

Tartu Ülikool  
Sotsiaalteaduste valdkond  
Ühiskonnateaduste instituut  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Getter Kristen Rang

**Eesti noorte naiste Tinderi kasutuspraktikad ja tajutavad tüüpilised  
meeskasutajad**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Maria Murumaa-Mengel, MA

Tartu 2017

## TÄNUSÕNAD

Bakalaureusetöö koostamine konkreetsel teemal sai võimalikuks tänu minu juhendajale Maria Murumaa-Mengelile. Koos temaga seljatasime raskused, mis oleksid olnud üksinda üle jõu käivad. Bakalaureusetöö koostamise vältel polnud ma kordagi tööd puudutavate murede, küsimuste või arusaamatustega üksi. Kui olin ise kulutanud tunde teadusartikli kättesaamisele ning kaotanud peaaegu lootuse, piisas kirjast Mariale, kes juba paarikümne minuti möödudes mulle kaua otsitud materjali edastas.

Olen südamest tänulik Mariale pühendumuse, harukordse põhjalikkuse, koostöövalmiduse ning kogu bakalaureusetöö koostamise vältel saadud nõuannete eest. Tänan Mariat, et ta oli lisaks juhendamisele valmis jagama oma kogemusi, harukordseid teadmisi ning mitmel korral ka kaduma läinud inspiratsiooni. Tänu Maria juhendamisele valmis minu bakalaureusetöö just sellisel kujul.

Kui alustasin kolm aastat tagasi ülikooliteed, lausus Maria meie kursuse üliõpilastele: “Krunn kuklasse ja küte.” Mitte ainult mina, vaid ka minu kaasõpilased oleme töösse uppudes seda mõtet peas korranud. Eriti meenutasin seda endale öötundidel bakalaureusetööga silmitsi seistes ning unega võideldes.

Olen südamest tänulik kõigile üheksale intervjuueeritavale, kes olid vabast tahtest nõus uuringusse oma aega, kogemusi ja teadmisi panustama. Soovin rõhutada, et just nemad moodustasid uuringu tuumosa ning tegid töö kirjutamise võimalikuks. Samuti tänan retsensenti asjakohaste nõuannete jagamise ning probleemsete punktide tõstatamise eest eelkaitsmisel.

Tänan oma armsaid sõpru ja kursusekaaslaseid, kellega koos edusammude üle rõõmustasime ning pettumusjärgselt üksteist innustasime. Samuti tänan oma lähedasi, kes on olnud minu jaoks olemas igal ajahetkel ning minu tegemisi ning otsuseid alati toetanud.

# SISUKORD

<b>SISSEJUHATUS.....</b>	<b>5</b>
<b>1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD.....</b>	<b>7</b>
1.1. Lähi- ja romantiliste suhete loomine veebis .....	7
1.1.1. <i>Tinder</i> .....	9
1.1.2. <i>Sugudevahelised erinevused Tinderi kasutuspraktikas</i> .....	11
1.1.3. <i>Kohtingusaitide ja -rakenduste kasutuse eesmärgid</i> .....	12
1.1.4. <i>Kohtingusaitide ja -rakenduste kasutusega kaasnevad ohud</i> .....	14
1.2. Enesepresentatsioon .....	16
1.3. Kujutletav auditoorium .....	17
1.4. Uurimisküsimused .....	19
<b>2. MEETOD JA VALIM.....</b>	<b>21</b>
2.1. Valim .....	21
2.2. Andmekogumismeetod .....	24
2.3. Andmeanalüüsi meetod .....	26
<b>3. TULEMUSED.....</b>	<b>29</b>
3.1. Üldised hinnangud ja arvamused Tinderi keskkonnast .....	29
3.1.1. <i>Tinderi kasutamise eesmärgid</i> .....	31
3.1.2. <i>Tajutavad võimalused Tinderis</i> .....	37
3.1.3. <i>Tajutavad ohud Tinderis</i> .....	39
3.2. Noorte naiste enesepresentatsioon Tinderis .....	41
3.3. Noorte naiste nägemus tüüpilistest Tinderi meeskasutajatest .....	44
3.3.1. <i>Eksponeerija</i> .....	45
3.3.2. <i>Karjääriinimene</i> .....	48
3.3.3. <i>Autofanaatik</i> .....	51
3.3.4. <i>Reisija</i> .....	53
3.3.5. <i>Ennast käest lasknud mees</i> .....	55
3.3.6. <i>Tagasihoidlik kasutaja</i> .....	57
3.3.7. <i>Paha Poiss</i> .....	59
3.3.8. <i>Kaitsevaelane</i> .....	61
3.3.9. <i>Hipster</i> .....	62

3.4. Noorte naiste valikute tegemine Tinderis .....	63
<b>4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON .....</b>	<b>73</b>
4.1. Järeldused .....	73
4.2. Diskussioon .....	79
4.3. Edasised võimalikud uurimissuunad .....	83
4.4. Meetodi kriitika .....	86
<b>KOKKUVÕTE.....</b>	<b>89</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>90</b>
<b>KASUTATUD KIRJANDUS.....</b>	<b>92</b>
Lisa 1. Intervjuu kava .....	109
Lisa 2. Intervjuude transkriptsioonid.....	111

## SISSEJUHATUS

Kohtingurakendused on nutiseadmetele mõeldud operatsioonisüsteemid (Hoehle ja Venkatesh, 2015), mille peamiseks eesmärgiks on veebipõhine armastuse leidmine (Popolo ja Griffith, 2014), ehkki rakendusi kasutatakse näiteks ka üheöösuhete leidmiseks (Couch ja Liamputtong, 2008) või lihtsalt meelelahutuseks (Ligtenberg, 2015).

Erinevate suhteportaalide ning kohtingurakenduste seast on viimastel aastatel esile kerkinud mobiilirakendus Tinder, mille eesmärgiks on luua inimestevahelisi kontakte, mis areneksid edasi sõprus- või armusuheteks. 2016. aasta juuli seisuga on Tinder maailmas kõige enam alla laetud kohtingurakendus iOS tarkvara vahendusel – Tinderit on erinevate tarkvarade kaudu laetud alla ligi 32,5-l miljonil korral (The Statistics... , 2016a; The Statistics... , 2016b). On märgata tugevat kasvutendentsi – näiteks Ameerika Ühendriikides läbi viidud uuringust ilmses, et 2013. aasta seisuga olid 10% 18-24-aastastest noortest veebipõhist kohtinguportaaali või -rakendust kasutanud, kuid 2016. aastaks oli protsent tõusnud lausa 27-ni (Anderson ja Smith, 2016).

Käivad teravad arutelud selle üle, kas Tinder on pigem rakendus üheöösuhete saavutamiseks (Sales, 2015) või aitab kaasa pikaajsete püsisuhete loomisel (Lapowsky, 2015). Kohtingurakenduste aina populaarsemaks muutumine annab aluse rääkida liberaalsemate seksuaalsete normide tekkest. Kohtinguportaalide ning -rakenduste kasutamine on varasemalt läbi viidud uuringute kohaselt tõenäoliselt suurendanud seksuaalvahekordade arvu ning pannud inimesi tihedamini partnereid vahetama (Couch ja Liamputtong, 2008). Salesi (2015) järgi on Tinderi kasutamine suurendanud inimeste rahulolematust kaaslaste suhtes ning levitanud ühiskondlikku arusaama, et alati on kuskil keegi parem, kelle vastu senine partner välja vahetada. Seeläbi on partnerid kui objektid, kes on võrreldavad välimuse alusel ning keda on lihtne parema ilmumisel asendada (Sales, 2015).

Kuna Tinder on võrdlemisi uus rakendus ning turul alates 2012. aastast, pole uuringuid Tinderi teemal veel väga palju läbi viidud. Praeguseks on akadeemiliselt uuritud Tinderi kasutamisharjumusi (Tyson, Perta, Haddadi ja Seto, 2016; David ja Cambre, 2016; Duguay, 2017), Tinderi kasutamiskogemusi (Braziel, 2015), Tinderiga kaasnevaid ohte (Sales, 2015),

tegevusviiside erinevusi mees- ning naiskasutajate vahel (Hwang, Chan-Olmsted, Nam ja Chang, 2016), Tinderi kasutusmotive (Sumter, Vandenbosch ja Ligtenberg, 2016) ning enesepresentatsiooni Tinderis (Ward, 2016; Ranzini ja Lutz, 2017). Eestis on varasemalt kohtinguportaale uuritud peamiselt Rate.ee näitel – Murumaa (2006) uuris, kuidas konstrueerivad kasutajad seksikust visuaalsete vahenditega, Miljan (2007) keskendus noormeeste visuaalsele enesepresentatsioonile, Tamme (2010) uuris eelteismeliste suhtlusportaalide kasutuspraktikaid Rate.ee näitel ning Proosa (2009) ja Siibak (2006) keskendusid visuaalse identiteedi loomele. Eestis on konkreetsemalt Tinderi keskkonda uurinud Niit (2016), kes kaardistas laiemalt Tinderi kasutamist ja rahulolu Eesti noorte täiskasvanute seas ning kogus informatsiooni kvantitatiivse uurimismeetodi ehk anonüümse ankeetküsimustiku abil. Käesolevas töös kasutan andmekogumismeetodina kvalitatiivset uurimust, et saada intervjueeritavalt detailset ning põhjalikku informatsiooni nende kasutuspraktikate kohta Tinderis ning seeläbi saada teadmisi selle kohta, kuidas mõtestavad naised Tinderis tehtavat ja nähtavat.

Käesolevas bakalaureustöös kombineerin vaatluse, intervjuu ning loovuurimismeetodi, et saada teada, millised on naiskasutajate kasutuspraktikad kohtingurakenduses Tinder. Uurin, millistel põhjustel kasutavad Eesti noored naised Tinderit, kuidas presenteerivad naised end Tinderis ning millistena näevad nad tüüpkasutajaid. Leian, et antud teemat on vaja uurida, kuna üha rohkem sõprus- ning armusuhteid saab alguse Tinderi vahendusel. Seetõttu pean oluliseks uurida, millised on tänapäevased tavad inimestevahelises suhtluses kohtingurakendustes.

Bakalaureusetöö jaguneb kolmeks peamiseks osaks: teoreetiline ja empiiriline osa, meetodi ning valemi kirjeldus ning analüüs. Esimene osa annab ülevaate teoreetilistest ja empiirilistest lähtekohtadest (internetist kui lähisuhete ja romantiliste suhete loomise platvormist, Tinderi olemusest ning meeste ja naiste erinevustest rakenduse kasutamisel, kohtingusaitide ning -rakenduste kasutuse eesmärkidest ning sellega kaasnevatest ohtudest, enesepresentatsioonist ning kujutletavast auditoriumist). Esimese osa lõpus esitan töö peamised uurimisküsimused. Teises osas annan ülevaate meetodist ja valimist. Töö kolmandas osas esitan uurimise käigus selgunud tulemused ning neljandas osas esitlen lugejale peamised järeldused ning laiema diskussiooni. Kõige viimase sisulise osana esitan kokkuvõtte uuringust.

# 1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Käesolevas peatükis annan ülevaate internetist kui lähisuhete ja romantiliste suhete loomise platvormist, Tinderi rakendusest ning peamistest erinevustest mees- ja naiskasutajate kasutuspraktikate vahel. Seejärel annan ülevaate kohtingusaitide ja -rakenduste kasutuse eesmärkidest ning nendega kaasnevatest ohtudest, enesepresentatsioonist ning kujutletavast auditooriumist. Peatüki viimase osana esitan uurimisküsimused.

## 1.1. Lähi- ja romantiliste suhete loomine veebis

Internetist on saanud tänaseks populaarne meedium inimestevaheliste suhete loomiseks (McCown, Fischer, Page ja Homant, 2001). Tihtipeale areneb veebis alanud suhtlus ka võrgustikust kaugemale – hakatakse suhtlema häälkõnede abil ja kohtutakse füüsilises maailmas (McCown jt., 2001). Aina kättesaadavamaks on muutunud erinevad vahendid suhete loomiseks, mis tuleneb interneti ja nutiseadmete kiirest levikust (Finkel, Eastwick, Karney, Reis ja Sprecher, 2012). Elame ajajärgus, mil on toimunud suur muutus paarilise leidmise tavades (Mulrine, 2003).

Tehnoloogia ning nutiseadmed on muutnud inimeste romantiliste suhete loomise viise ning internetisuhtlust nähakse hea viisina inimestega kohtumiseks. Paljud inimesed on tänaseni kahtlevad selle osas, kuidas on võimalik leida partnerit internetist, kuid üldises pildis on partneri otsimine ja leidmine internetist aktsepteeritavam kui see oli näiteks kümme aastat tagasi (Smith ja Anderson, 2016). Järgnevalt annan põgusa ülevaate sellest, kuidas on kohtingusaidid ja -rakendused kujunenud just selliseks nagu nad on täna.

Tänapäevased kohtingusaidid ning -rakendused on välja arenenud veebipõhistest jututubadest, mis hakkasid populaarsust koguma 1990. aastate alguses. Inimesed hakkasid kasutama jututubasid, et avastada enda jaoks uusi võimalusi flirtimiseks ning fantaseerimiseks, küberruumis suhtlemisest sai alguse täiesti uus sotsialiseerumise vorm, mis pani aluse uuele sotsiaalsele ning seksuaalsele revolutsioonile (Kennedy, 2010). Seega saabki öelda, et 1990.

aastate alguses loodud kohtumisportaalid panid aluse internetipõhisele kohtingute läbiviimise ning suhete loomise tavale (Smith ja Duggan, 2013).

Võrguteenuseid pakkuvad ettevõtted nagu America Online, Prodigy ning Craigslist võimaldasid inimestel kasutada jututubasid ning foorumeid internetipõhiseks kohtamiseks ning sai selgeks, et internet hakkab muutma seniseid suheteloomise ning armastuse otsimise viise (Lee, 2016). 1996. aastal loodi Friend Finder Network, mis alustas tegevust sotsiaalvõrgustikuna, kuid paari tegutsemisaasta järel muutis ettevõtte suunda ning arendas platvormist välja kohtinguportaaali täiskasvanutele – seda just varasemate klientide eelistustele tuginedes (Friend Finder..., 2016). Samuti on veebipõhise kohtingurevolutsiooni kujunemisel olnud suur roll kohtingusaitidel nagu Match.com, mis tuli turule 1995. aastal (Lee, 2016), Meetic, mis loodi 2001. aastal ning on ühtlasi ka populaarseim kohtingusait Euroopas (Meetic..., 2016) ning OkCupid, mis on turul alates 2004. aastast (Jackson, 2011).

Kohtingusaitide kõrvale hakkasid juba 2000ndate aastate alguses ilmuma esimesed mobiilsed kohtingurakendused, kuid nende suurem populaarsus sai alguse aastal 2007 (Spira, 2012). Populaarsuse kasvu seostatakse esimese iPhone'i ning iOS tarkvara turuletulekuga (Spira, 2012). 2007. aastaks olid veebipõhised kohtingud kogu veebitööstuses teisel kohal, võttes arvesse kogusummat, mis makstakse klientide poolt sisu eest veebiplatvormil (Lee, 2016). 2010. aastaks kasutasid kohtingusaite erineva seksuaalse orientatsiooni, rassi ning religiooniga inimesed ning see andis võimaluse leida lihtsalt sobivat ja otsitavatele kriteeriumitele vastavat inimest ning tegi vastupidiselt vähem tõenäoliseks võimaluse sattuda kokku kellegagi, kes asub väljaspool varasemalt määratud identiteediraami (Lee, 2016).

On leitud, et kohtingurakendused on ületanud kohtingusaitide populaarsuse, kuna ühendavad võimalused otsida partnerit lähtuvalt geograafilisest asukohast, luua aktiivselt kokkusobivust ning olla teadlik kogu suhteloomise sotsiaalsest protsessist (Spira, 2012).

Tänapäeva noored eelistavad traditsioonilisele partneriga kohtumise viisile mobiilsuse suurenemise tõttu otsida sobivat partnerit veebist (Mulrine, 2003). Hoiakud veebipõhilisele partnerite otsimisele on muutunud aastatega üha positiivsemaks. 2013. aastal läbi viidud uuringus veebipõhiste kohtingute ning suhete kohta ilmnas, et kui 2005. aastal leidis 44%



küsitluses osalenutest, et veebipõhine paarilise leidmine on hea viis inimestega kohtumiseks, siis 2013. aastaks oli see protsent tõusnud 59-ni (Smith ja Duggan, 2013). Samuti on suurenenud inimeste arv, kes leiavad, et kohtingusaitide kasutamine võimaldab leida neil sobivama paarilise (Smith ja Duggan, 2013).

### **1.1.1. Tinder**

Populaarseimaks kohtingurakenduseks on kujunenud Tinder, mida on maailmas kõige enam iOS tarkvara vahendusel alla laetud (The Statistics... , 2016a). Harrington (2015) väidab, et tänu kohtingurakendustele nagu Tinder saab iga viies suhe tänapäeval alguse veebikeskkonnast. Seega on tõestatud, et kohtingurakendused on tõusev trend ning rakenduse kaudu leiab endale paarilise üha suurem hulk inimesi. Mobiilmeediale, mille alla paigutub ka Tinder (Ranzini ja Lutz, 2017), on omased neli omadust – kaasaskantavus, kättesaadavus, positsioneeritavus ning multimeedialisus (Schrock, 2015). Tinder on mängulaadne rakendus, mille kasutamine võib kujuneda igapäevaseks rutiiniks (Duguay, 2017).

Tinder tähendab inglise keelest otsetõlkes “tulehakatist,” mis seletab rakenduse eesmärki süüdata leek inimestevahelises suhtluses ning arendada seda edasi vastavalt nende enese motivatsioonile ning eesmärgile. Tinder on loodud vallaliste inimeste ühendamiseks (Grigoriadis, 2014). Valikud kaaslaste osas tehakse visuaalsele esmamuljele ehk profiilipildile tuginedes (Grigoriadis, 2014).

Tinder on mobiilne kohtingurakendus, mille abil saavad rakenduse kasutajad vastavalt oma asukohale valida potentsiaalseid partnereid lähtudes vastassoosindaja profiilist ning pildist (Tyson, Perta, Haddadi ja Seto, 2016). Tinder kannab loosungit “See on kui reaalelu, kuid parem” (James, 2015). Tinderi profiilid on mahuliselt limiteeritud ning sisaldavad nime, pilte, vanust, ülevaadet huvidest ning lühikest enesetutvustust (Tyson jt, 2016). Tinderi eripära seisneb selles, et kasutajatel pole vaja luua kasutajanime ega pseudonüümi – profiilil on näha nende eesnimi (James, 2015). Kasutajatel on võimalik määrata soovitatav vanusevahemik ning sugu partnerite selekteerimiseks. Kuna Tinder on asukohapõhine kohtingurakendus ning kasutab GPS-rakendust (ülemaailme asukohamääramise süsteem), siis kuvatakse rakenduses vaid kasutajad, kes asuvad maksimaalselt 100 miili ehk 160 kilomeetri raadiuses. (Tyson jt,

2016) Tinderi *premium* versiooni alla laadides puudub geograafiline piirang (Tinder: Launching... , 2016).

Tinder loodi aastal 2012 ning tänaseks on mitteametlikel andmetel Tinderis umbes 50 miljonit aktiivset kasutajat, Tinderi täpset kasutajate arvu pole kunagi avaldatud (Bilton, 2014). 2015. aasta seisuga kasutab Tinderit igapäevaselt umbes 9,6 miljonit inimest (Ward, 2016). Tinder põhineb *match*'ide leidmisel ehk mõlemapoolse esmase sümpaatia ilmnedes üksteise virtuaalsel heakskiitmisel. Kasutajatel on võimalik teha vastassoosindaja profiili ilmnedes näpuliigutus ekraanil ehk *swipe* paremale (edaspidi kasutan verbi svaipima), kui kiidetakse heaks ekraanile ilmunud isik. Vastupidisel juhul tuleb teha näpuliigutus ekraanil vasakule, mis ei anna võimalust vastaspoolel kontakti luua ning suhtlust alustada. Kui mõlemad pooled on üksteist valinud ehk teinud näpuliigutuse paremale, ongi sündinud järjekordne "*match*" ehk kokkusobiv paar ning suhtlemine sõnumite teel võib alata. (Bilton, 2014)

Tinder võttis uuendusena kasutusele ka *premium* versiooni, mille alusel saavad alla 30-aastased kümne dollari eest kuus valida piiramatul koguses partnereid ning samuti puudub geograafiline limiit, mis annab võimaluse pääseda ligi kõikidele Tinderi kasutajatele üle maailma (Parco, 2016). Intrigeerivaks nüansiks on see, et inimesed, kes on vanemad kui 30 aastat, peavad *premium* versiooni kasutamise eest maksma suurema summa (Parco, 2016). Samuti tuli eelmise aasta juunikuus välja Tinderi laiendus *Tinder Social*, mille põhiideeks on grupikohtingute läbiviimine (Tinder: Launching ... , 2016).

Tinder töötas hiljuti välja rakenduse *Tinder Boost*, mille puhul on tegu lisafunktsiooniga, mille testimisega alustati 2016. aasta septembrikuu lõpus. Sellekohaselt saavad kasutajad osta võimaluse, et nende profiil ilmuks nende piirkonnas 30-ks minutiks teistest kasutajatest eespool. See funktsioon võimaldab näha hiljem tagasisidet, kui palju inimesi 30 minuti jooksul profiili vaatas. (Liberatore, 2016) Hetkel töötab Tinder välja rakendust *Tinder Online*, mis võimaldab hakata Tinderit kasutama ka veebikeskkonnas arvutit kasutades (Tinder: Introducing ... , 2017).

### 1.1.2. Sugudevahelised erinevused Tinderi kasutuspraktikas

Statistilised andmed kasutajaarvu kohta sugude lõikes on saadaval eelkõige USA näitel. 2016. aasta seisuga oli USAs 67,8% Tinderi kasutajatest mehed ning 32,2% naised (The Statistics Portal ... , 2016bc). Sugudevahelisi erinevusi Tinderi kasutuspraktikas on maailmas vähe uuritud. Tysoni jt (2016) uuringust ilmnes, et naised on Tinderis vastassoopartnereid selekteerides valivamad kui mehed. Sugudevaheliselt ei kattu Tinderi kasutamise eesmärgid, kuna mehed otsivad rohkem üheöösuhteid, naised aga kindlat partnerit. Naiste paremale svaipimine ehk meeldivaks valimine lõpeb suurema tõenäosusega kokkusobivusega. Võimalik tõlgendus viimasele statistilisele punktile on, et naised saavutavad rohkem kokkusobivusi, kuna panevad valimisprotsessile rohkem rõhku ning seetõttu leiavad sobivamad potentsiaalsed partnerid. (Tyson jt, 2016) Siiski lükkab seda strateegiat ümber tulemus, et 49% Tysoni jt (2016) uuringus osalenud naiste arvates areneb vaid üks kolmandik nende *match*'idest edasi suhtluseks. Peamiseks erinevuseks meeste ja naiste Tinderi kasutuspraktikas on, et mehed valivad meeldivaks enamiku profiilidest, naised aga teevad kaalutlevamaid valikuid. Samuti ilmnes, et naised ootavad meeste kirjutamisega kauem kui mehed naistele kirjutamisega. (Tyson jt, 2016)

Neveli Niidu (2016) tööst ilmnes, mis põhjustel on mees- ning naiskasutajad lõpetanud Tinderi kasutamise. Kõige kontrastsema erinevusena ilmnes, et 12% uuringus osalenud meestest lõpetas kasutamise oma sõprade eeskujul. Mitte ükski uuringus osalenud naine polnud aga sõprade mõjul Tinderi kasutamisest loobunud. Sellest näitest võib järeldada, et meeste jaoks on tegu rohkem meelelahutusliku rakendusega, mida kasutatakse koos sõpradega erinevatel eesmärkidel. Naised on Niidu (2016) uuringu järgi individualistlikumad ning lähtuvad Tinderit kasutades isiklikest motivatsioonidest ning eesmärkidest. Märkimisväärne erinevus oli Tinderi kasutamisest loobumisel ka huvi kadumise tõttu. Kui 35% naistest eemaldus keskkonnast, kuna neil kadus rakenduse vastu huvi, siis meestest tegi seda 17% (Niit, 2016).

Üheks võimalikuks huvi kadumise põhjuseks võib olla meeste lugupidamatu suhtumine naistesse, mis võib tuleneda sellest, et noorte naiste ootused turvalisuse ning meestepoolse lugupidamise suhtes on kasvanud kiiremini kui meeste valmidus naiste ootusi austada.

Näitena verbaalsest ahistamisest saab tuua juhtumi, mil Tinderi kaasasutaja Whitney Wolfe kaebas Tinderi kohtusse, kuna langes väidetavalt kohtingurakendust kasutades kaastöötaja seksuaalse verbaalse ahistamise ohvriks (Sales, 2015).

Kohtingurakendusi ja -lehekülgi üldisemalt uurinud Ellison, Heino ja Gibbs (2006) toovad välja, et osa naistest pöörab tähelepanu vaid profiilidele, millel on kasutatud korrektset ning vigadeta kirjakeelt, kuna naised peavad tähtsaks haritust. Ellisoni jt (2006) uuringust tulenevalt seostavad naised kirjaoskamatus ka võimalike edasiste probleemidega, mis võivad suhtes üles kerkida. Wardi (2016) uuringust kohtingurakenduste ning Tinderi kohta ilmnes, et naised jälgivad teiste profile, et vastavalt sellele oma profiili kujundada ning end veetlevana näidata. Ellisoni jt (2006) uuringu tulemustest ilmnes, et naised püüavad profiili luues mõelda sellele, millisena teised seda näevad ning milliseid signaale võivad profiilist lugeda. Samuti jälgitakse seda, et oma profiiliga ei antaks valesid ning paljulubavaid signaale vastassoole. Osa inimestest kirjeldab end oma profiilil sellisena nagu nad tahaksid olla, mitte sellisena nagu nad tegelikkuses on (Ellison jt, 2006).

### **1.1.3. Kohtingusaitide ja -rakenduste kasutuse eesmärgid**

Kohtingurakenduste kasutamise eesmärkide teoreetiliseks kirjeldamiseks pean oluliseks toetuda eelkõige tasude ja tarvete suunale, millega hakati esmakordselt 1940ndatel aastatel uurima inimese meediakasutuse motiive. Tasude ja tarvete suuna saab jaotada klassikalise ja kaasaegse ajajärgu uuringuteks (Kõuts ja Seppel, 2014). Klassikalise ajajärgu uuringust ilmnes, et inimest ajendavad meediat tarbima eelkõige selle meelelahutuslik ja informatiivne toime, kuid ka asjaolu, et meedia on kui asendussuhtlus, mis annab võimaluse ühiste taustateadmiste leidmiseks suhtluse arendamisel (Klapper, 1960). Inimeste motivatsioonid ühe ja sama meediumi kasutamisel on erinevad ning samuti on erinevad ka vajadused, millele rahuldust saadakse (Burkart, 2002, Kõuts ja Seppel, 2014 kaudu).

Kaasaegsetes tasude ja tarvete suuna uuringutes hakatigi rohkem tähelepanu pöörama individuaalsetele motiividele, personaalsele kontekstile ning indiviidi iseärasustele (Kõuts ja Seppel, 2014). Kaasaegses kontekstis on peamiseks ajendiks meediatarbimisel isikliku vajaduse teke (Katz, Blumberg ja Gurevitch, 2003). Auditooriumi liikmed teevad meediasisu

ning -kanalite valimisel motiveeritud valikuid, mis põhinevad nende eelneval meediakogemusel (Katz jt, 2003). Kuigi tasude ja tarvete suund on algselt arendatud välja, et uurida traditsioonilise meedia kasutamise motiive, siis sama suuna raamistikku on edukalt kasutatud inimeste sotsiaalmeedia kasutuse uurimises (Ryan, Chester, Reece ja Xenos, 2014; Shao, 2009).

Ligtenbergi (2015) kohaselt on igal spetsiifilisel meediumil omad eesmärgid ning tegevusviisid, mistõttu kõik tarvete ja tasude motivatsioonid ei sobi iga meediumi konteksti. Ligtenbergi skaalale toetudes on Tinderi kasutamisel 11 erinevat motiivi: meelelahutus, lõõgastumine, vaba aja veetmine, põnevuse otsimine, jälgimine (teiste kasutajate jälgimine, et saada nende kohta informatsiooni), seksuaalse vahekorra otsimine, sõprussuhted, intiimsus (romantilise suhte loomise eesmärk), uue ja ägeda trendi jälgimine, eneseteadlikkus (tahe olla teadlik sellest, kuidas teised kasutajad konkreetset kasutajat näevad) ja enesehinnangu tõstmine (Ligtenberg, 2015).

Erinevad autorid on toonud suuremal või vähemal määral välja Ligtenbergi (2015) skaalaga kattuvaid eesmärke. Sumteri, Vandenboschi ja Ligtenbergi (2016) kohaselt on peamisteks motivaatoriteks armastuse otsimine, seksuaalvahekorra astumine, suhtlemise kergus *online* platvormil ning põnevust pakkuv elamus. Nende läbi viidud uuringust ilmnes, et 45,5% küsitluses osalenutest on läinud pärast Tinderi kokkusobivust kohtingule ning 18,6%-l osalenutest on olnud kokkusobivusele järgnev üheöösuhe (Sumter, Vandenbosch ja Ligtenberg, 2016).

Ka Shao (2009) uuringust ilmnes, et inimesed kasutavad sotsiaalmeediat lõõgastumise, naudingu, ajaveetmise, probleemidest põgenemise ning nendest vabanemise ja põnevuse eesmärgil. Internetisuhtluses on inimestel võimalik olla anonüümsemad kui tegelikus elus, mis võimaldab omakorda tagada suurema intiimsuse (McKenna, Green ja Gleason, 2002). Internetis tekib lähedus ja intiimsus kiiremini, kuna inimesed on vabamad enese avamisega, mistõttu arenevad suhted kiiremini (McKenna, Green ja Gleason, 2002).

Couchi ja Liamputtongi (2008) uuringust ilmnes, et osa nende töö raames intervjueritavatest on olnud seksuaalvahekorras kõigiga, kellega veebipõhises kohtinguportaalil on kohtunud ning seejärel kokku saanud. Ülejäänud uuringus osalenutest olid olnud vahekorras ühe neljandiku või viiendikuga inimestest, kellega on kohtunud kohtinguportaalil tutvumise

järgselt. Sellest saab järeldada, et ka Couchi ja Liamputtongi (2008) kohaselt on üheks peamiseks kohtingurakenduste kasutuseesmärgiks partneri leidmine seksuaalvahekorras.

Couchi ja Liamputtongi (2008) uuringust ilmnes asjaolu, et sotsiaalse heakskiidu eiramine mõjutas suurel määral osalejate käitumist partneriga vahekorras olles. Nimelt muutis ühiskondlikele normidele vastuastumine (näiteks kaitsmata vahekord juhustuhtes olles) nende seksuaalelu enda hinnangul hoopis põnevamaks. Potentsiaalsed riskid ning seksiga seostuv ohtlikkus muudavad uuringus osalenute jaoks veebipõhise tutvumise põnevaks (Couch ja Liamputtong, 2008). Eesmärgiks kohtingurakenduste kasutamiseks võib olla seega ka riskitahe ning põnevustunne võimaliku ohu ees. On tõestatud fakt, et Tinderi kasutamiskiivsus suureneb suurte festivalide ning suurvõistluste ajal, nagu näiteks olümpiamängud ning muusikafestival Coachella (Grigoriadis, 2014). Sellised suurüritused ning inimeste ühte kohta kogunemine võib anda suurema võimaluse leida juhupartner, kellega seksuaalelu teatud mõttes ohtlikumaks ning seeläbi põnevamaks muuta.

#### **1.1.4. Kohtingusaitide ja -rakenduste kasutusega kaasnevad ohud**

Kuigi kohtingurakenduste ning -saitide kasutamine on hea võimalus sotsialiseerumiseks ning partneri otsinguks, kaasnevad sellega ka märkimisväärsed ohud. Kohtingusaitide ning -rakenduste kasutajad seisavad silmitsi valikuga, kas soov ennast tuhandete profiilide keskelt väljapaistvamaks muuta, et avaldada muljet potentsiaalsetele kohtingupaarilistele, on piisavaks põhjuseks privaatse informatsiooni edastamiseks (Heino, Ellison ja Gibbs, 2005). Need, kes endast informatsiooni avalikkusele ei edasta, on ebavõrdsemas olukorras teiste kasutajatega, kuna rohke informatsiooni olemasolu on kohtingusaitidel rohkemate kokkusobivuste saavutamise aluseks (Gibbs, Lai ja Ellison, 2009). Privaatset informatsiooni avaldades võib aga kannatada inimeste informatsiooniline privaatsus ning nad muudavad end rohkem haavatavateks võõraste poolt (Gibbs, Lai ja Ellison, 2009).

Friend Finder Network portaali näitel saab välja tuua juhtumi, mille tõttu sai kasutajate privaatsus kannatada. Programmi tungiti sisse ning seega said petturid ligipääsu 412 miljoni inimese kontodele, e-mailidele ning paroolidele. Kuigi veebiportaalil pole avaldatud

detailsemat informatsiooni kasutajate kohta, on võimalik andmete põhjal saada teada, kes on saidi kasutajad. (Liptak, 2016)

Kohtingusaitide kasutamise kaasnepaks ohuks on ka teadmatus platvormi kasutajate tegelike eesmärkide kohta. Vestluspartnerid loovad erinevad ootused suhtlusele, mistõttu võib üks vestluse osapool hiljem pettuda (Bargh jt, 2002). Dolani (2016) kohaselt ei saa võõra inimesega tutvudes kunagi tema tegelikes eesmärkides sajaprotsendiliselt kindel olla, mistõttu väidab ta, et internet võib olla naiste jaoks kui kõige tumedam põiktänav. Suurbritannia näitel on toodud välja, et veebipõhiste kohtinguportaalide kasutamisest alguse saanud vägistamisjuhtumite arv kuuekordistus viie aasta jooksul (Dolan, 2016).

Kohtingurakenduste ning -saitide kasutamise kaasnepaks ohuks peetakse ka tihedamat partnerite vahetamist, mis suurendab omakorda seksuaaltervise asjatundjate sõnul seksuaalsel teel levivate nakkushaiguste levikut (Kelsey, 2015). Suurbritannia Seksuaalse Tervise ning HIV Assotsiatsioon on hoiatanud, et kohtingurakendustel, mida kasutatakse seksi eesmärgil, on potentsiaal panna alus HIV plahvatuslikule arenemisele heteroseksuaalsete inimeste hulgas (Kelsey, 2015). Ameerika Ühendriikide AIDS-i Tervisehoiu Sihtasutus maksis spetsiaalselt reklaamtahvlite jaoks viidates Tinderile ning Grindr-ile kui gonorröa ehki tripperi ning klamüüdia leviku põhjusele (Yang, 2016).

Ohuks enesepresentatsioonil saab olla autentsuse kaotamine, kuna veebiplatvorm on reaalelust erinev – veebiplatvorm on vaid fantaasia (Drouin, Miller, Wehle ja Hernandez, 2016). Pettus kohtingusaitidel on vägagi tavaline ning igapäevaselt aset leidev olukord (Ellison ja Hancock, 2011). Toma, Hancock ja Ellison (2008) testisid oma uuringus pettuse läbiviimist järgnevalt, kui viisid uuringus osalejad laborisse ning mõõtsid ära nende pikkuse ja kaalu ning lisaks kontrollisid juhiloa pealt tegelikku vanust. Seejärel võrdlesid nad tulemusi kohtingurakendustesse üles laetud informatsiooniga ning selgus, et kaheksa kümnest uuritavast valetas vähemalt ühe fakti kohta (Toma, Hancock ja Ellison, 2008).

## 1.2. Enesepresentatsioon

Veebiplatvormid ning kohtinguportaali pakuvad inimestele suuremat võimalust kontrollida enesepresentatsiooni ehk enda esitlemise viise (Ward, 2016). Sellega kaasneb ka rohkem enese väärsti esitlust, moonutamist ning autentsuse kaotamist (Cornwell ja Lundgren, 2001). Enesepresentatsioonil antakse oma profiiliga edasi vihjeid, milline on ihaldatud vastassugupoole profiil, kuna soovitakse kohata endasarnaseid inimesi (Birnholtz, Fitzpatrick, Handel ja Brubaker, 2014).

Enesepresentatsioon on kui personaalse väljapanek või näitus, mille puhul internetti oma profiilile üles laetav informatsioon on filtreeritud ning seejärel loodud inimese poolt selliseks, et edastada endast spetsiifilist minapilti ning enesehinnangut (Hogan, 2010). Tinderi kasutajad, kellel on kõrgem enesehinnang, esitavad endast väiksema tõenäosusega petlikku minapilti kui kasutajad, kellel on madalam enesehinnang (Ranzini ja Lutz, 2017). Enesepresentatsioon veebis on erinev tegelikust elus loodud minapildist, kuid samasugune on inimeste tahe luues oma identiteeti mõelda sellele, millisena teised inimesed tahavad konkreetset isikut näha (Rosenberg ja Egbert, 2011). Enesepresentatsioonil autentsuse kaotamine on mõjutatud enesehinnangust, hariduslikust taustast ning seksuaalsest orientatsioonist (Ranzini ja Lutz, 2017). Enesepresenteerimise erinevate strateegiate järgimine võimaldab indiviididel kõige paremal viisil luua enesest pilt potentsiaalsetele vaatajatele (Arvidsson, 2006).

Kohtingurakendustes toimub enesepresentatsioon näiteks läbi piltide üleslaadimise ning peamiselt piltidele toetudes teevad teised kasutajad otsuseid, kellega suhtlemist alustada. Suurenevaks probleemiks kohtingurakendustes nagu Tinder on enesepresentatsioonil välimuse hindamine, kuna just välimus on see, mille põhjal kasutajad oma arvamuse kujundavad (Tziallas, 2015). Tinderi keskkonnas stereotüüpidele põhinedes enesest pildi loomine saab tõsta inimese n-ö „turuväärtust“ (Ranzini jt, 2016) ehk seda, kui paljudele inimestele ta meeldib ning mitu partnerit tal õnnestub keskkonnast leida. Stereotüüpide järgimine enesepresentatsiooni puhul võib mõjutada veebis loodud identiteeti ning suurel määral ka seda, kuidas inimesed minapilti loovad (Ranzini jt, 2016).



Inimesed muudavad oma enesepresentatsiooni viise ning käitumist vastavalt potentsiaalse partneri väljavaadetele ning väärtustele (Rowatt, Cunningham, Druen, 1999). Ellisoni, Steinfieldi ja Lampe (2007) uuringu kohaselt võimaldab valikuvabadus enesepresentatsioonil luua väljamõeldud, mängulise ning tegelikkusest erineva identiteedi. Inimesed on võimelised valetama enese kohta suurema tõenäosusega, kui suheldakse atraktiivse inimesega ning üritatakse end samastada atraktiivsete vestluspartneritega (Rowatt jt, 1999). Seega ongi tekkinud inimestes pinge ning dilemma mulje avaldamise ning autentsuse vahel. Kui inimesed pürgivad intiimsuhete ehk suhete poole, kus partnerid üksteist mõistavad, on neil motivatsiooni ka enda tõelise “mina” ehk enda ausa ja tegeliku autentsuse avaldamiseks (Ellison jt, 2006). Sarnane tulemus ilmnas ka Ranzini ja Luizi (2017) uuringust, mille kohaselt püsisuhte loomise eesmärgiga Tinderi kasutajad loovad endast suurema tõenäosusega tõelist ning autentset pilti. Veebipõhine enesepresentatsioon pakub rohkem võimalusi enesest vähem autentse “minapildi” loomiseks, kuna inimeste populaarsusjahu ning tahe esitleda end nii nagu teised heaks peavad, julgustab looma identiteeti, mis pole autentne (Lim, Nicholson, Yang ja Kim, 2015).

Ellisoni jt (2006) uuringu kohaselt väidab suurem osa kohtinguportaalide kasutajatest, et esitavad enese kohta tõest informatsiooni. Uuringu tulemustest aga selgus, et tihtipeale loovad kohtinguportaalide kasutajad oma profiili vastavalt kujutusele, millisena tahaksid nad end tegelikkuses tulevikus näha (Ellison jt, 2006). Inimesed valetavad, kuna soovivad kaitsta end piinlikkuse eest, emotsionaalse valu eest või varjata varem tehtut (DePaulo, Kashy, Kirkendol, Wyer, Epstein, 1996). Näiteks mõjutab ka ootusärevus näost näkku kohtumise eelselt enesepresentatsiooni viise (Walther, 2004, Ellison jt, 2006 kaudu) ning “minapildi” loomist, sest inimesed järgivad enesepresenteerimist rohkem, kuna see võib mõju avaldada füüsilisele sobivusele ning vastastikusele mõjule (Berger, 1979, Ellison jt, 2006 kaudu).

### **1.3. Kujutletav auditoorium**

Igas kommunikatsiooniaktis on osaleja loonud endale kujutletava auditooriumi, ennast presenteeritakse teatud kujutletavatele vaatajatele (Marwick ja boyd, 2010). Kohe alguses on oluline siinjuures märkida, et inimeste arusaam sotsiaalmeedia auditooriumi kohta on piiratud

(boyd, 2008), mistõttu võib olla kujutletav auditoorium täiesti erinev tegelikust auditooriumist (Marwick ja boyd, 2010).

Kujutletava auditooriumi loomine annab võimaluse luua nägemuse ning pildi sellest, kes end teispool ekraani esitleb (boyd, 2007). Mida vähem on inimesed teadlikud oma tegelikust auditooriumist, seda enam sõltuvad nad oma ettekujutustest. Ettekujutuste teket soodustab ka sotsiaalmeedia pidev areng, kuna sotsiaalmeedia ligipääsetavus, selle suurenevad võimalused ja piirid ning kättesaadavus suhtlemiseks on muutnud peaaegu võimatuks tegeliku auditooriumi määramise. (Litt, 2012) Samuti esitavad sotsiaalmeedia ning selle populaarsus inimestele väljakutseid mõistmaks kommunikatsiooni toimimist ning auditooriumi olemust (Livingstone, 2005) ning on muutnud inimesed oma kujutletavast auditooriumist sõltuvateks (Litt, 2012). Inimesed, kes kasutavad sotsiaalmeediat, ei oma piisavalt tõest informatsiooni oma vaatajaskonna kohta ning seetõttu on neil keeruline otsustada, kuidas sotsiaalmeedias vesteldes käituda ning hinnangulisi reaktsioone vastu võtta (boyd, 2008). Kujutletava auditooriumi mõju indiviidi käitumisele võib olla sama tugev kui tegeliku auditooriumi mõju (Fridlund, 1991).

Eesmärgile suunatud keskkondades on kasutajad teadlikumad auditooriumist, kuna panevad selle märkamisele suuremat rõhku (Marwick ja boyd, 2010). Profiilide loomisele pannakse suurt rõhku, kuna kasutajad teavad, et potentsiaalsed partnerid uurivad väga põhjalikult ka väiksemaid detaile: näiteks seda, kas esineb õigekirjavigu ning millised on kasutaja nägemused erinevate kultuuride kohta (Gibbs, Ellison ja Heino, 2006).

Kujutletava auditooriumi teoreetilises käsitlemise lõpetuseks pean vajalikuks lahti seletada mõiste *context collapse* ehk kontekstide kattumine, mille kohaselt nähakse veebis erinevaid auditooriume ühetasandiliselt (boyd, 2007). Veebis suhtlemise peamiseks probleemiks ongi seega asjaolu, et pole võimalik luua kavatsetavat ning ette planeeritud auditooriumi, kuna tegelikkuses on auditooriumiks kõik rakenduse kasutajad (Lewis, 2014). Iga kasutaja jagab informatsiooni enda kohta, mille saavad teised auditooriumiliikmed ühesugusena, kuid kõigil on võimalik seda enda jaoks vastavalt oma nägemusele kujundada (Strauß ja Nentwich, 2013).

## 1.4. Uurimisküsimused

Käesoleva bakalaureusetöö peamiseks eesmärgiks on saada teada, millised on noorte naiste kasutuspraktikad rakenduses Tinder. Lisaks soovin teada, millistena näevad nad tüüpilisi Tinderi meeskasutajaid ning mille põhjal teevad valikuid meessoost kasutajate kasuks või kahjuks.

Vastavalt töö eesmärkidele püstitasin kolm peamist uurimisküsimust, millele bakalaureusetöö koostamise käigus vastused püüan anda. Saamaks teada, millised on naiste kasutuspraktikad, pidasin oluliseks uurida eelkõige naiste eesmärke kohtingurakenduse kasutamiseks.

### **UK1: Millistel eesmärkidel ja kuidas kasutavad noored naised Tinderit?**

-Milliseid võimalusi tajuvad Tinderi naiskasutajad keskkonnas?

-Milliseid ohte tajuvad Tinderi naiskasutajad keskkonnas?

Uurin esimese uurimisküsimuse all, milles seisnevad naiste jaoks Tinderi võimalused, millest peegelduvad omakorda ka kasutamise eesmärgid. Võimaluste uurimine võimaldab näha, milles seisnevad naiste jaoks Tinderi eelised või puudused tegeliku elu ees. Uurin ka Tinderiga kaasnevaid ohte, kuna ohtudest avalikult rääkimine ning nende teadvustamine võib edaspidi aidata Tinderi kasutajatel ohte vältida. See pole aga peamiseks ohtude uurimise eesmärgiks. Ohtude uurimine on konkreetse töö raames relevantne, kuna ohud ja ohtude tajumine määravad sageli ka enesepresenteerimise viisid rakenduses, mis on minu teine uurimisküsimus.

### **UK 2: Kuidas presenteerivad naiskasutajad end Tinderis?**

Enesepresentatsioon liigitub ka kasutuspraktikate uurimise alla. Uurin enesepresentatsiooni, kuna tihti peale võetakse enesepresenteerimisel arvesse ka kujutletavat auditooriumit, mille tajumine on töö kolmandaks fookuseks.

### **UK 3: Missugustena kujutlevad naissoost Tinderi kasutajad tüüpilist meeskasutajat?**

-Milliste tunnuste alusel eristavad naissoost kasutajad mitesobivad ning potentsiaalsed partnerid?

Tüüpiliste meeskasutajate kujutamine andis vastuse küsimusele, millised on naiste poolt tajutavad meeskasutajad Tinderis ning milliste kriteeriumite alusel tehakse valik sobiva partneri leidmisel.

## 2. MEETOD JA VALIM

Järgnevas peatükis annan ülevaate enda töös kasutatud valimist ning andmekogumiseks ja analüüsimiseks kasutatud meetoditest.

### 2.1. Valim

Kuna 2015. aasta andmete kohaselt on rohkem kui 50% Tinderi kasutajaskonnast vanuses 18-24 (The Guardian, 2015), otsustasin valimi koostada konkreetsele vanusevahemikule vastavalt. Varasemalt USA-s läbi viidud uuringu kohaselt defineeriti noorte vanuseks just 18-24 aastat (Anderson ja Smith, 2016) ning Austraalis läbi viidud uuringus käsitleti noori täiskasvanuid vanusevahemikuks 20-24 (Sawyer, Afifi, Bearinger, Blakemore, Dick, Ezeh ja Patton, 2012). Seega moodustasin valimi kõige aktiivsema vanuserühma põhjal, kes sobivad vastavalt esindama ka noori naisi. Kaasasin valimisse vaid täisealised inimesed, kuna alaealistele on Tinderi kasutamine keelatud. Minu valimi tuumiku moodustasid juhuse tulemusel 20-24-aastased noored, mis kattub ka Sawyeri jt (2012) kohaselt noore täiskasvanu vanusega. Pidasin oluliseks asjaolu, et valimisse satuksid võimalikult erineva taustaga inimesed ning et valimisse ei satuks naised, kes kasutavad koos Tinderit ning kelle kasutuskogemused võivad olla selle tõttu suures osas kattuvad. See on ka üheks põhjuseks, miks jäid uuringust välja 18-19-aastased noored. Seetõttu järgisin sihipärasust, mille kohaselt püüdsin leida kõige tüüpilisemad ning valimisse sobituvad esindajad Tinderi kasutuspraktikate jagamiseks. Valimi määramisel otsustasin kasutada mittetöenäosusliku valimi meetodit, mille kohaselt ei pea uuritavatel olema võrdsed võimalused valimisse sattumiseks (Rämmer, 2014). Kombineerisin sihipärase valimi mugavusvalimiga, kuna valisin intervjuueeritavad välja oma tuttavate hulgast. Mugavusvalimi kriitikaks on see, et selle põhjal ei saa teha suuremaid üldistusi (Rämmer, 2014) ning uurija mõjule ja rollile peab tavapärasest enam tähelepanu pöörama. Küll aga võimaldab konkreetne meetod pingevabamalt käsitleda teemasid, mida võib pidada teatud mõttes tundlikuks. Siiski peab tõdema, et minu valim ning minu tutvusringkond on teatud määral minu nägu, mistõttu võib minu valim olla kallutatud teatud tegurite suunas. Minu valim koosneb isikutest, kes on kõik lõpetanud gümnaasiumi. Kolm naist on gümnaasiumijärgselt lõpetanud haridustee ning asunud seejärel töötama. Üks

uuringus osaleja on lõpetanud ülikooli, kuid ei oma intervjuu läbiviimise hetkel töökohta. Viis uuringus osalejat on hetkel Eesti kõrgkoolide üliõpilased. Sellest võib tuleneda valimi kallutatuse suunas, kuna uuringusse pole kaasatud naisi kõikidest demograafilistest gruppidest, mis võib omakorda tingida teatud sarnased nägemused ja kasutustavad.

Otsustasin viia vaatluse ning intervjuu läbi üheksa tuttava inimesega, et mitte sattuda olukorda, kui intervjuueeritav ebamugavustunde vältimiseks hakkab tegutsema igapäevasele “Tinderi-rutiinile” vastupidiselt või kirjeldama kasutuspraktikaid, mis on tugevalt mõjutatud tajutud sotsiaalsetest normidest. Seitse intervjuueeritavat olid minu sõbrannad, kaks intervjuueeritavat olid minu tuttavate sõbrannad. Isiklike suhtlusvõrgustike abil tehtud uuringud võimaldavad läbi viia põhjalikemaid ning rohkem süvitsi minevaid intervjuusid, kuna uuringus osalejad on avatumad küsimustele vastamiseks (Blidhfeldt ja Heldbjerg, 2011). Otsus viia uuring läbi tuttavatega aitab kaasa vestluse voolavusele, mis kulgeb naturaalsel ning emotsionaalselt toetaval viisil (Blidhfeldt ja Heldbjerg, 2011). Kuna Tinderi kasutajal võib olla ebamugav võõrale inimesele ausalt põhjendada rakenduses tehtavaid valikuid, pidasin parema tulemuse eesmärgil vajalikuks suhelda inimesega, keda tean ja tunnen ning kelle tegevuse põhjal tehtavad järeldused vastavad tegelikule olukorrale.

Valimi tuumiku panin paika postitades oma Facebooki seinale küsimuse, kes minu tuttavatest on järjepidevad Tinderi kasutajad ning seejärel valisin bakalaureusetöö valimisse üheksa naist, kes minuga ühendust võtsid või kellega ise ühendust võtsin ning kes minu valimisse sobisid.

- Esimene intervjuueeritav (edaspidi N1) on 20-aastane Tallinnas elav üliõpilane, kes on Tinderit kasutanud aktiivselt viimased kaks kuud (2016. aasta novembri seisuga). Tinderit hakkas ta esmakordselt kasutama poolteist aastat tagasi, kuid esimesel korral kasutas rakendust vaid kuu aega ning seejärel jäi pikem vahe kasutamisesse sisse. Intervjuueeritav lõpetas esimesel korral Tinderi kasutamise, kuna astus suhtesse. Suhte kestel oli intervjuueeritaval hetkeks Tinderis konto, kuna kasutas seda sõbrannaga nalja tegemiseks.
- Teine intervjuueeritav (edaspidi N2) on 21-aastane Tartus elav üliõpilane, kes hakkas esmakordselt Tinderit kasutama enam kui kaks aastat tagasi (2016. aasta novembri

seisuga). Intervjueeritav kasutas esimesel korral Tinderit kuu aega ning kustutas selle seejärel telefonist. Põhjuseks oli see, et alguses huvitavana tundunud rakendus osutus tema jaoks igavaks ning kadus huvi. Teisel korral laadis intervjueeritav Tinderi alla reisis, kuna nägi selles head võimalust uute tutvuste leidmiseks. Kokku on intervjueeritav laadinud Tinderit alla neljal korral. Peamiseks põhjuseks uuesti laadimiseks on reisimine uude riiki. Hetkel on intervjueeritaval telefonis Tinder, ta ei kasuta seda aktiivselt, kuid plaanib järgmise reisi ajal taas kasutusse võtta.

- Kolmas intervjueeritav (edaspidi N3) on 23-aastane Tartus elav üliõpilane, kes on Tinderit kasutanud kaks kuud (2017. aasta veebruari seisuga). Intervjueeritav laadis Tinderi telefoni, kuna soovis proovida, mis rakendusega on tegu, kasutada rakendust koos sõpradega meelelahutuse eesmärgil ning anda ühele Tinderit kasutavale noormehele paremale svaiipimisega märku, et on temast huvitatud.
- Neljas intervjueeritav (edaspidi N4) on 23-aastane Tartus töötav naine, kes on Tinderit kasutanud kokku umbes aasta aega (2017. aasta märtsi seisuga), kuid laadis Tinderi esmakordselt alla juba siis, kui rakendus Eestis saadavale tuli. Esimesel korral tõmbas intervjueeritav Tinderi huvi pärast, kuid kuna oli suhtes, otsustas rakenduse kustutada. Teist korda tõmbas ta Tinderi, kui läks noormehega lahku ning seejärel kustutas rakenduse taas, kui astus noormehega suhtesse. Tänapäevaks on olnud intervjueeritav aasta aega vallaline ning kasutanud järjepidevalt Tinderit.
- Viies intervjueeritav (edaspidi N5) on 21-aastane Tartus elav üliõpilane, kes hakkas Tinderit kasutama esmakordselt aastal 2014 ehk kolm aastat tagasi. Tinderi tõmbas ta endale huvi pärast, kuna tahtis näha, millised mehed Tartus on. Kuna ta oli samal ajal suhtes ning tekkisid süümepiinad, otsustas intervjueeritav vahepeal Tinderi rakenduse kustutada. Intervjueeritav mainis, et on mitu korda Tinderi kustutanud ning seejärel taas rakenduse alla laadinud.
- Kuues intervjueeritav (edaspidi N6) on 24-aastane välismaal töötav naine, kes on Tinderit kasutanud kaks ja pool aastat (2017. aasta märtsi seisuga). Ta on vahepeal Tinderi rakenduse kustutanud rakenduse uuendamise eesmärgil, kuna tekib liiga palju *matche* ehk kokkusobivusi, mistõttu on siis lihtsam algusest alustada. Intervjueeritav laadis Tinderi mobiiltelefoni pärast lahkuminekut.
- Seitsmes intervjueeritav (edaspidi N7) on 23-aastane Tallinnas elav naine, kes on lõpetanud ülikooli ning ei omanud uuringu läbiviimise hetkel kindlat töökohta (2017.

aasta märtsi seisuga). Ta on Tinderit kasutanud kaks kuni kolm aastat. Selle aja jooksul on ta Tinderi rakenduse kustutanud neli korda, mille põhjuseks on olnud suhe või pettumus Tinderis. Viimasel korral laadis ta rakenduse uuesti alla, kuna läks noormehest lahku ning tundis igavust ja uudishimu.

- Kaheksas intervjueeritav (edaspidi N8) on 21-aastane Tallinnas töötav naine, kes tõmbas Tinderi esmakordselt kolm aastat tagasi (2017. aasta märtsi seisuga). Ta kustutas rakenduse, kuna leidis Tinderist omale paarilise. Lahkuminekujärgselt tõmbas intervjueeritav taas rakenduse, et leida uusi tutvusi.
- Üheksas intervjueeritav (edaspidi N9) on 21-aastane Tallinnas elav ja töötav üliõpilane, kes laadis esmakordselt Tinderi alla 2015. aastal ehk kaks aastat tagasi (2017. aasta märtsi seisuga). Intervjueeritav kasutas Tinderit aasta aega, kustutas seejärel umbes pooleks aastaks rakenduse ning on tänaseks (2017. aasta märtsi seisuga) kasutanud Tinderit paar kuud. Tinderi otsustas rakenduse vahepeal kustutada, kuna sai vihaseks, kuna noormehed Tinderis olid tema jaoks ebameeldivad. Tinderi rakenduse tõmbas ta uuesti telefoni, kuna tundis, et tahab saada juurde uusi tutvusi.

## **2.2. Andmekogumismeetod**

Käesolev bakalaureusetöö põhineb kvalitatiivsel lähenemisel, mille puhul keskendun peamiselt isikliku ja sotsiaalse kogemuse uurimisele, kirjeldamisele ja tõlgendamisele (Laherand, 2008). Kasutasin kvalitatiivset uurimisviisi, kuna meetodit kasutatakse just siis, kui soovitakse uurida loomulikke olukordi, mida pole võimalik uurida eksperimentaalselt (Syrjälä, Ahose, Syrjäläise ja Saari, 1994, Laherand, 2008 kaudu).

Käesoleva bakalaureusetöö peamiseks andmekogumismeetoditeks on vaatlus, loovuurimismeetod ning intervjuu. Viisin läbi üheksa intervjuud, millest lühim kestis 1 tund ja 10 minutit ning kõige pikem 2 tundi ja 45 minutit. Keskmiseks intervjuu pikkuseks oli seega umbes 1 tund ja 45 minutit. Vaatlus võimaldab kombineerituna intervjuuga tuua välja ka raskesti verbaliseeritavaid aspekte (Vihalemm, 2014). Palusin uuringus osalejatel intervjuu käigus viia läbi tavapärase Tinderi kasutamise sessiooni, mida samaaegselt nutiseadmega filmisin. Videosalvestused vaatlusmeetodi täiendina on usaldusväärsemad, kuna on detailsemad ning täpsemad (Laherand, 2008). Videoandmed sisaldavad nii kõnet kui ka



visuaalselt jälgitavat käitumist. Videosalvestuse kasutamine annab võimaluse uurida interaktsiooni mitteverbaalseid tahke ning neid salvestada. Selle meetodi kasutamine võimaldab kiiresti arenevaid olukordi uuesti üle vaadata. Videouuringu tugevamad küljed avalduvad, kui seda kombineerida teiste meetoditega. (Laherand, 2008)

Enda uuringu seisukohalt pidasin hädavajalikuks kasutada filmitud videomaterjali ülevaatamise võimalust koos uuringus osalejatega. Sel juhul oli uuritaval võimalik tõlgendada ning seletada äsja tehtud käike ning valikuid Tinderis. Sessiooni lõppedes avasime videolõigu ning hakkasime seda koos vaatama. Palusin intervjueritaval tõlgendada uuesti oma käitumisviise. Samuti sekkusin esitades küsimusi, mis tulenesid uuritava käitumis- ning tegutsemisviisidest. Läbiviidava vaatluse kriitikaks võib pidada seda, et minu kui uurija roll oli vaadeldavale teadvustatud, mistõttu võis olla sellel ka suurem mõju inimesele ja tema tegevusele (Vihalemm, 2014).

Lisaks kasutasin poolstruktureeritud intervjuu meetodit, kus toetusin varem koostatud intervjuu kavale, aga samas võtsin kasutusse teemasid ning mõtteid, mis ilmnesid intervjuu käigus ning millest sai edasi arendada põnevaid küsimusi. Selle meetodi kasutamine andis mulle võimaluse mõelda enne intervjuerimist välja sobivad uurimisküsimustega kooskõlas olevad intervjuuküsimused ning samas arendada vestlust vabas vormis ning esitada intervjueritavale lisaküsimusi seoses kasutuspraktikaga nii peegeldamise kui uue informatsiooni põhjal, mis tulenesid tema valikutest Tinderis. Intervjuude läbiviimisel kasutasin ühte intervjuukava, mis koosnes viiest teemaplokist (Lisa 1). Esimeses plokis olid sissejuhatavad ning soojendavad küsimused uuringus osaleja nutitelefoniga ning Tinderi kasutamise algusajast ning ka põgusad hetkelisi harjumusi kirjeldavad küsimused. Teises plokis olid küsimused Tinderi kasutuseesmärkidest ning -praktikatest, seal tajutavatest võimalustest ja ohtudest ning vastavatest kogemustest. Samuti oli teises plokis küsimus naiskasutajate enesepresenteerimisviiside kohta. Kolmandas teemaplokis lähtusin induktiivsest lähenemisest ning küsisin küsimusi vastavalt videolõigult nähtavale kasutuspraktikale. Neljandas plokis olid esitatud küsimused analüüsimaks intervjueritava joonistatud tüüpkasutajaid Tinderis. Joonistusi analüüsides lisandusid küsimused vastavalt visualiseeritud tüüpkasutajatele. Viiendas ehk viimases teemaplokis esitasin intervjueritavale hinnangulised küsimused tema kasutustavade ning -praktikate kohta.

Joonistuste joonistamise ehk loovuurimismeetodi kombineerisin traditsiooniliste uurimismeetodite ehk vaatluse ning intervjuuga, et uuritav rakendaks oma loomingulist tähelepanu kasutuspraktika mõtestamiseks ning tüüpiliste Tinderi meeskasutajate visualiseerimiseks. Loovülesande lõppedes palusin uuritaval põhjendada ning tõlgendada oma joonistusi. Samuti küsisin täiendavaid küsimusi, mis aitaksid avada joonistuste sisu.

Loovuurimismeetodi eeliseks on eelkõige mõtlemisprotsessi pikendamine. Pidasin väga oluliseks loovuurimismeetodi kaasamist, kuna see aitab üldiselt suurendada osalemishuvi ja aktiivsust, mida on kasutuspraktikate väljaselgitamiseks hädasti vaja. Loovuurimismeetodi kitsaskohaks võib pidada selle vähest tõsiseltvõetavust ja usaldusväarsust (Murumaa-Mengel, 2014). Küll on aga loovuurimismeetodi abil võimalik uuringus osalejal teemat mõtestada mitmes etapis: kõigepealt midagi luues ning seejärel taaskord refleksioonietapis, mis võimaldab pöörata tähelepanu mõtetele ja arvamustele, mis võivad olla muidu nähtamatud (Murumaa-Mengel, 2014). Loovuurimismeetod võimaldab saada vastused keerukatele küsimustele, millele ainuüksi traditsioonilisi meetodeid kasutades on raske vastuseid saada (Kara, 2015).

### **2.3. Andmeanalüüsi meetod**

Bakalaureusetöös kasutasin peamiselt kvalitatiivse sisuanalüüsi meetodit, mis valitakse tekstide sisu ning kontekstiliste tähenduste uurimiseks ning mis võimaldab otsida sõnade sügavamat tähendust ning ridade vahele peidetud sõnumit (Kalmus, Masso ja Linno, 2015). Granheimi ja Lundmani (2003) kohaselt kasutatakse meetodit vastakate arvamuste ning probleemsete uurimisteede lahendamiseks, mis puudutavad teatud küsimuste ning protsesside tõlgendamist. Kvalitatiivse sisuanalüüsi meetodi kasutamine annab võimaluse pöörata tähelepanu harva esinevatele ning unikaalsetele nähtustele andmetes (Kalmus jt, 2015).

Oma töö koostamisel kasutasin nii deduktiivset kui induktiivset sisuanalüüsi. Kombineerisin kaks lähenemist, kuna soovisin olemasolevate teooriate põhjal analüüsitavaid kategooriaid luua, kuid olla avatud ning lisada uuringusse ka kategooriad, mis ilmsid induktiivse lähenemise abil ehk uutest andmetest. (Kalmus jt, 2015) Induktiivse lähenemise eelis on info

saamine otse uuritavatelt (Laherand, 2008). Deduktiivse lähenemise ehk suunatud lähenemise puhul luuakse kodeerimisskeem olemasoleva teooria või seniste uurimuste põhimõistetest või muutujatest lähtuvalt (Laherand, 2008). Alustasin andmetöötlust varasemalt määratud koodidega, nendega mittesobitava materjali ilmnedes kasutasin uusi koode (Laherand, 2008).

Täpsemalt võib minu poolt kasutatud analüüsiprotsessi nimetada temaatiliseks analüüsiks (Braun ja Clarke, 2006). Seda meetodit kasutatakse kogutud kvalitatiivsete andmete muustriliste tähenduste tõlgendamiseks ning analüüsimiseks. Temaatilise analüüsi puhul tuleb Brauni ja Clarke'i (2006, 2012, 2013) kohaselt järgida kuut punkti. Andmeanalüüsi alustamiseks transkribeerisin intervjuud, et muuta salvestused tekstiks. Kõigepealt on Brauni ja Clarke'i (2006, 2012, 2013) järgi oluline viia end kurssi andmetega: lugeda põhjalikult läbi kõik kogutud andmed, et saada andmetest täielikku ning ülevaatlikku pilti. Seega lugesin sisu mitu korda läbi, et materjali sisse elada ja tunnetada tervikut (Laherand, 2008). Tähelepanu tuleb suunata potentsiaalselt huvipakkuvatele analüütilistele muustritele ning andmeid ei tohi võtta enesestmõistetavana, vaid tuleb endalt kogu aeg küsida, milliseid ideid, mõtteid ning eelduseid andmed sisaldavad (Braun ja Clarke, 2006, 2012, 2013).

Järgmiseks sammuks oli andmete kodeerimine, mis on süstemaatiline ning läbiv protsess, mille läbi tuletatakse koodid kogu andmestikust. Kood on tabav märkis, mis haarab enda alla põhilise analüütilise idee – selleks võivad olla nii sõnad kui fraasid (Braun ja Clarke, 2006, 2012, 2013). Hea kood peab põhiidee andma edasi ilma algseid andmeid nägemata. Koodid võivad olla nii kirjeldavad (võtavad kokku väljavõtte tähenduslikust andmestikust) kui ka tõlgendavad (osutuvad analüütilistele ning tõlgendavatele autoripoolsetele taipamistele ning vihjetele). (Braun ja Clarke, 2006, 2012, 2013) Kirjeldavate koodidena kasutasin oma töös näiteks suurema analüüsikategooria „Tinder kui oht“ väiksemaid koode “privaatsuse kadumine”, “teadmata eesmärgid” ja “agressiivne käitumine”. Tõlgendavate koodidena ilmsid näiteks koodid “uhkustamine”, “rahulolu tagamine” ning “enesehinnangu paranemine”. Keskendusin kodeerimisel teatud väidete esiletõstmisele tekstist näidates nende konteksti, et tekiksid koodid, mis hõlmavad rohkem kui üht võtmemõtet (Laherand, 2008).

Järgmisena tuleb tekitada ning otsida teemad, mille abil on võimalik nihutada analüütiline fookus koodidelt teemadele. Selle analüüsisammu raames pannakse koodid kokku, et

formuleerida ning komplekteerida teemagrupid. (Braun ja Clarke, 2012) Oma töös kasutasin suuremaid kategooriad, mis ühtisid suuresti minu püstitatud uurimisküsimustega ning millele ilmsid tekstis vastavad koodid. Näitena toon välja teemagrupid “positiivne tüüpkasutaja”, “negatiivne tüüpkasutaja”, “svaipimise põhimõtted”, “enesepresentatsiooni viisid”, “Tinder kui võimalus”, “Tinder kui oht” ning “Tinderi kasutamise põhjused”. Seega ühendasin koodid teemagruppideks ja võrdlesin saadud tulemusi olemasolevate teooriatega (Laherand, 2008).

Neljandaks sammuks on kriitiline teemade ülevaade, mida on vaja kontrollimaks valitud teemagruppide kvaliteeti ning kokkusobivust loodud koodidega (Braun ja Clarke, 2006, 2012, 2013). Selleks vaatasin üle loodud koodide kokkusobivuse püstitatud uurimisküsimustega. Viiendaks sammuks on teemade lahtiseletamine ning neile nime andmine, mis võimaldab detailseid andmeid analüüsides arendada välja lõpliku ülevaate. Viimaseks sammuks on tulemuste edasiandmine ning esitamine. (Braun ja Clarke, 2006, 2012, 2013) Viimases temaatilise analüüsi punktis andsin edasi välja töötatud andmed ning põhjendasin, miks pidasin neid oluliseks püstitatud uurimisküsimustest lähtuvalt. Lõplik ülevaade seletab lahti ning vaatleb konteksti seoses olemasoleva teooria ning uuringuga (Braun ja Clarke, 2006, 2012, 2013).

### 3. TULEMUSED

Järgnevalt annan ülevaate tulemustest, mis ilmsid läbi viidud uuringust. Kõigepealt kirjeldan, millisena näevad noored naised kohtingurakendust Tinder. Seejärel annan ülevaate naiste Tinderi kasutamise eesmärkidest ning seal tajutavatest võimalustest ja ohtudest. Tulemuste teises osas annan ülevaate naiste enesepresentatsiooni viisidest. Seejärel kirjeldan, millisena näevad naised meessoost tüüpkasutajaid Tinderis. Kirjeldusi toetavad naiste poolt visualiseeritud joonistused. Tulemuste viimases osas toon välja, millel tuginedes teevad naised valikuid Tinderis ning millised kasutajad on neile meelepärased ning vastupidiselt ebasobivad.

#### 3.1. Üldised hinnangud ja arvamused Tinderi keskkonnast

Tinder on intervjueritud naiste jaoks kui kataloog või mäng, mida ei saa liialt tõsiselt võtta ning mis võimaldab partnereid valida justkui toidupoes kaupu, kus valik on suur ja lai ning tekitab omakorda hasarti. Tinder võimaldab naistel näha, millised noormehed on vallalised, milline valik on “turul” ning seda, millised noormehed on suhetele või suhtlemisele avatud.

*N7: “...mingi poeskäimine, et sa vaatad, et noh, ma tahaks seda ja ma tahaks seda ja ma tahaks seda ja panen endale, ma ei tea, kõik sinna nagu ostukorvi onju, et see kuidagi.”*

Üks naistest (N1) leidis, et Tinder on sobilik just nooremapoolsetele inimestele, kuna rakendus pole tõsiseltvõetav ning “pereinimesed” peaksid suhete loomiseks eelistama teisi lahendusi. Intervjueritud naised leidsid, et rakenduses ei eksponeeri inimesed oma sisu, enda tarkust ega huumorisoont, vaid pelgalt välimust. Tinderit näevad naised kui kohta, kus on võimalik end müüa ning kus valikud põhinevad peamiselt välimusel ning piltidel, mille abil saab selekteerida, kas vastassoosindaja on piisavalt atraktiivne.

*N9: “...ma ei arvanud, et see nagu nii sihuke välimuspõhine on või nagu, et ongi nagu mingi, ma ei tea, hot or not...”*

Arvamused selle kohta, millised on Tinderi eelised või puudused tegeliku elu ees, osaliselt lahknesid. Osa naistest leidis, et Tinderis suhtlemise alustamine on keeruline, kuna on raske täiesti võõra inimesega ühiseid jututeemasid ning kohest sobivust leida.

N1: *”Tinderis on see, et, et sa pead nagu tegema selle oletuse, kas sulle meeldib see inimene või ei meeldi või põhimõtteliselt ainult mingite piltide põhjal onju ja siis sa peaksid temaga hakkama kohe rääkima. Ja minu jaoks ongi sihuke nagu veidi raske, ma tahaks nagu kuskilt mingit informatsiooni veel saada.”*

Osa uuringus osalenud naistest leidis, et Tinderis on raskem luua lähi- ning sõprussuhteid kui tegelikus elus, kuna pole võimalik teada, milline on inimene teisel pool ekraani ning mis on tema eesmärgid.

N2: *“...minu arust palju keerulisem, sest sa tegelt ei tea inimest nagu ja sa kunagi ei tea, kas inimene võtab seda naljaga või ta päriselt tahab nagu.”*

Teine osa naistest aga leidis, et Tinder on nagu iga teine sotsiaalmeedia platvorm, kus on võimalik julgemalt rääkida, kuna suhtlus virtuaalmaailmas on pingevabam. Enamiku naiste seisukohtadest kumab läbi arvamus, et nad eelistavad uusi tutvusi ning potentsiaalse partneri leida silmast silma noormehega kohtudes, mitte läbi Tinderi keskkonna. Naised eelistavad enamjaolt suhete loomist tegelikus elus, kuna päriselt kohtudes on võimalik “keemia” tekkimine, näha, kuidas inimene käitub ning kuulda, milline on tema hääl. Ka võis märgata põhimõttelist vastasseisu tehnoloogia poolt vahendatud intiimsusele:

N7: *“...ma ei tea, ma pooldan sihukest nagu päris, päris elu rohkem, et, et see, et nagu ma kõike alates mingi, ma ei tea, bussiajast, taksost, toidust ja mehest leian endale telefonist, et ma nagu ei ole nõus sellega.”*

Samale osalejale valmistas muret sotsiaalmeedia ning Tinderi mõju suhete väärtusele laiemalt. Naine leidis, et Tinder võib kujundada seda, millisel kursil ning millisel viisil toimub suhete loomine tulevikus.

N7: *“Aga võib-olla ongi tulevik see, et inimesed räägivad, et aa, meie mingi vanaisaga kohtusime Tinderis mingi, mina panin talle yes ja tema pani mulle ka yes ja siis me hakkasime rääkima mingit platoonilist vestlust onju, et ma ei tea noh. Ma usun liiga palju sellesse päris, päris asja.”*

Valdavalt kirjeldasid naised, et ei näe Tinderi kasutamist kui tabu, kuid mitmed naistest seostasid rakenduse kasutamist avalikkuses siiski piinlikkusega.

N5: *“Ei ütleks, et tabu, aga jah, võib-olla tõesti jah. /---/ Ütleme nii, et avalikult ma väga Tinderit välja ei tõmba jah, tekitab natuke piinlikkust.”*

N7: *“Et niigi nagu veits on sihukene nagu enda pärast natuke mingi häbi, et ma olen siin Tinderis nüüd. /---/ Et see on sihuke naljakas asi minu arust, et nagu see ei ole mitte tabu, aga see ei ole esimene asi, mida reaalselt mingisugune, juhuuu mingi, ma olen Tinderis.”*

Osa uuringus osalenud naistest leidis, et Tinderi kasutamisest rääkimine on ebamugav näiteks perekonnale, koolikaaslastele või inimgrupile, kellega naised sagedamini kokku puutuvad. Üks uuringus osalenud naistest (N3) aga tunnistas kindlameelselt, et ei näe Tinderi kasutamist kui tabu, kuna on noor ja vaba ning võib teha, mida soovib ning mille vastu huvi tekib.

### **3.1.1. Tinderi kasutamise eesmärgid**

Uuringus osalenud naised tajusid Tinderit kui rakendust, millel on nende jaoks peamiselt meelelahutuslik ning tutvuste loomise roll. Kuigi naised väitsid, et nende eesmärk Tinderis on peamiselt vaid uute tutvuste leidmine, olid nende kirjeldused vastuolulised. Uuringust ilmnes, et naistel on tegelikult ka püsisuhte loomise eesmärk. Üks naistest (N8) on Tinderist endale varasemalt paarilise leidnud ning ei välista seda tänagi. Kui naistelt küsisin, kas nad välistavad suhte tekkimist, siis keegi neist seda ei välistanud.

N6: *“Ta ei ole jah, et nüüd ma tahan suhet, et sellepärast kasutan, et kui tuleb, siis on väga hea.”*

Naised tõmbasid Tinderi erinevatel põhjustel, kuid ühtseks jooneks oli see, et tihtipeale said nad initsiatiivi sõbrannadelt, kes varasemalt juba Tinderit kasutasid.

N2: *"Aa ei, tegelt õigus, ma tean, miks ma selle seal alla laadisin. Seepärast, et mul sõbrannal oli see alla laetud ja ta naeris selle üle kogu aeg. /---/ Ja siis ta nagu ütles, et ta on vaadanud, et Tinderis on jumalast naljakaid asju, mida kirjutavad just välismaa kutid, mingi hästi ajuvabasid asju nagu mingi, oota, et ää, issand, mis lause see on, mingi 'you are so fineapple' või mingi sihuke nagu."*

Tinderi on naised tõmmanud enamjaolt igavusest, et lahutada oma meelt või siis lahkuminekujärgselt uute tutvuste leidmiseks või meele ning tuju parandamiseks. Neli naist hakkasid Tinderit kasutama pärast noormehes lahkuminekut. Üks intervjueeritav sai lahkuminekule järgnedes igapäevaselt kokku nelja kuni viie mehega. Kuna naise suhe oli emotsionaaselt kontrolliv, tal polnud võimalik teistelt meestelt tähelepanu saada ega nendega flirtida, tundis naine, et Tinderi tõmbamine võib teda paremini tundma panna.

N6: *"...ma läksin poisiga lahku, siis ma tegin suht alguses, siis ma läksin hulluks, ma oleks saanud kõigiga kokku. /---/ Nagu alguses ma sain niimoodi, et põhimõtteliselt nädalas sain mingi nelja-viie erineva kutiga kokku ja see käis mingi paar kuud, aga siis nüüd ma saan mingi kuus võib-olla korra."*

Samuti leidis üks naistest, et noormehes pettumine pani teda asendust otsima uue mehe näol, kes paneks teda taas paremini tundma.

N1: *"Siis sa nagu tahaksid veits otsida mingit nii öelda seda asendusmaterjali või midagi, mis sul teeks nagu tuju heaks või midagi lihtsalt nagu noh ikka vaata. Kui sa tutvud mingi uue inimesega, siis sa oled sihuke mingi aa, ei taha mingi telefoni õhtul käest ära panna, ei taha üldse magama minna onju, tahaks ainult rääkida onju, et siis sa mingi otsid veits seda tunnet."*



Üks naistest (N3) laadis Tinderi alla, kuna soovis saada *matchi* ehk kokkusobivust noormehega, keda päris elus tundis ning oli kohanud. Tinderit kasutas ta vihje andmiseks, et näidata noormehele, et on temast huvitatud.

Kui enamik uuringus osalenud naistest väitis, et üheöösuhted pole Tinderis nende eesmärgiks, siis kaks naist väitsid, et on Tinderis ka ajutise seksuaalpartneri leidmise eesmärgil. N6 mainis, et ei pöördu Tinderis otse mehe poole sooviga astuda vahekorda, kuid on seksuaalsuhetele avatud. Ta lisas, et tal on sõbrad, kelle juurde ta seksuaalse vahekorra eesmärgil läheb ning kelle ta on leidnud Tinderist.

N6: *“Mul ei ole nagu, ma ei tea, mul ei ole nagu otseselt eesmärki olnud, aga mõnikord on tõesti nagu, kui sa oled mingi, okei, täna olen kiimas, nii, lähen nüüd Tinderisse, vaatan, kes on valmis nagu.”*

Samuti rõhutab naine, et enne seksuaalvahekorda astumist peaks mees talle näiteks joogi ostma ning seejärel selgub, kas nendevaheline suhtlus areneb seksuaalvahekorran.

N6: *“Et nagu, noh, niimoodi üheöösuhet nagu kohe otseselt, pigem kui ma ütlen, et kui keegi ütleb mulle midagi sellist, ma ütlen, et “you gotta buy me a drink first” ja siis vaatad, kuidas sa siis õõ läheb. Et ma kunagi nagu otseselt nagu kohe mingi ei hüppa.”*

Ka uuringus osalenud naine N9 on huvitatud seksuaalsuhetest – teda huvitavad nii mehed kui naised, kuid pikas perspektiivis näeb ta enda partnerina meest.

N9: *“Et siis nagu tüdrukute puhul on võib-olla rohkem see, et nagu mingi üheöösuhete asi või nagu lihtsalt nagu noh, et olla nagu kas või nagu korra suhtes, aga mitte nagu ollagi nagu terve elu koos.”*

Ülejäänud seitse naist mainisid, et pole Tinderis üheöösuhete loomise eesmärgil. Ühe uuringus osalenud naise (N7) arvamusel selgus, et naine leiaks enne endale partneri üheöösuhteks ükskõik kust muljalt, kuid mitte Tinderist.

N7: *“Noo, ma selles suhtes, kui ma peaksin valima, siis ma pigem leian selle üheöösuhte kuskilt, ma ei tea, klubist endale, kui ma nagu ma peaksin seda nüüd nii öelda tahtma, aga mitte kindlasti, kindlasti mitte Tinderist.”*

Uuringust ilmnes, et naised on Tinderis enesehinnangu tõstmise eesmärgil. Kuigi mõned neist seda otseselt ei väitnud, peegeldus Tinderi enesehinnangut tõstev efekt naiste kirjeldustest Tinderi kasutuspraktika kohta. Tihtipeale ilmnasid vastuolud naiste poolt edastatud väidete osas. Naised väitsid algselt, et Tinder nende enesehinnangut tõsta ei aita, kuid tõlgendasid samas, et komplimentid aitavad tagada hea enesetunde.

N2: *“Ma ei tõmmanud seda sellepärast, et enda enesehinnangut tõsta ja ma ei, aga see nagu tõstab, see on lisaboonus mu meelest.”*

N1: *“Ee, ma ei, ma kindlasti ei käi seal mingi heakskiidu pärast või komplimentide pärast või mingi sihukest asja vaata. Mul ei ole nagu vaja seda, ma arvan endast ka nagu piisavalt hästi. /---/ Et sa tead, et teist ei saa mitte kunagi mitte midagi onju, et oled nagu sihuke inimene, kellel sa mingi vaatad kaugelt ja siis suunurgast ila tilgub onju. Ja siis kui teil tuleb nagu match, siis sa oled lihtsalt nagu... Ilmselgelt sa ei kirjuta talle, aga lihtsalt see, et nagu, et ta võib-olla vaatab mind ka nii. /---/ See ei olegi nagu see, et ma nüüd kirjutan talle kohe, et oh my god, et me mingi meeldime üksteisele, et lähme välja vaata, et see on lihtsalt nagu sihuke mingi salajane kompliment või mingi sihuke asi.”*

Üks naistest (N6) väitis, et Tinderit kasutama hakates oli tema enesehinnang madal, kuid kui pani tähele, et tema jaoks atraktiivsed noormehed teda Tinderis valivad, tõusis ta enesehinnang. Naine mainis, et tõmbas Tinderi esialgselt enesehinnangu tõstmiseks. Uuringust ilmnes, et Tinder pole pikas perspektiivis enesehinnangu tõstmise koht, kuid *like*'d ehk meeldimised Tinderis mõjutavad seda paratamatult. Kui N8 leidis, et saab piisavalt komplimente ka tegelikus elus, siis N9 leidis, et Tinderis vastupidiselt tegelikule elule on võimalik rohkem komplimente saada.

Kaks uuringus osalenud naist (N2; N6) kasutavad Tinderit aktiivselt välisreisidel, kuna leiavad, et see annab võimaluse tutvuda võõras keskkonnas uute inimestega, kellest võivad kujuneda reisisõbrad või kes neile lihtsalt konkreetset paika tutvustavad.

N6: *“Et ma läksin, näiteks ma käisin reisimas ja siis ma läksin Kopenhaagenisse ja siis ma juba enne varakult nagu svaipisin ja siis me see ühega oli, et aa, ma näitan sulle ringi ja siis me läksime temaga, läksime kohalikesse kalarestoranidesse sööma ja nagu minu jaoks oli see nagu reisisõpru ka leida endale.”*

N2 mainis, et kasutab Tinderit uhkustamiseks ning enda reisikogemuste presenteerimiseks, millest saadavat rahulolu võib seostada enesehinnangu tõstmisega.

N2: *“Eee, veel võib olla ka sihuke uhkustamise eesmärk, võib-olla mis ka minul veidi on sihuke, et ennast veidi nagu võib-olla näidata ka, et vaata, et ma olen, et käin palju ringi, et jah.”*

Eesmärkidest tõid naised veel välja naljategemise eesmärgi, mida võib kõrvutada teiste üle naermisega.

N3: *“Ma ei tea, ma nagu alati mõtlen mingite piltide puhul, et mida siin niimoodi inimene mõtleb, kui ta endast sihukese pildi teeb, kui ta nagu üles paneb, et nagu selles mõttes, et see on ju loogiline, et meist kõigist on ebaõnnestunud pilte ka, aga nagu see on ju su enda valik, kas sa siis selle riputad üles või mitte.”*

Naised võtavad naljategemist kui meelelahutust, kui vaatavad meeste pilte, mis pakuvad neile nalja. Kõige naljakamaid juhtumeid jagavad naised sõbrannadega saates üksteisele *screenshote* ehk kuvatõmmiseid.

N4: *“..noh, see on küll natuke inetu, aga, aga, aga me teeme, noh õde ka vahepeal minu telefonis seal like’b neid ja siis vahepeal me isegi teeme niimoodi, et lihtsalt panemegi kogu aeg järjest nagu like’e nagu, me ei vaadanud, kes on, lihtsalt järjest panime ja siis kuidas, kuidas sellised kutid hakkasid kirjutama, kellega, kellele ma*

*esiteks ei paneks elu sees isegi like'i mitte, aga nagu noh sellistega tuleb kohe match, sellepärast nagu, noh nemad arvavad, et sa oled nagu ilus onju ja nagu nemad tahaks suga suhelda onju, aga ja siis tulevadki kirjutama ja siis ma olen mingi uu, miks. Ja noh siis vahel on ikka nii, et teen näiteks mingeid screenshote ja saadan sõbrannadele, et jah."*

Tinder on naiste arvamusel rakendus vastassugupoole profiilide uurimiseks, et mõista, kuidas mehed end presenteerivad, milliseid pilte endast üles laevad ning kuidas end väljendavad. N2 öeldust ilmneb, et mõned kasutajad loovad endast teeseldud pildi, kuna "üritavad" end teatud viisil presenteerida.

*N2: "Aga vahel, siis, kui ma avan, siis mulle meeldib lihtsalt näiteks nagu lugeda, et aa nagu, mida inimesed kirjutavad sinna. Mind huvitab, kuidas inimesed ennast presenteerivad, see on päris huvitav mu meelest. Et vaadata, millisena inimesed ennast üritavad näidata, et nagu osade inimeste puhul ongi näha see, et üritavad näidata, et aa, nad on hullult mingi lahedad..."*

Kolme uuringus osalenud naise arvates on huvitav jälgida meeste profiile, kuna siis saab teada, milliseid inimesi on üldse olemas ning millised mehed välja näevad. Üks naistest (N9) kõrvutab meeste profiilide jälgimist uudiste lugemisega.

*N9: "No ühesõnaga see uudishimu inimeste vastu üldse või nagu et, et milliseid inimesi on nagu olemas. See on kuidagi nagu mingi umbes nagu uudiseid loeks, aga teistmoodi, et nagu sihuke vaatad, et mis, mis pilt praegu on."*

Kaheksa uuringus osalenud naist on saanud kokku noormeestega, kellega nad Tinderis on kohtunud. Üks naistest pole Tinderis suhtlemise järgselt ühegi noormehega kohtunud. Ühel naistest on Tinderist tekkinud suhe, mis on tänaseks lõppenud. Kaks naistest kohtuvad noormehega, kellega nad sooviksid suhet luua ning sõprustasandilt edasi liikuda. Naised on saanud Tinderis sõprussuhteid, mis kestavad tänaseni. Kui üks naistest pole kohtamas käinud kordagi (N3), seitse naist on noormeestega kohtunud ühel kuni viiel korral, siis üks naistest (N6) on Tinderi suhtluse järgselt kohtunud umbes 40-50 mehega.

### 3.1.2. Tajutavad võimalused Tinderis

Võimalustena tajuvad naiskasutajad erinevaid aspekte. Üheks kattuvaks võimaluseks, mille enamik naistest välja tõi, on meeste kohta lisainformatsiooni saamine sõpradelt/sõbrannadelt või teistest sotsiaalmeedia kanalitest. Mõned naistest uurivad meeste Instagrami kontot, et näha, milliseid pilte laevad mehed üles igapäevastes situatsioonides ning millised fotod on üles laadinud nende sõbrad, kes on kasutanud 'tag-imise' ehk fotodel äramärkimise võimalust. Naiste sõnul võimaldab Tinderis kohtumine uurida põhjalikumalt mehe tausta ning ühiste sõprade olemasolul küsida sõpradelt arvamust kohatud mehe kohta.

N9: *“Ei ma nägin, et meil on üks ühine sõbranna ja siis ja siis ma kohe kuidugi kirjutasin sellele sõbrannale, et aa, et kes see on nagu. /---/ See nagu näitab, kuhu sotsiaalsesse gruppi ta kuulub või kellega ta läbi käib päris palju.”*

Üks uuringus osaleja (N7) kirjeldas, kuidas tema ning tema sõbranna vahel toimus tõeline detektiivitöö, et teha kindlaks, kas noormees on kohtumispaika ilmunud ning kuivõrd rahulik või närvis on ta enne esmakohtingut.

N7: *“Nii ja kuidas see asi toimis, oligi see, et siis mina vaatan mingi nii, näen üks kutt istub seal onju ja siis sõbranna küsib, et on mingi närvis või, siis ma mingi 'noo, ei ole, veits närvis, vahib ringi' onju ja siis asi lõppes sellega, et mina enda lauast siis zoomisin niimoodi selle tüübi, sõbranna tahtis nagu veenduda, et enda noh teisele sõbrannale edasi öelda, et see on nagu õige tüüp. /---/ Noh, näide, et sellel, sellest, et vaesed kutid, et nagu neil pole õrna aimugi. /---/ Mingi lihtsalt sihuke tšikkide maffia on taga.”*

Uute tutvuste loomise järgselt avanevad naistele Tinderis mitmed võimalused. Uuringus osalenud naised näevad Tinderi võimalustena uute inimestega kokkusaamist, ajaveetmist ning ka omakasu eesmärgil uute sõprade teenete kasutamist. Näiteks rõhutab N1 asjaolu, et Tinder on võimalus eelkõige tudengite jaoks, kel üldjuhul rahaga teatavasti priisata pole.

N1: *“Sa saad põhimõtteliselt iga õhtu käia tasuta väljas söömas, kui sul nagu Tinderis joppab. See on tõsi. Aga vahepeal ma ei pidanud mingi kaks nädalat vist poes käima, sest ma käisin iga päev väljas söömas, iga päev.”*

Samuti leiab naine, et Tinderi kasutamisest võib olla kasu ka tulevikus ärilistel eesmärkidel või lihtsalt suhtlustasandil, kuna kunagi ei tea, keda mis ajahetkel elus vaja võib minna.

N1: *“Ma arvan, et see pigem ongi nagu minu, ütleme minu vaatenurgast sihuke tutvuste saamine vaata, et tutvused on anyway kasulikud, vahet pole siis mis, kas nad on kunagi sul näiteks mingid tööalased, kas sa näiteks saad kellegagi Tinderis jutule, käite paar korda väljas, lisab Facebook’i sõbraks onju, siis mingi aeg ütleme sul on mingi korterit vaja või kirjutad mingi a la ‘otsin mingi üürikat onju,’ siis see vend näiteks kirjutab sulle, et ‘jou, mul on vaata’.”*

Mitme uuringus osalenud naise jaoks on olulise tähtsusega emotsioon, mille nad Tinderist saavad. Näiteks N9 leiab, et Tinderi kogemused kujundavad tema tuju ning motivatsiooni partneri leidmiseks. Kuigi Tinder võib kohati olla raskem viis suhtluse loomiseks, rõhused naised selle mugavusele ning käepärasusele.

N1: *“Ütleme, noh, loomulikult sa võid seista siin samas Postimaja ees onju terve päeva ja siis vaatad, et kuidas kutid mööda kõnnivad ja siis, kui sulle keegi meeldib, siis lähed, pead kinni, annad oma mingi visiitkaardi vaata, aga, aga ütleme, et noh mugav on ta ju, sa lähed koju.”*

N5: *“Lihtsam, lihtsam, et telefonis saad kohe vaadata, kas on keegi normaalne, saad jutule, siis kutsud välja. Muidu on see, et lähed välja, vaatad ringi, võib-olla tuleb keegi ligi, võib-olla ei tule. Kui hästi läheb, tuleb. /---/ No ta on käeulatuses, ma ei pea vaeva nägema, ma ei pea ennast ilusaks tegema, kui ma tahan kedagi otsida sealt. Lihtsalt ükskõik, igal ajal saan vaadata, kes on ligi.”*

Mitmed uuringus osalenud naised tõid välja, et Tinder võimaldab kohtuda selliste inimestega, kellega tegelikus elus kohtumisvõimalust ei oleks, mis annab omakorda Tinderile eelise silmast silma kohtumise ees.

N6: *“Kui sa oled selline mitmele poole kõlkuv inimene, ma olen nagu artistlik ja samas mulle meeldib kodus raamatut lugeda ja lihtsalt chillida, aga samas mul meeldib ka hoorakalt riide panna ja peole minna, et nagu sihuke vahepeale, et see on ka nagu, et selliseid inimesi on nagu hästi palju ja kui sa ei leia selliseid, kes nagu näiteks kodus raamatut loevad, klubidest, või siis leiad, aga see on nagu haruldane.”*

N6: *“...ma mõtlengi, et ma nagu selliste inimestega, kes on just nagu mingi mega business inimesed või mega nagu sihukesed motiveeritud inimesed, neid sa nagu tänavapildis nii väga ei näe või nagu sa ei, tänaval sa nagu ei lähe ka rääkima, nii et.”*

Eelnevate tsitaatide põhjal selgub, et Tinder annab võimaluse kohata väga erinevaid inimitüüpe, mis tagab omakorda suurema valikuvõimaluse. Seega on võimalik Tinderist leida lihtsama vaevaga huvipakkuv meeskasutaja, kes vastab naiskasutaja eelistustele.

### **3.1.3. Tajutavad ohud Tinderis**

Peamise tajutava ohuna tõid naised välja teadmatus, milline on tegelikult mees, kellega nad Tinderi vahendusel on tutvunud. Teadmatusena võivad kaasneda olukorrad, mis lõppevad naise jaoks ekstreemsete juhtumitega, milles jääb kannatajaks naine. Naistel on hirm, et neid võidakse vägistada, neile võidakse kohtingul midagi joogi sisse panna ning nende järelt võidakse varastada. Naised tõid välja, et suurimaks ohuks ongi see, et nad ei tunne meest, nad ei tea tema tegelikke eesmärke ega pole teadlikud, kuhu mees võib naise viia ning mida temaga teha.

N1: *“Aa, ma ikka täiega kardan seda, et ma võin näiteks mingi psühhopaadi otsa sattuda nagu.”*

Üks uuringus osalenud naistest (N7) tõi välja, et kui ta peaks üheöösuhete kohta kaitsekõne pidama, siis soovitaks ta ajutise seksuaalpartneri leida ükskõik kust mujalt, kuid mitte läbi telefoni ega Tinderist, kuna Tinder on pedofiilide jaoks soodne keskkond tegutsemiseks.

N7: *“Sest igast mingeid hulle on ja noh Tinder on suht minu arust nagu hea võimalus nagu mingitele, ma ei tea, perversidele ja pedofiilidele tegutseda, et noh, keegi ei küsi sult enne seda mingit isiku-/sõrmetesti ei tee onju, kui sa sinna regad”*

Samuti leidis osa naistest, et Tinderis küll valitsevad ohud, kuid ise teadlikult tegutsedes suudavad nad ohte ära hoida.

N2: *“Mul ei ole seal mingeid erilisi pilte, sellepärast mingeid paljastavaid pilte näiteks ja ma ei tea, ma leian, et minu jaoks nagu seal otseseid ohte ei ole.”*

Näiteks N2 sõnul on ohuks endast paljastavate piltide lisamine Tinderisse, kuna siis näidatakse end seksuaalobjektina. Üllatavana asjaoluna ilmnes, et N2 sõnul on teistesse sotsiaalmeedia kanalitesse (Facebook, Instagram) endast paljastavate piltide üles riputamine aktsepteeritavam kui Tinderisse, kuna tegu pole tutvumissaitidega. N3 sõnul on ohuks endast liigse informatsiooni avaldamine.

N3: *“No selles mõttes, et nagu ikka on see oht alati vaata, et kui sa infoühiskonnas oled, et mingi liiga palju mingit informatsiooni jagad, siis see võibki kuidagi ohtlik olla. /---/ Ma arvan, et ma praegu ei ole lasknud sihukestel olukordadel tekkida.”*

Kui kaheksa naist üheksast leidsid, et Tinderis valitsevad ohud, siis üks naistest (N6) ei näinud Tinderi kasutamisega kaasnevat ohte ning pidas oluliseimaks seda, et ta oleks ise positiivselt meelestatud.

N6: *“...kui ma lähen, ma läksin sellega, et ma teadsin, et aa, tuleb lahe aeg ja kui ei tule lahe aeg, siis või kui tapabki mu ära, siis ma teadsin, et ma lähen laheda mõttega kuhugi. Ja siis mu sõbranna alati ütleb ‘sa oled hull peast, sest sa ühel päeval sured’. Ma ütlen ‘Aga vähemalt suren heade mõtetega’.”*



Kui enamik naistest tõid välja mõned konkreetsed ohud, siis N7 mainis, et ohte on Tinderis “lademetes”. N7 leidis, et on inimesi, kellel pole head kavatsused. Samuti leidis ta, et üheöösuhted pole turvalised ning tänapäeval areneb jõudsalt “hook up kultuur” ehk üheöösuhete kultuur.

N7: *“Mingisugune mingi poeskäimine, et sa vaatad, et noh tahaks seda ja ma tahaks seda ja ma tahaks seda ja panen endale, ma ei tea, kõik sinna ostukorvi onju, et see kuidagi minu arust vähendab seda suhete tegelikku väärtust. Suhete väärtus täielikult devalveerub sellega.”*

N7 sõnul tahavad inimesed leida aina kedagi paremat, mistõttu toimub pidev põnevuse jaht ning esineb üha rohkem petmisi liigsete ahvatluste tõttu. Naine toob elavaid näiteid, kuidas tema tutvusringkonnas on inimene enda paarilist petnud ning kuidas varjatakse Tinderi olemasolu. Petmine on tema sõnul tehtud nii lihtsaks, mistõttu tekivad partneri osas kahtlused ning suhetes toimub pidev nuhkimine sotsiaalmeedias teineteise järel.

N7: *“Mul on endal nagu sõbrannasid, kellel on suhtes probleeme tulnud, sest nad lihtsalt tinderdavad õhtul igavusest, mees on tööl onju, siis ta mingi hakkab tinderdama, hakkab seal mingisuguse tüübiga vestlema ja siis tekib lõpuks probleem ja siis kolitakse ka vestlus kuskile Whatsappi või Viberisse üle, et noh mitte Facebooki, sest see on nagu väga lihtne on seal mingi jälile saada.”*

Peamise mõttena toob N7 välja, et Tinder vähendab või kaotab täielikult ära suhete tegeliku väärtuse.

### **3.2. Noorte naiste enesepresentatsioon Tinderis**

Intervjuudest ilmnes, et seitse naist üheksast pööravad oluliselt tähelepanu enesepresenteerimisele Tinderis. Kaks naist (N3 ja N7) on oma Tinderi profiili üle kandnud Facebook’ist ega pole Tinderisse eraldi profiili loonud, kuna ei näe põhjust selle kallal vaeva nägemiseks ega sellele aja panustamiseks. Enamjaolt aga tahavad naised luua endast Tinderis ülevaatlikku, mitmekülgset ning tõepärast pilti, kuid kasutavad erinevaid strateegiad, et end

võimalikult positiivsel viisil presenteerida. Kõige tähtsamaks peavad naised profiilil pilte, kuna nende arvates käib Tinderis valimisprotsess eelkõige piltidest lähtudes. Valdav osa naistest paneb Tinderisse pildid, millel on nad kõige kenamad. N6 tahab piltidega näidata eelkõige oma riietusstiili. Kõige olulisema tähtsusega on naiste arvates esimene pilt, mistõttu on see erilise hoolikusega valitud. Näiteks väidab N5, et esimene pilt peab olema ilus ning esinduslik. Üldjuhul vahetavad naised Tinderis pilte, kui leiavad endast õnnestunuma pildi.

*N6: “Ee, vahepeal ma vist, no siis kui mingi uus pilt tuleb, mis mulle meeldib täiega, et oh my god, siin ma olen nii ilus, siis selle ma panen nagu asendan millegagi ära, mis ei ole nii ilus, aga üldiselt olen rahul.”*

Uuringust ilmnes, et osad naised võrdlevad enda profiili ka teiste naiste profiilidega, kuna on oma meessoost sõpradega koos Tinderit kasutanud. Sel puhul asetavad naised end teistest naistest justkui kõrgemale ning väidavad, et nende profiil ning pildid on justkui teistest paremad. Üks naistest (N2) leidis, et oskab end paremini presenteerida ning tema profiil on tagasihoidlikum kui teistel naistel. N1 leidis, et võrreldes teiste naiste profiilidega on tema neist ilusam.

*N1: “..nii palju kui mina olen nagu näinud, ütleme nagu poistel nagu Tinderis neid tüdrukuid, siis ma ikkagi nagu tunnen, et ma põhimõtteliselt võiks sinna panna mingi sihukese pildi ka, kus ma olen umbes mingi kolm päeva magamata ja mingi juuksed jumala sassis ja ma saaks ikkagi mõne like'i ka onju, et noh, et ütleme, et mina alguses mõtlesin, et need tüdrukud, kes Tinderis on, on sihukesed, eee, enamasti nagu sihukesed kollid või nagu need, kes tõesti kuskilt mujalt ei leia mitte midagi vaata.”*

Uuringust ilmnes, et naised tahavad luua meestele võimalikult meelepärase profiili, kuid soovivad siiski jääda iseendaks. Kuigi naised on üritanud jääda iseendaks, siis nende kirjeldustest peegeldub alatihti, et kasutusele võetud strateegiatega on kaotatud naise “tegelik mina” ja peegeldatakse enda norme teistele:

N4: *“Jah, ja ja selles mõttes, et ma olen üritanud luua nagu sellise profiili ka nagu, mida mina nagu mõtlen, et mis nagu, mida mina hindan, kui näiteks mina vaatan kutte seal.”*

Naised soovivad, et nende profiilid näitaksid neid erinevate nurkade alt ning annaksid põhjaliku ülevaate.

N1: *“Et kui mul see päris esimene pilt on umbes sihuke mingi a la mina mingi kümme minutit enne Studiosse minekut vaata mingi full meik, hullult mingi dressed up onju, siis mul teine pilt ongi sihuke nagu põhimõtteliselt mina suvel maal vaata. . /---/ ...ma ei taha ennast näidata kui mingi mõttetu nagu mingi, sorry, et ma nii ütlen, aga mõttetu linnapiffina vaata, kellel on mingi pidu ja mingi näpud püsti ja panen iga nädalavahetus täiega tina...”*

Intervjueeritavate arutluskäikudest selgus, et profiili loomisel mängib rolli ka sotsiaalne heakskiit ning sellest lähtumine. Üks naistest on loonud profiili, millel varjab oma kehaehitust, kuna pelgab näidata, et pole normaalkaalus. Ta on valinud pildid, mis ei näita tema keha, kuna tunneb, et üldjuhul tõrjutakse suurema kehaehitusega naised kõrvale ning mehed hindavad naisi vaid välimuse põhjal. Et kellelegi siiski mitte pettumust valmistada ning endast ebatõest muljet jätta, on ta märkinud lisainformatsiooni *“plus-sized”*, mis tähendab, et naine on pluss-suuruses.

N9: *“Mm, üldiselt pigem nagu, nagu näost pildi ikkagi, no see on ka nagu see, et ma lihtsalt mingi, ma ei tea, noh alguses ma lihtsalt ei julgenud näidata inimestele, et ma olen nagu, et ma ei ole normaalkaalus vaata ja lihtsalt mingi, noh, kartsin, et noh inimesed ei, ma ei tea, panevad kohe ära, aga noh, mul on noh endiselt on pildid nagu näost. /---/ Aga noh nüüd ma mingi kirjutasin juurde sinna alla väikselt mingi, et nagu plus-sized, et võib-olla nagu, ma ei tea, keegi loeb.”*

Samas pööravad aga naised tähelepanu sellele, et nende profiilil ei oleks liigset informatsiooni, mis võib olla neile ohuks või mida nad ei pea lihtsalt vajalikuks.

N7: *“Ma ei tea, noh mul on tähtis lihtsalt, see on mind nagu veits hirmutanud, et, et nagu need pildid on noh, seal on nagu igaüks võib ka minu nendest nagu mingid screenshotid teha, et no samamoodi nagu mina teen mingi, aa vaata, mingi su üks on siin Tinderis, saadan sõbrannale onju. Noh samamoodi võib minu mingisugune üks seda teha ja saata oma sõpradele...”*

N4: *“No sest ikka seal liigub sihukeseid imelikke inimesi ka ja nagu ma ei eelistan [ma eelistan] seda hoida nagu nende jaoks, kellega ma tahan seda ise jagada, et mis ma teen ja kes ma olen ja kust ma tulen ja näiteks seal on see koht vaata, et kus nagu enda iseloomustust nagu enda sõnadega kirjutada, et näiteks sellist asja ma ei ole ka nagu sinna midagi kirjutanud...”*

Kui enamik naistest pole pööranud suuremat tähelepanu lisainformatsiooni loomisele, siis N9 on olnud lisainformatsiooni kirjutades ning profiili luues väga põhjalik. Kuigi ka tema jaoks on väga olulise tähtsusega pildid, siis ei pea ta vähemoluliseks teksti olemasolu. Ta on mõelnud läbi iga lause, mille ta oma profiilile on lisanud. Tekst on kirjutatud inglise keeles, et sellest saaksid aru ka muud keelt kõnelevad inimesed. Tekst peegeldab naise huvisid, tema iseloomujooni, muusikamaitset, kehatüüpi, pikkust ning ka rahvust. Samuti on märkinud naine oma profiilil, et on huvitatud nii meestest kui naistest. Põhjaliku profiili eesmärgiks on naise sõnul leida sarnaste huvidega inimesi.

### **3.3. Noorte naiste nägemus tüüpilistest Tinderi meeskasutajatest**

Tüüpimisülesandes palusin uuringus osalejatel visualiseerida kasutajatüüpe, keda nad on Tinderis märganud ning panna neile ka sobivad nimed. Järgnevalt kirjeldan peamisi tüüpkasutajaid, keda noored naised Tinderi keskkonnas on kohanud. Lisasin tööle noorte naiste joonistused tüüpkasutajatest. Alustasin kasutajatüüpidega, mida töid naised kõige enam välja ning liikusin seejärel kasutajatüüpideni, mida esines vähem.

### 3.3.1. Eksponeerija

Uuringust ilmnes, et kõige enam kujutasid naised oma joonistustes tüüpkasutajat, kelle üldiseks nimetuseks panin Eksponeerija. Eksponeerija tüübi jaotasin veel eraldi kaheks tüübiks: eneseeksponeerijad ning asjade eksponeerijad. Kaheksa naist tõid oma joonistuses välja tüübi, kes eksponeerib oma keha. Eneseeksponeerijate nimetused, mis naised välja pakkusid: Look at my sixback [sixpack]; Muskliid, mitte aju; Ilueedid; Vilie 25; Poolpaljas rõve pilt; Paljas; Eneseimetleja; Musklimees; Jõuksipoiss.

Eksponeerijat kirjeldasid naised kui meest, kes eksponeerib oma kõhulihaseid, näitab muskleid, lisab palja ülakehaga pilte, käib jõusaalis ning paneb suurt rõhku oma välimusele.

*N2: "...osad kutid on reaalselt nii, et neil on viis pilti ja siis kõik on palja ülakehaga tehtud."*

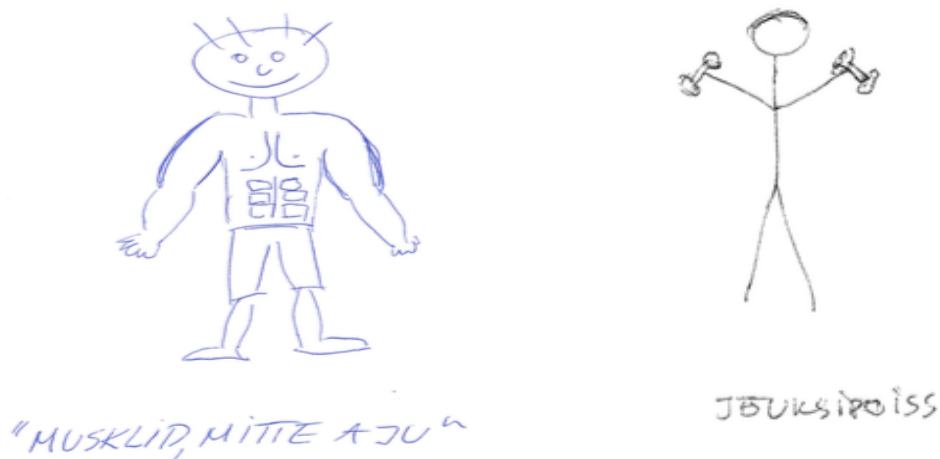
Eksponeerija on naiste arvates kui tugev "matcho" või "jõukajõmm", kes kannab ümber riideid või kel on vaid särgiriba seljas. Ta on pingutanud oma muskleid nii palju kui saab. Uuringus osalejate arvates hoiab Eksponeerija tihti piltide peal hantleid käes või tõstab raskusi. Enamik naistest leidsid, et Eksponeerija teeb endast ise peegli ees pilti, mille ta Tinderisse üles laeb. Pildi ajal võib ta olla oma huuled prunti ajanud. N8 seostas Eksponeerijat kui tüüpilist soomlast, kelle Tinderi profiilil on kirjas "looking for fun" ning kes on nädalavahetuseks Eestisse peole tulnud. N4 leidis, et Eksponeerijal on „Hitleri soeng“ – küljed kiilad ning pealt pikem. Naiste poole võivad Eksponeerijad pöörduda näiteks lausetega "Jou, piff", "Jou, kaunitar," "Lahedad tissid" või "Tsau, tussu". N9 sõnul paistab välja nende välimus, kuid mitte sisu ehk iseloom. Nende eesmärkideks Tinderis on *ego boost* ehk enesehinnangu tõstmine, üheösuhted, koguda *matche* ehk kokkusobivusi ning populaarsust. Intervjueeritavate arvates on Eksponeerijad enesekindlad, laiavad, üleolevad ning konkreetsed. Naised tõid välja, et neile konkreetne tüüpkasutaja meelepärane ei ole.

*N9: "Jaa, et nagu rohkem see, et sa, ma ei tea, et sa pead käima kuskil trennis, sa pead olema mingi atraktiivne, sa pead olema mingi ilus, näitama välja. Ühesõnaga välimusele hullult palju rõhku, aga nagu jah, seda sisu nagu ei ole või nagu."*

Joonistustel kujutasid naised Eksponeerijalt valdavalt sarnaselt: palja ülakehaga, välja joonistatud kõhulihaste, musklite ning hantlitega. Telefon käes (joonis 1) näitab seda, et meeskasutaja on endast ise telefoniga pilti teinud.



Joonis 1. Eksponeerija kasutajatüübi illustatsioonid Ilueedid (N3) ja Musklimees (N8).



Joonis 2. Eksponeerija kasutajatüübi illustatsioonid Musklid, mitte aju (N1) ja Jõuksipoiss (N9).

Kui enamjaolt kujutleti Eksponeerijaid jõusaalis, siis kaks naist visualiseerid tüübi, kes eksponeerib end üldjuhul täitsa paljalt. Nimeks olid naised pannud “Poolpaljas rõve pilt” ja “Paljas”.

N6: “Paljas olemisel ei ole midagi viga, aga mulle ei meeldi, kui sa mingi liputad oma peput mingi ja kõik maailma tüdrukud on su peput näinud või nokut või mida iganes.”

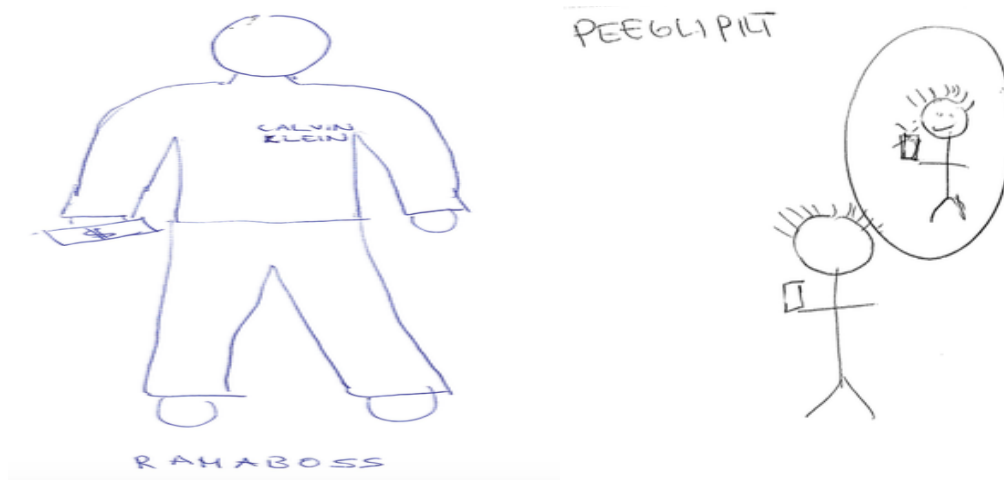
Seda tüüpi Eksponeerija on lisanud endast kas pildi voodis või esitlenud end lihtsalt täiesti paljalt. N8 kirjeldab teda kui okseleajavat ja rõvedat tüüpkasutajat. Naised leiavad, et konkreetne Eksponeerija on Tinderis kas naljategemise või üheösuhte eesmärgil. Kasutajatüübi Paljas alla joonistatud X (joonis 3) tähendab seda, et Tinderis svaibib naine ta vasakule ehk valib ebasobivaks.



Joonis 3. Eneseeksponeerija kasutajatüübi illustatsioonid Paljas (N6) ja Poolpaljas rõve pilt (N8).

Asjade eksponeerijana visualiseerisid kaks naist tüübi, kes eksponeerib Tinderi piltidel asju, mis peegeldavad seda, et tal on raha ning ta on jõukas. Nimeks olid naised pannud tüübile Rahaboss ja Peeglipilt. Asjade eksponeerijat ei näe naised atraktiivseks.

N2 nägi asjade eksponeerija alatüübina Rahabossi, kes loob pildi endast kui jõukast inimesest eelkõige oma piltidega ning enda jõukuse eksponeerimisega. Naise sõnul tahab ta näidata, et meeldib paljudele tüdrukutele. Mees üritab näidata Tinderis, et tal on palju raha ning võimalik midagi naistele pakkuda. Rikkuri alatüübil on N2 sõnul üleval peopildid, palju *selfies* ning võib olla üles laetud ka pilt suures tüdrukutepundis. Samuti võivad mehel olla üles laetud šoppamispildid. Asjade eksponeerija eesmärk on eelkõige näidata välja oma vara ning Tinderist otsivad nad eelkõige üheösuhteid.



Joonis 4. Asjade eksponeerija kasutajatüübi illustatsioonid Rahaboss (N2) ja Peeglipilt (N8).

Joonistustel paistavad välja asjad, mida tüüpkasutajad eksponeerivad. Joonisel 4 (Peeglipilt) on joonistusel peeglist näha nutitelefoni, mida N8 sõnul tüüpkasutaja eksponeerib.

N8: *“Mõned ma arvan leiavad, et mõned tahavad näidata, mis telefon neil on, võib-olla läbi peeglist telefoni, telefon jääb ju peale.”*

Rahabossile (joonis 4) on kätte joonistatud dollar, mis sümboliseerib raha, mida ta ka pildidel välja näitab. Samuti on asjade eksponeerijal seljas Calvin Kleini pluus ehk brändirõivas. N2 mainis, et jõukus ja rikkus peegeldub tüüpkasutaja riietest, mida ta pildil kannab.

### 3.3.2. Karjääriinimene

Uuringus osalenud naistest kuus kujutas oma joonistusel tüüpkasutajat, kelle nimetasin Karjääriinimeseks. Karjääriinimeste nimetused, mis naised välja pakkusid: Karjeristid/kultuursed; Ilus, edukas -30a ärimees, Ärimees, Motiveeritud, IT-nohik ja Martin 27. Karjääriinimest näevad naised ühe kõige positiivsema ning atraktiivsema tüübina, kelle nad tavaliselt paremale svaibivad ehk meeldivaks valivad.

Karjääriinimeseks peavad naised tüüpkasutajat, kes on pühendunud karjääri tegemisele, kes on elus kuhugi jõudnud, keskmisest haritum, tööle pühendunud ning teab, mida elult tahab.



Tema olemusest peegeldub äri- ja kultuurihuvi. Karjääriinimest seostasid naised endast vanemana (üldjuhul vanuses 26-30). Karjääriinimene on naistega suheldes viisakas ning “ei lenda mingisuguse juraga peale” ega “ei kirjuta imalat *pick up line*’i”. Naiste sõnul on Karjääriinimene tubli, motiveeritud, viisakas, ametlik, tõsine, edukas ning täiskasvanulik mees, kellele meeldib töötada ja raha teenida. Ta on oma vara ausa tööga välja teeninud ega eputa. Viis naist kuuest nägid Karjääriinimest pigem atraktiivse ning meeldivana. N7 väitis, et Karjääriinimene on kõige normaalsem Tinderi kasutaja.

Karjääriinimese jaoks pole Tinder ainus koht, kust naist otsida, kuid kuna tegu on äärmiselt hõivatud ning pühendanud inimesega, pole tal tihtipeale aega väljas käia ning naistega kokku saada. Seetõttu on Tinder Karjääriinimesele kui lihtsam viis uute tutvuste loomiseks.

*N7: muidu ülimalt tööga hõivatud ja mingid busyd ja siis ka neil on see Tinder nagu lihtsalt, et noh, a la, ma ei tea, mul ei ole aega tõesti välja minna, et siis ma äkki nagu sealt leian mingeid tutvusi.”*

Karjääriinimest näevad naised töötamas programmeerijana IT-ettevõttes, pankurina, kinnisvaramaaklerina, poliitikuna, ärimehena või pankurina. Teda seostavad uuringus osalenud naised eelkõige poliitika-, tehnoloogia- või majandusvaldkonnas töötavana.



Joonis 5. Karjääriinimese kasutajatüübi illustatsioonid Karjeristid/Kultuursed (N3) ja Ärimees (N4).

Joonistustest ning naiste tõlgendustest selgus, et Karjääriinimese pildid on elulised ega pole lavastatud. Need on tehtud näiteks kontoris koosoleku ajal, ettekandeid tehes või muudes tööalastes situatsioonides. Karjääriinimese kasutajatüübi joonistuseltki paistab mees, kes istub arvuti taga ning kelle taga on raamaturiulid (joonis 5). Karjääriinimest kujutleti piltidel mitmel korral lipsu ja ülikonnaga (N4). Sellest peegeldub Karjääriinimeste formaalne riietusstiil. N8 mainis, et Karjääriinimese Tinderis olevad fotod võivad olla tehtud asutuse kodulehekülje jaoks.

Kaks naist nägid Karjääriinimest IT-valdkonnas töötamas. Küll aga erines nende kirjeldus ning joonistus suurel määral. Nimeks olid naised pannud kasutajatübile IT-nohik ja Karjeristid/Kultuursed (joonis 5). Nagu eelnevalt kirjeldasin, seostas naine (N4) Karjeristid/Kultuursed kasutajatüüpi tööka, enesekindla ning ambitsioonikana. N9 nägi Karjääriinimese alatübina IT-nohikut, kes on antisotsiaalne ning suhtlemisoskuseta kasutajatüüp, keda näeb naine infotehnoloogia vallas töötavana.

*N9: “Need on sihukesed tüüpiliselt, mm, prillide ja vinnidega, ei näe eriti atraktiivsed välja, siis nad on tavaliselt ülikonnas ja mingi valges särgis. Ja enamasti on õppinud IT-d.”*



Joonis 6. Karjääriinimese kasutajatüübi negatiivne alatüüp IT-nohik (N9).

N9 kirjeldab IT-nohikut kui välimuselt naljakat meest, kes õpib palju, on tark – suisa geenius – ning kes on tore ja sõbralik, kuid samas kummaline, kuna teeb kohatuid nalju ning tal on halb huumor.

### 3.3.3. Autofanaatik

Kuus uuringus osalenud naist tõid oma joonistustes välja kasutajatüübi, kelle üldiseks nimetuseks panin Autofanaatik. Autofanaatiku nimetused, mis naised välja pakkusid: Autopede; Bemmivend; Oss; Toomas 28; Traktori/Auto-oss (maakas) ning Ilus, edukas -30a äriees (esines ka varasemas kategoorias). Autofanaatikut määravaks tunnuseks Tinderis on pildid, millel on kujutatud autot. Autofanaatikut seostasid naised ka “ossi” ning “maakaga”. Valdavalt nähakse Autofanaatikut negatiivse kasutajatüübina, keda naised Tinderis meeldivaks ei vali.

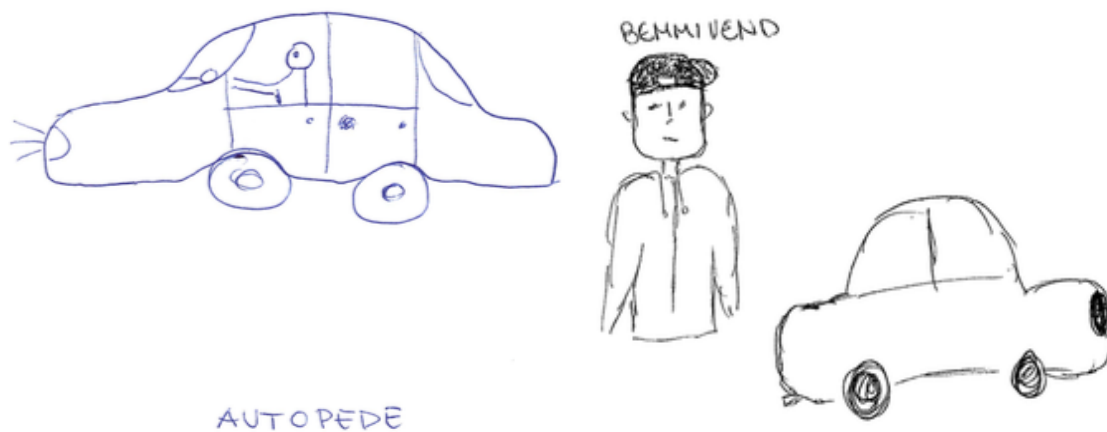
Autofanaatikuks peavad naised kasutajatüüpi, kes on Tinderisse laadinud üles pildid autodega. Autofanaatik võib tegeleda motosportiga, remontida autosid ning tema elus on kõige tähtsamal kohal auto. Ühe naise sõnul pole Autofanaatikul perspektiivi ning ta elab vanemate rahakotil. Naiste arvates pole kindlat ning läbivat automarki, millega Autofanaatikut seostada, kuid mitmel korral kirjeldati Autofanaatikut BMW roolis. Intervjueeritavate arvates võivad Autofanaatiku pildid olla tehtud võistlustel või sellest, kuidas ta oma autot remondib ehk “putitab”. Kasutajatüüp ei pruugi osata õigekirja ning tema riietusstiil on “ossilik”. Uuringust selgus, et Autofanaatik on enda arvates “kõva vend” ning üritab teha end oma asjadega lahedamaks. Autofanaatikul võib olla ka pudel käes ning pilte võib olla ta lisanud koos “joomasõpradega”. N9 seostas Autofanaatikut maakultuuri, Lõuna-Eesti ning traktoriga.

*N9: “Ee, alati on pildid mingi auto, auto on kõrval või ees või peal või sees või siis jah, parimad on jah, mida ma Lõuna-Eestis kohtasin, et traktoriga. Nagu reaalselt on traktor ja siis traktori ees on sihuke tüüp nagu pudeliga mingi ossikükis nagu. Nagu siis see oli kõige hullem asi, mida ma üldse olen näinud.”*

N7 sõnul võib Autofanaatik naise poole pöördudes tega järgneva kommentaari: “Kas sa said haiget, kui sa mingi taevast alla kukkusid”? N7 peab seda “ehtseks juustuseks pick up line’ks,” mis on “eriti leim”. N5 sõnul ei pöördu nad naiste poole viisakalt. Intervjueeritavad leiavad, et iseloomult on Autofanaatik jäme, ebaviisakas, ülbe, otsekohene, laiav, labane, oma arust hästi “tuus” ning kõrge enesehinnanguga.

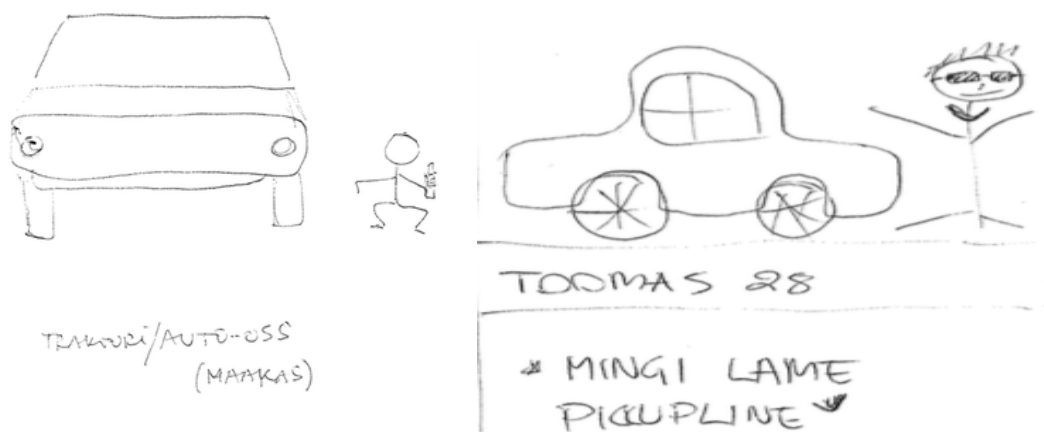
Autofanaatiku eesmärgiks võib naiste arvates olla *ego boost* ehk enesehinnangu tõstmine, üheöösuhed, uute tutvuste otsimine, autohuvi või masinate presenteerimine ning igavuse peletamine. Autofanaatik tahab oma masinaga näidata, et ta on “lahe ja äge”.

N7: “...Nad on nagu täpselt see nii öelda Tinderi mingid haid, et nagu leiavadki endale sealt mingi ühe öö hook up'i või nagu ma arvan, et see tüüp leiab nagu kiiremini selle nii öelda naiivse tüdruku, kes nagu tulebki täna õhtul tema juurde...”



Joonis 7. Autofanaatiku kasutajatüübi visualiseeringud Autopede (N2) ja Bemmivend (N4)

Visuaalselt kujutasid naised peaaegu alati Autofanaatikut pildil koos autoga. Naised olid ta joonistanud nii auto kõrvale (joonis 7; joonis 8) kui auto sisse (joonis 7). Tüüpilise Autofanaatiku stiil on “ossilik”, mis paistab välja ka joonisel 7, kus Bemmivend kannab naise sõnul dressipluusi ning *cap*’i ehk nokamütsi.



Joonis 8. Autofanaatiku kasutajatüübi visualiseeringud Traktori/Auto-oss (maakas) (N9) ja Toomas 28 (N7).

Nagu jooniselt 8 paistab, siis Autofanaatik on pildil väiksem kui auto, mis tähendab seda, et pildil on põhiohk autol, mitte mehel.

*N9: “Ja siin on nagu õige tähelepanek, et auto on suurem, sest tavaliselt ongi see, et sa näed pildi peal ainult autot ja siis kuskil seal piilub mingi mees ka.”*

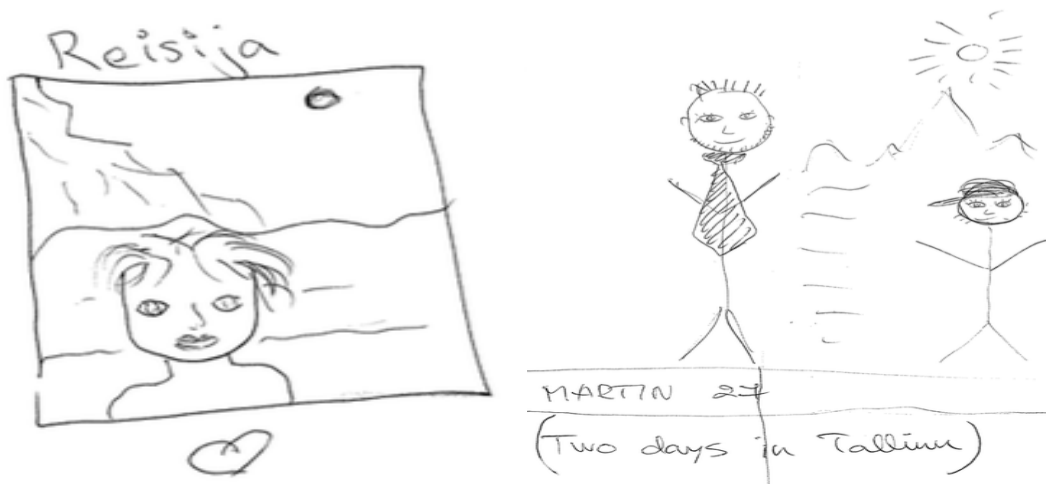
Üks naistest joonistas Autofanaatikule kaela jämeda keti (joonis 8), mis võib naise sõnul olla nii kuldkett kui hõbekett, kuid ei saa kindel olla, kas see on päris, kuna kett võib olla valmistatud kassikullast. Samuti on N7 sõnul Toomas 28-l siilikas soeng ja päikesepillid, mis aitavad kirjeldada tema välimust ja olemust.

### **3.3.4. Reisija**

Lisaks Karjääriinimestele töid naised positiivse kasutajatüübina välja ka tüüpkasutaja, kelle üldnimetuseks panin Reisija. Reisija kasutajatüübiga seostasid naised ka ennast. Naised andsid kasutajatüübile järgnevad nimetused: Aktiivsed Tegelased, Reisija (kaks korda) ja Martin 27 (esines varem ka Karjääriinimeste alatüübina).

Intervjueeritavate arvates on Reisijal Tinderisse üles laetud foto(d), mis on tehtud reisidel. Samuti võib olla Reisija teatud spordiala harrastaja. Naiste sõnul on Reisija kasutajatüüp, kes tahab lisada põnevust oma ellu ning Tinderist otsib ta seiklust ja lõbu. Reisija on tänu reisimisele näinud palju ning seetõttu saab temaga huvitavatel teemadel rääkida. Naised leiavad, et Reisija on seiklusteotsija ning tema lisainformatsioonis on tavaliselt kirjas huvidena *travelling* ehk reisimine või midagi sellelaadset.

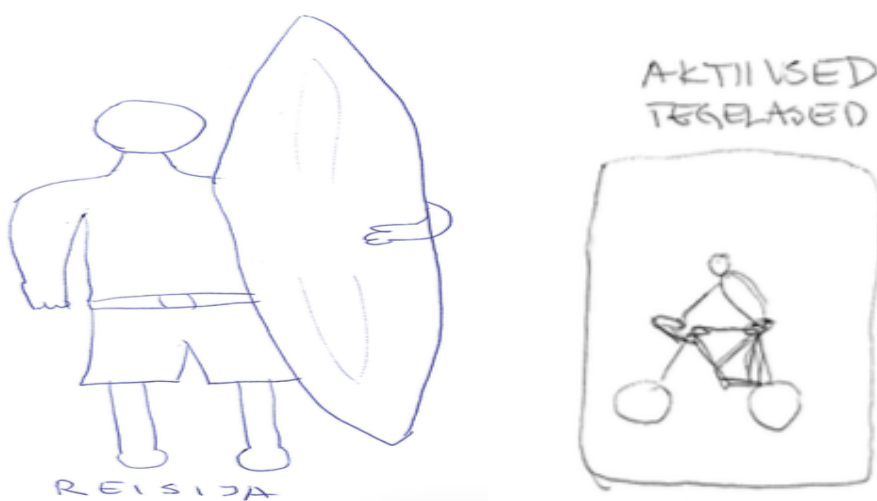
*N6: “Ee, sest tal on kõik pildid on kuskil teises riigis mingi chillib, reisib ja kõik fotod on tal Instagramis on ka, kus ta üle maailma käinud on, et sihuke nagu avatud silmaringiga.”*



Joonis 9. Reisija kasutajatüübi visualiseeringud Reisija (N6) ja Martin 27 (N7).

Joonistustelt paistab, et Reisijat on naised kujutanud rannas ning mägedes, tagataustal paistab ka päike (joonis 9). Reisija kasutajatüüp (joonis 9) on N6-e üks eelistatud tüüpidest ning seetõttu on ta pildi alla joonistanud südame, mis tähendab seda, et Tinderis svaibib naine kasutaja paremale ehk valib meeldivaks. Martin 27 on kasutajatüüp, kellel on mitu külge ning kes võib olla nii eestlane kui välismaalane, millest tulenevalt on tal ka erinevad huvid. Üheks teda eristavaks tunnuseks on aga reisikirg, mis peegeldub eelkõige tema piltidelt.

Naiste arvates võib Reisija eesmärgiks olla nii üheöösuhe, tutvuste või reisikaaslase leidmine, seiklushimu kui ka uhkustamine maailmas ringi rändamisega. Intervjueeritavad leiavad, et Reisija on aktiivne, seiklushimuline, positiivne, sõbralik ja avameelne.



Joonis 10. Reisija kasutajatüübi visualiseeringud Reisija (N2) ja Aktiivsed Tegelased (N3).

Jooniselt 10 on näha, et N2 joonistas Reisijale kätte surfilaua. Ta leidis, et see peegeldab Reisija olemust paremini kui lihtsalt kohvri joonistamine. Reisija alatüüpi Aktiivsed Tegelased seostas N3 ka spordihuviga, mistõttu on ta pildile joonistanud mehe, kes sõidab jalgrattaga.

### 3.3.5. Ennast käest lasknud mees

Uuringus osalenud naistest neli kujutas oma joonistusel tüüpkasutajat, kes ei hoolitse enda eest või kes on alla andnud, mistõttu panin tüüpkasutaja nimeks Ennast käest lasknud mees. Ennast käest lasknud mehe nimetused, mis naised välja pakkusid: Pontšik, Laiskur, Ei ja 30-40-aastane isa.

Intervjueeritavad leidsid, et Ennast käest lasknud mees ei pinguta piisavalt, ta ei hoolitse oma välimuse eest, joob õllet, sööb krõpsu, vaatab kodus filme ning ei riietu hästi. Ennast käest lasknud mees on ühe uuringus osalenud naise arvates kui Eesti keskmine mees, kellel esimene noorus juba möödab ning kes ei taha anda omale teist võimalust enda kokkuvõtmiseks. Kõik neli naist leidsid, et Ennast käest lasknud mees on ülekaaluline. Kolm uuringus osalenud naist mainisid, et tal on oma välimuse tõttu raske leida naist.

*N9: “No selline kohe nagu näed ära, et nagu no sihuke tugevalt ülekaaluline, aga samas nagu sihuke täiega sihuke nagu noh, noh sihukeseid võib olla ka väga lähedaid inimesi, aga kuidagi näed olekust ära, et ta on sihuke väga awkward ja sihuke imelik nagu ka, et natukene... Nagu just sotsiaalses mõttes nagu imelik”*

*N4: “Et ta on nagu ülekaaluline ja ja selles mõttes, et ma arvan, et tema tahaks kindlasti suhete eesmärgil või siis one night standi eesmärgil on seal Tinderis, aga noh arvestades tema välimust, siis tal on nagu raske saada midagi ma arvan.”*

Joonistuselt on näha, et Laiskur hoiab käes õllepudelit, mis näitab seda, et mees joob õllet. N4 arvates näitab ennast käest laskmise asjaolu just mehe paksus (joonis 11). Ka Pontšik on eristatav eelkõige suure kõhu järgi, mis peegeldab tema ülekaalulisust (joonis 11).



Joonis 11. Ennast käest lasknud mehe visualiseeringud Laiskur (N4) ja Pontšik (N9).

Kaks uuringus osalenud naist seostasid Ennast käest lasknud mehena üksikisa või isa, kes on naisest lahku läinud. N1 tõi välja kasutajatüübi 30-40-aastane isa, kes on üldjuhul vanem mees, kellel on elus halvasti läinud või kelle naine on ta maha jätnud. Ennast käest lasknud mees on naise sõnul Tinderis, et otsida omale uut naist.

N1: “... ma olen olnud umbes kümme aastat suhtes, mul on kolm last, mu naine jättis mu maha, nüüd ma joon iga õhtu teleka eest õlut ja süüa pitsat.”

N5: “No on näha, et inimene on kuidagi laisk, ta ei hooli tervisest, tervis on üldse nii oluline. Ja siin pigem minu jaoks see sümboliseerib mingit sellist mingit üksikisa.”



Joonis 12. Ennast käest lasknud mehe visualiseeringud 30-40 aastane isa (N1) ja Ei (N5).



Joonistustelt on näha, et Ennast käest lasknud mehe alatüüpi on uuringus osalejad taaskord kujutanud kehaehituselt suuremana. Seda põhjustab uuringus osalejate arvates igaõhtune pitsasöömine, õllesnäkid ning teleka ees õlle joomine. N1 leiab, et pildid, mida alatüüp Tinderisse paneb, on tehtud kas koos pere või lastega. Joonistusel “Ei” (joonis 12) on N5 sõnul kujutatud topeltlõuga, kuna mees on “rängalt” ülekaaluline.

Ennast käest lasknud mehe eesmärk Tinderis on naiste arvates suhtlus, naise leidmine või üheöösuhe. Intervjueeritavad leidsid, et iseloomult on ta häbelik ning ebasotsiaalne. Tema jaoks ei ole väljanägemine nii oluline ning pilte ei vali ta Tinderisse hoolikalt.

### **3.3.6. Tagasihoidlik kasutaja**

Tagasihoidliku kasutaja alla liigitasin uuringus osalejate poolt pakutud nimetused Pailaps, Maakas, Igavad/Iseloomutud ja Mait 30. Tagasihoidlikku kasutajatüüpi naised ei eelista ning svaibivad ta vasakule ning valivad ebasobivaks.

Intervjueeritavate sõnul ei ole Tagasihoidlik kasutaja oma profiili nimel vaeva näinud ning presenteerib end ükskõikselt ilma põhimõtteta. Tagasihoidlikul kasutajal puuduvad oskused enda presenteerimiseks ning ta ei ärata naistes tähelepanu. Naised arvasid, et tal on “lambikad” pildid ning tekst piltide all on juhuslik.

*N2: "...osad on lihtsalt niimoodi, et nad on kusagil endast lihtsalt mingi lambikast koduleeglist tehtud selfie, mis on väga halva kvaliteediga ja mis ei anna mitte midagi neist edasi. Et see ongi nii, et nad on täiesti tunnusetud inimesed."*

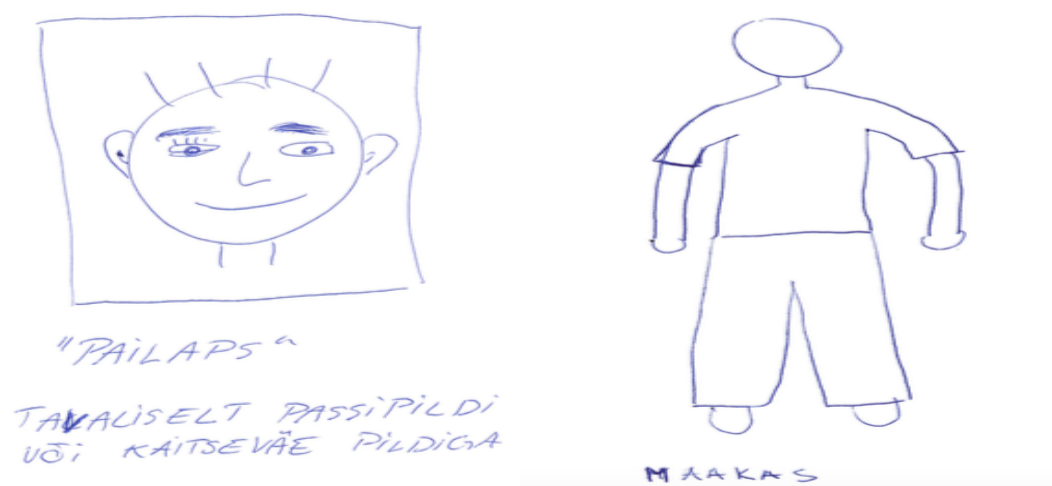
*N1: "Ta ongi lihtsalt, et kõige parem pilt, mis mul on, ongi see, mis on umbes mingi hambaarstikabinetis tehtud vaata või nagu sihukesed nagu ametlikud ja."*

Ühe uuringus naise arvates on Tagasihoidliku kasutajaga lihtne manipuleerida, teda on lihtne ära kasutada ning ta ei näe maailma halba poolt. Tagasihoidlik kasutaja on üldjuhul pärit väiksemast linnast või väiksemast maakohast.

N1: "Armsad maapoised, kes võib-olla on siin elus üks kord mingi sihuke kurb armastus olnud ja nüüd otsivad Tinderist omale mingit toredat, armsat tüdrukut, kellega koer võtta ja lapsed saada ja abielluda."

Uuringus osalejad leidsid, et Tagasihoidlik kasutaja kasutab Tinderit, kuna Tinderis, vastupidiselt tegelikule elule, julgeb ta suhelda. Tinder on Tagasihoidlikule kasutajale suhtlemiseks lihtsam viis ning muudab ta julgemaks. Naised on arvamusel, et tüüpkasutaja on tegelikus elus tagaplaanile jääv ning Tinder on tema ainus viis suhtluse alustamiseks ning partneri leidmiseks. Tagasihoidliku kasutaja eesmärk kohtuda Tinderis naise ja arendada pikaajagemat suhtlust, millest areneb välja püsisuhe. Naiste arvates on tagasihoidlikkusele vaatamata just nemad need, kes võtavad naiskasutajaga esimesena ühendust ning nende esimene tekst on viisakas, konkreetne ja tõsiseltvõetav, milles annavad nad endast ülevaate.

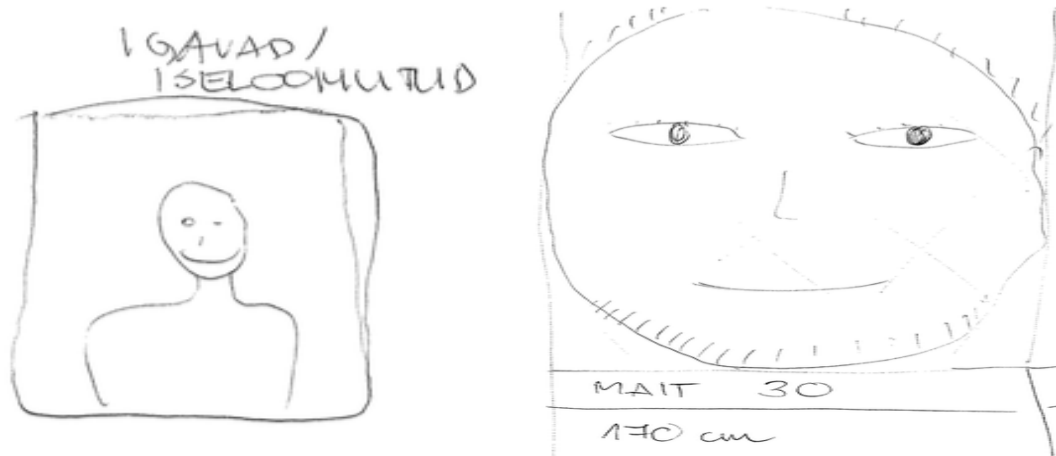
Tagasihoidlik kasutaja on naiste sõnul siiras, armas, sõbralik, lahke, viisakas ja tagasihoidlik. Kasutajatüübil puudub enesekindlus, mis muudab ta häbelikuks. Üks naistest seostas teda Maakaga, kes enda eest eriti ei hoolitse. Arvamused Tagasihoidliku kasutaja eemaletõukavuse kohta lahkesid. Tagasihoidlik kasutaja Pöörduvad tüdruku poole väga viisakalt, näiteks: "Tere, tere preili" ning tema jututoonist peegeldub läbi ülim viisakus ja hirm eksimise ees.



Joonis 13. Tagasihoidliku kasutaja visualiseeringud Pailaps ja (N1) ja Maakas (N2).

Joonistustelt on näha, et Tagasihoidlik kasutaja on naeratav (joonis 13), mis peegeldab naiste sõnul seda, et ta on sõbralik ja lahke. Tagasihoidliku kasutaja alatüüp Maakas (joonis 13) on

sisutühi: joonistusel puuduvad detailid, näojooned ning lisaobjektid. Sellest peegeldubki naise sõnul asjaolu, et mees pole oma profiiliga vaeva näinud ning see on mitte midagi ütlev.



Joonis 14. Tagasihoidliku kasutaja visualiseeringud Igavad/Iseloomutud ja (N3) ja Mait 30 (N7).

*N7: “Udune pilt, mis on ülilähedalt endast tehtud nagu mingi sihuke, et ta on enda infoks pannud väga paljuütleva 170 sentimeetrit, ee ja vanus on täpselt sihukene alati mingi, no mis alati, ma ei tea, ma räägin lihtsalt, mis mina olen näinud, et on kuskil 30 onju ja see ongi see mingi üks pilt, rohkem infot pole ja veits sihuke hirmutav isegi ja kui see pilt on veel udune ka, siis noh.”*

Jooniselt 14 on näha, et Tagasihoidliku kasutaja alatüübile Igavad/Iseloomutud pole N3 lisanud täiendavaid detaile. N3 sõnul ei lisanud ta detaile, kuna mees kaob halli massi ning ta ei pane teda tähele. N7 sõnul on alatüübi Mait 30-e pildi kvaliteet väga halb ning pildist pole midagi aru saada.

### 3.3.7. Paha Poiss

Paha Poisi kasutaja alla liigitasin uuringus osalejate poolt pakutud nimetused Klassikaline 20[-]aastane jalkavend (Fuckboy), Suitsetaja ja Peo-oss. Paha Poisi kasutajatüüpi naised ei eelista ning svaibivad ta vasakule ning valivad ebasobivaks. Paha Poiss näitab Tinderis oma halbu harjumusi (suitsetamine ja joomine) või kohtleb naisi lugupidamatult.

Uuringus osalejad olid seisukohal, et Paha Poiss näitab välja, et ta suitsetab ning tahab avaldada sellega naistele muljet, kuna usub, et suitsetamine on “lahe”. Ta on pooleldi “maakas”, kes paneb üles “läbupilte”. Üks uuringus osalejatest leidis, et Paha Poiss otsib naisi “kõige rõvedamas mõttes” ehk selleks, et nendega magada. Paha Poiss võib olla 20-aastane jalkavend, kes suitsetab, näeb hea välja ning paneb rõhku oma välimusele, et avaldada muljet endast aasta või paar aastat noorematele tüdrukutele (N1). Ta paistab välja ülbe hoiaku ning sooviga panna tüdrukud enda järel jooksuma. N1 kirjeldab teda kui “Fuckboy” ja “Bad boy,” kes ei austa naisi ega hooli neist.

N9: *“Reaalselt kõik on mingid sihukesed, kus ta on mingi alkohoolse joogiga ja nagu purjus ja mingite tüüpidega koos.”*

N1: *“Noh, sihukesed taolised mingid, noh sihukesed eluvennad, kes lähevad hullult peale mingile 19-, 18-aastasele tüdrukule. Selles vanuseklassis on konkreetne kasutajatüüp väga hinnas.”*

Joonistustelt on näha, et Paha Poiss näitab välja oma joomis- või suitsetamisharjumusi. Paha Poisi alatüübil Peo-ossil on Tinderis üleval “läbupildid”. Tüüpkasutajale on N9 joonistanud kätte kaks pudelit, mis on kõrgele üles tõstetud (joonis 15). Alatüüp Suitsetaja näitab oma profiilil välja, et ta on suitsetaja (joonis 15).



Joonis 15. Paha Poisi visualiseeringud Peo-oss ja (N9) ja Suitsetaja (N4).

Paha Poiss on N9 sõnul loodetavasti hea huumorimeelega, sest tema sõnul oleks veel eriti halb, kui mehel oleks halb huumor. Kasutajatüüp on labane, teeb nõmedaid nalju ning üritab tüdrukutele külge lüüa. Kui tüdrukule naljad ei meeldi, siis Paha Poiss solvub ja teeb seksistliku nalja. N1 sõnul käitub Paha Poiss halvasti ning teda ei huvita, mida teised temast arvavad, kuid on samas eluga rahulolematu ning tõenäoliselt nutab kodus.



Joonis 16. Paha Poisi kasutajatüübi visualiseering Klassikaline 20 aastane jalkavend (Fuckboy).

Jooniselt 16 on näha, et Paha Poisi alatüüp suitsetab, kuna suust ulatub välja tossav sigaret. N1 sõnul on tal juuksed korralikult kammitud ning tukk kõrvale lükatud. Naise sõnul kannab kasutajatüüp pildidel üldiselt parkat ning Nike Air'e, mis on hetkel noorte seas trendikad.

### 3.3.8. Kaitsevaelane

Kaks uuringus osalenud naist tõid oma joonistustes välja kasutajatüübi, kelle üldiseks nimetuseks panin Kaitsevaelane. Naised panid talle nimetuseks Sõdur ja Kiimas Camo. Kaitsevaelase eristab teistest tüüpkasutajatest see, et ta on ajateenija kaitseväes. Naiste sõnul on Kaitsevaelasel Tinderis mundri ning relvaga pilt.

Uuringust ilmnis, et Kaitsevaelane on Tinderis, kuna tal on palju aega ning seetõttu tekib igavus. Tema profiilile võib olla kirjutatud näiteks "Eesti Kaitsevägi". Üks naistest kirjeldas Kaitsevaelast kui Kiimas Camo ning kiimasust tõlgendas ta sellega, et Kaitsevaelased on kogu aeg meeste seltskonnas ning vajavad seetõttu naistega suhtlemist. N9 arvas, et

Kaitseväelased arvavad, et naistele läheb peale, kui mees on mundris ja relvaga, kuid tema Kaitseväelast ei eelista. N4 suhtleb hetkel noormehega, kes on Kaitseväelane ning loodab, et temaga võiks areneda välja midagi enam kui sõprus. Üldiselt on kaks naist Kaitseväelase suhtes neutraalsel seisukohal. Ka N1 kirjeldas ühte kasutajatüüpi kui kaitseväge pildiga kasutajat, kuid kirjeldused ning seletused kasutajatüübile haakusid teise tüüpkasutajaga.



Joonis 17. Kaitseväelase kasutajatüübi visualiseeringud Kiimas Camo (N9) ja Sõdur (N4).

Jooniselt 17 on näha, et Kaitseväelane on Tinderis kujutanud end mundri ning relvaga.

### 3.3.9. Hipster

Kaks uuringus osalenud naist tõid oma joonistustes välja kasutajatüübi, kelle koondasid Hipsteri nimetuse alla. Naised panid talle nimetused Muusik/Hipster ja Kert 24. Hipsterit seostavad naised muusikuga (N4) või loomeinimesega, kes töötab reklaami alal või käib koolis (N7). Hipster on naiste sõnul Tinderis, et otsida uusi tutvusi, suhet või siis on tal lahkuminek selja taga ning on seetõttu uudishimust Tinderit kasutama hakanud.

Ühe naise arvates on Hipsteril habe, pikemad juuksed, mis on ülevalt patsi pununud ning peas võib olla ka *bun* ehk siis krunn, mis on Hipsteri stiilinäiteks. Uuringust ilmnes, et Hipster ei pööra välimusele suurt tähelepanu, kuid käib siiski trendidega kaasas. N7 arvates pole Hipster “beebiface”, “geelipea” ega jäta endast “haledat” muljet. N7 samastub kasutajatüübiga ning näeb endas sarnaseid omadusi. N4 leiab, et Hipstereid on nii tõsiseid kui vabameelseid.



Joonis 18. Hipsteri kasutajatüübi visualiseeringud Muusik/Hipster (N4 ) ja Kert 24 (N7).

Hipsteri alatüübi Muusik/Hipster pildid on N4 sõnul tehtud laval, proovides või esinemistel ning ta pole postitanud *selfies*id. Hipsteri alatüüp Kert 24 on N7 sõnul võtnud pildid Facebookist ning need on “lahedad”. Mõlemad naised on kasutajatübile joonistanud habeme, mis haakub naiste arvates Hipsteri stiiliga.

### 3.4. Noorte naiste valikute tegemine Tinderis

Üldjuhul tegid uuringus osalenud naised Tinderis valikuid väga kiirelt ning vasakule svaipimiseks ei kulunud tihtipeale sekunditki. Küll aga võtsid naised rohkem aega enne kui otsustasid kellegi sobivaks valida. Kui palusin naistel hinnata, kui palju mehi svaibivad nad paremale ehk valivad sobivaks ning kui palju mehi svaibivad vasakule ehk valivad ebasobivaks, vastasid naised üsna sarnaselt. 75%-95% Tindersessiooni ajal ette tulevatest meestest valivad nad enda sõnul ebasobivaks. Kui analüüsida tegelikku käitumist väidetava käitumisega, võib tõdeda, et naiste öeldu peab paika, kuna enamik mehi svaibiti kindlameelselt vasakule ilma pikema kaalutluse ega mõtlemisajata.

N2: *“Esimesel õhtul tegelikult, kui ma selle tõmbasin endale sel sügisel, siis ma olin veidi juba šokis, kui ma mõtlesin, et misasja, kas nagu reaalselt ei eksisteerigi Eestis nagu kutti, kelle ma suudaks nagu paremale, nagu jah panna? Sest kõik on lihtsalt*

*kellegagi, mul ei sobinud nagu, ongi, ühel olid nagu liiga suured lihased, teine käis kutsekas, kolmandal mingi oligi umbes normaalseid pilte ei olnud olemas mingi.”*

Uuringus osalenud naised on loonud kindlad raamid ning pannud paika tunnused, mille järgi nad vastassoosindajaid Tinderis valivad. Mõne naise arvates on valikute tegemisel määrava tähtsusega see, kuidas võivad teised tehtud valikuid hinnata. Seega lähtub osa naistest sotsiaalsest survest ning ühiskonna heakskiidust. Kõik naised väitsid, et nad on Tinderis noormehi selekteerides valivad ning järgivad otsuseid tehes erinevaid tegureid – välimust, pilti ja selle kvaliteeti, nime, vanust, hariduslikku tausta, töökohta, huvialasid, rahvust, lisainformatsiooni ning ka ühiseid sõpru.

Peamiseks tunnuseks, millest lähtudes naised Tinderis valikuid teevad, on meeskasutaja välimus. Uuringus osalejate seisukohtadest peegeldus arusaam, et mehed peavad olema piltide ning profiili kallal vaeva näinud, kuid ei tohi olla millegagi üle pingutanud – profiil peab paistma loomulik. Naiste jaoks on tähtsal kohal esmamulje, mistõttu peab meeskasutaja profiil andma temast võimalikult hea ülevaate ning võimaldama tuvastada mehe näo ning välimuse. Tihtipeale sai mehele saatuslikuks, kui Tinderisse oli üles laetud vaid üks pilt, kuna see ei anna naiste sõnul mehest ülevaadet ega tekita neis piisavat kindlustunnet. Samuti ilmnas, et naiste jaoks on oluline pildi kvaliteet, kuna see näitab üldist enesepresenteerimise ning sotsiaalmeedia kasutamise oskust.

N3: *“Ma ei tea, mulle ikka nagu, kui on nagu kvaliteetne pilt, siis see mõjub kvaliteetselt ja nagu see kuidagi näitab mingit teadlikkust sotsiaalmeedia kasutamisest ja see näitab kuidagi inimese intelligentsust mingil määral kui sihukest, peegeldub sihukest, noh, teadlikkust üldse tänapäevamaailmast ja sotsiaalmeedia olemusest.”*

N8: *“Aa ja need kutid, kes panevad ainult ühe pildi, nendele ma tavaliselt panen ka [ei], üks pilt, sa ei tea iialgi, kes ta tegelikult on.”*

Üldjuhul ei meeldi naistele, kui mehed on endast ise pilti teinud, aga nii mõnigi uuringus osaleja mainis, et *selfie* on aktsepteeritavam kui peeglist tehtud pilt, kuna naistele ei meeldi meeste puhul liigne edevus.



N6: *“Mm, pigem nagu iseendast tehtud kui peeglist. /---/ Ma ei tea, see peegel nagu näitab, esiteks, kui peegel on must, see juba näitab onju, siis teiseks, ee, ma ei tea, minu jaoks on see nagu häirib mind nagu, poosivad nagu peeglisse ja siis kaamerasse.”*

N1: *“Need peeglipildid on nii naljakad lihtsalt. Ma ei tea, miks nagu, see peeglipilt on sihuke vaata, kui sa oled mingi sihuke 13, siis see oli jumala kõva, mingi teen mingi välguga peegli ees pilti, panen Rate'i vaata, mingi sihukene. Tänapäeval sa võid ju teha selfie, selfie on minu arust palju normaalsem variant või kuidagi sihuke sotsiaalselt aktse, aktsepteeritavam nagu. Sest nagu kõik, tegelikult kõik teevad selfie'sid, onju.”*

Naised on seadnud kindlad raamid valitavate meeste vanuse osas ning osade naiste jaoks on oluline, et mehe tegelik vanus ning välimus oleksid kooskõlas. Osa naistest on arvamusel, et noormees ei tohiks olla naisest noorem, kuid samas ei tohi olla ka liiga palju vanem – näiteks vanem kui naise isa või ema. Ülemist vanusepiiri määrates arvestasid tihtipeale naised ka sellega, et teatud vanusest alates on meestel juba kindlad abielu- ning tulevikuplaanid, mistõttu pole naised valmis veel end niivõrd tugevalt siduma. Samuti muutuvad naised kriitilisemaks ning valivamateks meeste suhtes, kelle vanus on püstitatud raamide kohaselt 'piiri peal' ehk kes mahuvad napilt nende arvestusse. Kuigi mõni naistest on huvitatud ka endast noorematest meestest, leiavad nad siiski, et noormees ei saa olla liiga noor, kuna siis peegeldub mehest ebaküpsus. Vanuse tähtsust kirjeldades ilmnes N1-e põhimõtetest ka sotsiaalse surve ning ühiskonna poolt kehtestatud normidega arvestamine. N1 mainis, et väldib enda jaoks liiga noorte ning liiga vanade noormeeste valimist, kuna kui nendega avalikkuse ette minna, võivad nad saada teiste inimeste tähelepanu osaliseks.

N1: *“...et ütleme, kui ma hakkan taga väljas käima, siis keegi teine näiteks mõtleb, et aa, et nagu mis asja, miks sa mingi kuradi 13-aastasega väljas oled või mis sa nagu mingi 35-aastasega väljas oled?”*

N6: *“41 [on ülempiir] jah, sest et mul ema on 42 ja ma ei taha vanemat kui tema. Nii et see peab olema alla selle.”*

Oluliseks tunnuseks Tinderis valikute tegemisel on ühe uuringus osalenud naise arvates meeskasutaja nimi. See on tema jaoks põhimõtte küsimus, kuna kui ta soovib inimesega terve elu koos veeta või temaga koos väljas käia, siis pole naise sõnul mõtet valida meest, kelle nimi talle ei meeldi, kuna järgmine mees, kes Tinderis ette satub, võib osutada palju paremaks.

N1: *"...aga mõtle näiteks, kui sa saad tuttavaks mingi kutiga, kelle nimi on näiteks, ma ei tea, oletame mingi, ma ei tea, Ruudi või Peedu või midagi sellist onju ja siis sa tahad taga elu lõpuni või no ütleme, et hakkate meeldima üksteisele ja siis sa pead taga elu lõpuni väljas käima ja siis mehe nimi ongi mingi Ruudi või Peedu."*

Naiskasutajate valikuid suunavaks aspektiks on meeskasutaja töökoht või hariduslik taust. Enamik naistest pidas oluliseks, milline on mehe töökoht või millises kõrgkoolis ta on õppinud. Naised leidsid, et tihtipeale on intelligentsitase ning hariduslik taust üksteisest tulenevad. Näiteks N5 ei valinud sobivaks meest, kes õppis kutsehariduskeskuses, kuna see pole piisavalt perspektiivikas. Samuti pole N2 nõus valima sobivaks meest, kes on temast hariduslikult madalamal tasemel, kuna mehe hariduslik taust näitab tema eesmäärke elus.

N5: *"Üldjuhul, noh, ma ei taha midagi halvasti öelda, aga elu on näidanud, et kui on ikka kõrgharidus käes, siis inimene on intelligentsem, aga see ei ole reeglina nii. /---/ Aga ikka mõtled, et okei, mida ma automaalselt teen? Et kui ma näengi, et on kõrgharidus, järelkult ta on vaeva näinud."*

N2: *"Ma ei tea, see kõlab täiega halvustavana, aga mul on sihuke tunne, et ta on veidi nagu minust allpool siis ja võib-olla mul ei ole temaga nii palju võib-olla millestki rääkida."*

N1 seostab töökohta tugevalt tuleviku perspektiiviga ning leiab, et mees peab oskama arvestada, millised valdkonnad on Eestis jätkusuutlikud. Kuna põllumajandusvaldkonda ei pea naine perspektiivikaks, välistab naine sellel alal töötavad või haridust omandavad mehed.

N1: *“...aga mul see Maaülikool on minu jaoks megahirmutav. Ma ei ole vist pannud mitte ühelegi Maaülikoolis õppivale noormehetele nagu like'i või ma ei ole, ma ei tea, miks, aga ma ei ole, ma lihtsalt automaatselt mõtlen, et aa, see mees on mingi traktorist või mingi. /---/ Mind hirmutab pigem see, et eee, olles nagu poliitiliselt võib-olla kursis sellega, kui nagu raske on Eestis olla mingi põllumajandusharu peal tööl vaata, et siis nagu, ma ei näe sellel nagu mingit mõttekat tulevikku.”*

N1: *“Ja mis mees see on, kes väga-väga armastaks mingit, ma ei tea, piima lüpssta või kartuleid kasvatada. “*

Vastupidiselt aga selgus, kuidas naine hindab teises kõrgkoolis – TTÜ-s – õppivaid tudengeid. Samas ilmnes huvitav asjaolu, kui N1 mainis, et talle ei meeldi liiga targad mehed liiga kõrge IQ-ga nagu näiteks insenerid. Inseneri eriala pidas naine kõige raskemaks erialaks, mistõttu tunneb, et poleks võimeline leidma mehega ühist jututeemat.

Mõne naise jaoks pole niivõrd oluline, kus mees õpib või töötab, kuid on positiivne, kui mees õppimise või tööga tegeleb. Küll aga oli N9 jaoks pelgust tekitav, kui mees on profiilile kirjutanud 'eluülikool', kuna see jätab mulje, et mees on kukkunud gümnaasiumis koolist välja. N7 mainis, et positiivseks aspektiks on see, kui mees on välismaal ülikoolis käinud. N8 leiab, et töökoht või ülikool pole määrava tähtsusega, kuid naine ei soovi suhelda mehega, kes on rumal. Tarkuse hindamine ilmes ka N4 seisukohalt, kes mainis, et valib koheselt ebasobivaks mehed, kes on teinud oma profiilil õigekirjavigu, kuna sellest peegeldub, et mees ei oska rääkida, kirjutada ega pole tark.

Naiste eelistusi mõjutas ka asjaolu, kas mees on eestlane või välismaalane. Lisaks on mõne naise arvates valikute tegemisel olulise tähtsusega ka välismaalase rahvus. Näiteks toonitasid kolm naist, et neile on atraktiivsed rootslased nende skandinaavlasliku välimuse tõttu.

N6: *“Ta on rootslase välimusega nagu põhi selle Skandinaavia välimusega ja Skandinaavia poisid alati meeldivad. Neil ei ole aktsenti ka tugevalt, mis on nagu super minu jaoks.”*

N5: *“Rootsis läks iga teine lihtsalt paremale, paremale, paremale, Eestis miskipärast ei lähe.”*

Kuna Tinderis on võimalik valida ka raadius, mille raames noormeest valitakse, siis on kaks naist vähendanud raadiust, et neile ei satuks Tinderisse soomlasi (N8) ega lätlasi (N4). Lätlasi välistasid kaks Lõuna-Eesti naist (N4 ja N5), mis on seletatav sellega, et lõunapoolses Eesti osas elavatele naistele ulatuvad distantsi poolest Tinderisse just lätlased, Põhja-Eestis elavatele naistele soomlased. Lätlaste ebasobivus tulenes ka sellest, et nad räägivad naistega vene keeles, kuid naised ise vene keelt ei oska. Samuti toonitas N4, et teda häirib, kui mees ei räägi piisavalt hästi inglise keelt, mis võib noormehele valituks osutamisel saatuslikuks saada.

Kaks naist (N4 ja N5) toonitasid, et ei vali välismaalaseid, kuna ei soovi pikamaasuhet. Kahele naisele (N3 ja N7) pole meelepärased välismaalased, kuna neile on jäänud mulje, et välismaalased on Tinderis üheöösuhete eesmärgil. Kaks naist (N2 ja N6) aga jällegi eelistavad välismaa mehi. Üks naistest (N6) eelistab meest, kellel oleks briti inglise keele aktsent ning välistab rahvused, kelle inglise keele aktsent talle ei meeldi. Ta on arvamusel, et Inglismaa mehed on stiilsemad, avatumad ning loomingulisemad kui Eesti mehed ning kirjeldas Eesti mehi kui “pika näo ja suurte kõrvadega” mehi. Lisaks mainis naine, et Eesti meestega ei saa rääkida sügavatel teemadel, nad on liiga monotoonsed ning nende lausetes pole emotsioone. N2-le on eelkõige meelepärased euroopaliku välimusega välismaalased ehk talle meeldib “valge inimese välimus.” Ebaatraktiivsed on tema jaoks meeskasutajaid mõnelt teiselt kontinendilt, kuna peab ebakõitvaks nende harjumatu välimust. N9 eelistab Eesti mehi, kuid ei välista täielikult välismaalasi, kuna talle meeldivad prantsuse mehed. Pikas perspektiivis peab N9 oluliseks suhtes olemist eestlasega, kuna tunneb, et ei suuda end võõrkeeles nii hästi väljendada ning samuti tahab ta väärtustada eesti keelt.

N9: *“Jaa nagu, et ma tahaks nagu seda, noh, kui ma hakkas nagu väga palju kaugemale mõtlema, et kui ma tahan kunagi mingi pere luua või midagi, siis ma pigem teeks seda eestlasega. Lihtsalt, et nagu hoida eesti keelt rohkem.”*

Märkimisväärne on asjaolu, et naised seostuvad Soomes elavaid, õppivaid või töötavaid mehi negatiivsetena. Seega kui naised märkavad profiilil märki Soome kohta, tähendab see koheselt

nende jaoks vasakule svaipimist ehk ebasobivaks valimist. Kuus naist üheksast tõid välja, et nad ei soovi valida soomlasi kas distantsti või soomlaste olemuse tõttu. Näiteks tõid naised välja, et neile ei meeldi soome keel, soomlased on “mühakad” ning ajavad “ilast juttu”. Soomlane on naiste jaoks stereotüüpne ning mitmel korral seostati soomlaseid erinevate ametitega, mis nõuavad käelisi oskuseid nagu puudelangetaja või ehitaja.

N2: *“See inimene, kuna ma näen juba mingit Soome värki, siis mul läheb juba kohe kindlalt vasakuke poole. Ma ei tea, see, et on välismaal elab või no töötab või ja muide kuidagi see Eesti-Soome teema võib-olla minu jaoks sihuke. Ma ei tea, ma ei tahaks endale, kui ma mõtlen alati ikkagi selle peale, millist kutti ma tahaks, siis nagu ma ei tahaks kutti, kes töötab Soomes.”*

N3: *“Mingi Suomi-teema, siis ma ei viitsi hakata mingit jauramist kuulama. /---/ Tead ma, noh, see on ju see, et see on ega see ju see Tinderi värk on täiega mingi stereotüüpidel põhinev, et ja see nagu läsksi mul täiesti mingi sihukese, et seal tuleb mingi Soome mees, kes on Tinderis, mingi muigav nägu ja vuntsid ees, siis sealt nagu tuleb mingi ilge jauramine.”*

Enamjaolt on naiste jaoks oluline, et mehed oleksid aktiivsed ning nende huvid kattuksid meeskasutaja huvidega. Mõned naistest rõhutasid, et huvid ei pea ilmtingimata sarnased olema, kuid kui on mingi huviala, mis neile ei meeldi, siis on see nende arvates negatiivne.

N3: *“See mulle väga meeldib, sest et nagu, et ta on aktiivne, tal on mingid hobid, ta ei tegele, ta ei raiska oma aega peegli ees poseerimisele. Ta poseerib surfilaua peal.”*

Arvamused selle kohta, kas mees peaks olema Tinderis enda kohta kirjutanud detailsema lisainformatsiooni, ei kattunud. N3 leidis, et liialt läbi mõeldud ning liigne tekst võib osutada miinuseks, kuna sel juhul tunneb naine, et neil pole sarnased ootused. N7 leidis, et kui mees on otsustanud midagi kirjutada, peab see olema arukas, mitte vaimuvaene. Vastupidiselt teistele naistele väärtustab N9 väga, kui mees on lisanud endast informatsiooni. Ta lisis, et mees peab olema väga kena, et ta valiks mehe meeldivaks ilma lisainformatsiooni või tekstita.

N7: *“See, et see pilt on kole ja tekst on loll. /---/ ‘Minu supervõime on hea huumor, kahjuks see pole, kahjuks see pildi peale ei jää’ ja-jah, juba mingi sihuke, ma ei tea noh.”*

Valikute tegemisel on uuringus osalenud seitsme naise arvates otsustaval kohal ka ühiste sõprade olemasolu. Kui kolm naist (N4, N6 ja N8) leidsid, et nende jaoks pole määrava tähtsusega, kas mehega on ühiseid sõpru ning kes need ühised sõbrad on, siis enamiku naiste jaoks on ühised sõbrad määravaks faktoriks. Ilmnes, et naiste jaoks on oluline, kes on ühine sõber, kuna näiteks N5 ei soovi, et ühine sõber oleks ülemus, töökaaslane, kodukandist pärit inimene või perekonnaliige.

N5: *“Oleneb, kes on ühine sõber. Kui on näiteks ülemusega ühine sõber, siis ta läheb mul vasakule. Sest ma ei taha, et ülemused teada saaksid, et ma nagu või noh, ma ei taha nendega väga ühisesse seltskonda sattuda või et mingid jutud liikvele läheks.”*

**Moderator: Kas sa arvad, et sellest võib siis nii öelda tulla sul probleeme võib-olla töökohas?**

N5: *“Kas just otseselt probleeme, aga ei meeldi väga inimestele seletada, et jaa, me nüüd Tinderis tutvusime.”*

N2 leidis, et ühised sõbrad tulevad vaid siis kasuks, kui tegu pole lähedaste inimestega, kellega ta palju kokku puutub, kuna sel juhul võib kujuneda Tinderist noormehe leidmine temale ebamugavaks.

N2: *“Kui need on sihukesed ühised sõbrad, kellega nagu ma otseselt igapäevaselt ei suhtle, siis ma võin nagu panna matchi, aga näiteks kui mul nagu ühisteks sõpradeks, ma ei tea, minu kursakad vaata või siis hästi palju kursakaid, siis ma mõtlen küll mingi, parem aa, igaks juhuks panen ei vaata. /---/ Ma ei tea, sellepärast, et veidi ikkagi on see, et kui nad saaksid teada, umbes, et me hakkamegi suhtlema selle inimesega ja siis lõpuks on see, et aa, me kohtusime Tinderis, siis tundub võib-olla sihuke, ma ei tea.”*

Ühiste sõprade olemasolu näitab N9 arvates seda, kuhu sotsiaalsesse gruppi mees kuulub, mis teeb otsustamise tema jaoks lihtsamaks. Samuti toonitas naine, et talle pole meelepärane, kui ühiseks sõbraks on tema eelmise partneri sõbrad või klassikaaslased, kuna kardab juttude levimist. N3 mainis, et kui puuduvad ühised sõbrad, pole ohtu, et tekiks “domino-efekt”, mille kohaselt levib kahe inimese vaheline vestlus kolmandate isikuteni.

N9: *“Jaa, et samas võib olla ka nagu halb, sest nagu, kuna nagu, kui ma näen, et selle inimese ühiste sõprade hulgas on hästi palju neid, kes on sõbrad minu eksiga või nagu mingid klassikaaslased või midagi, siis ma olen ka nagu täiega alert vaata ja siis ma nagu, ma kardan võib-olla, et räägitakse edasi või või mingi, et näe, et näe, tema tüdruk mingi oli Tinderis ja ma ei tea matchis minuga.”*

Kolme uuringus osalenud naise arvates võib ühiste sõprade olemasolu suurendada kindlustunnet (N7, N3 ja N2), kuna siis on suurem tõenäosus, et tegemist pole *fake*-profiiliga ning tegu on usaldusväärsema mehega.

Valiku tegemise ning *matchi*- ehk kokkusobivusjärgselt on mõned naistest võtnud ka ise initsiatiivi ning noormehele kirjutanud. Üldiselt eelistavad uuringus osalenud naised, et mees nende poole pöörduks. Ise kirjutavad naised vaid juhul, kui neil on noormehe vastu väga suur sümpaatia või huvi.

N6: *“See on 50/50, et mõnikord, kui ma näen, et see inimene on nagu, okei, see inimene on täiesti mina ja see inimene on nii awesome, siis ma olen jaa, ma kirjutatan ise, ma ei lase nagu sellel, ma ei lase tal sinna teiste vahele ära kaduda, aga enamus on sellised, sihukesed leiged, ma ei tea, et ma näen neid ja siis nad, ma mõtlen, et okei, nad ei ole nii erilised, siis ma ootan, et nemad nagu kirjutaksid rohkem, aga see ongi, noh, suht, suht pealiskaudne olen.”*

*Matchi*- ehk kokkusobivusjärgsed ootused on naiste seas peamiselt kattuvad. Naised soovivad, et mees hakkaks ise nendega rääkima. Kui vestluse ajal tekib tunne, et neil on mehega klapp, soovivad nad mehega kohtuda või teda rohkem tundma õppida. Siiski tõdesid naised, et paljudel juhtudel pole neile oluline, et üldse midagi *matchi*järgselt toimuks, kuna

*match* ehk kokkusobivus on lihtsalt kui positiivsuse süst. Ootused on naistel ainult nende meeste osas, kes neile rohkem sümpatiseerivad. Kaks naist aga mainisid, et neil pole kokkusobivusjärgselt mingisuguseid ootuseid, kuna Tinder ongi vaid kui ajaviide.



## 4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Järgnevas peatükis toon välja peamised uuringust tulenevad järeldused, mis ilmsid kogutud materjali analüüsid. Olulisemad järeldused loetlen esimeses alapeatükis esitatud peamiste uurimisküsimuse kaupa ning seon need teoreetilise ning empiirilise materjaliga, mille esimeses peatükis esitasin. Seejärel arendan edasi üldist teemaga seonduvat diskussiooni, milles toetun sarnaselt järeldustele teoreetilisele materjalile ja ilmnunud tulemustele. Viimaks pakun välja võimalused bakalaureusetöö teema edasiseks uurimiseks ning toon välja meetodi kriitika.

### 4.1. Järeldused

#### **Millistel eesmärkidel ja kuidas kasutavad noored naised Tinderit?**

Internetist on kujunenud populaarne meedium inimestevaheliste suhete loomiseks (McCown, Fischer, Page ja Homant, 2001). Sumteri, Valdenboschi ja Ligtenbergi (2016) kohaselt on üheks peamiseks motivatsiooniks internetipõhise suhtluse loomisel suhtlemise kergus *online* platvormil. McKenna jt (2002) leiavad, et internetisuhtluses on inimestel võimalik olla anonüümsemad kui reaalses elus, mis võimaldab omakorda tagada suurema intiimsuse, kuna inimesed on vabamad enese avamisega ning suhted arenevad kiiremini. Tinderit kui internetipõhist kohtingurakendust reaalse eluga kõrvutades noorte naiste arvamused lahkesid. Osa uuringus osalenud naiste arvates on Tinderis suhtluse või suhte loomine raskem kui reaalses elus, kuna naised ei tea, kes on tegelikult teisel pool ekraani ning mis on kujutletava meeskasutaja eesmärgid. Suurem osa uuringus osalenud naistest leidis, et Tinder võimaldab suhteid luua pingevabamalt ning suhelda julgemalt. Enamjaolt eelistavad naised luua suhteid tegelikus elus, kuna siis on neil võimalik veenduda üksteisevahelises kokkusobivuses ning eesmärkide ühtivuses. Dolani (2016) kohaselt ei saa võõra inimesega tutvudes kunagi tema tegelikes eesmärkides sajabrotsendiliselt kindel olla. Ka uuringus osalenud naiste öeldust peegeldus arvamus, et Tinderi suurimaks ohuks on eelkõige teadmatus meeskasutaja tegelikust olemusest.

Ligtenbergi (2015) skaalale toetudes on Tinderi kasutamisel 11 erinevat eesmärki: meelelahutus, lõõgastumine, vaba aja veetmine, põnevuse otsimine, jälgimine, seksuaalne vahekord, sõprussuhted, intiimsus, uue ja ägeda trendi järgimine, eneseteadlikkus ja enesehinnangu tõstmine. Ligtenbergi (2015) skaalaga võrreldes olid naiste seas esindatud kõik 11 Tinderi kasutamise eesmärki. Kõigi uuringus osalenud naiste puhul kattusid neli kasutuseesmärki: meelelahutus, vaba aja veetmine, põnevuse otsimine ja sõprussuhete loomine. Kõige enam rõhutati meelelahutuse ning seejärel sõprussuhete loomise eesmärki. Seega tajusid uuringus osalenud naised Tinderit kui rakendust, millel on nende jaoks peamiselt meelelahutuslik ning tutvuste loomise roll. Sarnane tulemus ilmnes Razini ja Lutzi (2017) uuringust, mille kohaselt on peamiseks Tinderi kasutamise motiiviks meelelahutus. Kattuvateks, kuid vähem tähtsustatud eesmärkideks olid vaba aja veetmine ning põnevuse otsimine. Vähem nimetatud eesmärkideks olid näiteks ka jälgimine, enesehinnangu tõstmine ning seksuaalne vahekord. Ainult üks uuringus osalenud naistest tõi eesmärgina välja lõõgastumise.

Tihti peale areneb veebis alanud suhtlus ka võrgustikust kaugemale – hakatakse suhtlema häälkõnede abil ning kohtutakse reaalelus (McCown jt., 2001). Kuigi uuringus osalejad ei maininud kordagi telefoni teel suhtlust, siis Tinderi kontseptsiooni võibki võrrelda võrgupõhise telefoni teel suhtlemisega, mida teevad kõik uuringus osalenud naised. Kaheksa naist üheksast on Tinderis tutvunud noormeestega kohtunud ka reaalses elus. Kohtingute arv on olnud varieeruv – N3 pole kokku saanud kellegagi, N6 on kohtunud 40-50 mehega. Kuigi enamik naistest väitsid kindlameelselt, et nende eesmärk Tinderis on peamiselt vaid uute tutvuste leidmine, siis nende kirjeldused olid vastuolulised. Uuringust ilmnes, et naistel on tegelikult ka püsisuhte loomise eesmärk.

Naised saavutavad varasemalt läbi viidud uuringule tuginedes rohkem *match*'e ehk kokkusobivusi, kuna panevad valimisprotsessile rohkem rõhku ning seetõttu leiavad sobivamad potentsiaalsed partnerid (Tyson jt, 2016). Uuringust ning naiste öeldust peegeldus, et enamikel juhtudel saavutavad nad *matchi* ehk kokkusobivuse ning harvem juhtub seda, et mees neid vastu ei vali. Uuringust selgus, et valimisprotsessile panevad nad erilist rõhku, kui on noormehest rohkem huvitatud. Kui kohest sümpaatiat esimest pilti vaadates ei teki, svaibivad nad mehe üldjuhul kiiresti (enamikel juhtudel paari sekundiga) vasakule.

Varasemalt läbi viidud uuringust ilmnes, et naised ootavad meestele kirjutamisega kauem kui mehed naistele kirjutamisega (Tyson jt, 2016). Konkreetse uurimuse näitel saab öelda, et üldjuhul ootavad naised mehelt initsiatiivi võtmist, vestluse alustamist ning selle arendamist. Küll aga on mõned uuringus osalenud naistest nõus tegema erandeid, kui tunnevad, et tegu on erilise inimesega, kellega tunnevad kohest klappi ning ei taha seetõttu võimalust käest lasta. Uuritavad tõdesid, et tihtipeale ei järgne kokkusobivuse saavutamisele mitte midagi, kuna noormehed nendega igal korral ühendust ei võta või puudub neil endal motivatsioon tutvuse arendamiseks.

### **Kuidas presenteerivad naiskasutajad end Tinderis?**

Veebiplatvormid ning kohtinguportaalid pakuvad inimestele suuremat võimalust kontrollida enesepresentatsiooni ehk enda esitlemise viise (Ward, 2016). Sellega kaasneb rohkem enese väärיתי esitlust, moonutamist ning autentsuse kaotamist (Cornwell ja Lundgren, 2001). Uuringust ilmnes, et naised tahavad luua meestele võimalikult meelepärase profiili, kuid soovivad siiski jääda iseendaks. Siiski peegeldub nende kirjeldustest alatihti, et kasutusele võetud strateegiatega on kaotatud naiste “tegelik mina”. Valdavalt üritavad naised anda endast ülevaatlikku, mitmekülgset ning tõepärast pilti, kuid kasutavad erinevaid strateegiaid, et end võimalikult positiivsel viisil presenteerida ning kontrastset ja silmapaistvat üldpilti luua.

Enesepresentatsioon on kui personaalse väljapanek või näitus, mille puhul internetti oma profiilile üles laetav informatsioon on filtreeritud ning seejärel loodud inimese poolt selliseks, et edastada endast spetsiifilist minapilti ning enesehinnangut (Hogan, 2010). Enamik naistest ei ole avaldanud Tinderis liigset informatsiooni, kuna ei pea seda vajalikuks või näevad seda ohuna. Seetõttu on nad filtreerinud informatsiooni, mida peavad sobivaks Tinderi profiilile üles laadimiseks. Enesepresentatsioonil tähtsustatakse eelkõige välimust (Tziallas, 2015), mis ilmnes ka uuringus osalenud naiste hulgas. Kuna naiste arvates on Tinder eelkõige välimusel põhinev rakendus, on nad kõik laadinud ülesse rohkem kui ühe pildi, millega nad ka ise vastavalt rahul on. Erilist rõhku ja tähelepanu panevad uuringus osalenud naised just esimesele pildile, mille põhjal valdavalt Tinderis valikuid tehakse. Vaid üks naistest on piltidega võrdselt pööranud tähelepanu ka sisuloomele ehk lisainformatsiooni kirjutamisele, kuna naise jaoks on oluline leida sarnaste huvidega inimesi.

Inimesed loovad oma profiili ning valivad selle sisu teadlikult vastavalt oma eesmärgile (Ellison, Heino ja Gibbs, 2006). Kahe uuringus osalenud naise üheks eesmärgiks oli näidata, kui paljudes erinevates riikides nad on reisinud ning kui palju neile reisida meeldib. Seetõttu olid nad Tinderis kasutanud üleslaadimisel ära võimaliku maksimaalse arvu pilte, mis on tehtud erinevates paikades maailmas.

Stereotüüpide järgimine enesepresentatsiooni puhul võib mõjutada veebis loodud inimeste identiteeti ning suurel määral ka seda, kuidas nad minapilti loovad (Ranzini jt, 2016). Konkreetse uuringu tulemustest ilmnes, et profiili loomisel mängib rolli ka sotsiaalne heakskiit ning sellest lähtumine. Näiteks üks uuringus osalenud naine, kes on huvitatud nii meestest kui naistest, on loonud profiili, millel varjab oma kehaehitust, kuna pelgab näidata, et pole normaalkaalus. Samuti ilmnes Ranzini ja Lutzi (2017) uuringust, et enesepresentatsiooni Tinderis võivad mõjutada enesehinnang ning seksuaalne orientatsioon.

Seega leidis uuringu tulemuste põhjal kinnitust asjaolu, et veebipõhine enesepresentatsioon pakub rohkem võimalusi enesest vähem autentse “minapildi” loomiseks, kuna inimeste populaarsusjanu ning tahe esitleda end nii nagu teised heaks peavad, julgustab inimesi looma endast identiteeti, mis pole autentne (Lim, Nicholson, Yang ja Kim, 2015).

### **Missugustena kujutlevad naissoost Tinderi kasutajad tüüpilist meeskasutajat?**

Kuna igas kommunikatsiooniaktis on osaleja loonud omale kujutletava auditooriumi (Marwick ja Boyd, 2010), siis on ka uuringus osalenud naistel kindel arusaam selle kohta, millised on Tinderit kasutavad tüüpilised meeskasutajad. Informatsioon, mida kasutajad saavad, on kõigi teiste auditooriumiliikmetega ühesugune, kuid kõigil on võimalik seda enda jaoks vastavalt oma nägemusele kujundada (Strauß ja Nentwich, 2013). Nii ilmnes ka minu uuringust, et teatud kasutajatüüpe tajuvad naiskasutajad sarnaselt, kuid siiski lahknevad nende arvamused ning seisukohad teatud kasutajatüüpide puhul, mis võis tuleneda naiste erinevatest kogemustest, nägemustest ja väärtushinnangutest.

<b>Kasutajatüüp</b>	<b>Positiivne/neutraalne/negatiivne</b>	<b>Iseloom</b>	<b>Eesmärgid Tinderi kasutamiseks</b>
Reisija	Positiivne	Aktiivne, seiklushimuline, positiivne, sõbralik, avameelne	Põnevuse lisamine, seiklushimu, uued tutvused, üheösuhe, uhkustamine
Hipster	Positiivne	Vabameelne, loominguline	Uued tutvused, uudishimu
Karjääriinimene	Positiivne	Motiveeritud, viisakas, edukas, täiskasvanulik	Naistega suhtlemine, romantilise suhte leidmine, uued tutvused
Kaitseväelane	Neutraalne	Kõikvõimalikud iseloomutüübid	Igavuse peletamine, naistega suhtlemine ja nende tähelepanu saamine
Autofanaatik	Negatiivne	Ebaviisakas, ülbe, otsekohene, kõrge enesehinnanguga	Enesehinnangu tõstmine, autode eksponeerimine, üheösuhe, uued tutvused, igavuse peletamine
Tagasihoidlik kasutaja	Negatiivne	Siiras, lahke, viisakas, ükskõikne, kogenematu, tagasihoidlik	Romantilise suhte leidmine
Paha Poiss	Negatiivne	Lugupidamatu, labane	Tähelepanu võitmine, üheösuhe
Ennast käest lasknud mees	Negatiivne	Ebasotsiaalne, häbelik	Naistega suhtlemine, romantilise suhte leidmine, üheösuhe

Eksponeerija	Negatiivne	Enesekindel, laiav, konkreetne, üleolev	Enesehinnangu ja populaarsuse tõstmine, üheöösuhhe
--------------	------------	---	--

Tabel 1. Noorte naiste poolt kujutletud tüüpilised Tinderi meeskasutajad ning nende olemus ja eesmärgid rakenduses

Ühe alateemana ilmneseid, millised karakteristikuid mängivad rolli naiste valikute tegemisel Tinderis ning mitesobivate ning potentsiaalsete partnerite eristamisel. Eesmärgile suunatud keskkondades nagu kohtingurakenduses Tinder on kasutajad teadlikumad auditooriumist, kuna panevad selle märkamisele suuremat rõhku (Marwick ja Boyd, 2010). Naised teevad Tinderis kaalutlevaid valikuid (Tyson jt, 2016). Uuringus osalenud naiste näidete põhjal saab öelda, et nad panevad väga suurt rõhku auditooriumi ehk meeskasutajate analüüsile, mis tagab ka olukorra, et nad on teadlikud, milliseid valikuid teha ning millised valikud neile üldjuhul Tinderis avanevad. Uuringus osalenud naised on loonud kindlad raamid ning pannud paika tunnused, mille järgi nad vastassoosindajaid Tinderis valivad. Peamiseks ning tähtsaimaks tunnuseks on meeskasutaja välimus.

Sales'i (2015) uuringule tuginedes on Tinderi kasutamine suurendanud inimeste rahulolematust kaaslase suhtes ning pannud inimesi arvama, et alati leidub kuskil keegi parem. Uuringust ilmnese, et Tinder pakub laialdaselt võimalusi valida välja kõikidele kriteeriumitele vastav partner, mis peegeldub ka asjaolust, et naised lõpetasid mõnel korral suhtlemise meeskasutajaga, kui tekkis *match* ehk kokkusobivus kellegi huvitavamaga. Uuringus osalenud naiste kasutuspraktikatele toetudes saab väita, et ükski Tinderis tehtud positiivne valik (ehk *swipe* paremale) pole juhuslik, vaid eelnevalt seatud eesmärkide ning n-ö kehtestatud piiride kohaselt määratud. Meeskasutaja ebasobivaks valimine toimib kiiremalt ning ilma pikemate kaalutlusteta. Tinderis valikuid tehes ning mehi valides võtavad naised arvesse ka tuleviku perspektiivi, et teha kindlaks, kuivõrd palju on naistel mehega ühist ning kas nende suhtluses või suhtes oleks perspektiivi.

Tyson jt (2016) uuringust ilmnese, et naised valivad Tinderis partnereid selekteerides meeldivaks vaid 10% meestest. Sarnased tulemused ilmneseid ka minu läbi viidud uuringust, kuna naiste öeldust selgus, et nende ebasobivaks valimise protsent jääb üheksa naise lõikes 75%-95% vahele. Seega valivad naised meeldivaks enda hinnangul 5%-25% meestest. Naiste

tegelik käitumine peegeldas öeldut, kuna Tinderisessiooni ajal svaipisid naiskasutajad valdava osa meestest kindlameelselt vasakule ilma pikema kaalutluse ega mõtlemisajata. Nagu ka Davidi ja Cambre (2016) uuringust selgus, svaipisid läbi viidud uuringus naised mõnikord vasakule kogemata, kuna olid sattunud hoogu ning jätnud tähelepanuta meeskasutaja, kes neile tegelikult meeldis, mistõttu valdas neid hiljem kahetsustunne.

Kujutletava auditooriumi loomise abil on võimalik saada teada, kes end esitlevad. Paraku pole võimalik aga näha tegelikku auditooriumi teispool veebiruumi, mistõttu ei pruugi kujutletav auditoorium ühtida tegelikkusega. (boyd, 2007) Naised rõhutasid mitmel korral, et nad ei saa kunagi teada, kes on teisel pool ekraani ning seetõttu on oluline pöörata tähelepanu valimise protsessile ning detailide pakutava informatsiooni märkamisel.

## **4.2. Diskussioon**

Kohtingurakenduste levik ning sealhulgas Tinderi populaarsuse kasv on muutnud traditsioonilisi arusaamu tutvuste ning suhete loomisest. Sales'i (2015) uuringust selgus, et Tinderi kasutamine on muutnud inimesed rahulolematumaks partnerite suhtes ning neis on tekkinud arusaam, et alati on võimalik leida keegi parem (Sales, 2015). Selline arusaam peegeldub ka läbi viidud uuringust, kuna naised kõrvutavad Tinderit toidupoes kaupade valimisega. Ka Duguay (2017) võrdles Tinderit mänguga ning toonitas Tinderi kasutamisega kaasnevat sõltuvust selle meelelahutusliku olemuse tõttu. Mõned uuringus osalenud naised leidsid, et Tinder vähendab suhete tegelikku väärtust, mille tulemusel suureneb petmiste arv ning kaob inimestevaheline usaldus. Nii Tinderi kui ka üldise sotsiaalmeedia rohketest võimalustest tulenevalt on inimestel rohkem ahvatlusi, millele on üha raskem vastu panna. Seega ilmneb uuringust tõdemus, et Tinderi levik on soosinud usalduse kadumist suhtes, kuna Tinderi meelelahutuslik olemus võimaldab kasutada rakendust eelkõige lõbujaunu eesmärgil.

Tinderis uuritakse tähelepanelikult vastassugupoole profiili ning väiksemaid detaile (Ellison, Heino ja Gibbs, 2006), mis võimaldavad lisaks välimuse hindamisele mõista, millised on inimese väärtushinnangud ning tema kultuuritaust. Tähtsaimaks otsust mõjutavaks teguriks

peavad uuringus osalenud naised välimust, mille tähtsus peeldub ka sellest, et Tinderis panevad enamik naistest profiili loomisele ning piltide valimisele suurt rõhku.

23% Smithi ja Andersoni (2016) uuringus osalenutest leidis, et inimesed, kes kasutavad kohtinguportaale, on meeleheitel, 59% arvates on interneti kasutamine hea viis inimestega tutvumiseks. Seega on üha rohkem inimesi oma hoiakutelt positiivselt meelestatud internetist tutvuste või partneri otsimise suhtes. Kuigi võib tunduda, et kohtingurakendused ning veebis inimestega tutvumine on väljunud tabuteema staadiumist, siis tegelikult ilmnisid uuringut läbi viies vastupidised tulemused. Enamik uuringus osalenud naistest küll väitsid, et Tinderi kasutamine pole nende jaoks tabu, kuid samas mainisid, et avalikult nad Tinderit välja ei võta, avameelselt selle kasutamisest ei räägi ning varjavad rakenduse kasutamist teatud sotsiaalsetes gruppides – nagu näiteks perekonna või kooli- ja töökaaslaste seas. Siiski leidsid paar uuringus osalenud naist, et Tinderi kasutamine pole nende jaoks tabu, nad ei häbene sellest rääkida ning pole rakenduse kasutamist kellegi eest varjanud. Valdavalt saab aga järeldada, et Tinderi avalikkuses kasutamine ning sellest avameelselt rääkimine tekitab naistes ebamugavustunnet. Nagu Donni ja Shermani (2002) uuringust selgus, siis inimesed, kes otsivad armastust internetist, on meeleheitel. Seega võib oletada, et uuringus osalenud naised ei taha näidata välja ega avalikult rääkida sellest, et kasutavad Tinderit, kuna kardavad näida meeleheitlikena. Ka Lang (2016) on oma uuringus toonud välja, et ühiskondliku surve ning kõrvaliste isikute hinnangute tõttu võib naiste jaoks olla kohtingurakenduste kasutamine piinklikkust tekitav.

Uuringus osalenud naiste seisukohtadest peegeldus soomlaste stereotüüpne kujutamine. Enamjaolt valivad naised ebasobivaks mehe, kui märkavad tema profiilil midagi Soomega seostuvat. Sellest võib järeldada, et Soomes resideerivatel Eesti meestel on uuringus osalenud naiste silmis maine, mida nad peavad negatiivseks. Negatiivne meelestatus oli mõnel naiskasutajal ka lätlaste suhtes, kuna nende arvates ei räägi lätlased piisavalt hästi inglise keelt, mistõttu võib tekkida keelebarjäär. Uuringust ei eristunud selgelt, kas naised eelistavad Tinderis valikud tehes välismaalasi või eestlasi – osa neist on välistanud välismaalasega suhte loomise, kuid mõne naise jaoks on välismaalased atraktiivsemad ning osutuvad suurema tõenäosusega sobivaks. Naiste kogemustele toetudes võib öelda, et välismaalastest mehed on pealetükkivamad kui Eesti mehed ning on suurema tõenäosusega Tinderis seksuaalsuhete



leidmise eesmärgil. See peegeldub nende esimese kontakti saavutamise viisidest ning konkreetsusest, kui avaldatakse ilma reaalses elus kohtumata soovi naisega seksuaalvahekorda astuda.

Avalik diskussioon käib selle üle, kas Tinder on rakendus seksuaalse kontakti saavutamiseks (Sales, 2015) või aitab kaasa pikaajalise püsisuhte loomisele (Lapowsky, 2015). Uuringu tulemustest ning naiste kogemustest lähtuvalt võib öelda, et Tinder on naiste seas pigem rakendus püsisuhte loomiseks kui seksuaalse kontakti saavutamiseks. Uuringu tulemust toetab ka Tyson jt (2016) uuring, mille kohaselt kasutavad naised pigem Tinderit püsisuhte loomiseks, mitte üheöösuhte eesmärgil. Samas võib uuringus osalenud naiste kogemustest meestega suhtlusel järeldada, et virtuaalsest keskkonnast seksuaalpartneri otsimine on kujunenud üha tavalisemaks normiks. Jäi mulje, et uuringus osalenud naised rõhusid mõnel korral teistele eesmärkidele Tinderi kasutamiseks, et vältida armastuse ja seksuaalse vahekorra otsimise eesmärgist rääkimist. Seega võib seksuaalkontakti eesmärgi eitamise korral olla tegu sotsiaalsele normile vastamise püüdega ning teema mahavaikimisega, kuna naised ei pruukinud soovida minule kui uurijale oma tegelikke eesmärke tunnistada.

Kuigi Tinderit nähakse kui rakendust seksuaalpartneri leidmiseks, mida on tõestanud ka välismaal läbi viidud uuringud – näiteks Couch ja Liamputtong (2008), – siis minu uuringust see tulemus valdavalt ei peegeldunud. Seksuaalseid hoiakuid ja seksuaalkäitumist mõjutab suurel määral ühiskond, milles nad ilmnevad (Part, 2015). Enne taasiseseisvumist oli Eestis seksuaalteemadest kõnelemine tabu ning liberaalsemad seksuaalnormid hakkasid levima iseseisvumisjärgselt (Part, 2015). Eesti naised on võrreldes Soome ning Rootsi naistega olnud esmase seksuaalvahekorra kogemisel vähemalt aasta võrra naaberriikide naistest vanemad (Francoeur ja Noonan, 2004). USAs läbi viidud uuringust selgus, et USA teismelistel on võrreldes teiste uuringu raames käsitletud arenenud riikide teismelistega rohkem juhusuhteid ning seksuaalpartnereid (Darroch, Frost ja Singh, 2001). Seega leian, et seksuaalnormide hilisemast liberaliseerumisest ning ühiskonna erinevustest tulenevalt võivad Eestis elavatel naistel olla kohati konservatiivsemad vaated seksuaalsuhete suhtes ning võib esineda harvem üheöösuhte leidmise eesmärki. Läbi viidud uuringust selgus, et üheöösuhte teele on avatud kaks naist – üks neist on välismaal elav Eesti naine, mille põhjal võib oletada, et Tinderi

kasutamise eesmärgid Eestis ning välismaal erinevad ning välismaal ollakse liberaalsemate seksuaalnormide tõttu avatud rohkem üheöösuhetele.

Tinderi keskkonnas minapildi loomine saab tõsta inimese väärtust rakenduses (Ranzini jt, 2016) ehk seda, kui paljudele inimestele kasutaja meeldib ning mitu partnerit tal õnnestub keskkonnast leida. Valdav osa uuringus osalenud naiskasutajatest on oma profiili loonud kindlate põhimõtete alusel, tuginedes sellele, kuidas nad end meeskasutajatele näidata tahavad. Suureks ohuks enesepresentatsioonil on aga autentsuse kaotamine, kuna tahtmata on veebiplatvorm täielikult erinev reaalsusest (Drouin jt, 2016). See annab inimestele võimaluse luua sellise minapildi nagu nad sooviksid end näha, tihtipeale erineb see aga inimese tegelikust minapildist.

Tinder on vahend enesehinnangu tõstmiseks (Hogan, 2010). Enesehinnangu tõstmise ning enesekiituse tähtsust võib täheldada asjaolu, et tihtipeale laadisid naiskasutajad Tinderi alla sõbrannade initsiatiivil ning meeskasutajate üle naljategemise eesmärgil. Sellest jääb mulle omakorda mulje, et asetatakse ennast kõrgemale positsioonile ning naerdakse teiste üle, mis näitab ka enesekiituse aspekti. Kuigi uuringus osalenud naised leidsid, et teiste heakskiidu ning komplimentide üle on neil hea meel, leian, et Tinderil võib olla ka vastupidine mõju ning kasutajad võivad saada solvangute osaliseks. Kuna sotsiaalmeedias kogetu mõjutab inimese füüsilist ning emotsionaalset heaolu (Finkel jt, 2012), siis näiteks ebaõnnestunud või stressirohked suhted loovad suurenevat depressiooni ning haigestumise riski (Cacioppo jt, 2002), millest tulenevalt võivad inimesed seejärel otsida ravivõimalusi vaimse tervise parandamiseks. Uuringust ilmnes, et Tinderi kasutamisel võib olla ka tervendav mõju, kuna mitu naist hakkas Tinderit kasutama lahkuminekujärgselt, et leida lohutust, parandada meeleolu või unustada ebameeldivad emotsioonid.

Uuringust ilmnes, et teatud määral lähtuvad naised Tinderis valikute tegemisel ning enesepresenteerimisel sotsiaalsetest normidest ja ühiskonna heakskiidust. Sotsiaalse surve tõttu on mõned naistest Tinderis väga valivad, kuna tahavad vältida ebamugavustunnet, mis võib tuleneda inimeste pilkude alla sattumisest või nende hinnangutest. Enamik uuringus osalenud naistest soovivad, et Tinderisse üles laetud pildid oleksid meeskasutajatele

meelepärased ning aktsepteeritavad. Seega võibki järeldada, et on kasvanud populaarsusjanu, mis võimaldab saada teistelt tunnustust ning sotsiaalset heakskiitu.

Murumaa (2010) magistritööst ilmnes, et noored näevad ühe sotsiaalmeedia kasutajatüübina Üliagarat kasutajat, kes näitab üles suuremat aktiivsust sotsiaalmeedias. Läbi viidud uuringust selgus, et meeskasutajad peavad oma käitumist, suhtlusviisi ning enesepresentatsiooni väga hoolikalt jälgima. Liigne meestepoolne agarus on naiste arvates taunitav, kuid samamoodi on taunitav liialt ükskõikne suhtumine ning näiteks ebakvaliteetsete piltide üleslaadimine. Kui Murumaa (2010) näitel võib aktiivsus olla tingitud meeldimisvajadusest, siis usun, et ka konkreetse uuringu näitel võib aktiivsus tuleneda meeldimisvajadusest, mis on omakorda naiskasutajate jaoks taunitav.

Noored naised teadvustavad endale, et Tinderis on mitmeid ohte, kuid mõned neist usuvad, et ohte on võimalik vältida olles nendest teadlik. Ohtudena tõid naised välja seksuaalobjektiks kujunemise väljakutsuvaid pilte postitades, vägistamise, vägivalda või varguse ohvriks sattumise ning suhete väärtuse kadumise. Naiste arvamusi ühendas, et ohtlikkuse põhjuseks on teadmatus, kellele enda isiklike andmeid jagatakse, milline inimene on tegelikkuses teisel pool ekraani ning mis on tema tõelised Tinderi kasutamise eesmärgid. Privaatset informatsiooni avaldades kannatab inimeste privaatsus, mistõttu muudab inimene end rohkem haavatavaks võõraste käitumisele (Gibbs jt, 2009). Seetõttu tuleks Tinderit kasutades kaaluda, millist informatsiooni endast üles laadida ning milliste inimestega privaatselt informatsiooni jagada. Tinderi kasutajatel tuleb teha valik, kas endast privaatse informatsioon avaldamine kaalub üle ohu, mis võib kaasneda hilisemate tagajärgedega.

### **4.3. Edasised võimalikud uurimissuunad**

Kuigi välisriikides on Tinderiga kaasnevaid teemasid laialdasemalt uuritud ning Tinderiteemalisi teadustöid ning artikleid üha lisandub, siis Eestis on tegu teise Tinderi teemal läbi viidud teadustööga. Seega leian, et edasised uuringud peaksid põhinema eelkõige Tinderi kasutamisel Eestis. Varasemalt on uurinud Niit (2016) Tinderi kasutamist ja rahulolu noorte täiskasvanute seas. Niit (2016) kogus informatsiooni kvantitatiivse uurimismeetodi ehk anonüümse ankeetküsimustiku abil, mis võimaldas saada laiema kaardistuse. Minu uuring

põhines kvalitatiivsel meetodil, et saada noorte naiste tõlgendusi enda käitumisele ning analüüsida süvitsiminevalt nende kasutuspraktikaid ning nägemusi rakendusest ja selle kasutajatest. Tegu on tundliku teemaga, kuna kasutuspraktikate üle arutamine ning nende analüüsimine võib olla kohati ebamugavustunnet tekitav. Seega on oluline, et teemat uurides säiliks valimi moodustanud isikute anonüümsus ning neile oleks tagatud avameelselt kõnelemist soosiv keskkond. Kuna uuringust selgus, et Tinderi kasutamist peetakse kohati tabuteemaks, on oluline, et edasises uurimises kasutatakse uurimisviise, mis võimaldavad saada võimalikult täpseid tulemusi ilma uuritavaid liigselt survestamata. Järgnevalt pakun välja teemavaldkondi, millele võiks Tinderit uurides keskenduda eelkõige kvalitatiivseid uurimismeetodeid kasutades.

Kuna tegu on Eestis vähe uuritud teemaga, oleks tulevikus võimalik uurida Tinderi kasutamist erinevate nurkade alt. Näiteks saaks koostada töö, mis põhineb Tinderi kasutamisega kaasnevatel ohtudel. Kuna minu bakalaureusetööst ilmnnes, et Tinderis valitsevad mitmed ohud (näiteks seksuaalobjektis kujunemine ja vägistamise ohvriks langemine) ning neid on võimalik teadliku tegutsemise korral ära hoida, oleks väga oluline läbi viia uuring, mis käsitleks Tinderi kasutamisega kaasnevaid ohte.

Bakalaureusetöö intervjuusid läbi viies rääkisid naiskasutajaid erinevaid juhtumeid, milleni on viinud Tinderis suhtlemise järgselt kohtingule minemine. Seega oleks üheks võimaluseks uurida Tinderi kasutuskogemusi ning kohtingute olemusi. Kuna kasutuskogemused polnud konkreetse töös fookuseks, siis tulemustes intervjuudest ilmnenu andmestikku ma välja ei toonud. Konkreetset teemat käsitledes võivad ilmneda üldlevinud kasutuseesmärkidest erinevad kasutusmotiivid. Kuna kohtingukogemustega seoses oli naistel negatiivseid kogemusi, siis usun, et nende uurimine võimaldaks ilmsiks tuua probleeme, millest avalikult rääkimine suurendab inimeste teadlikkust valitsevate probleemide suhtes.

Edasiseks uurimissuunaks võiks olla ka enesepresentatsiooni uurimine Tinderi rakenduse näitel. Ranzini ja Lutz (2017) pakkusid edasiste uurimisvõimalustena välja enesepresentatsiooni võrdlemise riigiti või regiooniti (linn/maa). Kuigi puudutasin enesepresentatsiooni töö raames, siis olen kindel, et vaid ühele konkreetsele teemale keskendudes on võimalik saada põhjalikum ning uut informatsiooni edastav ülevaade

enesepresentatsiooniviisidest rakenduses. Näiteks võiks fookusesse võtta ka sotsiaalsest survest lähtumise enesepresentatsioonil Tinderis.

Ranzini ja Lutzi (2017) edasistele soovitudele tuginedes leian, et oleks huvitav viia läbi minu tööga sarnane ning samu uurimismeetodeid kasutav uuring naiskasutajate seas, kes on pärit maarajoonidest. Minu uuringus osalenud naised on pärit väiksematest või suurematest Eesti linnadest. Seetõttu oleks huvitav, kui saaks tulemusi kõrvutada maarajoonis elavate noorte naistega.

Teemat saaks edasi uurida muutes ning laiendades valimit. Seega oleks võimalik uurida teise vanuserühma jäävaid inimesi ning näha, kuivõrd ühtivad või vastupidiselt erinevad tulemused. Minu bakalaureusetöö kriitikaks võib pidada, et intervjueeritavad olid üldjuhul sarnase haridusliku käiguga ning lõpetanud gümnaasiumi või ülikooli. Kõigil neil oli olemas kas töökoht või olid nad vastavalt üliõpilase või ülikooli lõpetanud inimese staatuses. Sarnase uuringu võiks läbi viia ka inimeste seas, kelle hariduskäik on katkenud, kes pole gümnaasiumit lõpetanud, kes on töötud või näiteks inimeste seas, kes on omandanud magistri- või doktorikraadi. Läbi viidud uuringute järgselt oleks võimalik tulemusi võrrelda ning seeläbi terviklikum pilt saada. Samamoodi oleks võimalik uurida Tinderi kasutamisega seonduvat kõrvutades mehi ja naisi. Kuna minu uuring keskendus naiskasutajatele, võiks sarnase uuringu läbi viia ka meeskasutajate seas.

Kuna uuringus osalenud kasutajad rääkisid, et nende sõbrad või tuttavad on varjanud rakenduse kasutamist oma partneri eest, siis oleks igati vajalik uurida, mis on ajendanud noori oma partnerit virtuaalselt või ka füüsiliselt petma ning millised on olnud strateegiad flirtimise või petmise varjamiseks. Uurimist võib raskendada inimeste valmidus sarnastest kogemustest rääkimiseks, kuid kui õnnestuks leida valimisse sobivad isikud, võiks selle uuringu abil tuua välja, kuidas kujundab sotsiaalmeedia kasutamine suhete väärtust. Konkreetne uuring võimaldaks panna inimesi rohkem mõtlema üha enam levima hakkavale kultuurile, mille kohaselt suhete väärtus on muutmas oma suunda ning usaldus inimeste vahel on kadumas.

#### 4.4. Meetodi kriitika

Denzini ja Lincolni (2005) kohaselt on kvalitatiivse uuringu kriitikaks selle ebateaduslikkus ja subjektiivsus (Laherand, 2008). Kõige rohkem on kritiseeritud kvalitatiivsete uuringute usaldusväärsust, reliaablust. Enda uuringu puhul pean kriitikaks seda, et minu hinnanguid võivad hakata segama piisavalt reflekteerimata tõekspidamisi. (Laherand, 2008)

Peamiseks meetodi kriitikaks pean tuttavate intervjuerimist. Leian, et minu jaoks osutus see väljakutseid pakkuvaks, kuna tuttavaga on raske luua üheaegselt piisavalt akadeemilist ning piisavalt vabameelset atmosfääri, mis soosib eduka intervjuu läbiviimist. Samas tundsin, et intervjueritavad tundsid end mugavalt ning vabalt ning minu sealoleku tõttu ei üritanud nad käituda teisiti ega jätta midagi rääkimata. Siiski tuli mul ette juhus esimese intervjuu puhul, kui kasutuspraktikate filmimise kestel hakkas intervjueritav mõtlema, et keegi, kelle tema vasakule svaibib, võib olla minu kui intervjueritava sõber. Ma ei tea, kas see mõjutas tema edasisi käitumisviise, kuid kinnitasin ning sisendasin talle, et ta sellest end häirida ei laseks. Tundus, et julgustamine toimis ning uuritav tegutses edasi vastavalt oma rutiinile.

Minu jaoks oli väga raske püsida neutraalsena, näitamata välja, mida arvan mina erinevatest tüüpkasutajatest ning kuidas hindan uuringus osalenud naiste nägemusi. Otsustasin intervjueritava igapäevase rutiini ning tegeliku arvamuse säilitamiseks tihtipeale nõustuda tema arvamusega öeldes “jah”. Leidsin, et see võib intervjueritavat julgustada edasi vabameelselt kõnelema. Samuti tuli ette olukordi, kui intervjueritav naeris teatud olukorra üle või teatud kasutaja üle Tinderis. Need hetked olid minu jaoks kõige keerulisemad, kuna täiesti sõnagi lausumata ning emotsioone välja näitamata võib tekkida intervjueritaval tõrge edasi avameelselt kõneleda. Pidasin parimaks lahenduseks kaasa muiata ning olla tema otsuste ning tegevuse osas igati toetav, kuid püüdsin võimalikult tagaplaanile hoida ning oma tegelikku arvamust mitte välja näidata.

Uuringu kriitikaks võib pidada tundlikust teemast kõneledes usaldusväärse ning toetava õhkkonna loomise raskust. Kuna oli oluline, et uuritavad julgeksid avameelselt ning ausalt rääkida, pidin tekitama kohese ning täieliku usalduse. Usaldusväärse õhkkonna loomiseks rääkis intervjuud kokku leppides intervjueritavatega läbi, milles seisneb minu uuring, mida

täpsemalt teada tahan ning milleks peaksid uuringus osalejad valmis olema. Kui intervjuueeritavale olid tingimused vastuvõetavad, leppisime kokku kohtumisaja. Saabusin kohale alati piisava varuga, et jõuaksin kõik enne intervjuu algust valmis seada. Kinnitasin uuritavatele, et nende anonüümsus on täielikult tagatud ning on äärmiselt oluline, et nad räägiksid oma kogemustest nii nagu need tegelikkuses on olnud. Kuigi tegu oli minu tuttavatega, pidasin oluliseks püsida teatavas akadeemilises õhkkonnas, kuid suhelda siiski vabameelsel ning üksteist toetaval viisil. Usun, et usaldusväärsust võis aidata tagada minu suur uudishimu uuritava teema vastu.

Usun, et minu uuringut võis soosida asjaolu, et ma ise Tinderit ei kasuta, kuna see pani mind neutraalsemasse rolli, mistõttu küsisin küsimusi, mis võivad igapäevasele Tinderi kasutajale iseenesestmõistetavana tunduda. Samas võis asjaolu, et ma ise pole rakendust kasutanud, osutada ka miinuseks, kuna võisin jätta küsimata teatud aspektid, mida ainult rakenduse kasutaja teab ja märkab.

Loovuurimismeetodi kriitikaks võib pidada uuringus osalejate ebakindlust oma joonistusoskuses. Kuigi sisendasin neile, et tegu ei pea olema kunstiteosega, vaid oma nägemuse kõige lihtsamal viisil paberile visualiseerimisega, tekkis mõnel intervjuueeritaval tõrge joonistamisel ning seetõttu pidin neid pidevalt julgustama ning sisendama, et kõik, mida uuringus osalevad joonistavad, on õige ja sobilik.

Kriitikaks pean ka niivõrd erinevate ning mitmete meetodite uuringusse kaasamist, mis on samaaegselt ka meetodite plussiks. Kriitiline pool avaldus selles, et kuna kõik plokid olid ajamahukad ning nende läbimine võttis rohkelt aega ja vajas keskendumist, siis mõnel korral kärpisin aega teiste küsimuste arvelt, kui ei läinud nendes piisavalt süviti. Kuna esimese intervjuu pikkuseks kujunes ligikaudselt 2 tundi ja 45 minutit, pidin edasiste intervjuude puhul oluliseks aega paremini planeerida ning paremini fookust hoida. Kriitikaks võib tuua selle, et intervjuude käigus pöörasin liialt tähelepanu teemadele, mis polnud konkreetselt fookuses – näiteks kogemused kohtingutelt. Kuna intervjuueeritavatel oli niivõrd mitmeid ja huvitavaid lugusid oma kogemustest jagada, ei soovinud ma neid peatada ühelgi korral, kui teatud kogemust minuga jagama hakkasid. Teadsin, et sellest võib välja tulla midagi, mis on minu uuringus väga vajalik, kuid teadsin, et on ka oht, et mõttekäik lõpeb hoopis teises

teemafookuses. Mõnel korral tekitas see liigset ajakulu, kui oma kogemuste asemel hakkas intervjueeritav kõnelema ka oma sõbranna ning tuttavate kogemustest, kuid mina teda ei peatanud. Küll aga aitas kogemustest rääkimine intervjueeritavatel end vabamalt tundma panna ning soosis edasist intervjuu käiku ning sujuvat arutelu.

Samuti on uurimise laia fookuse korral oht teksti liigsele laialivalgusele. Liialt erinevate fookuste käsitlemine võib vähendada kogu töö kvaliteeti ning süvendada uuringu pealiskaudsust. Samas pidasin oluliseks erinevate fookuste kaasamist, kuna kvalitatiivseid Tinderiteemalisi uuringuid pole veel Eestis läbi viidud ning usun, et erinevad teemavaldkonnad täiustavad üksteist ning annavad ülevaatlikuma ning siduvama üldpildi.

Kuna teise intervjuu käigus ilmnes mul probleeme ka tehnoloogiaga, kui salvestasin intervjuu arvutiprogrammiga “Audio Recorder,” siis järgnevatel intervjuudes kasutasin kindluse mõttes programmi “eXtra Voice Recorder Lite”. Esimesel korral päästis mind asjaolu, et lindistasin intervjuud kahe seadmega.

Meetodikriitikaks videosessiooni puhul võib pidada seda, et filmides kasutuspraktikaid ei suutnud ma tihtipeale kuulata intervjueeritava kommentaare ning filmida samaaegselt. Kuigi hiljem sessiooni üle vaadates oli kogu intervjueeritava jutt lindil, siis tihtipeale esitasin küsimusi, millele tegelikult intervjueeritav juba ise videosessiooni läbi viies vastas.



## KOKKUVÕTE

Kohtingurakenduste kasutamine on viimastel aastatel levima hakanud trend. Teema on aktuaalne ning selle uurimine vajalik, kuna üha enam armu- ning sõprussuhteid saab alguse Tinderist. Noorte seas on hakanud traditsioonilised suhete loomise viisid asenduma veebipõhise suhtluse ning partnerite leidmisega. Sellest tulenevalt on suhtele loomine kujunenud lihtsamaks, kuid suhtluse pealiskaudsus teeb raskemaks inimese tundmaõppimise ning vastassugupoole tegelike rakenduse kasutamise eesmärkide tajumise.

Bakalaureusetöö eesmärk oli saada teada, millised on naiste kasutuspraktikad kohtingurakenduses Tinder. Soovisin ka teada, millistel eesmärkidel kasutavad noored naised Tinderit ning milline on naiste nägemus tüüpilistest Tinderi meeskasutajatest. Püüdsin leida vastuse küsimusele, kuidas presenteerivad noored naised end Tinderis. Selle teadasaamiseks kombineerisin intervjuud vaatluse ning loovuurimismeetodiga. Uurimisküsimustele vastuse saamiseks viisin läbi intervjuud üheksa noore Eesti naisega vanuses 20-24.

Intervjuude tulemustest ilmnes, et Tinderit kasutatakse peamiselt tutvuste leidmiseks ning meelelahutuseks. Räägitus ilmnesid vastuolud, kuna valikuid tehes võtsid naised arvesse potentsiaalse suhte tulevikuperspektiivi. Tinderit peavad naised valdavalt tabuteemaks ning mõned naised lähtuvad Tinderis valikute tegemisel sotsiaalsest survest ning ühiskonna poolt tekitatud normidest. Tinderiga kaasnevateks ohtudeks on enesepresentatsioonil enese seksuaalobjektiks muutmine ning liigse informatsiooni jagamine. Samuti peavad naised ohuks võõraste meestega kohtumist, kuna sellele võivad järgneda vargus-, ahistamis- või vägistamisjuhtumid. Ohuna nägid naised ka suhete väärtuse kadumist ning suhete loomise tavade muutumist.

Vaatlusest ilmnenud tulemuste põhjal võib väita, et noored naised peavad Tinderis valikute tegemisel kõige olulisemateks aspektideks meeste välimust, piltide valikut ning vähemal määral vanust, hobisid, rahvust ning hariduslikku tausta. Kõige enam tõid naised tüüpimisülesandes välja Eksponeerijat, kes eksponeerib Tinderis oma keha ning keda naised näevad valdavalt negatiivsena. Intervjuudest ilmnes, et enamik naistest panevad oma profiili loomisele rõhku ning tahavad sellega jätta meeskasutajatele vastavat muljet.

## SUMMARY

Using dating applications has become a popular trend in recent years. The particular subject is actual and needs to be researched because more and more friendships and relationships tend to start through an application called Tinder. Traditional ways of building relationships among young people are fading, giving a way to a virtual approach. Because of that, creating a relationship has become easier, but deepened superficiality makes it harder to get to know other people and perceive their actual motives of using Tinder.

The main objective of this Bachelor's thesis was to find out how young Estonian women use Tinder. In addition, I wanted to know what are the aims of using Tinder among young women and how do they perceive typical male users. I was also trying to find an answer to the question how do young Estonian women present themselves on Tinder. I combined nine interviews with nine young Estonian women between the age of 20 and 24 with an observation and a creative research method to get the results.

Research showed that women mostly use Tinder for communication, entertainment and making acquaintances, but a contradiction appeared. When women make their choices, they also consider the perspective of a relationship and the potential of men. Women mostly perceive Tinder as a taboo and some of them take into account the social pressure and the norms formed by the society.

Women said that one of the dangers of Tinder is people voluntarily presenting themselves as sexual objects. In addition, women believe that providing the imagined audience with too much information can be a threat to privacy. In young women's mind meeting strangers in real life is dangerous because this can lead to stealing, harassing and raping. Women also found that Tinder poses a threat to relationship values, as they might disappear, and changes the norms of creating a relationship.

Research showed that when choosing suitable male-users, for young women the most important aspects are the appearance and the variety and quality of the pictures. Age, hobbies, nationality, education and career background play a smaller role. In a creative research

method task, women prevalently identified a typical male user – exposé –, who shows his body and is mostly perceived negatively. The results show that women put a big emphasis on creating a Tinder profile to make an impression on men.

## KASUTATUD KIRJANDUS

Arvidsson, A. (2006). 'Quality singles': Internet Dating and The Work of Fantasy. *New Media & Society*, 8(4), 671-690. Kasutatud 14.10.2016  
<http://nms.sagepub.com.ezproxy.utlib.ut.ee/content/8/4/671.full.pdf+html?>

Bargh, J. A., Mckenna, K. Y. A. ja Fitzsimons, G. M. (2002). Can You See the Real Me? Activation and Expression of the "True Self" on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58(1), 33-48. Kasutatud 18.10.2016  
<http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=34227598-2bed-4b1d-8ed4-806fac3d6378%40sessionmgr4007&hid=4206>

Birnholtz, J., Fitzpatrick, C., Handel, M. Ja Brubaker, J. R. (2014). Identity, Identification and Identifiability: The Language of Self-Presentation On A Location-Based Mobile Dating app. *In Proceedings of the 16th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices & Services*, 3-12. Kasutatud 25.05.2017  
<https://pdfs.semanticscholar.org/96ec/1ec22082c8e391c014444bdd889f2574dbee.pdf>

Blaikie, N. (2009). *Designing Social Research*. (2nd ed.). Cambridge, Malden: Polity Press.

Braziel, S. (2015). *Why Swipe Right? An ethnographic exploration of how college students use Tinder*, A Sociology and Anthropology Thesis, Swarthmore College. Kasutatud 09.12.2016  
[http://triceratops.brynmawr.edu/dspace/bitstream/handle/10066/16518/Braziel\\_thesis\\_2015.pdf?sequence=1](http://triceratops.brynmawr.edu/dspace/bitstream/handle/10066/16518/Braziel_thesis_2015.pdf?sequence=1)

boyd, d. m. (2007). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Network Publics in Teenage Social Life. MacArthur Foundation Series On Digital Learning – *Youth, Identity, and Digital Media Volume*, 119-142. Kasutatud 22.10.2016  
<http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>

boyd, d. m. ja Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13(a). 210-230. Kasutatud 11.10.2016

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=2e502e29-b53d-4e1b-854c-51e66657fcb2%40sessionmgr106&vid=3&hid=103>

boyd, d. m. (2008). *Take Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*. Ph.D. väitekiri, University of California, Berkeley. Kasutatud 12.10.2016  
<http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>

Cacioppo, J. T., Hawkley, L. C., Crawford, L. E., Ernst, J. M., Burleson, M. H., Kowalewski, R. B., Malarkey, W. B., Cauter, E. V. ja Bertson, G. G. (2002). Loneliness and Health: Potential Mechanisms. *Psychosomatic Medicine*, 64, 407-417. Kasutatud 09.12.2016  
[https://www.academia.edu/5933031/Loneliness\\_and\\_Health\\_Potential\\_Mechanisms](https://www.academia.edu/5933031/Loneliness_and_Health_Potential_Mechanisms)

Cheng, C. ja Li, A. Y-I. (2014). Internet Addiction Prevalance and Quality of (Real) Life: A Meta-Analysis of 31 Nations Across Seven World Regions. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(12), 755-760. Kasutatud 18.10.2016  
<http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=96484b3f-f187-4176-84a2-455976d1235c%40sessionmgr4009&vid=4&hid=4102>

Cooper, H. (1998). *Synthesizing Reserach: A Guide for Literature Reviews*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Cornwell, B. ja Lundgren, D. C. (2001). Love On The Internet: Involvement and Misrepresentation in Romantic Relationships in Cyberspace vs. Realspace. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 197-211. Kasutatud 19.10.2016  
[https://www.researchgate.net/publication/222687424\\_Love\\_on\\_the\\_Internet\\_Involvement\\_and\\_Misrepresentation\\_in\\_Romantic\\_Relationships\\_in\\_Cyberspace\\_vs\\_Realspace](https://www.researchgate.net/publication/222687424_Love_on_the_Internet_Involvement_and_Misrepresentation_in_Romantic_Relationships_in_Cyberspace_vs_Realspace)

Couch, D. ja Liamputtong, P. (2008). Online Dating and Mating: The Use of The Internet to Meet Sexual Partners. *Qualitative Health Research*, 18(2), 268-279. Kasutatud 03.10.2016  
<http://qhr.sagepub.com.ezproxy.utlib.ut.ee/content/18/2/268.full.pdf+html?>

D'Amico, M. L. (1998). Internet Has Become a Necessity, U.S Poll Shows. *CNN Interactive*. Kasutatud 18.10.2016

<http://edition.cnn.com/TECH/computing/9812/07/neednet.idg/>

Darroch, J. E., Frost, J. J. ja Singh, S. (2001). Teenage Sexual and Reproductive Behaviour in Developed Countries. *The Alan Guttmacher Institute*. Kasutatud 28.05.2017

[https://www.guttmacher.org/sites/default/files/pdfs/pubs/eurosynth\\_rpt.pdf](https://www.guttmacher.org/sites/default/files/pdfs/pubs/eurosynth_rpt.pdf)

David, G. ja Cambre, C. (2016). Screened intimacies: Tinder and swipec logic. *Social Media +Society*, 2(2). Kasutatud 21.05.2017

[https://www.academia.edu/24365605/Screened\\_Intimacies\\_Tinder\\_and\\_the\\_Swipe\\_Logic](https://www.academia.edu/24365605/Screened_Intimacies_Tinder_and_the_Swipe_Logic)

Denzin, N. K. ja Lincoln, Y. S. (2000). INTRODUCTION: The Discipline and Practice of Qualitative Research. *The Sage handbook of qualitative research*, 2, 1-19. Kasutatud 23.10.2016

<https://www.scribd.com/document/144059012/The-Discipline-and-Practice-of-Qualitative-Research>

DePaulo, B. M., Kashy, D. A., Kirkendol, S. E., Wyer, M. M. ja Epstein, J. A. (1996). Lying in Everyday Life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(5), 979-995. Kasutatud 19.10.2016

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.597.8906&rep=rep1&type=pdf>

Dolan, A. (2016). Internet Dating: Darkest Alley of Them All. *Daily Mail*, p. 1. Kasutatud 19.11.2016

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/detail/detail?sid=86931075-4560-4053-9b55->

[aa66b1173cad%40sessionmgr101&vid=3&hid=122&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#AN=113455276&db=bwh](http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/detail/detail?sid=86931075-4560-4053-9b55-aa66b1173cad%40sessionmgr101&vid=3&hid=122&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#AN=113455276&db=bwh)

Donath, J. S. (1998). Identity and Deception in the Virtual Community. *Communities in Cyberspace*, 1996, 29-59. Kasutatud 20.11.2016

<http://smg.media.mit.edu/People/Judith/Identity/IdentityDeception.html>

Donn, J. E. ja Sherman, R. C. (2002). Attitudes and practices regarding the formation of romantic relationships on the Internet. *Cyber Psychology & Behaviour*, 5(2), 107-123. Kasutatud 24.05.2017

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=5ff14170-d06b-4caa-8cf9-febac74b4522%40sessionmgr101&vid=3&hid=113>

Drouin, M., Miller, D., Wehle, S. M. J. ja Hernandez, E. (2016). Why Do People Lie Online? Because Everyone Lies On The Internet. *Computers in Human Behavior*, 64, 134-142. Kasutatud 20.11.2016

<http://www.sciencedirect.com.ezproxy.utlib.ut.ee/science/article/pii/S0747563216304800?>

Duguay, S. (2017) Dressing up Cinderella: interrogating authenticity claims on the mobile dating app Tinder. *Information, Communication & Society*, 20(3), 351-367. Kasutatud 21.05.2017

<http://www.tandfonline.com.ezproxy.utlib.ut.ee/doi/pdf/10.1080/1369118X.2016.1168471?needAccess=true>

Ellison, N. B. ja Hancock, J. T. (2011). Profile as Promise: A Framework For Conceptualizing Veracity In Online Dating Self-Presentations. *New Media Society*, 14(1), 1-18. Kasutatud 20.11.2016

[https://msu.edu/~nellison/EllisonHancockTomaInPressPromise\\_ToDistrib.pdf](https://msu.edu/~nellison/EllisonHancockTomaInPressPromise_ToDistrib.pdf)

Ellison, N., Heino, R. Ja Gibbs, R. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441. Kasutatud 30.04.2017

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=4b7bf397-7481-4823-b53f-9e98f971206b%40sessionmgr103&vid=4&hid=119>

Ellison, N., Steinfield, C. ja Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. Kasutatud 29.05.2017

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=3c8cf384-d09f-446a-a619-b1e00fea5351%40sessionmgr101&vid=3&hid=111>

Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T. ja Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(1), 3-66. Kasutatud 09.12.2016  
<http://psi.sagepub.com/content/13/1/3.full.pdf+html>

Francoeur, R, T. ja Noonan, R. J. (2004). *The Continuum Complete International Encyclopedia of Sexuality*. New York: The Continuum International Publishing Group Inc.

Fridlund, A. (1991). Sociality of Solitary Smiling. Potentiation by an Implicit Audience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(2), 229-240.  
doi: 10.1037/0022-3514.60.2.229

Gatter, K. Ja Hodkinson, K. (2016). On The Differences Between Tinder Versus Online Dating Agencies: Questioning a Myth. An Exploratory Study. *Cogent Psychology*, 3(1), 1162414. Kasutatud 09.12.2016  
<https://www.cogentoa.com/article/10.1080/23311908.2016.1162414.pdf>

Gibbs, J. L., Lai, C-H. ja Ellison, N. B. (2009). First Comes Love, Then Comes Google: An Investigation of Communication Privacy Management Strategies and Self-Disclosure in Online Dating. *Communication Research*, 38(1), 70-100. 19.11.2016  
<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=d7c14ec3-8c89-49f6-9e12-4cb65b3cb505%40sessionmgr120&vid=3&hid=122>

Granheim, U. H. ja Lundman, B. (2003). Qualitative Content Analysis in Nursing Research: Concepts, Procedures and Measures To Achieve Trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105-112.  
<http://www.sciencedirect.com.ezproxy.utlib.ut.ee/science/article/pii/S0260691703001515?>



Grigoriadis, V. (2014). Inside Tinder's Hookup Factory. *Rolling Stone*, 27. oktoober. Kasutatud 10.10.2016

<http://www.rollingstone.com/culture/features/inside-tinders-hookup-factory-20141027>

Harrington, R. Dating Apps Go Viral. (2015). *Popular Science*, 287(4), 30. Kasutatud 10.12.2016

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=65f3c3d3-ba85-48c4-8666-048abcf52e06%40sessionmgr105&vid=5&hid=103>

Heino, R. D., Ellison, N. B. ja Gibbs, J. L. (2005). Are We A "Match"? Choosing Partners in the Online Dating Market. *Conference Papers – International Communication Association*, 1-37. Kasutatud 19.11.2016

<http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=c79d766a-84e1-4371-b1d9-cf2ea5e7e465%40sessionmgr4008&vid=3&hid=4205>

Hoehle, H. ja Venkatesh, V. (2015). Mobile Application Usability: Conceptualization and Instrument Development. *Mis Quarterly*, 39(2), 435-472. Kasutatud 09.12.2016

<http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=2f38508f-3ebc-473f-8288-c8c41c23d671%40sessionmgr4008&vid=1&hid=4111>

Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in The Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377-386. Kasutatud 14.10.2016

<http://bst.sagepub.com.ezproxy.utlib.ut.ee/content/30/6/377.full.pdf+html?>

Hwang, K. H., Chan-Olmsted, S. M., Nam, S. H. ja Chang, B. H. (2016). Factors Affecting Mobile Application Usage: Exploring The Roles of Gender Age, and Application Types From Behaviour Log Data. *International Journal of Mobile Communications*, 14(3), 256-272. Kasutatud 03.10.2016

<http://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJMC.2016.076285>

Jackson, N. (2011). Why Match.com Shouldn't Have Purchased Dating Site OkCupid, *The Atlantic*, 2. veebruar. Kasutatud 19.11.2016

<http://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/02/why-matchcom-shouldnt-have-purchased-dating-site-okcupid/70651/>

James, J. L. (2015). *Mobile Dating in the Digital Age: Computer-Mediated Communication and Relationship Building on Tinder*, Ph.D. väitekiri, Texas State University.

<https://digital.library.txstate.edu/bitstream/handle/10877/5529/JAMES-THESIS-2015.pdf?sequence=1>

Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). Kvalitatiivne Sisuanalüüs. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 03.10.2016

<http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Kalmus, V. ja Siibak, A. (2007). *Rate.ee ja meie tulevik*. Kasutatud 09.10.2016

<http://dspace.ut.ee/handle/10062/15422>

Kara, H. (2015). *Creative research methods in the social sciences: A practical guide*. Kasutatud 01.05.2017

[https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=aMz1CAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=hel+en+kara+creative+research&ots=WWBF5fd25M&sig=BvNniLeKDGyJ3CNptbXSx9iA8Uo&redir\\_esc=y#v=onepage&q=complex&f=false](https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=aMz1CAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=hel+en+kara+creative+research&ots=WWBF5fd25M&sig=BvNniLeKDGyJ3CNptbXSx9iA8Uo&redir_esc=y#v=onepage&q=complex&f=false)

Katz, E., Blumberg, J. G. ja Gurevitch, M. (2003). *Utilization of Mass Communication by the Individual*. Critical Readings: Media and Audiences. Maidenhead: Open University Press.

Kelsey, R. (2015). Dating Apps Increasing Rates of Sexually Transmitted Infections, Say Doctors. *BBC*, 2. november. Kasutatud 09.10.2016

<http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/34008736/dating-apps-increasing-rates-of-sexually-transmitted-infections-say-doctors>

Kennedy, B. P. (2010). *A History of the Digital Self: The Evolution of Online Dating*. *Psychology Today*, 22. september. Kasutatud 19.11.2016

<https://www.psychologytoday.com/blog/the-digital-self/201009/history-the-digital-self-the-evolution-online-dating>

Klapper, J. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

Kõuts, R. ja Seppel, K. (2012). *Meedia ja kommunikatsiooniteooria ülevaade*. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut. Kasutatud 14.10.2016

<http://site.ebrary.com.ezproxy.utlib.ut.ee/lib/tartuuniversity/reader.action?docID=10592162>

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. ja Scherlis, W. (1998). Internet Paradox – A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?. *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031. Kasutatud 18.10.2016

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=a50d58b6-1863-441a-b4da-82e3a5decfbc%40sessionmgr101&vid=7&hid=103>

Laherand, M.-L. *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: OÜ Infotrükk.

Lang, C. (2016). *Platfrom Gratifications: Tinder vs. Match.com*. Doktoritöö. West Virginia University: Master of Science in Journalism. Kasutatud 25.05.2017

[https://cassandralang.files.wordpress.com/2016/06/cl\\_thesis\\_final.pdf](https://cassandralang.files.wordpress.com/2016/06/cl_thesis_final.pdf)

Lapowsky, I. (2015). The Harmful Myth that Tinder's just for Hookups. *Wired*, 8. detsember. Kasutatud 09.10.2016

<https://www.wired.com/2015/08/an-admittedly-biased-defense-of-tinder/>

Lee, S. (2016). The History of Online Dating from 1965 to Now. *The Huffington Post*, 14. veebruar. Kasutatud 09.12.2016

[http://www.huffingtonpost.com/susie-lee/timeline-online-dating-fr\\_b\\_9228040.html](http://www.huffingtonpost.com/susie-lee/timeline-online-dating-fr_b_9228040.html)

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). Intervjuu. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 03.10.2016

<http://samm.ut.ee/intervjuu>

Lewis, H. (2014). Context Collapse, Performance Piety and Civil Inattention – The Web Concepts You Need To Understand in 2015. *The Guardian*, 31. detsember. Kasutatud 09.12.2016

<https://www.theguardian.com/technology/2014/dec/31/web-concepts-need-understand-2015-guide-netiquette>

Liberatore, S. (2016). Would You Pay To Increase Your Tinder Views? Dating App Tests Feature That Charges Users For 30 Minute ‘Boost’. *Daily Mail*, 28. september. Kasutatud 09.12.2016

<http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3812667/Would-pay-increase-Tinder-views-Dating-app-tests-feature-charges-users-30-minute-boost.html>

Ligtenberg, L. (2015). *Tinder, the App That is Setting the Dating Scene on Fire: A Uses and Gratifications Perspective*. Magistratöö. University of Amsterdam: Master’s Programme Communication Science – Youth and Media. Kasutatud 14.10.2016

<http://dare.uva.nl/cgi/arno/show.cgi?fid=605982>

Lim, J. S., Nicholson, J., Yang, S. U. ja Kim, H. K. (2015). Online Authenticity, Popularity, and The “Real Me” in a Miroblogging Environment. *Computers in Human Behavior*, 52, 132-143. Kasutatud 10.12.2016

[http://ac.els-cdn.com/S0747563215004148/1-s2.0-S0747563215004148-main.pdf?\\_tid=055747e0-befc-11e6-9b83-00000aab0f6b&acdnat=1481390211\\_82d2a2ea1f34bc5d0718b78dfbaec66d](http://ac.els-cdn.com/S0747563215004148/1-s2.0-S0747563215004148-main.pdf?_tid=055747e0-befc-11e6-9b83-00000aab0f6b&acdnat=1481390211_82d2a2ea1f34bc5d0718b78dfbaec66d)

Liptak, A. (2016). Over 300 Million AdultFriendFinder Accounts Have Been Exposed in a Massive Breach. *The Verge*, 13. november. Kasutatud 19.11.2016

<http://www.theverge.com/2016/11/13/13615750/412-million-adultfriendfinder-accounts-exposed-breach>

Litt, E. (2012). Knock, Knock. Who's There? The Imagined Audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3), 330-345. DOI: 10.1080/08838151.2012.705195

Liu, H. (2007). Social Network Profiles as Taste Performances. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 252-275. Kasutatud 11.10.2016

<http://onlinelibrary.wiley.com/store/10.1111/j.1083-6101.2007.00395.x/asset/j.1083-6101.2007.00395.x.pdf;jsessionid=2881793E7B8B993F0950700DA402076A.f02t01?v=1&t=iu5tzjxt&s=a88bb0e8f8a5611e34f280949459481de88492e1>

Livingstone, S. (2005). On The Relation Between Audiences and Public. Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters For The Public Sphere, 17-41. Kasutatud 22.10.2016

[http://eprints.lse.ac.uk/437/1/\\_libfile\\_REPOSITORY\\_Content\\_Livingstone%2C%20S\\_On%20the%20relation%20between%20audiences\\_Livingstone\\_Relation\\_between\\_audiences\\_2012.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/437/1/_libfile_REPOSITORY_Content_Livingstone%2C%20S_On%20the%20relation%20between%20audiences_Livingstone_Relation_between_audiences_2012.pdf)

Marwick, A. E. ja boyd, d. m. (2011). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and The Imagined Audience. *New Media & Society*, 13(1), 114-133. Kasutatud 10.12.2016

<http://nms.sagepub.com.ezproxy.utlib.ut.ee/content/13/1/114.full.pdf+html?>

McCown, J. A., Fischer, D., Page, R. ja Homant, M. (2001). Internet Relationships: People Who Meet People. *Cyber Psychology & Behavior*, 4(5), 593-596. Kasutatud 18.10.2016

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=2c7c4274-f608-4de3-9f2d-f356a79660f9%40sessionmgr106&vid=3&hid=103>

McKenna, K. Y. A., Green, A. S. ja Gleason, M. E. J. (2002). Relationship Formation on the Internet: What's the big attraction? Kasutatud 18.10.2016

<http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=cc5c03ca-18aa-4855-a919-5722da8ca7b3%40sessionmgr4006&vid=3&hid=4102>

McQuail, D. (2003). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus.

Miljan, M. (2007). *Noormeeste visuaalne enesepresenteerimine suhtlusportaalil rate.ee. Bakalaureusetöö*. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

Mulrine, A. (2003). Love.com: For Better or Worse, The Internet is Radically Changing Dating and Romance and May Even Offer a Dix for a Lot What's Wrong with Marriages in America. *US News and World Report*, 135(10), 52-58. Kasutatud 11.10.2016 <http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/detail/detail?vid=2&sid=e0cb04ab-9ffa-42e8-b20d-0f495562db4e%40sessionmgr107&hid=103&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#db=edsbl&AN=RN138083300>

Murumaa-Mengel, M. (2014). *Loovuurimismeetod. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 03.10.2016 <http://samm.ut.ee/loovuurimismeetodid>

Murumaa, M. (2010). *Auditooriumi tähtsus ja roll uue meedia keskkonnas sotsiaalvõrgustikes saadetavate sõnumite näitel*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Murumaa, M. (2006). *Seksikuse konstrueerimine tutvumisportaalil rate.ee*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

Niit, N. (2016). *Uses and Gratifications of Tinder Dating Application Among Estonian Young Adults*. Bakalaureusetöö. Tallinna Ülikool, Balti filmi, meedia, kunstide ja kommunikatsiooni instituut.

Parco, N. (2016). Millions of People Now Pay for Tinder's Premium version. *Daily News*, 6. mai. Kasutatud 10.10.2016

<http://www.nydailynews.com/news/national/millions-people-pay-tinder-premium-version-article-1.2627244>

Part, K. (2015). *Sexual health of young people in Estonia in a social context: the role of school-based sexuality education and youth-friendly counselling services*. Doktoritöö. Tartu Ülikool: Arstiteaduskond.. Kasutatud 28.05.2017

<http://rahvatervis.ut.ee/bitstream/1/6255/1/Part2015.pdf>

Petersen, C. (2015). *Tinder Tips from Sean Rad, Tinder's CEO*. *Web Summit*, 4. november. Kasutatud 09.10.2016

<https://blog.websummit.net/tinder-tips-from-sean-rad-tinders-ceo/>

Popolo, M. ja Griffith, E. (2014). Finding Love Online. *PC Magazine*, 92. Kasutatud 19.11.2016

<http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=198dd0a2-a482-4c7d-81a9-afc637b43772%40sessionmgr4010&vid=3&hid=4205>

Proosa, A. (2009). *Eelteismeliste tütarlaste virtuaalse identiteedi konstrueerimine portaalis rate.ee*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Ranzini, G., Lutz, C. ja Marjolein, G. (2016). *Swipe Right: An Exploration of Self-Presentation and Impression Management on Tinder*. In: *Annual Conference of the International Communication Association (ICA)*, Fukuoka. Kasutatud 14.10.2016  
<https://www.alexandria.unisg.ch/248333/>

Ranzini, G. ja Lutz, C. (2017). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80-101. Kasutatud 20.05.2017  
<https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2432285/Love%20at%20first%20swipe%202017.pdf?sequence=1>

Rosenberg, J. ja Egbert, N. (2011). Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 1-18. Kasutatud 09.12.2016

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=80d883de-94ad-4889-937a-5b6c390f2f78%40sessionmgr120&vid=9&hid=120>

Rowatt, W. C., Cunningham, M. R. ja Druen, P. B. (1999). Lying To Get a Date: The Effect of Facial Physical Attractiveness on The Willingness to Deceive Prospective Dating Partners. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16(2), 209-223. Kasutatud 19.10.2016  
<http://spr.sagepub.com.ezproxy.utlib.ut.ee/content/16/2/209.full.pdf+html>

Rämmer, A. (2014). Valimi moodustamine. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 03.10.2016  
<http://samm.ut.ee/valimid>

Ryan, T., Chester, A., Reece, J. ja Xenos, S. (2014). The Uses and Abuses of Facebook: A Review of Facebook Addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148. Kasutatud 14.10.2016  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4189307/>

Sales, N. J. (2015). Tinder and the Dawn of the “Dating Apocalypse”. *Vanity Fair*, september. Kasutatud 09.10.2016  
<http://www.vanityfair.com/culture/2015/08/tinder-hook-up-culture-end-of-dating>

Sawyer, S. M., Afifi, R. A., Bearinger, L. H., Blakemore, S. J., Dick, B., Ezeh, A. C. ja Patton, G. C. (2012). Adolescence: a foundation for future health. *The Lancet*, 379(9826), 1630-1640. Kasutatud 28.05.2017  
<http://www.sciencedirect.com.ezproxy.utlib.ut.ee/science/article/pii/S0140673612600725>

Schrock, A. R. (2015). Communicative affordances of mobile media: portability, availability, locatability, and multimediality. *International Journal of Communication*, 9, 1229-1246. Kasutatud 21.05.2017  
<http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=8ff9e5ec-82d9-43e5-b482-f240d4c298bb%40sessionmgr4009&vid=3&hid=4102>



Shao, G. (2009). Understanding The Appeal of User-Generated Media: a Uses and Gratification Perspective. *Internet Research*, 19(1), 7-25. Kasutatud 14.10.2016

<http://www.emeraldinsight.com.ezproxy.utlib.ut.ee/doi/pdfplus/10.1108/10662240910927795>

Shulevitz, J. (2016). Why is Dating in the App Era Such Hard Work? *The Atlantic*, november. Kasutatud 24.10.2016

<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2016/11/dating-disrupted/501119/>

Siibak, A. (2006). Romeo and Juliet of the Virtual World. *Cultural Attitudes Towards Technology and Communication*. Kasutatud 10.10.2016

[https://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/15448/Siibak\\_CATAC.pdf?sequence=1&isAllowed=n](https://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/15448/Siibak_CATAC.pdf?sequence=1&isAllowed=n)

Siibak, A. (2009). Constructing the Self through the Photo Selection - Visual Impression Management on Social Networking Websites. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1), artikkel 1. Kasutatud 09.10.2016

<http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009061501&article=1>

Smith, A. ja Anderson, M. (2016). 5 Facts About Online Dating. *Pew Research Center*, 29. veebruar. Kasutatud 18.10.2016

<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-online-dating/>

Smith, A. ja Duggan, M. (2013). Online Dating & Relationships. *Pew Research Center's Internet & American Life Project*, 21. oktoober. Kasutatud 11.10.2016

[http://www.secretintelligenceservice.org/wp-content/uploads/2016/02/PIP\\_Online-Dating-2013.pdf](http://www.secretintelligenceservice.org/wp-content/uploads/2016/02/PIP_Online-Dating-2013.pdf)

Spira, J. (2012). Dating in a Mobile World. *The Huffington Post*, 18. juuli. Kasutatud 19.11.2016

[http://www.huffingtonpost.com/julie-spira/online-dating\\_b\\_1674878.html](http://www.huffingtonpost.com/julie-spira/online-dating_b_1674878.html)

Strauß, S. ja Nentwich, M. (2013). Social Network Sites, Privacy and The Blurring Boundary Between Public and Private Spaces. *Science and Public Policy*, 40(6), 724-732. Kasutatud 12.10.2016

<http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ut.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=9dbfeabb-65bb-4d41-8fcc-abf01b4c317a%40sessionmgr102&vid=5&hid=103>

Sumter, S. R., Vandenbosch, L. ja Ligtenberg, L. (2016). Love me Tinder: Untangling Emerging Adults' Motivations For Using The Dating Application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67-78. Kasutatud 10.12.2016

<http://www.sciencedirect.com.ezproxy.utlib.ut.ee/science/article/pii/S0736585316301216>

Tamme, V. (2010). *Eelteismeliste suhtlusportaalide kasutamise praktikad rate.ee näitel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Toma, C. L., Hancock, J. ja Ellison, N. (2008). Separating Fact From Fiction: An Examination of Deceptive Self-Presentation in Online Dating Profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023-1036. Kasutatud 20.11.2016

<http://www.cl.cam.ac.uk/~rja14/shb09/hancock2.pdf>

Tziallas, E. (2015). Gamified Eroticism: Gay Male “Social Networking” Applications and Self-Pornography. *Sexuality & Culture*, 19(4), 759-775. Kasutatud 09.12.2016

<http://link.springer.com.ezproxy.utlib.ut.ee/article/10.1007%2Fs12119-015-9288-z>

Tyson, G., Perta, V. C., Haddadi, H. ja Seto, M. C. (2016) A First Look at User Activity on Tinder. *In Advanced in Social Networks Analysis and Mining*. Kasutatud 26.05.2017

<https://arxiv.org/pdf/1607.01952v1.pdf>

Vihalemm, T. (2014). Vaatlus. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 03.10.2016

<http://samm.ut.ee/vaatlus>

Ward, J. (2016). Swiping, Matching, Chatting: Self-Presentation and Self-Disclosure on Mobile Dating Apps. *Human It: Journal of Information Technology Studies as a Human Science*, 13(2), 81-95. Kasutatud 29.05.2017

<https://humanit.hb.se/article/viewFile/516/579>

Yang, L. (2016). The Terrifying Rise of Super STIs in the Age of Dating Apps. *Broadly*, 25. oktoober. Kasutatud 20.11.2016

[https://broadly.vice.com/en\\_us/article/the-terrifying-rise-of-super-stis-in-the-age-of-dating-apps](https://broadly.vice.com/en_us/article/the-terrifying-rise-of-super-stis-in-the-age-of-dating-apps)

*Friend Finder Network*'i kodulehekül, Kasutatud 19.11.2016

<http://www.fff.com/#about>

*Meetic Group*'i kodulehekül, Kasutatud 19.11.2016

<https://www.meetic-group.com/en/meetic-group-who-are-we/>

*The Guardian*'i kodulehekül, Kasutatud 20.05.2017

<https://www.theguardian.com/technology/2015/may/07/dating-app-tinder-married-relationship>

*The Statistics Portal*'i kodulehekül (a), Kasutatud 03.10.2016

<https://www.statista.com/statistics/607160/top-ios-dating-apps-worldwide-downloads/>

*The Statistics Portal*'i kodulehekül (b), Kasutatud 03.10.2016

<https://www.statista.com/statistics/607517/top-android-dating-apps-worldwide-downloads/>

*The Statistics Portal*'i kodulehekül (c), Kasutatud 23.10.2016

<https://www.statista.com/statistics/607430/tinder-gender-distribution-usa/>

Tinder: Introducing Tinder Online – Swipe Anywhere. (2017). Kasutatud 30.04.2017

<http://blog.gotinder.com/introducing-tinder-online/>

*Tinder: Launching Tinder Social – A New Way to Plan your Night.* (2016). Kasutatud 10.10.2016

<http://blog.gotinder.com/launching-tinder-social-a-new-way-to-plan-your-night/>

*Tinder: Skip the Line with Tinder Boost.* (2016) Kasutatud 10.10.2016

<http://blog.gotinder.com/skip-the-line-with-tinder-boost/>

## **Lisa 1. Intervjuu kava**

### **SISSEJUHATAV OSA**

1. Kui kaua on sul nutitelefon olnud?
2. Kui kaua oled Tinderit kasutanud?
3. Meenuta, kuidas sa esimest korda Tinderit kasutasid. Mida sa seal kõigepealt tegid, mis mulje sulle kogu keskkond jättis?
4. Millal sa tavaliselt Tinderisse lähed? Kui pikalt kasutad tavaliselt Tinderit?
5. Kui löid endale Tinderis profiili, siis millele eelkõige tähelepanu pöörasid? Milliseid valikuid tegid?
6. Missugune oli esimene pilt, mille üles laadsid? Miks just selline?
7. Missugune oli viimane pilt, mille üles laadsid? Miks just selline?

### **TINDERI KASUTAMISE EESMÄRGID**

8. Millistel eesmärkidel kasutad peamiselt Tinderit? (kõigepealt kõneleb intervjuueeritav, siis pakun välja mõningaid motiive loetelust).  
(1) Meelelahutus (2) Lõõgastumine, (3) Aja veetmine, (4) Põnevuse otsimine (5) Jälgimine  
(6) Seksuaalne vahekord 7) Sõprussuhted, (8) Intiimsus (9) Uus ja äge trend (10) Eneseteadlikkus (11) Enesehinnangu tõstmine
9. Missugused võimalused avanevad sulle Tinderis?
10. Meenuta, milline on olnud Tinderist saadud kogemus, mis on jäänud eelkõige positiivsena meelde.
11. Missuguseid ohte tajud Tinderis?
12. Milline on olnud sinu kõige ebameeldivam kogemus Tinderis?

### **TINDERI KASUTUSPRAKTIKA – küsimused vastavalt kasutuspraktikale**

#### **TÜÜPILINE MEESKASUTAJA – joonistamine + analüüsimine**

13. Palun kirjelda, miks joonistasid just sellised tüüpkasutajad.
14. Mida nad tüüpiliselt Tinderis teevad?
15. Missugune on nende esimene tekst kontakti saavutamiseks?
16. Millised pildid on sellel tüüpkasutajal tavaliselt? Milline on tema profiil?

17. Kuidas tüüpkasutaja Tinderis suhtleb?
18. Eelnevalt rääkisime Tinderi kasutamise eesmärkidest - mis sa arvad, mis eesmärkidel on need meeskasutajad Tinderis?
19. Milline on sinu jaoks kõige tüüpilisem meessoost Tinderi kasutaja enda kogemuste põhiselt?

### **HINNANG OMA TEGEVUSELE TINDERIS**

20. Missugune on sinu arvates vasakule ja paremale svaipimise vahekord?
21. Mis on tavaliselt saanud, kui oled saavutanud *match*'i ehk kokkusobivuse?
22. Millised on sinu ootused meeskasutaja käitumise osas pärast *matchi* saavutamist?
23. Kas on selle teema juures veel midagi, mille kohta ma ei osanud küsida, aga sa arvad, et oleks oluline välja tuua?

## **Lisa 2. Intervjuude transkriptsioonid**

Transkriptsioonid on lisatud töö paberversiooni lõppu ning esitatud CD peal.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Getter Kristen Rang

(sünnikuupäev: 15.08.1995)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

### **Eesti noorte naiste Tinderi kasutuspraktikad ja tajutavad tüüpilised meeskasutajad,**

mille juhendaja on Maria Murumaa-Mengel,

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, 29.05.2017



