiooni, kus ta töötab? Miks?**

„Jah, kindlasti. No sa oled ikkagi riigiametnik igal pool ja igal ajal. Ma arvan, et see riigiametniku kohustus ei lõppe poole viiega, kui ma siit majast välja astun.“

### **Seega peaks töövälisel ajal töötaja järgima neid eeskirju?**

„Jah, ikka.“

### **Kas teil või teie kolleegidel on isiklikke kogemusi seoses organisatsiooni eeskirjade ja sotsiaalmeedia kasutusega?**

„Jah, uurimine, aga see ei ole väga olnud Facebooki postitustega seotud.“

**See oli kasutamisega seotud jah?**

„Jah.“

**Kas olete kursis Reitemanni või Võrno juhtumiga?**

„Hannes Võrnost olen küll midagi kuulnud.“

**Kas nad rikkusid mingeid reegleid?**

„Kui sa oled ikkagi avalike suhete osakonna spetsialist noh... ma ei tea, kuidas inimene sellisel ametipostil saab kasutada selliseid väljendeid ja...jääb ikka veits arusaamatuks.“

**Kas põhjendus, et see on tema isiklik arvamus, on õige?**

„Ei ole nagu. Just ametnikuna oled kuidagi kohustatud... Sa ei tohi kasutada sellist väga solvavat ja kuidagi inimesi väga lahterdavaid väljendeid. Isegi kui sul on isiklik arvamus. See kui sa räägid kellegagi privaatsest on üks asi.“

**Kas sellised juhtumid teie töötamist ka mõjutasid?**

„Ei. Mis mõttes ka?“

**Kas töö juures peale seda on räägitud sotsiaalmeedia kasutamisest?**

„Ei ole.“

**Millal see eeskirja loomine hakkas pihta?**

„Ma ei tea üldse. Ma olen lihtsalt kuulnud, et see loomisel. Ausalt öeldes sain alles nüüd teada selle läbi e-maili kolleegi kaudu. Siis mõtlesin, et ahah, et see jutt, mis maja peal ringleb ei ole ainult kuulujutt.“

**Et siis kuulsite seda ainult kolleegi käest?**

„Jah. Seda ei ole siin seda räägitud.“

**Kas see on õige?**

„[Naerab] Ei ole õige muidugi. Et siin käivad kõik asjad niimoodi.“

**Kas seda saaks kuidagi parandada?**

„Seda on ka siin nii palju räägitud, et kõik jutud ja arendused peaksid tulema kohe ülevalt alla. Aga need ei tule siiski. Pigem levivad mööda nurgataguseid.“

**Ehk siis sellest eeskirjast te midagi ei tea?**

„Mkm. Mis selle sisuks võib olla, et kas see piirab ajaliselt või pannakse konkreetselt mingid asjad kinni. Kas suletakse mingid saidid või...“

**Suur kontroll on siis peal jah?**

„On jah.“

**Sellest ka pole õrna aimugi, millal see valmis peaks saama?**

„Mkm. [Naerab]“

**Ühesõnaga teavitustööd ei ole tehtud jah?**

„Mkm.“

Kui kaua olete praeguses organisatsioonis töötanud?

„Ohissand, juba 11 aastat hakkab saama kohe.“

**Kas enne töötasite ka avalikus sektoris?**

„See ongi põhimõtteliselt nõ päris töökoht.“

**Kas soovite veel midagi lisada?**

„Ei oska öelda küll.“

**Kas lisaküsimuste korral võin ühendust võtta?**

„Jah.“

**Aitäh!**

## **Intervjueeritav 10**

### **Kui kaua olete sotsiaalmeediat kasutanud?**

„Algas Orkutist, ma arvan, et see oli kuskil 2005. Kindlasti kümme või kümme pool aastat.“

### **Kas mäletate miks hakkasite sotsiaalmeediat kasutama?**

„Sõbrad olid ees. Räägiti kommuunidest ja asjadest, mis seal olid. Tundus nagu põnev, et mis seal on. Siis sai sinna mindud. Et mitte nagu ilma jääda millestki. Tundus, et on oht ilma jääda.“

### **Millist kanalit eelistate?**

„Facebooki ma arvan põhiliselt. Mul teisi kohti ei ole väga, Instagrami ja asju.“

### **Miks?**

„Ma ei näe vajadust. Facebook katab kõik asjad ära, mis mul vaja on. Seal on inimesed, kui ma tahan suhelda kellegiga ja kõik lehed. Lisaasjade järgi ei näe ma vajadust. On teistel kohtadel mõned eelised. Et Instagrami saad pilte panna, mida Facebooki ei pane.“

### **On teil mõni muu sotsiaalmeedia kasutaja?**

„Instagram on. Kunagi sai Twitter ka tehtud, see oli siis, kui Twitter väga uus oli. Ega muid kohti ka ei kasuta. Muid kohti on proovitud ja uuritud, aga need ei ole pakkunud erilist lisa Facebookile. Rate oli ka kunagi, aga ma ei olnud seal ühtegi päeva. Võibolla mingi pilakanal oli seal nalja pärast.“

### **Kas teete postitusi ka?**

„Veidi ikka. Peamiselt gruppides ja oma sõpradele. Oma seinale teen vahest, rohkem võibolla mingit jagamist, kui ma näiteks mingit lehekülge jälgin, kus on mingid uudised ja kui tundub huvitab. Seda on jagatud ilma kommentaarideta. Kord nädala kahe jooksul võib olla.“

### **Miks sa postitusi teed?**

„Hea küsimus. Ma arvan, et see on pooleks. Osa on see, et tunnetad, et see on teiste jaoks huvitav või kasulik. Samas ka trotsist, et jagatakse igasugu jama ja mõtlen, et võiks midagi kasulikku ka jagada. Mõtlen, et tõstan natukene kvaliteeti. Aga eks see natukene enesekeskne ja isekas ole, et kelle jaoks see on kvaliteetne.“

### **Kas sa osaled aruteludes, mis sotsiaalmeedias tekivad?**

„Harva. Vahest, kui tunnen, et väga massilist valet või faktide eiramist toimub. Üldiselt mitte. Vanasti rohkem, aga viimasel ajal vähem. Nüüd tunnen, et ei võida sellest midagi. Et kui ma

postitan, siis nagu ei muutu midagi. Seda ei panda tähele või vastatakse ükskõik mida vastu. Muidugi, kui on mingid kitsamad grupid, kus on mingi arutelu, siis seal postitan muidugi.“

### **Millistel teemadel?**

„No ütleme, et vb kodukohaga seotud teemadel. Kui on mingid sellega seotud lehed ja grupid. Ja siis poliitikaga seotud teemad, aga mitte ilmtingimata kõige tundlikumad teemad nagu rändekriis. Nendel teemadel ma ei viitsi enam ammu osaleda.“

### **Miks?**

„Ma ei näe mõtet sellel, sest Facebooki postituses kedagi ümber veenda on väga väike võimalus ja ei tee midagi muud, kui küüta ainult inimesed üles. Et kui tahan kedagi ümber veenda, siis on mõistlikum temaga kokku saada ja rääkida.“

### **Aga tööga seotud teemadel?**

„Väga mitte. Üldiselt siiani ei ole. Tööga seotud teemaga on see koht, kus nüüd tekib, et kas tohiks või mitte. Nüüd ongi see ametnike nõ mis iganes see oli nüüd eetika nõukogu poolt. See on nüüd siis üle-Eestiline ametnike eetika nõuded või kuidas see pikk nimi oligi. See tuli või tuleb oma nõuannetega välja, kuidas ametnik võiks arvamust avaldada jne. Seda siiani ei olnud. Ei olnud kuskilt tulnud juhendit, et mida tohib öelda, aga endal oli tunne, et vb sellises positsioonis ametnikul ei ole mõtet igal pool sõna sekka öelda. Eriti töö ajal, siis vaadatakse, et kas tal midagi paremat teha ei ole või. Töövälisel ajal kohati enam ei viitsi, siis tahaks lihtsalt pääseda tööasjadest.“

### **Kuidas seda teile tutvustati? Kas seda üldse tutvustati?**

„Sotsiaalmeedia kasutuse kohta tutvustust töökohal ei olnud. Olid küll IT-süsteemide ja asjade kohta juhendid. Et interneti kasutuse kohta, et ei tohi ebasüntsaid lehti külastada ja võid kasutada suhtlusvõrgustikke tööajal, kui see ei vii tööandja mainet alla ja ei sega tööülesannete täitmist. Sellised üleüldised eeskirjad või juhendid on olemas.“

### **Kas seda üleriigilist ametnike juhendit tutvustati?**

„Kui mina läksin tööle, siis seda veel ei olnud. Ma ei oska nüüd öelda, kas see on juba väljas või on kohe välja tulemas. Seda on mainitud ja käisin märtsi lõpus ühel avaliku sektori koolitusel, kus räägiti natukene sellest. See on väga uus asi ja aktuaalne teema, kuna eelmisel aastal korduvalt erinevates kohtades tuli teemaks, kui ametnik oli öelnud midagi, mis ei sobi. Oli siis see Kaitseliidu avalike suhete nõunik või ametnik. Mõned näited olid veel. Siis tunti seda vajadust, et midagi on vaja välja mõelda. Selles mõttes ei ole nagu väga aega olnud seda tutvustada. On juhendid, mis üldist käitumist juhendavad internetis. Sellised üldised põhimõtted on, aga midagi spetsiifilist ei ole.“

### **Kui te koolitusel käisite, siis tutvusite üsna põhjalikult selle ametnike juhendiga?**

„Selles mõttes seda juhendit seal nii põhjalikult ei tutvustatud. See oli üldisem koolitus eetikast avalikus sektoris, mis on need põhimõtted, millest tuleb lähtuda inimestega suhelda ja kõik muud asjad. Täna ja eile olid kaks eetikanõukogu otsust, mis välja tulid. Et kui sa käid tööajal reisirõl, et kas sa tohid neid boonuspunkte endale koguda. Need on sellised üldised põhimõtted, et kas ja kuidas tohid ametniku seisundit kuidagi enda kasuks ära kasutada või teistest rääkida. Need põhimõtted rakenduvad sotsiaalmeedias olles ja tegelikult oma olemuselt oled ametnik 24/7. Et näiteks sotsiaaltöötaja ei ole kaheksast viieni sotsiaaltöötaja ja siis õhtul läheb kuskile klubisse ja klientidega joob. See ei ole kohane käitumine. Need on sellised üldised põhimõtted. Olgu see siis sotsiaalmeedias või mujal.“

### **Kas koolitusest oli kasu ka teie arvates?**

„Jah, see koolitus oli väga hea. See on küll koolitus, mis peaks värsketele ametnikule kohustuslik olema. Kuigi seal koolitusel oli väga seinast seina inimesi, kes on arvatavasti 40 aastat ametnikud olnud. See ei ole kaugelki kõigini jõudnud, aga minu jaoks oli see väga asjalik koolitus. Nii koolitaja kui ka oma materjali poolest. Selliseid nõ üldiseid põhimõtteid ja sissejuhatust sellest, kes on ametnik ja kuidas ta peaks käituma ja millistest põhimõtetest lähtuma. See kuulub küll ametnikule ära.“

### **Millise punkti te paneksite kindlalt sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja?**

„Ma arvan, et see on keeruline, et ühelt poolt tahaks kohe öelda, et tööajal ära kommenteeri midagi, sest see muudab nii sind kui ka asutust kohe haavatavaks. See, et sa seal ühe postituse tegid, siis vaadatakse kohe, et näe tööajal Facebookis ja ei tee midagi. Postituse tegemine võib võtta kolm minutit, aga kohe jääb mulje, et terve päev passib seal. See oleks siis esimene punkt, et ära töö ajal midagi tee. Teiseks, kui sa vabal ajal teed midagi, siis eriti kui sa tööga seotud asju kommenteerid, siis pead selgelt aru saama, et kannad selle eest mingit vastutust. Et ei ole nii, et vabal ajal võid öelda, mida tahad ja see et sa oled ametnik ei loe. Ikka loeb. Et siis kaks üldisemat asja, et töö ajal ära tee ja vabal ajal pea meeles, et sa oled jätkuvalt ametnik.“

### **Kas peate vajalikuks sotsiaalmeedia juhendit?**

„Kas nüüd juhendit aga sellist põhimõtete ülerääkimist ja tutvustamist küll. Eks see ole asi, mille peale nagu ei mõelda. Sotsiaalmeedia on ühelt poolt nagu väga pikalt olnud, aga teiselt poolt selle mõju on pidevalt järjest suuremaks läinud. Mõju info saamiseks, uudiste allikana, muljete ja arusaamade kujundamiseks on järjest tõusnud ja tõenäoliselt tõuseb väga pikalt. Teatud meeldetuletus ja informeerimine teatud aja tagant ka kogenud inimestele, et ei tekiks sellist mugavust, on vajalik. Et ametnik ei läheks Twitteris või Facebookis kaasa kõigega, sa peaksid natukene mõtlema. Ma arvan, et seda ei tehta. Õnneks enamasti see ei too midagi, sest paljud

lihtsalt ei postita halbu asju, aga vahetevahel ikkagi juhtub nagu eelmine aasta korduvalt näitas. Selles mõttes mingi kerge ülevaade asjadest võiks küll olla.“

### **Kes peaks seda koostama?**

„Ma ei tea, eks nad selles mõttes peaksid olema mingi ühine... Ma ei oska öelda, kes selle eest peaks vastutama. On olemas ametniku vanne, et kui sa ametnikuks hakkad, siis annad vande. Need on teatud põhimõtted, millest lähtud. Sisuliselt on seal sotsiaalmeedia eetika põhimõtted mingil määral sees. See vanne ei ole küll väga pikk, aga läbi on ta mul loetud ja allkiri selle kohta antud. Seal on need asjad olemas, et võibolla siis üldisemalt sotsiaalmeedia kohta sinna paar punkti ja seda kord aastas kõigile meelde tuletada. Rohkem ei ole vaja ma arvan.“

### **Kas nende põhimõtete koostamisel oleks vaja kaasata ka teisi töötajaid?**

„Ma arvan, et see ei peaks olema ühe asutuse keskne. Sellel ei ole mõtet. Esiteks on selle väljatöötamine on ilge ressursi raiskamine ja teiseks selliste üldiste põhimõtete väljatöötamine eetika nõukogu põhjal on näide olemas, kus on pädevad inimesed koos, kes oskavad otsuseid teha sellel teemal.“

### **Et siis ollakse õigel teel?**

„Jah, ma arvan küll. See on ka nagu paar aastat tagasi loodud ja see alles hakkab tööle. Aga selliste asjade loomine ja avalikustamine on üsnagi hea asi. Ma tean, et nad töötavad juba järgmiste juhendite kallal. Koolitusel rääkisid. Ma arvan, et iga organisatsiooni ülesanne ei ole neid välja töötada, vaid meelde tuletada oma töötajatele. Kord aastas kui teha majakoosoleku.“

### **Kes selle koosoleku võiks teha?**

„Ma arvan, et see võiks olla mingi organisatsiooni juht ja personalijuht. Mis iganes vormis nad on. Igas organisatsioonis on nad erinevad.“

### **Kui paljud te kolleegidest kasutavad sotsiaalmeediat?**

„Ega ei oska otseselt öelda. Avalike suhete juht kasutab palju loomulikult. Tema ülesanne ongi neid asju teha. Teised – ei oska öelda. Viimasel ajal on järjest rohkem noori inimesi peale tulnud, aga pooled on nagu vanemad inimesed. Ma ei oska isegi aimata nende sotsiaalmeedia kasutust, kuna me eraldi tubades. Ma arvan, et osad ikka päeva jooksul vaatavad asju. Kuna eriti viimase aasta jooksul on tulnud neli või viis nooremast inimest kindlasti, et siis nemad kindlasti kasutavad ja eks ole veel inimesi. Ma arvan, et üks kolmandik mingis osas kindlasti kasutab.“

### **Millised on sinu kolleegide arvamused juhenditest või põhimõtetest?**

„Ma ei oska seda kommenteerida, millised need võiksid olla. Ametniku vanne on selline asi, mida antakse siis, kui tööle lähed. See on nagu loomulik osa asjast. Ma arvan, et kui juhend oleks



pikk ja detailne, siis mõeldakse ikka, et miks seda vaja on. Eriti vanemad töötajad, kes on kümneid aastaid töötanud. Ma arvan, et sellise pika eraldi juhendi vastu tuntaks sellist üleolevust või midagi. Kui oleks nagu täiendus sisekorraeskirjades, siis ma arvan, et loetaks seda teadmiseks.“

### **Kas juhendiga peaks kaasnema selgitustöö?**

„Jah, selles mõttes ikkagi, et selgitus, miks võetaks see kasutusele. Kui keegi tuleb ja natukene seletab, miks on see, toob näiteid ja räägib, siis muutub see aktsepteeritavamaks ja mõistetakse, miks see kasutusele võetakse.“

### **Milline on oht organisatsioonile, kui töötaja juhendist kinni ei pea?**

„Eks see maine langus on see kõige suurem asi. Seal nõ rahalisi tagajärgi otseselt ei ole. Avalikus sektoris ei ole, et kui ettevõtte maine langeb, siis võib tulu langeda. Seda poolt nagu ei ole. Aga mainelangus ja usaldusvääruse kaotus on asjad, mida ükski avaliku sektori organisatsioon ei taha. Kui vaadatakse, et ah need ametnikega on niigi probleem sellega ja nad midagi muud seal nii kui nii ei tee, kui joovad kohvi seal. Kui lisaks sellele postitatakse mingeid lollusi veel, siis see ei ole kindlasti mainele hea. Aga noh, muud ohtu seal väga ei saa olla.“

### **Te jälgite, mida postitate sotsiaalmeedias?**

„Ikka jah. Ma jälgiks seda ka siis, kui ma ei oleks ametnik. Ma arvan, et mul on üsna hea filter peal.“

### **Mida täpsemalt?**

„No, et sa isiklikuks ei läheks ja roppusi või lauslabadusi ei postitaks. Sellised standardid, mida ma iseendale olen püstitanud. Nagu igapäevaelus ei lähe tänaval kedagi sõimama, siis ka sotsiaalmeedias. Normaalsed inimlikud suhted võiksid olla tavaks ja kombeks.“

### **Kas teil või teie kolleegidel on isiklike kogemusi seoses organisatsiooni eeskirjadega ja sotsiaalmeedia postitustega?**

„Ei ole olnud selliseid asju.“

### **Kas oled kursis Vörno või Reitelmanni juhtumiga?**

„Jah, mäletan küll.“

### **Kas nad rikkusid mingeid reegleid?**

„No see ongi nüüd see asi, et mis ma enne ütlesin – labane kirjaviis. Sellist sõimu või lauslabadust ei võiks üldse niisamagi endale lubada. Aga kui sa oled see spetsialist seal, siis kohe kindlasti ei võiks seda lubada. See paneb su enesekontrolli ja professionaalsuse sügava kahtluse

alla, kui sa ei suuda selles valdkonnas, kus sa igapäevaselt tööd teed, ennast kontrollida. See on nagu politseinik, kes paneb autojuhte puhuma ja iga õhtu joob ennast sigalaku täis. See ei ole võimalik. Samamoodi võiks see siin olla.“

### **Kas see mõjutas teie töötamist?**

„Selles suhtes, et ma siis veel ei töötanud, aga eetika koolitusel oli sellest juttu küll. Selle üle arutati.“

### **Kas seda koolitust on varem ka tehtud?**

„Jah, seda tegi sisekaitseakadeemia. Neil on välja töötatud formaat ja seda korraldatakse mingi regulaarsega. See on mingi sisekaitseakadeemia koolituskeskus vms. See oligi märtsi lõpus. Neil on veel selliseid avalikule sektorile mõeldud koolitusi. Sinna koolitusele mahtus 20 inimest, aga sellise mahu juures ei jõua inimesi läbi käia. Koolituse formaat üksi ei tööta. Neid inimesi kutsutakse organisatsioonidesse ka muidu rääkima. Nad ise ütlesid.“

### **Koolitusel keskenduti rohkem eetikale?**

„Jah, eetikale.“

### **Kas maavalitsuses oleks vaja eraldi koolitust, kus õpetatakse sotsiaalmeediat kasutama?**

„Ma ei usu, et seda oleks vaja enam vaja. Piisaks sellest, kui on põhimõtted kasutusel – ära tööajal tee ja loe kaks korda üle ja siis postita.“

### **Kui kaua olete praeguses organisatsioonis töötanud?**

„Septembrist“

### **Kas enne seda olete ka avalikus sektoris olnud?**

„Ülikoolis olen olnud tööl.“

### **Kas soovite veel midagi lisada sellel teemal?**

„Põlva maavalitsus on üsnagi väike, aga suuremas organisatsioonis võib olukord hoopis teine olla. Seal võivad probleemid ja asjad teistmoodi esile kerkida. Meil on väikse organisatsioonina niigi üksteise tegemistest ja tujudest ülevaade, aga suuremas organisatsioonis võivad probleemid või vihad olulisemalt pikemalt varjul olla. Keegi hakkab oma asutust sõimama võibolla. Need ohud on suuremas organisatsioonis ka suuremad, ma arvan.“

**Esialgu tasuks keskenduda suuremate organisatsioonide poole ja siis vaadata väiksemate poole?**

„Põhimõtete väljatöötamine oleks ühtemoodi kõigile, aga selle vajalikus suuremate jaoks oleks natukene tähtsam. Ma ei oska hästi sõnadesse panna, ma lihtsalt mõtlen. Kui näiteks Põlva maavalitsuse ametnik teeb Facebookis postituse mingil teemal, mis ei puuduta maavalitsust otseselt ja kui teeb välisministeeriumi ametnik, siis on need hoopis erinevad asjad. Selles mõttes on tundlikus ühel oluliselt suurem. Selles suhtes on probleemid ja tähtsus suuremates organisatsioonides teised. Meie puhul võibolla ei ole see oluline. See ei ole oluline nii kaua, kuni see juhtub.“

**Lisaküsimuste korral võin ühendust võtta?**

„Jah, ikka.“

**Aitäh!**

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina Taavi Rebane (autori nimi)

(sünnikuupäev: 21.03.1994)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Töötajate sotsiaalmeedia kasutamine Eesti avaliku sektori organisatsioonide vaatepunktist, (lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on Tiiu Taur, (juhendaja nimi)

1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 01.06.2016 (kuupäev)