

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Kaarel Lott

**Häbistamine kui meelelahutus: ülevaade Facebooki häbistamisgruppide ja
gruppide modministraatorite perspektiiv**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Maria Murumaa-Mengel, PhD

Tartu 2020

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	5
1.1. Sotsiaalsed struktuurid ja normid.....	5
1.2. Häbitunne ja häbistamine.....	6
1.2.1. Häbistamine läbi huumori ja naeruvääristamise.....	10
1.3. Online-kultuur: anonüümsus, privaatsus ja auditooriumid.....	11
1.4. Grupid ja meelelahutuslik avalik häbistamine sotsiaalmeedias.....	14
1.5. Uurimisküsimused.....	16
2. VALIM JA MEETOD	17
2.1. Facebooki häbistamisgruppide kontentanalüüs.....	17
2.1.1. Valim.....	17
2.1.2. Analüüsimetod.....	18
2.2. Intervjuud gruppide modministraatoritega.....	19
2.2.1. Valim.....	20
2.2.2. Andmekogumismeetodid.....	21
2.2.3. Andmeanalüüsimetodid.....	23
3. TULEMUSED	25
3.1. Tüüpilised meelelahutusliku häbistamisega seotud Facebooki grupid.....	25
3.1.1. Häbistamisgruppide liikmed ja kogukond.....	29
3.2. Modministraatorite roll häbistamisgruppides.....	31
3.3. Häbistamisgruppide kommunikatsioonireeglid.....	36
3.4. Veebihäbistamise laiem mõtestamine modministraatorite poolt.....	39
4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	43
4.1. Järeldused.....	43
4.2. Diskussioon.....	48
4.3. Meetodi kriitika ja edasisised uurimisvõimalused.....	50
KOKKUVÕTE	52
SUMMARY	54
KASUTATUD MATERJALID	57
LISAD	64
Lisa 1. Gruppide tunnuste kodeerimine.....	64
Lisa 2. Intervjuukava eesti keeles.....	66
Lisa 3. Intervjuukava inglise keeles.....	68
Lisa 4. Koodipuu.....	71
Lisa 5. Värbamiskiri.....	75

SISSEJUHATUS

Minu bakalaureusetöö käsitleb avalikku häbistamist Facebooki gruppides, täpsemalt huvitab mind trend, kus inimesed koonduvad erinevatele teemadele orienteeritud Facebooki gruppidesse ning postitavad sinna peamiselt meelelahutuslikul eesmärgil häbistavat sisu. Avalikku häbistamist veebis on defineeritud kui tegevust, kus sotsiaalmeediat ning muid info- ja kommunikatsioonitehnoloogiaid kasutatakse platvormina inimeste häbistamiseks, kes on eksinud mingi sotsiaalse normi ja/või etiketi vastu (de Vries, 2015: 2053). Normid on käitumisreeglid, mis peegeldavad või kehtastavad kultuuri väärtusi (Giddens, 2001: 22), etikett seevastu kood, mis annab juhised formaalseteks või tseremoniaalseteks reegliteks ja väljendusteks, mis mõjutavad tavapäraseid suhtlemisviise, kuidas inimesed ennast väljendavad või kuidas näidatakse oma tundeid teistele inimestele (Goffman, 1967: 54-55). Veebipõhist avalikku häbistamist on küll uuritud (nt Laidlaw, 2017; Gallardo, 2017), kuid sotsiaalmeedias toimuvat meelelahutuslikku avalikku häbistamist on vähe käsitletud ning seetõttu pole mulle teadaolevalt selle kohta ammendavat definitsiooni välja pakutud. De Vries' (2015) definitsioon keskendub pigem n-ö tõsimeelsele häbistamisele, isegi lintšimisele ehk omakohtu mõistmisele. Oma bakalaureusetöös aga keskendun uut laadi häbistamisele, mis toimub sotsiaalmeedia gruppides ning peamiselt meelelahutuslikus võtmes.

Meelelahutusliku *online*-häbistamise puhul koonduvad inimesed digiplatvormidele, näiteks Facebooki gruppidesse, ning postitavad sinna tekstilist või audiovisuaalset sisu, kus keegi on teinud midagi, mis väärrib postitaja arvates teiste hukkamõistu. Selleks võib olla laiemalt teatud sotsiaalsest normist hälbiv käitumine, aga kitsamalt näiteks kole pulmakleit, lohakas maniküür või ebaõnnestunud ehtevalik. Varasemad veebis aset leidnud häbistamisjuhtumid, mis on avalikkuse seas tuntud, näiteks Justine Sacco juhtum (lähemalt peatükis 1.2), on toimunud sageli sotsiaalmeediaplatformide üleselt – tegemist on olnud üksikute viraalsete juhtumitega, mis pälvivad masside tähelepanu pikema aja vältel.

Veebis toimuva häbistamise kohta on varem kirjutatud mõningaid raamatuid ja teadusartikleid, mis käsitlevad näiteks viraalseid avaliku häbistamise üksikjuhtumeid (Ronson, 2017) või lintšimist ja kuulujuttude levitamist internetis (Solove, 2007). Teadustöodes on uuritud, kuidas veebikeskkonnades vihakõne kiiresti kindlaks teha, et see maha võtta ja häbistatavate inimeste jaoks kahju ennetada või vähendada, fookus on olnud pigem tehnoloogial (Basak *et al.*, 2019), mitte häbistamisel kui sotsiaalsel tegevusel. Häbistamise sotsiaalsusele keskenduti Aasias, kus viidi läbi uuring, mis keskendus inimeste motivatsioonile veebihäbistamisega tegelemiseks ning samuti võimude suhtumisele sellisesse tegevusse (Skoric, 2010). Teemat on käsitletud ka

juriidilisest vaatepunktist, kus uuriti interneti teenusepakkujate rolli massihäbistamise toimumise vähendamisel (Gallardo, 2017). Põgusalt on keskendunud ka noorte inimeste suhtumisele sotsiaalmeedias toimuvasse häbistamisse (de Vries, 2015) ning hiljuti ilmus kogumik, mille üks peatükkidest käsitleb Facebooki gruppide reeglistatuse kujunemist just meelelahutuslike häbistamisgruppide näitel (Trice, Potts & Small, 2019). Eestis pole siiani teemakohaseid uurimusi läbi viidud, DSpace'i keskkonnas teostatud otsingu põhjal jäi mulje, et häbistamist käsitletakse põgusalt kõrvalteemana pigem laste ja noorte sihtrühma seas läbi viidud haridusteaduslikes töödes (Soodla, 2012 ja Väli-Kurnikov, 2019).

Täna võib aga sotsiaalmeediasuhtluses märgata levimas uut trendi, kus häbistamine toimub tugevalt meelelahutuslikus võtmes, paljude kaasuste põhjal ja reeglina eristuvates teemaspetsiifilistes veebigruppides (vt Greig, 2019 ja Harvey, 2019) – see on ka minu töö fookuseks. Et mõista meelelahutuslikku veebihäbistamist, olen läbi viinud Facebooki häbistamisgruppide (N=67) standardiseeritud kontentanalüüsi ning intervjuud (N=8) nende gruppide administraatorite ja moderaatoritega. Kirjutan just meelelahutuslikust häbistamisest, sest „lihtsalt nalja pärast“ raamistuse puhul on tegevuse juures keerulisem ohtusid või probleeme näha. Killustunud ja kiirelt uue info alla mattuva kommunikatsiooni keskkonnas võib olla raskem mõista, kas ja kuidas häbistajate tegevus häbistatavate elu mõjutab. Samuti on Hoechsmann (2008: 68) välja toonud sotsiaalmeedias aset leidva (peamiselt noorte kasutajate normidest välja kasvanud) kommunikatsiooni läbiva tooni – muretu, naljatlev, tõgav ja „ära võta tõsiselt“ läbiv põhimõte –, mis on minu hinnangul aktuaalne ka Facebookis toimuva suhtlemise puhul.

Bakalaureusetöö esimeses peatükis tutvustan töö teoreetilisi lähtekohtasid, kus annan ülevaate sotsiaalsetest struktuuridest ja normidest, häbitundest, häbistamisest ja naeruvääristamisest, *online*-kultuurist ning meelelahutuslikust avalikust häbistamisest sotsiaalmeedias, misjärel püstitan oma töö uurimisküsimused. Teises peatükis kirjeldan uurimistöö valimit, andmekogumist ja analüüsimeetodeid ning kolmandas peatükis annan ülevaate töö tulemustest. Bakalaureusetöö viimaseks sisuliseks peatükiks on järeldused ja diskussioon, kus kirjeldan töö peamisi leide, asetan need laiemasse konteksti, arutlen edasiste võimalike uurimissuundade üle ning esitan ka meetodi kriitika.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Selles peatükis tutvustan kõigepealt akadeemilisi käsitlusi sotsiaalsetest normidest, sotsiaalsest struktuurist ning häbitundest ja häbistamisest. Kuna minu töö keskendub meelelahutuslikule avalikule häbistamisele, on oluline anda ülevaade ka huumori ja naeruvääristamise teoreetilisest taustast. Seejärel tutvustan digikultuuri ja veebikommunikatsiooni peamisi omadusi, misjärel liigun töö kitsama fookuse juurde ning kirjeldan meelelahutuslikku avalikku häbistamist, mis toimub veebiplatvormidel, püüdes välja tuua ka olulisi taustateadmisi sotsiaalmeedia gruppide ning spetsiifilisemalt Facebooki gruppides toimuva häbistamise kohta. Viimaks püstitan oma bakalaureusetöö uurimisküsimused.

1.1. Sotsiaalsed struktuurid ja normid

Facebooki grupid ja veebipõhine häbistamine on fenomen, mille puhul on tuvastatav sotsiaalne struktuur, mis määrab, kuidas platvormil käituda, keskkonnal on enda kujunenud sotsiaalsed normid ning lubavused. Giddensi strukturatsiooniteooria järgi käsitletakse ühiskonda dualistliku struktuurina, mis samaaegselt nii võimaldab kui ka piirab inimeste käitumist (Giddens, 1984: 25). See tähendab, et reeglid ja ressursid, millele vastavalt sotsiaalseid tegusid tehakse, on samaaegselt ka viisiks, kuidas süsteem ennast reprodutseerib (Giddens, 1984: 19), sest inimesed ehk agendid toimivad ühiskondlike reeglite järgi ning sellega ka kinnistavad pidevalt reegleid, mis nende käitumist mõjutavad (Giddens, 1984: 25). Struktuuri puhul pole tegemist millegi inimestevälisega, vaid kuna seda kinnistatakse mälestuste ja sotsiaalse käitumise abil, on tegemist pigem internaliseeritud kontseptsiooniga (*ibid.*). Ka minu töö fookuses olevaid häbistamisgruppe iseloomustab reglementeeritus, mis suunab gruppide liikmete käitumist.

Ühiskondlikke reegleid käsitledes on möödapääsmatuks teemaks sotsiaalsed normid. Tegemist on ootustega, kuidas mõnes olukorras käituma peaks, mis reguleerivad inimeste sotsiaalseid suhteid ja käitumist (Clinard, 1998: 10). Nagu sissejuhatuses defineeritud, on normid käitumisreeglid, mis peegeldavad või kehastavad kultuuri väärtusi (Giddens, 2001: 22) ning abstraktsete ideede või väärtustena annavad tähendust ning juhendeid inimestele sotsiaalses maailmas tegutsemiseks. Näiteks on üldjuhul sotsiaalseks normiks tänaval vastutulevat sõpra tervitada, samuti on veebikommunikatsiooni kontekstis sõbraga Facebookis vesteldes kombeks vastata tema sõnumile, kui oled seda näinud. Normid varieeruvad vastavalt ühiskondlikule tunnustusele, rakendatavusele, levitamisele ning sellele, kui palju konformsust need nõuavad (Clinard, 1998: 10).

Normid kujunevad kõige kiiremini ja kergemini staatilises kogukonnas, sest inimesed peavad kirjutamata reegleid internaliseerima ning see on ajamahukas protsess (Lemley, 1998: 1267). Teisisõnu – selleks, et mingi norm saaks sotsiaalselt aktsepteerituks, peavad inimesed selle esmalt omaks võtma ja hakkama seda normaalseks pidama. Kõige paremini toimub selline protsess kohtades ja kogukondades, kus inimeste välja- ja sisseränne on väike (*ibid.*). Püsivates, staatilistes kogukondades on samuti lihtsam reegleid või norme rakendada kui kogukondades, mille liikmed sageli vahetuvad, sest liikmed peavad kollektiivselt käituma viisil, mis tagab sanktsioonide jõustumise (*ibid.*) (pikemalt *online*-kogukondadest peatükkides 1.3 ja 1.4). Selle jaoks on aga oluline, et inimesed üksteist tunneksid ja mõtleksid sarnaselt (Lemley, 1998; 1267), mistõttu mängib olulist rolli grupi suurus.

Lemley (1998: 1268) toob veel välja, et alates kindlast suuruselt on kogukondi või gruppe keeruline valitseda ja ühtsete normide järgi hallata. Mida suuremaks grupp muutub, seda vähem on tõenäoline, et kõikidel liikmetel on ühised huvid (*ibid.*). Võib juhtuda, et hakatakse end tundma anonüümselt ning seetõttu tajuma vähem sotsiaalseid piiranguid oma tegudele (*ibid.*). See on oluline just veebihäbitamise kontekstis, kus grupid võivad olla suured ning inimesed tajuvad end anonüümsena (vt ptk 1.3).

Normid eeldavad grupilt huvide homogeensust, sest grupp, millel on ühtivad huvid, saab karistada neid grupi liikmeid, kes käituvad vastupidiselt nendele ühistele huvidele ning seeläbi omandada ja suurendada legitiimsust (Lemley, 1998: 1270). Selliste ühiste huvideta poleks võimalik eristada norme, mis on peale surutud lintšijate poolt, ja norme, mis on sotsiaalse grupi poolt kehtestatud (*ibid.*). Solove (2007: 85) võtab kasutusele termini normivalve (ingl *norm police*), kes aktiveerub, kui on vaja normi rikkunud inimest oma tegude eest vastutusele võtta. Nii, nagu vajame politseid, et korda valvata, on vaja normivalvet, et normide järgimist valvata (*ibid.*). Kui norme ei täideta, siis aegamööda nende staatus normina kaob (*ibid.*).

1.2. Häbitunne ja häbitamine

Olukorras, kus inimene on grupi norme rikkunud ning vaja on ta selle eest vastutusele võtta, saab ühe võimaliku meetmena kasutada häbitamist, mis toob meid järgmise olulise kontseptsiooni juurde minu töös. Häbi defineeritakse kui valusat emotsiooni, mis tekib, mõistes enda tegevuste või nende tagajärgede naeruväärsust, ebasüüdsust või taunitavust (de Vries, 2015: 2054). Häbitamine on sotsiaalne tegevus – üks inimene häbitab teist, tegemist on sotsiaalse taunimise variandiga (Braithwaite, 1989: 55).

Braithwaite käsitleb häbistamist küll rohkem kriminaalsüsteemi kontekstis, kuid tema tähelepanekud nähtuse kohta on laiendatavad ka teistesse sotsiaalsetesse kontekstidesse, kus häbistamist esineb. Tema teooria eristab kahte erinevat tüüpi häbistamist: reintegratiivne ja desintegratiivne (Braithwaite, 1989: 55). Reintegratiivse häbistamise puhul väljendab esmalt kogukond enda halvaksapanu, mis võib varieeruda noomimisest häbistamistseremooniateni (*ibid.*). Seejärel aga kaasatakse häbistatu uuesti seadust järgivate inimeste kogukonda, kasutades selle väljendamiseks ka erinevaid žeste, olgu selleks andestav naeratus või tseremoonia inimese uuesti kogukonda arvamiseks (*ibid.*). Seevastu desintegratiivse häbistamise puhul toimub kogukonna jaotumine, kus ühe osa moodustavad need, kes on kogukonnast välja heidetud (*ibid.*). Häbistamise fookuses on eksinud inimene, mitte niivõrd tegu, millega ta eksis (*ibid.*).

Häbi peetakse üldiselt kõige olulisemaks emotsiooniks, sest see on sageli sotsiaalsetest normidest kinnipidamise tagatis, ilma et oleks vaja rakendada välimisi sanktsioone (Bord, Staufenbiel & Scherer, 1988: 82). See saavutatakse, kui internaliseeritakse sotsiaalsed normid ja väärtused, sidudes need omakorda enesehinnanguga (*ibid.*). Enesehinnang sõltub aga suuresti referentsgruppide hinnangutest, mistõttu häbitunne justkui ohustaks inimese minapilti – kardetakse teiste negatiivset hinnangut, mis käib oluliste sotsiaalsete normide ja väärtuste täitmise puudujääkide kohta (*ibid.*). Selliseid vajakajäämisi, mis häbitunnet tekitaks, võib olla väga erinevaid, näiteks kohmakas käitumine, moraalne läbikukkumine või põrumine mõne ülesande sooritamisel (*ibid.*). Lihtsustatult öeldes käitatakse vastavalt sotsiaalsetele normidele, sest kardetakse häbitunnet ja häbistamist. See annab omakorda võimaluse inimeste käitumist suunata, mõjutada. Näiteks kui keegi mälub toitu matsutades ning sellele taunivalt tähelepanu juhitakse, võib inimene häbitundest oma käitumist muuta.

Häbitunne võib aga tekkida ka olukorras, kus inimese käitumine on olnud normaalne või normidele vastav, kuid ei ole mõeldud avalikkusele nägemiseks. Näiteks kui inimene on lukustatud uksega tualetis, kuid mehaanilise viperuse tõttu uks avaneb ning keegi näeb teda (Bord, Staufenbiel & Scherer, 1988: 83). Paralleeli häbisse jäämisest hoolimata normide järgimisest võib tõmmata ka internetis toimuva kommunikatsiooniga. See, et intiimsuhtes olevad inimesed jagavad omavahel seksuaalse sisuga audiovisuaalset materjali, on tänapäeval pigem normikohane käitumine – noorte puhul omab seksuaalse sisu saatmisel suuremat kaalu just sotsiaalne surve, mitte isiklik tahe seda teha (Walrave, Heirman & Hallam, 2014: 95). Seksuaalse sisu saatja võib aga jääda häbisse, kui sõnumit näeb keegi, kellele see polnud mõeldud. Paraku aga jagatakse pahatihti sellist materjali laiemate auditooriumitega – uuringu „Sex and Tech“ (n.a: 3) tulemused näitasid, et 20% noortest, kellele on saadetud seksuaalse sisuga audiovisuaalset materjali, on jaganud saadud materjali

kellegagi, kellele see polnud algselt mõeldud. Võib arvata, et sisu saatjale põhjustab juhtum häbitunnet.

Häbitunnet tekitavate kogemuste jaoks peetakse üldjuhul lahenduseks eitamist (Gehm & Scherer, 1988: 74). Teisisõnu blokeeritakse juhtunu oma teadvusest, et enda enesetunnet parandada. Gehm ja Scherer (1988) on käsitlenud häbitunnet koos süütundega. Nende suureks erinevuseks on aga see, et süütunde puhul oleks justkui võimalik olukorda heastada, kuid häbitunde puhul see nii pole (Gehm ja Scherer, 1988: 74). Autorid toovad välja, et asjaolu võib olla tingitud sellest, et kui häbitunne on juba tekkinud, siis on inimese maine kahjustatud ning seda pole lihtne taastada (*ibid.*). Samuti sõltub häbitunne palju sellest, mil määral oli inimese haprus või põrumine avalikkusele näha (*ibid.*). See viitab aga taas asjaolule, et häbi ja häbistamise juures on avalikkusel oluline roll.

Häbistamine pole iseenesest ühiskonna jaoks uus nähtus. Vanasti oli avalik häbistamine karistusena kasutusel ning toimus tõhusalt, sest väiksemates kogukondades ja intiimses sotsiaalses struktuuris olid inimesed üksteisest sõltuvad (Morton, 2001: 102). Kasutati häbiposte, piitsutamist, põletusmärkide tegemist, kantavaid harkjalgu, millel on kirjas inimese kuritegu, tulipunast kirjatähte, varaste puhul käte amputeerimist ja avalikku hukkamist (de Vries, 2015: 2054). Rahvaarv aga aina suurenes ning inimesed hakkasid tihedamini kolima, mistõttu kaotas häbistamine osa oma mõjuvõimust (Solove, 2007: 91). Kaasaegses ühiskonnas on inimesed ümbritsetud võõrastest inimestest, elatakse suhtelises anonüümsuses, lihtne on kolida ja saada osaks uuest kommuunist (Solove, 2007: 92). Nende aspektide tõttu on palju lihtsam häbist põgeneda (*ibid.*). Olukorda muudab internet, kus on lihtne teostada üksteise kohta taustauuringut ning kus meie kohta avaldatud info üldiselt ei kustu.

Internet on häbistamiseks mugav koht, sest mängib olulist rolli keskkondades, kus on lihtne seadustest mööda hiilida ja kus sotsiaalsetel normidel on nõrgem pind (Solove, 2007: 92). Kusjuures seadustest võib olla lihtne mööda hiilida nii häbistatavatel kui ka häbistajatel, sest näiteks kaasustes, kus kedagi on häbistatud platvormiüleselt ning juhtum on läinud viraalseks, pole sageli häbistatud inimesel võimalik juriidilist kaitset saada (Laidlaw, 2017: 7). Asjaolu on tingitud sellest, et ei suudeta tuvastada, mis on häbistamise puhul otseselt kahju tekitanud või ei ole võimalik identifitseerida neid, kelle tõttu info lekkis, sest sisuga kokku puutunud inimeste hulk on niivõrd suur (*ibid.*). Üldiselt on juriidilise poole pealt olukord lootusrikkam häbistatu jaoks siis, kui häbistajad on seotud tema sotsiaalvõrgustikuga ka *offline* elus (*ibid.*). Siinkohal on oluline märkida, et Eesti seaduste järgi ei liigitu sotsiaalmeediaplatvormid avaliku ruumi alla – korrakaitseaduse järgi on avalik koht määratlemata isikute ringile kasutamiseks antud või

määratlemata isikute ringi kasutuses olev maa-ala, ehitised, ruum või selle osa, samuti ühissõiduk (Korralduseseadus, 2019). Teisalt aga käsitletakse sageli sotsiaalmeediasse postitatud infot avaliku tekstina, näiteks on veebiajakirjanduses tavapäraseks saanud sotsiaalmeediasisu põhjal uudiste kirjutamine (Paulussen & Harder, 2014).

Häbistamise positiivseks omaduseks võiks pidada selle potentsiaali distsiplineerida halvasti käitunud inimest (Braithwaite, 1989), kuid üldiselt on häbistamisel erialase kirjanduse järgi pigem vähe positiivseid omadusi. Seevastu negatiivse poole pealt nenditakse, et olles pikalt olnud karistusmeetmena kasutusel, võib häbistamine olla julm, alandav, piinlik või üldiselt ebainimlik (Garvey, 1998: 757). Häbistamine võtab inimeselt rohkem kui vabaduse – see rööbib inimeselt väärikuse (Spatz, 2002: 828-829). Solove (2007: 95) toob välja, et veebihäbistamine kipub minema üle piiride – sageli on karistus taunitava teo eest liiga karm ning võib juhtuda, et rikutakse kellegi elu üpris väikese üleastumise eest. Huvitava leiuna selgus Skoric'i jt. (2010: 195) uurimusest, mis küll keskendus pigem veebis toimuvale lintšimisele, et veebikeskkondades ei pruugi inimesed enda tegevust häbistamisena tunnistada. Lisaks sellele on internetihäbistamise omaduseks selle mõju püsivus (Solove, 2007: 94). Häbistatule omistatakse püsiv digitaalne pagas, mistõttu ei saa ta enam oma minevikust edasi liikuda (*ibid.*). Selliseid juhtumeid on ühiskonnas juhtunud omajagu, nendesse süveneb Jon Ronson oma raamatus „Ah et sind on avalikult häbistatud” (2017).

Üheks kurikuulsaks näiteks on juhtum, kus ettevõtte IAC pressiosakonna juhataja Justine Sacco säutsus enne Lõuna-Aafrika Vabariiki suunduvale lennule istumist oma 170 Twitteri jälgijale: „Lähen Aafrikasse. Loodetavasti ma ei saa AIDSi. Nali. Ma olen valgenahaline!” (Ronson, 2017: 58-61). Säuts ei saanud esialgu mingisugust vastukaja ning lennu ajaks lülitas Sacco oma telefoni välja (*ibid.*). Lennu jooksul sai Saccost üks interneti populaarsemaid jututeemasid – teda kutsuti rassistikks ja nõuti tema vallandamist (*ibid.*). Ühel hetkel saadi teada, et Sacco on lennul ning pole toimuvast teadlik, misjärel hakkas levima teemaviide *#hasjustinelandedyet* (eesti keeles Justine on juba maandunud) – inimesed tahtsid näha hetke, mil ta maandub ning taipab, mis vahepeal on juhtunud (*ibid.*). Uuriti välja, mis lennul ta viibib ja üks Twitteri kasutajatest läks teda Kaplinna lennujaama ootama ning postitas temast pildi interneti, andmaks teada, et ta on maandunud (*ibid.*). Sacco kaotas juhtunu pärast oma töö ning oli pikalt avalikkuse tähelepanu all (*ibid.*). Ta ise kommenteeris, et ei püüdnud maailma vihale ajada ega oma elu rikkuda, tema arvates elatakse USAs mullis, kui asi puudutab kolmanda maailma riikides toimuvat ning ta tegi selle üle nalja. (*ibid.*)

Justine Sacco juhtumi valguses on huvitav tõmmata paralleele ka ühe häbistamisele keskendunud uuringu tulemustega, mis keskendus noorte suhtumisele veebis toimuvasse avalikku häbistamisse (de Vries, 2015). Toodi esile, et väga lihtne on inimeste käitumist ja vestluseid võtta kontekstist välja ning et häbistatavaks võib sattuda ükskõik kes (de Vries, 2015: 2059). Ka Saccol oli tagasihoidlik arv Twitteri jälgijaid – 170 – ning sellest hoolimata jõudis tema avaldatud sisu levida üle interneti. Enam ei pea inimesed kartma, et neid jälgitakse valitsuse või organisatsioonide poolt – peab olema teadlik ka jälgimisest tuttavate ja võõraste poolt (de Vries, 2015: 2060). Kusjuures selline jälgimine ei keskendu kriminaalsete tegude tuvastamisele, vaid just igapäevategudele hinnangu andmisele (*ibid.*). Rosen (2004: 10) kasutab selleks terminit omnoptikon, kus paljud inimesed jälgivad pidevalt paljusid, seejuures teadmata, kes neid jälgib või keda hetkel jälgitakse. Ta jätkab, väites, et nüüdseks eksisteerib tehnoloogia, mis võimaldab teatud sorti düstopia elluviimist, kus kõik inimeste elu aspektid on avaliku arvamuse arvustada ning kus ühiskonnal puuduv tolerantsus individuaalsuse ja veidruse vastu toob kaasa lämmatava läbiva sotsiaalse konformsuse (*ibid.*). Võiks üldistada, et sotsiaalmeedia populariseerumise ja arenguga on inimeste jaoks lisanud uus aspekt, mille suhtes ettevaatlik olla.

1.2.1. Häbistamine läbi huumori ja naeruvääristamise

Käsitledes meelelahutuslikku avalikku häbistamist, on oluline mõista häbistamise alla kuuluva sotsiaalse tegevusena huumorit ja naeruvääristamist. Huumorit on võimalik Billigi (2005) järgi käsitleda kolmes teoreetilises raamistikus: üleolekuteooriad, mis käsitlevad huumorit ja naeru teiste halvustamise või häbistamise tulemusena; ühitamatusteooriad (ingl *incongruity*), mis ei otsi naeru päritolu inimesest, kes naerab, vaid keskenduvad ühitamatutele aspektidele maailmas (näiteks nali on naljakas siis, kui selle lõpp on ootamatu); ning vabastamisteooriad, mis käsitlevad naeru nähtusena, mis sageli kaasneb piirangutest vabanemisega.

Billig (2005: 74) aga toob välja, et huumoril ja naeruvääristamisel on oluline funktsioon, toetades ühiskondlikku ühtekuuluvust. Üldiselt võikski huumorit pidada positiivseks nähtuseks, kuid naeruvääristamist, mis on üks huumori vormidest, seostatakse ka paljude aspektidega, mida psühholoogid käsitleksid negatiivsena (Billig, 2005: 22), näiteks stress ja sotsiaalne tõrjutus, mis võivad tabada inimest, keda on internetis häbistatud. Tegemist on strateegiaga, mida inimesed kasutavad, et tuua välja kellegi normist kõrvale kaldumist (Wolf, 2002: 333).

Nalja tehes eksisteerib „meie”, kes naeravad, ning „nemad”, kelle üle naerdakse (Wolf, 2002: 334). Rass, sugu ja muud sotsiaalsed rollid loovad laiemad sotsiaalsed grupeeringud (Wolf, 2002: 339), mis mõjutavad seda, kes on „meie” ja kes on „nemad”. Nali võib toimida meelepärastelt või

taunivalt sõltuvalt sellest, kas nalja tegi keegi, keda peetakse endaga sarnasest sotsiaalsest grupist pärinevaks või mitte (*ibid.*). Gruppidesse kuulumine aga varieerub, sest inimene võib küll olla piisavalt tark, et naerda kellegi teise rumaluse üle, kuid samas piisavalt kohmakas, et olla teistele naerualuseks (*ibid.*).

Veebikeskkondades on huumor muutliku iseloomuga, sest avaldatakse väga erinevat sisu – leidub kerget naljatamist, norimist, satiiri kui ka verbaalseid rünnakuid (Laineste, 2013: 32). Viimase variandi puhul kasutavad nalja tegijad vahel huumorit, et peita oma agressiivseid kavatsusi (*ibid.*), üheks näiteks sellest on halvustamishuumor, mis mõnitades erinevaid ühiskonnagruppe suurendab tolerantsust nende inimeste diskrimineerimise suhtes (Ford & Ferguson, 2004: 81). Internetihuumorile omistatakse ühe domineeriva tunnuseks ka absurdsust ja nihilismi (Ramos-Leslie, 2011: 50; Burgess, 2008: 5-6). Kuna aga veebis on koos erinevaid inimesi üle maailma, on nende reaktsioonid huumorile mõjutatud näiteks grüpiidentiteedist ja eetilistest tõekspidamistest (Laineste, 2013: 34). Seega, olles aktiivselt internetis ja täpsemalt sotsiaalmeedias, tuleb ette erinevaid huumori väljendusi ja reaktsioone sellele.

Huumor ja spetsiifilisemalt naeruvääristamine on veebikeskkondades leidnud mitmeid erinevaid väljendusvorme. Üheks neist, mis seondub ka minu töö kontekstiga, on trollimine. Trollimisele pole ühest definitsiooni, kuid varasemalt on välja toodud muu hulgas, et trollimine on veebikeskkonnas toimuv petlik, hävitav või häiriv käitumine, millel pole otsest instrumentaalset eesmärki (Buckles, Trapnell & Paulhus, 2014: 97). Trollimise protsess toimub kolmes faasis: keskkonna tundmaõppimine, sellesse assimileerumine ning normidest või reeglitest üleastumine (Cruz, Seo & Rex 2018: 23-24). Tegemist on võrdlemisi laiahaardelise nähtusega – trollitakse nii suuri ettevõtteid (Kaur, 2014) kui ka väiksemaid kogukondi või eraisikuid (Phillips, 2011). Motivatsioon trollimisega tegelemiseks võib peituda inimese sadistlike kalduvuste taga (Buckles, Trapnell & Paulhus, 2014 :101), kuid samas ei peeta seda täielikult antisotsiaalseks käitumiseks. Cruz, Seo ja Rex (2018: 24) toovad välja, et trollimist võib käsitleda kogukonnaga suhtlemise vormina, mis võib hoopis kogukonna eetilisi tõekspidamisi tugevdada, huumorit esile tuua ning võimaldada vähemustel arvamust avaldada. Nii nagu trollimise puhul, on ka veebihäbistamise puhul tegemist inimese eneseväljenduse viisiga, mille puhul internet annab olulise platvormi ja võimaldab selle eneseväljenduse viisi ümber koonduda grüpidel ja kogukondadel.

1.3. Online-kultuur: anonüümsus, privaatsus ja auditooriumid

Selleks, et mõista häbistamisteemalistes Facebooki grüpidel toimuvat, on vaja tunda *online*-kultuuri iseärasusi. Tiidenberg (2017: 54) toob olulise nüansina välja, et võrgutehnoloogia pakub

võrreldes teiste suhtluskeskkondadega suuremat anonüümsust. Anonüümsust on traditsiooniliselt mõistetud kui võimetust identifitseerida teist inimest või tema olemust (Christopherson, 2007: 3040). Siinkohal tuleb eristada tehnilist ja sotsiaalset anonüümsust (Hayne & Rice, 1997: 432). Tehniline anonüümsus hõlmab teise inimese kohta tähendusrikka informatsiooni eemaldamist, näiteks kellegi nime internetist kustutamist (*ibid.*). Sotsiaalne anonüümsus tähendab kellegi anonüümsena tajumist, kuigi ta ei pruugi tegelikult sotsiaalses kontekstis anonüümne olla (*ibid.*).

Inimeste *online*-identiteet on muutunud üha olulisemaks, mistõttu tunnevad inimesed muret võimalike tagajärgede suhtes veebis väljaõeldu kohta ning avaldavad arvamust julgelt olukordades, kus nende isikliku informatsiooni pole võimalik nendega seostada ehk anonüümsus on suurem (Wu & Atkin, 2018: 4526). Seetõttu on loogiline, et anonüümsust on seostatud ka gruppide polariseerumisega ning seda nii näost näkku kui arvuti vahendatud vestluse puhul (Christopherson, 2007: 3043), kusjuures arvutite vahendatud keskkondades võib anonüümsus mängida inimgruppide polariseerumisel isegi suuremat rolli kui näost näkku suheldes (Sia, Tan & Wei, 2002: 83-84). Enda anonüümsena tajumine võib olla ka üheks seletuseks, miks inimesed osalevad loomult konfliktsetes kogukondades nagu Facebooki häbistamisgrupid.

Oluline seonduv kontseptsioon veebikeskkondades toimuva käsitlemisel on privaatsus. Privaatsusel pole ühest ja selget definitsiooni, kuid fundamentaalsel tasemel on tegemist sotsiaalse konstruktsiooniga, mis peegeldab inimeste väärtusi ja norme (boyd & Marwick, 2011: 2). Kuidas privaatsust mõtestatakse ja kuhu seda oma elus positsioneeritakse, on varieeruv (*ibid.*). Sotsiaalmeedia kontekstis on aga privaatsus keeruline probleem, sest nõuab ühelt poolt inimeselt tähelepanu ja pingutust selleks, et kaitsta enda infot kolmandate osapoolte eest, kuid samas ka selleks, et hallata endast jäävat muljet erinevates kontekstides ja suhetes (Ellison *et al.*, 2011).

Sotsiaalmeedia on hägustanud piiri avaliku ja privaatse vahel (Baym & boyd, 2012: 320). Kahtlemata on sotsiaalmeedias suurem võimalus pälvida avalikku tähelepanu ja nähtavust kui vahendamata suhtluse puhul, kuid ometi näeb sotsiaalmeedias avaldatud sisu valdavalt vaid väike hulk inimesi (Baym & boyd, 2012: 321). Selle tulemusena on tekkinud palju erinevaid tasemeid avalikkuse ees olemiseks, mis hõlmavad erinevaid auditooriumi suuruseid (*ibid.*). Iseloomustades privaatsust sotsiaalmeedias, võtab Schmidt (2014: 4) kasutusele termini isiklik avalikkus (ingl *personal publics*), viidates kommunikatiivsele ruumile, milles (1) valitakse ja näidatakse infot vastavalt sellele, kui oluline see inimesele on, (2) kus adresseeritakse auditooriumit, mis koosneb nähtavatest võrgustikulistest sidemetest, mitte anonüümsest massiauditooriumist ning (3) mille suhtluslaadi saab iseloomustada vestluslikuna.

Olukorras, kus piir avaliku ja privaatse vahel on hägustunud, võib juhtuda, et inimesed tunnevad, et nende info on kaitstud keskkonnas, kus see on tegelikult teistele ligipääsetav. Näiteks 2016. aasta Rio de Janeiro suveolümpiamängudel kirjutas veebilehe The Daily Beast ajakirjanik loo homoseksuaalsetest olümpiavõistlejatest (Hunt, 2016). Artikli jaoks tegi ajakirjanik endale kasutaja homoseksuaalide tutvumisrakenduses Grindr ning avalikustas platvormil leitud võistlejate kohta identifitseerivat informatsiooni (*ibid.*). Ühest võistlejast, kes oli pärit riigist, kus diskrimineerimine ja vägivald homoseksuaalide vastu on levinud, avaldas ajakirjanik tema pikkuse, kaalu, rahvuse ja suhtluskeelet (*ibid.*). Artikkel pälvis palju kriitikat ning kustutati pärast ilmumist. Juhtum iseloomustab, kuidas sotsiaalmeedias on võimalik, et inimeste isiklik informatsioon saab ootamatult avalikuks ning liigub esialgsest erinevatesse kontekstidesse ja ootamatute auditooriumite ette – see on tihedalt seotud ka minu uuritava fenomeni tuumprobleemiga.

Üldiselt eeldatakse, et inimesed ignoreerivad neile mittemõeldud infot (Tiidenberg, 2017: 57.), Goffmann (1966: 87-88) nimetab seda viisakustähelepanematuseks (ingl *civil inattention*). See tähendab, et elementaarse lugupidamise ideaalist lähtudes välditakse näiteks teiste akendest sissevaatamist ja vestluste pealtkuulamist. Ometi pole kunagi garantiid, et sellisest sotsiaalset korda hoidvast ideaalist kinni peetakse (Tiidenberg, 2017: 57). Tuleb arvesse võtta ka asjaolu, et kohvikus jutustades saavad juttu pealt kuulata vaid paar-kolm lähedalolevat inimest, kuid internetis on potentsiaalne auditoorium tunduvalt suurem (*ibid.*).

Keerulisust lisab asjaolu, et sageli ei pruugi info, mille avalikustamises hetkel midagi halba pole, jääda selliseks kahe, viie või kümne aasta pärast (Tiidenberg, 2017: 57). Sellest hoolimata jagatakse internetis sisu avameelsemalt kui muidu (*ibid.*), mis on tingitud internetis tajutavast anonüümsusest, nähtamatustundest, asünkroonsusest ja muudest aspektidest (Suler, 2005: 184-186). Veebipõhises sisuloomes ja eneseesitluses lähtume teatud konstruktsioonist, mis meil tekib sisu võimalike tarbijate kohta – seda nimetatakse kujuteldavaks auditooriumiks (Tiidenberg, 2017: 131). Tegemist on mentaalse kontseptsiooniga selle kohta, kellega me suhtleme, kes on meie publikuks (Litt, 2012: 331). Mida vähem on tegelik auditoorium nähtaval või teatav, seda rohkem sõltuvad inimesed kujuteldavast auditooriumist (*ibid.*). Sotsiaalmeediaplattformide omaduste tõttu on peaaegu võimatu kindlaks teha tegelikku auditooriumit (Litt, 2012: 332). Kujuteldav auditoorium võimaldab meil hoomata hoomamatut (tohutut potentsiaalset auditooriumi), kujundada oma sõnumeid ning hallata võimalikku veebi postitamise kaasnevat ärevust (Tiidenberg, 2017: 131).

Sotsiaalmeedias sisu avaldades kujutatakse sageli ette auditooriumit, mis on postitajaga sarnane, jagab tema vaateid ja hindab tema tööd (Marwick & Boyd, 2010: 120) – seda nimetatakse ideaalseks auditooriumiks (Murumaa-Mengel, 2017: 19). Taolist publikut kohtab aga harva, mistõttu tuleb teadlik olla ka selle vastandist ehk košmaarsest auditooriumist (ingl *nightmare audience*). Sageli on košmaarne lugeja postitaja sõbralistis, kuid teda ei kujutata ette postituse sihtauditooriumina, pärinedes mõnest teisest elusfäärist või hoopis omades kontrolli avaldaja üle, olles tema ema, isa, elukaaslane, ülemus, vaenlane, tööandja vms (*ibid.*). Tuues terminid avaliku häbistamise konteksti, võiks samuti pidada košmaarseks auditooriumiks inimest, kes teeb kellegi elus juhtunud seiga kohta häbistamisgruppi postituse – häbistamisgruppide liikmed on häbistatavate jaoks košmaarseks auditooriumiks.

Viimaste terminitena, mida pean oluliseks oma teema teoreetilise mõtestamise juures, on filtrimullide ja kõlakodade mõisted. Pariser (2011) defineeris filtrimullina nähtust, kus veebiplatvormid jälgivad, mis kindlale kasutajale meeldib või kus ta käib ning selle põhjal pakutakse talle personaliseeritud informatsiooni, mille tulemusena näeb kasutaja vaid sisu, mis sobitub tema eelnevalt analüüsitud eelistustega. Kõlakoda võib aga pidada üheks filtrimulli potentsiaalseks tulemuseks, kus informatsiooni suhtes valitseb pidevalt ühtse raamistatuse ning positiivse tagasiside keskkond (Jamieson & Cappella, 2008: 76). Nii kõlakodasid kui ka filtrimulle on seostatud probleemsete nähtustega veebikeskkondades – näiteks Flaxman, Goel ja Rao (2016: 318) leidsid, et sotsiaalmeediast ja otsingumootoritest leitud uudiste seas on rohkem ideoloogilist segregatsiooni kui eraldi väljaandeid lugedes. Sotsiaalmeedia gruppides toimuva meelelahutusliku häbistamise kontekstis on kõlakodad ja filtrimullid aktuaalsed, sest tekitades pideva positiivse tagasiside ja läbiva raamistatuse keskkonda, aidatakse normaliseerida ka teiste inimeste avalikku häbistamist.

1.4. Grupid ja meelelahutuslik avalik häbistamine sotsiaalmeedias

Paljud praeguse aja virtuaalsed sotsiaalvõrgustikud pakuvad kasutajatele muu seas võimalust luua enda profiil, jagada sisu ning hallata oma kontakte (De Salve *et al.*, 2019: 1247). Üheks oluliseks funktsiooniks on suurte võrgustike sees gruppide loomine, mis lubavad kasutajatel kontakte organiseerida, kaitsta oma isiklikku informatsiooni ja sisu, mida jagatakse, ning osaleda aruteludel (*ibid.*). Facebooki grupid võivad olla kas avalikud, misjuhul saavad kõik grupiga liituda ning selle liikmeid ja sisu näha; mitteavalikud, kus gruppi postitavat sisu ja grupi liikmed on nähtavad ainult grupi liikmetele; ning salajased, mil grupi olemasolu on nähtav ainult selle liikmetele ja kus ainult grupi administraator saab kutsuda teisi grupiga liituma (*ibid.*).

Administraatorid ja moderaatorid on gruppide võtmeisikuteks, kes loovad, toetavad ja kontrollivad avalikku diskursust veebikeskkondades miljonite inimeste jaoks (Matias, 2019: 1). Delegeerides poliitika ja haldamise moderaatoritele, saavad sotsiaalmeediaplattformide juhid vähendada tööjõukulusid ja vastutust oma teenuse reglementeerimises, samal ajal jättes endast mulje kui vaba eneseväljenduse ja kultuuriloo eest võitlejad (Gillespie, 2010: 356; Matias, 2019: 2). Gruppide modereerimiseks on erinevaid stiile, mida iseloomustavad järgnevad märksõnad: diktaator, kes ei tunne, et tema otsused teiste kasutajate sisu või grupistaatuse kohta vajaks õigustamist; kaitsja, kes keskendub marginaliseeritud kogukondadele ja pöörab teiste sisu või liikmelisuse kohta otsuseid tehes tähelepanu moraalsetele ja poliitilistele põhjendustele; võõrustaja või koristaja, kes depolitiseerib oma rolli grupis, üritades teiste eest hoolitseda; või viimaks sommeljee, kes arvustab teiste postitatud sisu ning otsustab oma maitse järgi, mida eemaldada (Matias, 2019: 5). Mõned moderaatorid võtavad grupis kasutusele ka reeglid, et muuta oma otsuseid läbipaistvamaks ja rohkem põhjendatuks (*ibid.*). Kompaktse sõnastuse huvides viitan oma töös edaspidi gruppide administraatoritele ja moderaatoritele koondnimetusega modministraator.

Facebooki gruppide moodustavad väikese segmendi ka meelelahutusliku avaliku häbistamisega tegelevad grupid, mis pole veel pärvinud oluliselt teaduslike uurimuste tähelepanu, kuid trendist on kirjutanud mõned meediaväljaanded. Nähtuse puhul on iseloomulik gruppide temaatiline variatiivsus – eksisteerib grupe, mis häbistavad pulmades toimuvat, ämmasid, Disneyga seonduvat jpm (Greig, 2019). Samuti on gruppidele omane suletus – hoolimata tuhandetest liikmetest, tegutsetakse sektilaadse salatsemisega (*ibid.*). Gruppidesse postitamiseks võib olla erinev motivatsioon: olgu selleks katarsis, mis sünnib, kui ollakse mõnest juhtumist endast väljas ning tehakse selle kohta postitus, või hoopis kogukonnatunne, mis tekib, kui viibida sarnase mõttemaailmaga inimestega koos grupis (*ibid.*).

Mitmed häbistamisgrupid on põhjalikult reglementeeritud ning blokeerivad kasutajaid, kes eksivad nende reeglite vastu (Trice, Potts, & Small, 2019: 44). Sellist praktikat rakendavaid grupe iseloomustatakse sõnaga „*LeftBook*”, pärinedes mitmete gruppide vasakpoolsest maailmavaatest (*ibid.*). „*LeftBook*” grupid on aga hakanud ennast varjama Facebooki ametlike moderaatorite eest ning seetõttu ongi paljudel gruppidel sätestatud karmid reeglid oma liikmetele, et vältida veebiplatvormi ametlike moderaatorite tähelepanu (*ibid.*). Näiteks on gruppides keelatud igasugune diskrimineerimine ning postitamisel nõutakse inimeste anonümiseerimist (Greig, 2019). Grupile sarnaste väärtustega inimesed näevad sellist reeglite süsteemi väärt pingutusena, et saavutada grupis teatud õhustik, kuid teised jällegi tajuvad seda toksilise ja ähvardavana (*ibid.*). See on gruppidele kaasa toonud kolm tagajärge: esiteks sulgevad Facebooki ametlikud moderaatorid grupe, milles toimub liiga palju blokeerimisi või raporteerimisi, teiseks on võim

vaid paari üksiku kasutaja käes, kes kontrollivad grupi atmosfääri, ning kolmandaks on satunud avalikkuse ette kas Facebookis või muus meedias juhtudel, milles käsitletakse grupi sisu, reegleid ja väärtuseid (*ibid.*). Üldiselt aga ei piisa nendes gruppides reeglitest, et muuta inimeste tegusid ja suhtumist (Trice, Potts, & Small, 2019: 47).

1.5. Uurimisküsimused

Võttes arvesse, et Facebookis toimuv meelelahutuslik avalik häbistamine on veel väheuuritud nähtus, on minu bakalaureusetöö eesmärk esmalt nähtust kaardistada (uuringu 1. etapp). Samuti soovin enda töös süveneda gruppide modministraatorite perspektiivi ning mõista, kuidas nemad enda rolli tajuvad ning veebihäbistamist sotsiaalse praktikana mõtestavad (uuringu 2. etapp). Kahe etapi tulemuste põhjal käsitlen ka gruppide kommunikatsioonireeglite ja -normide kujunemist. Arvestades, et tegemist on esimese teemat sügavamalt käsitleva uurimusega, tegin teadliku otsuse võtta võimalikult lai fookus ning sõnastasin neli suuremat uurimisküsimust.

1. Millised on tüüpilised meelelahutusliku avaliku häbistamisega seotud Facebooki grupid?
 - a. Kuidas kirjeldavad Facebooki häbistamisgruppide modministraatorid häbistamisgruppide kogukonda Facebookis, enda gruppi ja selle tüüpilisi liikmeid?
2. Millisena tajuvad Facebooki häbistamisgruppide modministraatorid oma rolli?
3. Kuidas kujunevad häbistamisgruppide formaalsed ja mitteformaalsed kommunikatsioonireeglid?
4. Kuidas mõtestavad Facebooki häbistamisgruppide modministraatorid veebihäbistamist kui sotsiaalset praktikat ja oma tegevuse mõju laiemal tasandil?

2. VALIM JA MEETOD

Selleks, et saada ning anda Facebookis tegutsevatest meelelahutuslikest häbistamisgruppidest võimalikult põhjalik ülevaade, kasutasin töös kombineeritult kvantitatiivseid ja kvalitatiivseid lähenemisi, asetades suurema rõhu viimasele. Selles peatükis annan kõigepealt ülevaate töö esimesest etapist ning seejärel töö teisest etapist. Kirjeldan, milliste kriteeriumite põhjal valimid moodustasin ja andmekogumise läbi viisin ning tutvustan kasutatud analüüsimeetodeid ja nende metodoloogilist tausta.

2.1. Facebooki häbistamisgruppide kontentanalüüs

Töö esimese etapi raames viisin 2019. aasta sügiskul läbi Facebooki häbistamisgruppide standardiseeritud kontentanalüüsi (N=67). Järgnevalt annan ülevaate töö esimese etapi valimist ja analüüsimeetodist.

2.1.1. Valim

Alustasin valimi moodustamist kõikse valimi põhimõtete rakendamisest, misjärel kasutasin eesmärgipäraseid piiranguid ja valimi kriteeriumeid, mis võimaldasid jõuda täpse fookuse ja olulise uurimismaterjalini. Kõikse valimi puhul on kõik üldkogumi liikmed valimisse kaasatud, lubatud on vähene erinevus (Rämmer, 2014). Häbistamisgruppide üldise ülevaate tegemiseks võtsin uuringusse kõik grupid, mis avanesid 15. novembril ja 24. detsembril läbi viidud Facebooki otsingust märksõnaga „shaming”. Üldkogumiks olid sellisel juhul kõik grupid, mis otsingul avanesid, mitte kõik Facebookis eksisteerivad häbistamisgrupid, sest tulemustes ei kuvatud kõiki Facebooki gruppe, mille nimes oli sees sõna „shaming”, vaid algoritmide põhjal kuvati osa nendest gruppidest. Teiseks tuleb märkida, et otsingu võtmesõna oli ingliskeelne, mis tähendab, et teistes keeltes suhtlevaid häbistamisgruppe minu töösse kaasatud pole. Viimaks tuleb silmas pidada, et paljude häbistamisgruppide nimedes pole sees sõna „shaming”, näiteks gruppi „Please show to Jim,, HA HA” [sic!] postitatakse juhtumeid inimeste võhiklikust tehnoloogiakasutusest ja põhimõtteliselt on tegemist meelelahutusliku häbistamisega tegeleva grupiga. Lähtusin aga tööle kindlate piiride seadmisel eelpoolnimetatud kitsenduste vajalikkusest ja seepärast ei anna ka minu töö ülevaadet kõikidest Facebookis tegutsevatest häbistamisgruppidest.

Otsitavaks märksõnaks oli „shaming”. Tegin sellise valiku, sest olles tutvunud häbistamisgruppidega Facebookis, ilmselt, et meelelahutuslikus võtmes tegutsevad grupid kasutavad sageli oma grupi pealkirjaks formaati „That’s it, I’m ___ shaming”. Kasutades

võtmesõnaks märksõna „shame”, satuks tulemustesse palju gruppe, mille nimes sisaldub „name and shame”, kus tegeletakse häbistamisega, mis liigitub pigem lintšimise kui meelelahutusliku postitamise alla. Näiteks võidakse sellistes gruppides tuua välja inimesi, keda kahtlustatakse pedofiilias või loomadevastases vägivallas. Töö meetodi ja valimikriteeriumi selguse huvides kasutasin otsinguks võtmesõna „shaming”.

Valim moodustus kahe otsingu tulemusena, esimene teostatud 15. novembril, mil võtsin uuringusse 60 gruppi, ning teine teostatud 24. detsembril, mil lisasin valimisse lisaks olemasolevatele veel 30 gruppi. Seejärel aga tutvusin iga grupi kirjeldusega ning eemaldasin valimist grupid, milles toimuv polnud meelelahutuslik avalik häbistamine. Selleks panin esmalt paika omadused, mille järgi jätsin grupid valimisse: (1) neid, kelle kohta postitus käib, üritatakse anonümiseerida ning (2) postitused ei puuduta kuritegude toimepanekut või teiste ohtu seadmist. Välistasin grupid, mis üritasid (1) häbistatavat inimest identifitseerida ja näidata ta eksimust ning (2) kus oli toimunud mingisugune seaduse rikkumine või oli teisi inimesi ohtu seatud. Leidus ka gruppe, mis polnud üldse avalikule häbistamisele pühendunud, pigem vastupidi, näiteks üks grupp tegeles naistevastase kehakaalupõhise häbistamise (*body shaming*) vastu võitlemisega. Kokku jäi valimisse alles 67 meelelahutusliku avaliku häbistamise gruppi, mille andmete põhjal annan kvantitatiivse ülevaate häbistamisgruppidest.

2.1.2. Analüüsimeetod

Gruppide üldise ülevaate tegemiseks ning andmete süstematiseerimiseks kasutasin standardiseeritud kontentanalüüsi. Sellist teaduslikku meetodit kasutatakse erinäolise meediasisu kirjeldamiseks kokkuvõtlikul viisil (Berelson, 1954: 488). Berelson (1954: 489) defineerib meetodit kui uurimistehnikat kommunikatsiooni manifestse ehk eksplitsiitse sisu objektiivseks, süstemaatiliseks ja kvantitatiivseks kirjeldamiseks. See tähendab, et analüüsitakse ainult sõnaselgelt väljendatud sisu, mitte ridade vahel olevat või vihjavat sisu (Kalmus, 2015). Kontentanalüüsi eeliseks teiste tekstianalüüsi meetoditega võrreldes on näiteks, et selle meetodiga määratakse huvipakkuva teksti omaduste absoluutne ja suhteline esinemissagedus, mis võimaldab erinevaid tekste täpsetel alustel võrrelda (*ibid.*).

Kontentanalüüsi esimeseks etapiks on ettevalmistused, kus koostatakse uurimisprogramm, kodeerimisjuhend (vt Lisa 1) ning teostatakse proovikodeerimine (Kalmus, 2015). Oma kodeerimisjuhendis võtsin vaatluse alla viis tunnust, milleks olid grupi nimi, liikmete arv, grupi põhiteema, kehtivad reeglid ning viimaks grupi avalikkus. Teiseks etapiks on tekstide kodeerimine (*ibid.*), mida teostas kahel erineval kuupäeval: osa gruppe 15. novembril ning osa 24. detsembril.

Viimaseks etapiks on andmete analüüs ja interpreteerimine (*ibid.*), millest annan ülevaate tulemuste peatükis (vt ptk 3). Tekstide kodeerimisel jaotasin vaadeldavaid tunnuseid gruppide puhul erinevatesse kategooriatesse, mille põhimõtetest annan järgnevalt ülevaate.

Esmalt süvenesin gruppide temaatikasse. Analüüsisin gruppide pealkirju ja tutvustustekste ning selle põhjal kirjutasin lühiiseloostuse, millisel teemal grupis häbistamine toimub. Selle tunnuse puhul liigitasin grupe kaheksa kategooria põhjal: (1) **dekoratsioonid ja käsitöö**, (2) **kaubandus ja äri**, (3) **koduloomad**, (4) **liikluskultuur ja sõidukid**, (5) **pulmad ja abielu**, (6) **toit**, (7) **välimus** ning (8) **muu**.

Teiseks tunnuseks oli gruppide avalikkus, mille kodeerimiseks kasutasin kahte kategooriat – avalik ja mitteavalik. **Avaliku** kategooria alla liigitusid grupid, mille nähtavus oli modministraatorite poolt sätestatud avalikuks, see tähendab, et grupp on kõikidele Facebooki kasutajatele leitav ning selle sisu samuti kättesaadav (De Salve *et al.*, 2019: 1247). **Mitteavalikeks** liigitusid need grupid, mille modministraatorid olid sätestanud grupi nähtavuse mitteavalikuks ehk grupp on Facebooki kasutajatele küll leitav, kuid sellesse postitatud sisu on nähtav vaid liikmetele (*ibid.*). Küll aga ei ole keeruline gruppidesse pääseda – teema uurimiseks pidin mõnede gruppidega liituma ning üldiselt võeti mind liikmena vastu mõne päeva jooksul.

Järgmiseks tunnuseks oli grupi **liikmete arv**. Esiteks kandsin täpse liikmete hulga tabelisse, misjärel jaotasin grupid nelja erinevasse kategooriasse. Nendeks olid (1) **väiksed grupid**, mille oli liikmeid alla 500 (k.a), (2) **keskmised grupid**, mille liikmete arv jäi 500 ja 15 000 (k.a) vahele, (3) **suured grupid**, mille liikmete arv oli üle 15 000, kuid alla 100 000 (k.a) ning viimaks (4) **massigrupid**, millel oli liikmeid üle 100 000.

Häbistamisgruppide normidest ja reeglitest ülevaate andmiseks lugesin valimi gruppide reegleid ning kodeerisin need vastavalt temaatikale kaheksasse erinevasse kategooriasse: (1) **kommentaaride ja postituste teemakohasus ning kvaliteet**, (2) **postituste sündsus**, (3) **postituste tagasiside**, (4) **viisakas suhtlemine**, (5) **diskreetsus ja anonüümsus**, (6) **administreerimise ja modereerimise tööpõhimõtted**, (7) **muu** ning (8) **polnud määratud**.

2.2. Intervjuud gruppide modministraatoritega

Enda uurimuse teise etapi viisin läbi 2020. aasta kevadel, mil teostasid kaheksa individuaalintervjuud (N=8) Facebookis tegutsevate häbistamisgruppide modministraatoritega, kasutades teadmisi, mille olin omandanud esimese etapi jooksul.

2.2.1. Valim

Uurimuse kvalitatiivse poole jaoks kasutasin samuti kõikset valimit, püüdes värvata enda uuringusse nende gruppide modministraatoreid, keda kasutasin ka kvantitatiivse ülevaate andmiseks. Valim oli aga mõnevõrra väiksem, koosnedes 51 grupi esindajatest, sest mõned grupid olid uurimuse selleks etapiks juba Facebookist eemaldatud. Kokku kontakteerusin 168 modministraatoriga, kellest vaid kaheksa nõustus uuringus osalema. Bakalaureusetööd alustades oli minu sihiks saada vähemalt 15 intervjuueeritavat, kuid COVID-19 leviku tõttu muutunud ühiskonnakorraldus tegi intervjuueeritavate leidmise oodatust märkimisväärselt raskemaks, sest tõenäoliselt oli inimestel vaja eriolukorra tõttu rohkem tähelepanu pöörata enda töö- ja eraelu ümberkorraldustele ning minu uuringus osalemine ei olnud erinevates maailma paikades elavate modministraatorite jaoks prioriteet. Lisaks on tõenäoline, et paljuliikmeliste gruppide modministraatorid saavad igapäevaselt rohkelt privaatsõnumeid ning minu sõnumid mattusid teiste alla.

Tabel 1. Üksikasjad intervjuueeritavate häbistamisgruppide kohta (21.05.20 seisuga)

Tähis	Grupi teema	Grupi liikmete arvu kategooria	Grupi avalikkus	Modministreerimise staaž
A	Pulmad ja abielu	Suur grupp (15 000 – 100 000)	Mitteavalik	1-2 aastat
B	Muu	Suur grupp (15 000 – 100 000)	Mitteavalik	1-2 aastat
C	Muu	Keskmine grupp (500 – 15 000)	Mitteavalik	1-2 aastat
D	Pulmad ja abielu	Suur grupp (15 000 – 100 000)	Mitteavalik	Alla aasta
E	Toit	Keskmine grupp (500 – 15 000)	Mitteavalik	Alla aasta
F	Muu	Keskmine grupp (500 – 15 000)	Mitteavalik	Alla aasta
G	Toit	Keskmine grupp (500 – 15 000)	Mitteavalik	1-2 aastat
H	Koduloomad	Suur grupp (15 000 – 100 000)	Avalik	Üle 5 aasta

Selleks, et intervjuueeritavate jagatud informatsiooni poleks hiljem võimalik nendega seostada, tagasin neile konfidentsiaalsuse ja anonüümsuse. Konfidentsiaalsuseks peetakse üldist terminit,

mille kohaselt on õigus informatsiooni näha vaid uurijatel (Saunders, Kitzinger & Kitzinger, 2015: 617). Anonüümsust võib pidada konfidentsiaalsuse üheks vormiks, mis aitab uuringus osalejate identiteeti varjata (*ibid.*). Seetõttu ei too ma töös välja isikute nimesid, gruppide nimesid ega muid karakteristikuid, mis võimaldaksid intervjueeritavaid hiljem tuvastada, vaid tähistan neid tähtedega A, B, C, D, E, F, G, H. Täpsem info gruppide kohta, mille modministraatoreid intervjuerisin, on toodud ülalpool tabelis (vt Tabel 1).

2.2.2. Andmekogumismeetodid

Enda bakalaureusetöö raames viisin läbi kaheksa semistruktureeritud individuaalintervjuud. Semistruktureeritud intervjuu puhul on ette valmistatud intervjuukava, kuid intervjuerija võib muuta küsimuste järjekorda või esitada täpsustavaid küsimusi (Lepik *et al.*, 2014). Tegemist oli standardiseerimata intervjuudega, mis tähendab, et intervjueeritaval oli võimalik vasta küsimustele täiel määral oma sõnadega (*ibid.*). Selline formaat annab intervjueeritavale parema võimaluse kui standardiseeritud intervjuu vastata enda sõnade või arusaamade järgi, seejuures pakkudes ka rohkem struktuuri hilisemaks võrdluseks kui struktureerimata intervjuu (May, 2011: 135). Samas on semistruktureeritud intervjuude puhul oluline arvestada ka konteksti intervjuerimisprotsessi osana (*ibid.*). Leppisime eelnevalt intervjueeritavaga kokku vastavalt tema eelistusele, kas intervjuu viiakse läbi videokõnena, audiokõnena või kirjalikult suheldes. Kuna ükski intervjueeritav ei eelistanud intervjuud teha videokõne formaadis, jäid kasutusele kaks viimast meetodit. Näost näkku intervjuusid polnud võimalik selle töö raames teha, sest grupid on globaalse haardega ning nende modministraatorid paiknevad üle maailma eri paigus. Kokkuvõttes viisin läbi viis kirjalikku ja kolm audiokõne intervjuud, vestluskeeleks oli kõikide intervjueeritavatega inglise keel.

Audiointervjuud käsitlen teoreetilise raamistuse jaoks telefoniintervjuuna, sest meetodina on nad omavahel sarnased. Audiointervjuude puhul tuuakse positiivse aspektina välja, et tundlikel teemadel küsimuste esitamine võib olla lihtsam, sest intervjuerija ei viibi füüsiliselt nende läheduses (Bryman, 2012: 488). Seevastu negatiivse poole pealt tuleb silmas pidada, et pikkade intervjuude pidamine on audiokõne teel keerukam, sest intervjueeritaval on lihtsasti võimalik kõne lõpetada võrreldes näost näkku suhtlemisega (*ibid.*). Oluline aspekt on samuti, et sellise formaadi puhul pole võimalik jälgida intervjueeritava kehakeelt, et mõista, kuidas ta küsimustele reageerib (*ibid.*). Viimaks on alati ka oht, et intervjuu ajal esinevad tehnilised probleemid, näiteks seoses keeva internetiühendusega (*ibid.*).

Kirjalikud intervjuud toimusid samas keskkonnas, kus intervjuueeritavatega esmase kontakti sain – Facebook Messengeri vestluses. Pidasin mõistlikuks samas keskkonnas intervjuud jätkata, et intervjuueeritavatel oleks võimalikult mugav, tundes ohtu, et osalejad võivad intervjuust loobuda, kui see nende jaoks liiga tülikaks osutub. Olgugi et Messengeris vestlemine võimaldab ka sünkroonsel vestlusstiili, pidasin kirjalikke intervjuusid asünkroonselt, saates intervjuueeritavatele kõik küsimused korraga ning pärast nende vastuste saamist täpsustavaid küsimusi esitades, mistõttu oli formaat sarnane meiliintervjuudega (Murumaa-Mengel, 2020). Otsustasin selle kasuks jällegi seetõttu, et intervjuueeritavatel oleks mugavam küsimustele vastata, saades teha seda omas tempos ning pidevalt hoomates, kui palju on neil veel küsimustele aega vaja pühendada ning arvestades samuti asjaolu, et ajavahede tõttu oleks paljude intervjuueeritavatega pidev suhtlemine olnud keeruline ja lünklik.

Kirjaliku suhtluse puhul internetis on positiivne, et nii intervjuueerijal kui ka intervjuueeritaval on võimalik reflekteerida ja kontrollida enda poolt jagatavat informatsiooni enne selle jagamist (Markham, 2004: 106; James & Busher, 2006: 415-416). Lisaks, sarnaselt audiotervjuudele võivad intervjuueeritavad jagada infot avameelsemalt ja ausamalt kui teiste formaatide puhul, sest neil puudub intervjuueerija füüsiline lähedus (Hinchcliffe & Gavin, 2009: 331). See aga põhjustab samaaegselt ka probleeme, sest tähendab, et intervjuueerijal pole võimalik näha intervjuueeritava mitte-verbaalseid reaktsioone intervjuu vältel (Markham, 2004: 116). Samuti võib olenevalt olukorrast olla meetodi tugevuseks või nõrkuseks vestluse demokraatiseerumine, sest kuigi uurija seab intervjuu alguses organisatoorsed reeglid ning on esialgu võimupositsioonil, on intervjuueeritaval täielik kontroll selle üle, millal ta soovib küsimusele vastata, tekitades ohu intervjuu ajaliseks venimiseks (James & Busher, 2006: 413-414).

Olgugi et veebiintervjuudel on omad eelised, kaasneb nendega ka mitmeid probleeme. Ühena võib välja tuua, et uuringus osalejatelt on keerulisem saada täielikult informeeritud nõusolekut (Kara, 2015: 52). Olgugi et uurija võib olla selgitanud põhjalikult uuringu kohta käivad informatsiooni ja intervjuueeritava õiguseid ja võimalusi seoses sellega, pole võimalik kindel olla, et osaleja on täielikult mõistnud ja leppinud informatsiooni ja tingimustega (*ibid.*). Enda uuringu intervjuude puhul selgitasin uuringu kohta vajalikku informatsiooni värbamiskirjas (Lisa 4), mida kasutasin intervjuueeritavatega kontakti saamiseks, ning audiotervjuude puhul ka intervjuu alguses. Olenemata sellest, kas uurimus on passiivne või aktiivne, peab olema osalejatele tagatud tajutud privaatsus/anonüümsus/konfidentsiaalsus (Rooke, 2013: 267). See tähendab, et informatsioon, mida kogutakse, peab olema puhastatud ehk identifitseeritavad markerid peavad olema eemaldatud enne informatsiooni avaldamist uuringus (*ibid.*). Enda töös jätsin lõigud, kus

intervjueeritav avaldas informatsiooni, mis teda identifitseerida võimaldaks, kasutamata või sõnastasin need ümber viisil, et intervjueeritava isik oleks kaitstud.

Intervjuuküsimused (vt Lisa 2 ja Lisa 3) lähtusid minu uurimusküsimustest. Esimene küsimusteplokk oli sissejuhatav, intervjueeritav rääkis, kuidas ta enda gruppi näeb, millega seal tegeletakse ja kuidas on aja jooksul grupp kasvanud. Teises teemaplokis keskendusin administreerimise ja modereerimise tööle – kuidas intervjueeritav töösse suhtub ja milline on grupisisene dünaamika. Kolmandas intervjuu osas esitasin küsimusi gruppide spetsiifiliste reeglite rakendamise põhjuste kohta ning uurisin, milline on grupisisene reaktsioon reeglite rikkumisele. Viimases ehk neljandas teemaplokis keskendusin häbistamisgruppidele üldisemalt – nende funktsioonile ühiskonnas ja häbistamisgruppide kogukondlikele suhetele. Audiointervjuude kestus oli keskmiselt 55 minutit.

2.2.3. Andmeanalüüsimeetodid

Intervjuude käigus kogutud materjali analüüsisin kvalitatiivse sisuanalüüsi abil, mida kasutatakse teksti sisu kontekstiliste tähenduste uurimiseks (Kalmus *et al.*, 2015). Tegemist on minu töö jaoks sobiva meetodiga, sest võimaldab käsitleda uuritavat teksti tervikuna (Lagerspetz, 2017: 396) ning intensiivselt analüüsida intervjuude käigus kogutud materjali (Laherand, 2008: 290; Hsieh & Shannon, 2005: 1279), võttes arvesse ka teksti latentset sisu, st ridade vahele peidetut (Kalmus *et al.*, 2015). Samuti on meetod sobiv, sest veebihäbistamist on veel vähe uuritud ning seetõttu on mõistlik jõuda materjalise esineva loogika ja muustriteni analüüsi käigus, mitte eeldada neid uuringu varajases faasis nagu kvantitatiivse lähenemise puhul (Lagerspetz, 2017: 239-240).

Pärast intervjuude sooritamist transkribeerisin helisalvestused arvutisse, kopeerisin kirjalike intervjuude vestlused ja lugesin teksti mitu korda läbi, et kaardistada põhilised teemad, mille põhjal moodustada kategooriad ja koodid. Intervjuude transkriptsioone kodeerisin peamiselt induktiivselt. Sellist meetodit kasutatakse, kui soovitakse süveneda intervjueeritava mõttemaailma ning seda mõista (Kalmus *et al.*, 2015). Protsessi käigus toimub teksti üksikasjalik lahti seletamine ning tähenduste dekodeerimine (*ibid.*). Induktiivse kodeerimise puhul kasutatakse analüüsimiseks vaid seda materjali, mis on uurimisküsimustest tulenevalt asjakohane (Mayring, 2014: 79). Erinevalt deduktiivsest kodeerimisest toimub induktiivse meetodi puhul kategooriate moodustamine materjalist lähtuvalt, võtmata arvesse asjassepuutuvat teoreetilist tausta (*ibid.*). Valisin induktiivse meetodi, sest see võimaldab mul tekstidest kõige rohkem uut informatsiooni esile tõsta, kuna koodid ei põhine eelnevalt määratud kategooriatel. Küll aga võib siinkohal esitada kriitikat, mil määral on täielikult induktiivne lähenemine võimalik olukorras, kus uurija on juba

süvenenud teemakohasesse kirjandusse. Mõnevõrra oli minu kodeerimine kindlasti mõjutatud ka varasematest teadmistest, kuid selle minimeerimiseks oli töö kirjutamisel mitme kuu pikkune paus teoreetilise materjali ja intervjuu materjalide kodeerimise vahel, sest valdava osa teoreetilisest materjalist kirjutasin 2019. aasta sügistel ning intervjuude kodeerimine toimus 2020. aasta kevadel.

Kodeerimise esimeses faasis määrasin tekstile „mustad koodid“, näiteks kui intervjueritavad rääkisid modministreerimise positiivsetest aspektidest, märkisin koodideks „sõprus“, „heatahtlikud inimesed“ ja „kokkuhoidev modministraatorite grupp“. Kodeerimise teises faasis summeerisin esimese etapi koode ehk näiteks eelnevalt mainitud koodid võtsin kokku märksõnaga „seltskond“. Kodeerimise järel grupeerisin koodid uurimisküsimuste põhjal suurematesse kategooriatesse, skeemi kujutava koodipuu leiab töö lisadest (vt Lisa 4). Kategooriate puhul on tegemist ilmingutega, mis on uurimisküsimuste perspektiivist kõige olulisemad (Laherand, 2008: 286). Kodeerimiseks ja kategooriate moodustamiseks kasutasin MAXQDA tarkvara. Andmeanalüüsi käigus saadud tulemustest annan ülevaate järgmises peatükis.

3. TULEMUSED

Olgugi et tegemist oli kaheetapilise uurimusega, esitan tulemusi kokkuvõtvalt ning vastavalt uurimisküsimuste järjekorrale. Esmalt, et anda lugejale parem ülevaade häbistamisgruppide kõige põhilisematest omadustest, tutvustan peamisi teemasid, millele grupid keskenduvad, gruppide suurust ja avalikkust. Seejärel kirjeldan gruppide tüüpilisi liikmeid ja modministraatorite tööpõhimõtted ning viimaks süvenen häbistamisgruppide reeglitesse, nende tagamaadesse ja annan ülevaate, kuidas modministraatorid häbistamisgruppe laiemalt mõtestavad.

3.1. Tüüpilised meelelahutusliku häbistamisega seotud Facebooki grupid

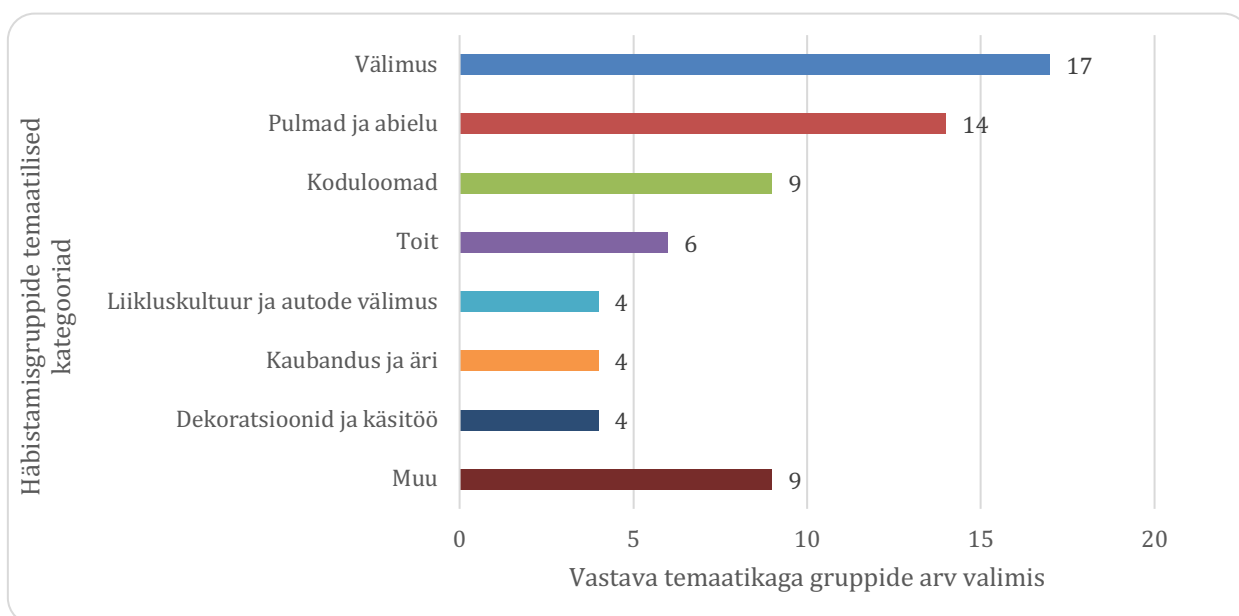
Järgnevalt tutvustan häbistamisgruppide põhilisi omadusi. Esmalt koostasın ülevaatliku tabeli, milles on märgitud häbistamisgruppide teemakategooriate sisu koos iseloomustavate näidetega valimi gruppidest (Tabel 2).

Tabel 2. Häbistamisgruppides esinev sisu temaatiliselt liigitatuna.

Teemakategooria	Selgitus	Näide
Dekoratsioonid ja käsitöö	Meelelahutuslikud postitused ebaõnnestunud esemetest, mis on dekoratiivsed või isetehtud.	<i>That's it, I'm Christmas tree shaming.</i> –koledasti ehitud jõulupuud. <i>yes, I am Disney ear shaming</i> – juhtumid, kus inimesed on ise valmistanud väljanägemise poolest halvasti õnnestunud Disney karakterite dekoratiivseid kõrvu.
Kaubandus ja äri	Meelelahutuslikud postitused komisjonipoodides või Facebooki turul müüdavate esemete kohta.	<i>Thrifiers and Thrift Shaming</i> – postitused kas halvasti käituvate inimeste kohta, teistsuguse väljanägemisega komisjonipoes ostlevatest inimestest või poes müüdavatest veidratel esemetest.
Koduloomad	Postitused seikade kohta, mis on juhtunud inimeste lemmikloomadega.	<i>Chicken Shaming</i> – kodukanadega seotud juhtumid, nende käitumine. <i>Borzoï Shaming</i> – tööpõhine grupp, kuhu postitati vaid Vene hurtade käitumise kohta. <i>That's it, I'm Collar Shaming!</i> – postitused halva väljanägemisega kaelarihmast.
Liikluskultuur ja sõidukid	Postitused juhtumite kohta, kus autojuht pole suutnud oma sõidukit liikluseeskirjadele vastavalt parkida või kus on märgatud mõnda ebaatraktiivse välimusega sõidukit.	<i>717 Shitbox Shaming</i> – postitused halvas seisukorras olevate autode kohta, mida on tänavapildis nähtud.
Pulmad ja abielu	Postitused pulmaatribuutika esteetilise väärtuse kohta ning juhtumite kohta, mis on toimunud kellegi laulatusel.	<i>That's it, I'm proposal shaming.</i> – postitused ebaõnnestunud abieluettepanekute kohta <i>That's it, I'm Husband Shaming!</i> – postitused abikaasade halva käitumise kohta.

Toit	Postitused ebaõnnestunud kokkamisest, ebameeldivatest restoranikogemustest.	<i>That's it, i'm pizza shaming</i> – postitused pitsaröögadest, mis on ebaõnnestunud, koledad või mitteapetiitsed.
Välimus	Postitused inimeste ehete, meigi, tätoveeringute või muu taolise kohta, mis on välimusega seotud.	<i>Thats it, Im nail shaming.</i> – postitused ebaõnnestunud manikööri kohta. <i>That's It, I'm Body Mod Shaming</i> – postitused inimeste keharõngaste või muude ehete kohta.
Muu	Grupid, mis ei sobinud teistesse kategooriatesse ega olnud piisavalt arvukad, et eraldi kategooriat moodustada.	<i>That's it, I'm Duolingo shaming.</i> – postitused inimeste ebataavalistest kogemustest keeleõpperakendusega Duolingo. <i>That's it, I'm font shaming</i> – postitused ebaõnnestunud fondivalikutest.

Eelnevalt välja toodud teemakategooriate gruppide esinemine valimis on näidatud allolevas graafikus (Joonis 1). Kõige enam leidis kontentanalüüsi tulemusel grupe, mis keskendusid välimuse häbistamisele. Välimuse kategooria grupe oli kokku 17, moodustades umbes 25% kõikidest valimisse kuulunud gruppidest. Populaarne oli ka pulmade ja abielu temaatika, mille alla liigituvaid grupe oli kokku 14, moodustades umbes 21% kõikidest valimi gruppidest. Arvukuselt kolmas oli koduloomade kategooria, mille grupe oli valimis üheksa ehk ligikaudu 13% valimist. Väiksema populaarsusega olid liikluskultuuri, kaubanduse ja äri ning dekoratsioonide ja käsitöö kategooriad – igaühe alla liigitus neli gruppi, moodustades kategooria kohta umbes 6% valimist. Üheksa gruppi liigitusid muu kategooria alla, moodustades umbes 13% valimist.



Joonis 1. Gruppide liigitus vastavalt kategooriale (24.12.2019 seisuga) (N=67)

Hinnates gruppide avalikkust, oli valdav osa häbistamisgruppidest mitteavalik – 67st grupist 60 mitteavalikud ning 7 avalikud, moodustades vastavalt umbes 90% ja 10% kogu valimi gruppidest.

Küsid modministraatoritelt, miks on nende grupp ja suurem osa häbistamisgruppidest mitteavalikud, põhjendati seda reeglina turvalisuse ja privaatsuse kaalutlustega. Selgitati, et mõnedes gruppides jagatakse isiklikku materjali, mistõttu ei soovita, et informatsioon kõikidele nähtav oleks. Avalike gruppide puhul toodi välja, et on võimalus, et inimeste tehtud postitused ja kommentaarid grupis on nähtaval ka inimestele väljaspool gruppi. Üks intervjuueeritav selgitas, et enne häbistamisgruppide suletuks muutmist sattus gruppides jagatav materjal sageli ajakirjandusse ning inimesed tahavad gruppides osalemist pigem varjata, justkui tajudes oma tegevuse võimalikke negatiivseid tagajärgi:

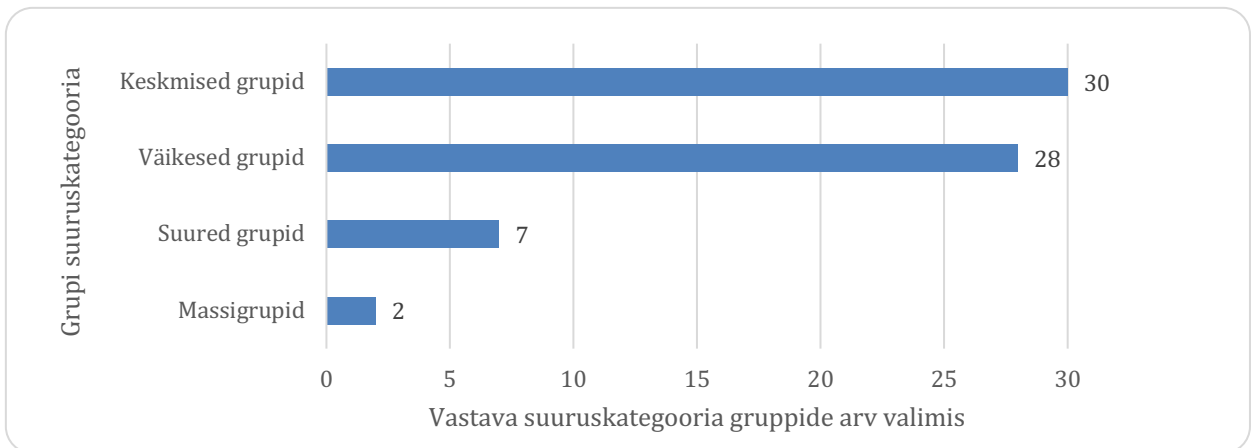
D: „Enne, kui enamik häbistamisgruppidest suletud keskkondadeks muutusid, sai paljudest postitustest viraalne uudislugu. See oli üks nendest asjadest, millega sa ei taha tegeleda. See [häbistamine – K.L] pole eriti tõsine, aga see on oma olemuselt negatiivne tegevus. Häbistamine pole positiivne asi ja paljud inimesed ei tunne ennast mugavalt osaledes milleski sellises, teades et keegi võib seda näha.”

Lisaks sellele toodi välja, et mitteavalik kogukond julgustab inimesi avameelsemalt postitama, sest tekib tunne, et tegemist on turvalise keskkonnaga, kus saab omavahel informatsiooni jagada.

F: „Sa ei hakka isegi iseennast häbistama, kui sa ei tunne ennast kaitstult ülejäänud maailma eest. Häbistamisgruppide puhul tekib tunne, et üks on kinni, nii et ma võin nüüd rääkida.”

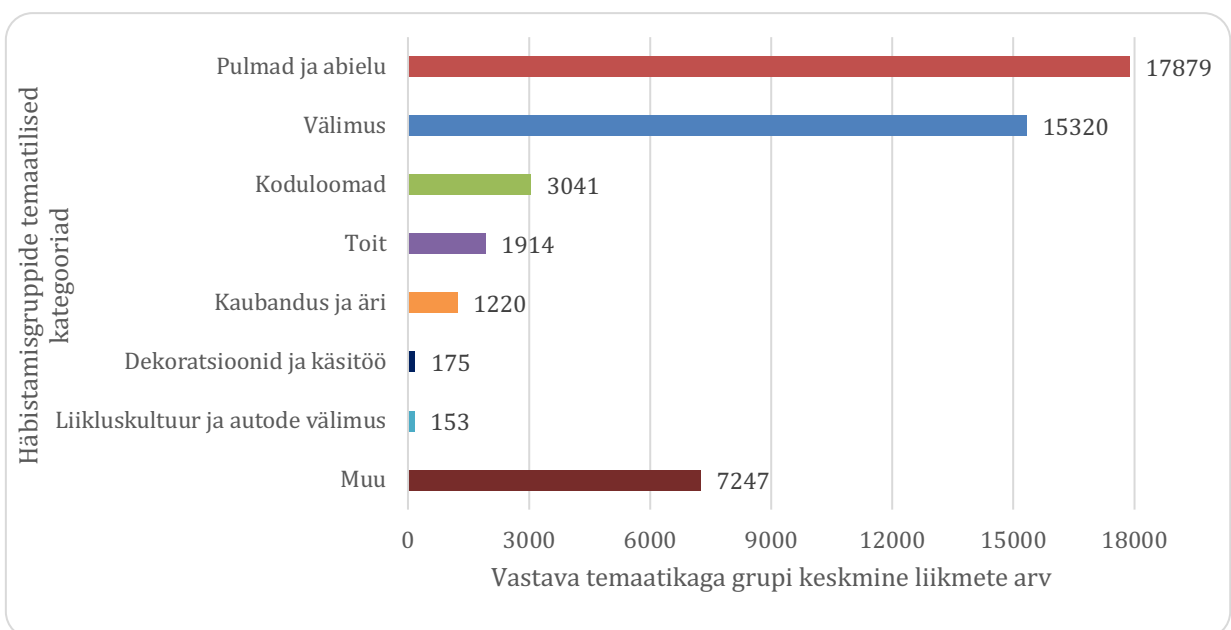
Intervjuueeritud modministraatorite jaoks oli oluline ka kontroll kogukonna üle. Mitteavalikud keskkonnad võimaldavad grupi liikmelisust taotlevatelt inimestelt küsida eelnevalt küsimusi, mis tagab ka parema kontrolli keskkonna üle. Üks intervjuueeritav tõi välja asjaolu, et praegusel ajal on enamik Facebooki grupe suletud, mistõttu võiks seda käsitleda ka platvormi ja laiema konteksti normina.

Suuruse poolest liigitusid grupid nelja erinevasse kategooriasse: väikesed grupid (alla 500 (k.a) liikme), keskmised grupid (500 kuni 15 000 (k.a) liiget), suured grupid (15 000 kuni 100 000 (k.a) liiget) ja massigrupid (üle 100 000 liikme). Kõige enam leidis valimis keskmisi grupe – kokku 30 – moodustades valimist umbes 45% (Joonis 2). Väikeseid grupe oli kaks tükki vähem – 28, mis on valimist ligikaudu 42%. Kõige vähem oli massigruppe, mis moodustasid kahe grupiga valimist umbes 3%.



Joonis 2. Häbistamisgrupid jaotatult liikmete arvu järgi kategooriatesse (N=67) (24.12.2019 seisuga).

Keskmise liikmete arvu poolest oli suurim pulmade ja abielu kategooria, mille gruppidesse kuulus keskmiselt 17 879 kasutajat (Joonis 3). Järgnes välimuse kategooria, mille gruppides oli keskmiselt 15 320 liiget. Kusjuures vahe ülejäänud gruppide liikmelisusega oli võrdlemisi suur, välimuse kategooriale järgnes muu kategooria, kuhu kuulus keskmiselt 7 247 liiget. Väikseima keskmise liikmete arvuga oli liikluskultuuri ja autode välimuse kategooria, mille gruppides oli keskmiselt 153 liiget. Terve valimi gruppide keskmiseks kasutajate arvuks oli 9 043 kasutajat.



Joonis 3. Häbistamisgruppide keskmine liikmete arv vastavalt teemakategooriale (24.12.2019 seisuga)

Gruppide modministraatorid kommenteerisid, et nad ei ürita enda grupi suurust kasvatada, liikmete arv muutub orgaaniliselt ja loomulikul moel. Põhjenduseks toodi, et suurema grupi puhul kasvab ka probleemide ja konfliktide hulk ning seetõttu peavad ka grupi reeglid olema üksikasjalikumad. Viisina, kuidas gruppi tulevaid inimesi filtreerida, kasutavad modministraatorid liitumisküsimustikku, mis aitab välja sõeluda potentsiaalselt probleemseid liikmeid. Näiteks üks grupp ei lase enda grupiga liituda parempoolse poliitilise maailmavaatega inimestel.

C: „Ma ütleksin, et me teeme pingutusi, et gruppi ei tuleks liiga palju inimesi. Sa saad liitumist taotlevatelt inimestelt küsimusi küsida ja me kasutame seda, et filtreerida välja nõmedaid inimesi. /---/ Suurem grupp on suurem probleem ja ma ei tahaks sellele liiga palju aega kulutada. /---/ Ma lepin väiksema grupiga, kui see tähendab, et on toredam ja meeldivam olla ning kui seetõttu jäävad grupist välja mõned inimesed, kes oleksid toredad, siis ma võin sellega leppida. /---/ Me sõelume välja parempoolsete maailmavaadetega inimesed, meil on enamjaolt vasakpoolsete vaadetega inimesed. /---/ Suuremates gruppides, kuhu olen kuulunud, on reeglid pidanud olema palju selgemini välja toodud, aga ma arvan, et nii on kõikide inimgruppidega. Sul pole vaja selgeid reegleid sõprade grupi jaoks, aga sul on vaja selgeid reegleid, et riik toimiks.”

Kaks intervjueeritavat tunnistasid, et teevad aktiivselt pingutusi grupi suuruse kasvatamiseks. Rakendatavateks meetmeteks on grupi märkimine erinevate avalike postituste kommentaariumites, enda sõprade lisamine gruppi ning teiste gruppide modministraatoritega üksteise gruppide reklaamimine enda gruppides.

3.1.1. Häbistamisgruppide liikmed ja kogukond

Modministraatorite seas oli levinud arusaam, et kogukonnas on väga erisuguseid inimesi. Kaks intervjueeritavat tõid välja, et gruppides tegutsevad pigem naised. Lisaks räägiti, et liikmete vanus algab kahekümnendatest, küündib kuuekümnendateni ning domineerib valgenahaline populatsioon. Mõnel puhul rõhutasid intervjueeritavad oma gruppide liikmete maailmavaadet – pigem liberaalsed, vasakpoolse maailmavaatega inimesed:

D: „Tüüpilised liikmed, keda näen, kipuvad olema naised. Ma ütleks, et enamik neist on juba abielus ning vanus võib olla alates 20-ndate keskelt /---/ kuni 60-ndateni välja. /---/ Meil on valdavalt valgenahaline populatsioon, kes paikneb üle maailma.”

Vesteldes lähemalt sellest, kuidas intervjueeritavad näevad või tajuvad enda grupis olevaid inimesi, vastas enamik, et nende jaoks on tegemist sarnaselt mõtlevate inimestega, kellega

puuduvad tugevad sotsiaalseid sidemed. Kaks intervjuueeritavat tõid välja, et tegemist on kaugete tutvustega, kelle suhtes neil erilisi tundeid pole.

C: „*Nad on väga kauged tutvused, kellega ma vahel koos naeran. See on väga kaugel sõprusest. Nad on toredad inimesed, aga ma ei küsiks neilt abi ega midagi sellist. Mitte sellepärast, et nad mind ei aitaks, aga see oleks lihtsalt veider.*”

Gruppide modministraatorite vahel on valdavalt head suhted. Kuus intervjuueeritavat tõid välja, et saavad teiste grupi haldajatega hästi läbi ning mõned neist vestlevad omavahel märkimisväärselt sageli.

A: „*Me [modministraatorid – K.L.] oleme kõik väga lähedased. Meil on grupivestlus ja räägime üksteisega iga päev vahet pidamata. Meile meeldib jagada muljeid üksteise eraelu kulgemise kohta.*”

Erinevate häbistamisgruppide omavaheliste suhete kohta oli domineeriv seisukoht, et häbistamisgruppide kogukond pole omavahel kuigi tihedalt seotud kogukonnana, kuid ometi tajutakse mingit laiemat sidet:

B: „*Ma ei leia, et meil oleks eriti tihe kogukond, aga arvan, et meie vahel on ühine austus ja arusaamine, sest me teame, kui raske võib nende gruppide haldamine olla.*”

Küll aga märgiti, et teatud teemakategooriates on häbistamisgrupid omavahel küllaltki seotud. Samuti on mõnede gruppide jaoks ühendavaks aspektiks *left-book* põhimõtted.

C: „*Ma ei tunne, et see oleks kogukond. Vahepeal olen kohanud tuttavaid nägusid, aga ma ei pea seda kogukonnaks. Minu arust on see nagu suur park, kus saad ringi jalutada ja näha inimesi erinevaid asju tegemas ning kellega sa saad liituda. Inimesed on samas sfääris tegutsemas, kuid pole eriti ühendatud. Vahel muidugi ühendavad left-book põhimõtted paljusid gruppe, kuid see on käitumise põhimõtte, mitte tingimata kogukond.*”

Neli intervjuueeritavat tõid välja pigem negatiivse kuvandi teistest häbistamisgruppidest. Gruppidele heideti ette nende reglementeeritust, modministraatorite suhtumist ning üldist vaenulikku mentaliteeti.

B: „*Ma ei mõtleks kunagi enda grupist kui enda armeest, sest minu jaoks on see nartsissistlik. Kajuks ma näen sellist suhtumist palju teistes gruppides, ka neis, mida olen ise modereerinud. Tekib maffialik mentaliteet ja administraatorite või moderaatorite tiimil tekib kõikvõimas suhtumine.*”

Mõnede jaoks oli aga kuvand teistest gruppides neutraalne või positiivne. Üks intervjuueeritav tõi näiteks välja, et teistes gruppides on sõbralikum keskkond kui tema grupis, lisades põhjenduseks, et tema grupis on ka vähem modministraatoreid.

3.2. Modministraatorite roll häbistamisgruppides

Umbes poolte intervjuueeritavate puhul oli modministraator ise grupi loojaks, mis tähendab, et otseselt ei soovitud endale võtta kohustust grupi tegevuse reguleerimiseks, vaid sihiks oli uue kogukonna loomine. Neli intervjuueeritavat tõdesid, et neid ajendas modministraatoriks tulema kellegi üleskutse, näiteks rääkis üks intervjuueeritav:

C: „Mu sõber, kes asutas grupi, palus mind varuisikuna appi, sest teda kiputi Facebookis bännima ning oleks piinlik, kui grupis poleks kedagi, kes parajasti modereerida saaks. Olin juba varem grupis aktiivne olnud, kuid peamiselt oli otsus tingitud sellest, et me tunneme üksteist juba pikalt, asi oli pigem sotsiaalne.”

Paaril juhul oli uue kogukonna loomine kannustatud erimeelsusest grupi modministreerimise põhimõtete suhtes.

F: „Ma olin ise grupi loojaks. Selles mõttes, et mind ei edutatud selle positsioonile. Ma tegin seda, sest kui keegi vaigistab või bännib kõiki, siis see võib just nooremaid Facebooki kasutajaid ärritada ning ma mõtlesin, et okei, kui tahate mind bännida, siis ma lihtsalt loon enda grupi sama nimega ja te ei saa minu takistamiseks midagi teha.”

Ühe olulise ülesandena modministreerimise juures tõid intervjuueeritavad välja postituste avaldamise ja vajadusel eemaldamise. Selgitati, et modministraatorid vaatavad kõik postitused enne avaldamist üle ning veenduvad, et häbistatav oleks anonümiseeritud, et inimesed ei otsiks postitustega tegelikult teistelt kasutajatelt komplimente ning et postitused poleks juba varem grupis avaldatud. Samuti esineb gruppides probleeme temaatikast kinnipidamisega, mistõttu peavad modministraatorid jälgima, et postitatav sisu ja selle ümber toimuv arutelu ei liiguks grupi teemafookusest välja. Seejuures varieerus, kas modministreerimiskohustuste kõrvalt leiti aega ka nii-öelda grupi tavategevusest osa võtmiseks.

D: „Üldiselt ma ei reageeri postitustele eriti sageli. Ma kiidan nad heaks ning sekkun, kui minult seda palutakse. Isikliku kasutajana ma sisu ei tooda, ma ei kommenteeri postitusi. Minu suhe grupiga piirdub modereerijana.”

C: „*Enamjaolt ma olen nagu tavaliige ehk ma vaatan asju [postitusi – K.L.] ja naeran nende üle.*”

Paljudes gruppides esineb ka liikmetevahelisi konflikte, mille puhul on sageli vaja modministraatoritel sekkuda. Seda ei toodud välja ainult modministraatori ülesandena, vaid ka ühe põhilise negatiivse aspektina ja probleemina grupi haldamise puhul. Tavaliselt annavad grupi haldajatele kellegi mitteaktsepteeritavast käitumisest märku teised kasutajad, misjuhul on sageli eksinud kasutajale karistuseks vaigistamine või grupist väljaheitmine.

C: „*Vahepeal kasutajad märgivad mind, kui keegi käitub nõmedalt, seega [minu ülesandeks on – K.L.] nende inimeste blokeerimine, kes käituvad nõmedalt, või nende vaigistamine ja nõudmine, et nad lõpetaksid. Üldiselt ma sellele kuigi palju aega ei kuluta.*”

B: „*Sa võid vahel sattuda pingelistesse olukordadesse, kus mõned liikmed ajavad sihilikult teisi liikmeid närvi või käituvad solvavalt/ignorantselt. Selliste inimestega tegelemine võib olla emotsionaalselt koormav, rääkimata sellest, et vahel lähed sa ka ise emotsionaalseks.*”

D: „*Igapäevane meeldetuletus, et paljude inimeste arvates ei saa kogukamad kehad ilusad olla, mõjub südantlõhestavalt. Meil on palju kehakaalupõhist häbistamist /--/ ja palju rassismi samuti. Ma näen palju rohkem rassisimi, kui ma igapäevaselt olen harjunud nägema.*”

Paar intervjuueeritavat tõid välja, et gruppides võib esineda probleeme ka trollidega, kes hakkavad inimesi kiusama, kontakteerudes strateegiliselt nende jaoks oluliste inimestega. Samuti eemaldatakse grupist trollimisega tegelevad kasutajad.

G: „*Olen teadlik paljudest jobudest, kes trollivad internetis ja lähevad pärisellu (ingl go real life). Neil on ligipääs inimeste informatsioonile ning kontakteeruvad nende inimeste abikaasa/tööandja või kellega iganes vajalik. Lihtsalt sellepärast, et nad on õelad.*”

Üks intervjuueeritav aga kommenteeris, et grupi sisekliima on aja jooksul märkimisväärselt muutunud, lisades, et grupi rahulik ja lõbus suhtumine on kadunud, mis võib olla seotud nii COVID-19 levikust tulenenud kriisist kui ka grupi liikmete arvu kasvust.

D: „*Grupi populaarsus kasvas märkimisväärselt. Algselt oli grupis paarsada liiget ning üksteiselt küsiti pigem nõu. /--/ Nüüd, ja ma ei tea, kui suur mõju on olnud karantiinil, sest*

see on toimunud viimase kuu jooksul, on muutunud asi selleks, et üksteist solvatakse seisukohtade ja stiilimaitse erinevuste pärast. /--/ Ja nagu ma ütlesin, ma ei tea, kui suur osa on sellest, et inimeste ainus viis sotsialiseerumiseks on Facebook ja sotsiaalmeedia üldiselt, aga inimesed tunnevad end nurka surutult ja vihaselt ning see on ainus viis, kuidas enda viha välja elada. Ma ei tea, kui suur osa sellest on olnud grupi suuruse muutumiselt ja ma ei tea, kas lõpuks muutuvad kõik grupid selliseks.”

Lisaks konfliktidele toodi teise negatiivse aspektina ning grupis esineva probleemina välja ka grupilt saadavat tagasisidet, mis on tingitud grupi liikmete kõrgetest ootustest modministraatoritele. Sageli oodatakse põhjendust otsusele keegi grupist blokeerida ning sellega kaasnev sõnumite tulv võib olla modministraatori jaoks väga suur. Lisaks sellele toodi välja grupi haldamisele kuluvat aega ning teatud olukordades otsuste langetamine keerulisust.

A: „Inimesi on raske rahuldada. Sa oled administraatorina kas liiga „võimuahne” või sa jätad tähelepanuta kellegi käitumise ja teised ründavad sind selle eest. Ma saan sageli ähvardavaid ja vastikuid sõnumeid liikmetelt, kes on teiste administraatorite või moderaatorite poolt bännitud.”

Kommenteerides modministreerimise positiivseid omadusi, toodi enim välja aspekte, mis olid seotud grupi toimimise ja haldamisega. Kaks intervjueeritavat rääkisid, et hindavad kontrollitunnet, mis modministreerimisega kaasneb. Ühe modministraatori jaoks oli positiivne asjaolu, et saab teisi grupi liikmeid abistada. Toodi ka välja, et grupi haldamise ajakulu on väike ning et on suudetud kehtestada mentaliteet, kus kasutajatel on tegutsemiseks võrdlemisi vaba voli ning see muudab töö modministraatorina lihtsamaks.

F: „[Modministreerimise juures on positiivne – K.L.] tunne, et mina juhin seda kohta, selline lähedusefaktor, et saan midagi kontrollida. /--/ Ma arvan, et minu gruppi on lihtsalt natuke mugavam administreerida ja seetõttu pole mul eriti negatiivset välja tuua, sest kõik toimib palju rahulikumas võtmes. Ma ei satu grupi liikmetega tüüldesse, üritades põhjendada, miks ma neid bännisin. Keegi ei ürita minuga eriti tüli norida.”

Positiivsete aspektide juures mängis nelja intervjueeritava jaoks olulist rolli ka grupi meeldiv seltskond. Kommenteeriti, et grupist on leitud endale sõpru, kellega hoitakse kontakti ning kogukonnas leidub abivalmeid inimesi. Üks intervjueeritavatest tundis, et on loonud Facebooki meeldiva kogukonna.

D: „Tegelikult on grupis väga palju heatahtlikke inimesi, paljud inimesed on väga rõõmsameelsed. Mõned inimesed on teistele nõu andnud, kui nad on teinud postitusi enda elu kohta käivate asjade kohta.”

C: „[Minu jaoks on positiivne – K.L.] väikse osa võtmine internetist ning selle muutmine meeldivaks keskkonnaks. Ma arvan, et see on hea, ma olen rahul, sest ma üritan luua kohta, mis on meeldiv ning kus pole suuri tülisid ega inimesi üksteise peale karjumas ja üksteist solvamas – ma arvan, et see on meeldiv ja et see on miski, mida me vajame.”

Kuus modministraatorit hindasid kõrgelt ka grupi sisu või selle üle käivat arutelu. Siinkohal selgitati, et aruteluga kaasneb õppimisvõimalus teistelt grupi liikmetelt, sest teemad, mille üle diskuteeritakse, varieeruvad suuresti. Samuti hinnatakse asjaolu, et grupis saab teha väljaütlemisi, mida mujal ei saa, ning huvitav on näha, kuidas inimeste maitsetunnetus stiiliküsimustes erineb.

D: „Alati on hea, kui tuletatakse meelde, et suur osa sellest, mida peame väärtuslikuks, põhineb vaid meie isiklikul maitasel. On väga-väga vähe asju, mis on tõeliselt õudsed kõigi jaoks. See on alati hea meeldetuletus, sest minu arvates on paljudele kinnistunud mõttevii, et see on minu maitse, mistõttu on see ka ülejäänud maailma maitse.”

Kirjeldades, millisena nähakse ennast moderaatorina, oli domineeriv enesekuvand positiivne. Üks modministraator rääkis, et näeb ennast rahulikuna ning loodab teiste inimeste peale, et grupis käitutaks hästi. Kaks intervjuueeritavat tõid välja, et arvavad end käituvat sõbralikult. Mainiti ka enda õiglast, rahulikku ja töökat suhtumist.

A: „Ma üritan sõbralik olla. Iga profüli taga on tegelikult inimene ja me võiksime üksteist ka sellele vastavalt kohelda. Ma ei kavatse pealt vaadata, kuidas teisi mõnitatakse ja ähvardatakse.”

Kolme intervjuueeritava jaoks oli aga enesekuvand pigem negatiivne. Toodi välja, et ennast tuntakse pigem tagaplaanil olevat. Üks modministraator rääkis, et tema roll suuresti piirdus grupi loomisega. Teine intervjuueeritav aga tundis ennast süüdi, et grupis on hakatud ebameeldivalt käituma.

F: „Ausalt öeldes ma näen ennast passiivsena. Meil on olnud probleem, et kõik ei mõista asju üheselt ning olen selles suhtes süüdi. Ma olen administraator, grupi omanik, kes sätestas reeglid – ma oleksin pidanud rohkem kohal olema. Ma oleksin pidanud ennast rohkem kehtestama.”

Positiivne kuvand domineeris ka intervjueeritavate hinnangutes, milliseks võiks ülejäänud grupp hinnata modministraatori käitumist. Kolm intervjueeritavat leidsid, et ülejäänud grupp tõenäoliselt peab nende käitumist sõbralikuks, väites, et hoidutakse kamandamisest või olles meeldivama suhtumisega kui teised grupi haldajad. Kolme modministraatori jaoks oli aga nende kuvand mitmetine või muutuv sõltuvalt olukorrast.

B: „Ma arvan, et see [teiste kuvand minust – K.L.] on mitmete asjade koosmõju. Ma olen moraaliküsimustes kirglik, aga üldiselt arutan inimestega olukorra läbi, enne kui langetan otsuse neid näiteks vaigistada või blokeerida. Ma arvan, et grupi liikmed teavad seda ja märgivad mind, kui sellised olukorrad tekivad.”

Kaks modministraatorit tõid välja ka võrdluse kogemusega teiste Facebooki gruppide haldamises, ühe puhul oli samuti tegemist häbistamisgrupiga. Seejuures tõi intervjueeritav välja, et suuremat häbistamisgruppi on keerulisem hallata, sest kasutajatevahelisi konflikte esineb rohkem, mistõttu peavad reeglid olema selgemad.

C: „Ma olen olnud ka umbes 100 000 liikmega grupi administraator, reeglid pidid olema väga selged, sest seal on palju rohkem jobusid. Reeglid pidid olema selgemad, et inimestel oleks raskem vastu vaielda [administraatori otsustele – K.L.] ning [et administraator saaks – K.L.] öelda: „Okei, sa rikkusid neid reegleid – blokeerimine või vaigistamine – ja teised ärge tehke nii.” /---/ See oli väsitav kogemus, sest grupp oli suur ja inimesed vaidlesid.”

Teine intervjueeritav tõi võrdluseks grupi, mis ei tegele häbistamisega. Ta märkis, et häbistamisgruppi panustab ta märkimisväärselt vähem energiat, tundes samal ajal ka vähem seotust selle grupiga, ka reeglid on teises grupis kindlamalt paigas ning neid uuendatakse regulaarselt. Lisaks on ta seisukohal, et teisel grupil on häbistamisgrupiga võrreldes ühiskondlikult palju olulisem funktsioon.

F: „Ma olen selle [häbistamis- – K.L.] grupiga hoolimise poolest väga tagaplaanil, seda nii sisu kui inimeste poolest. Samas teise hallatavasse gruppi olen väga pühendunud. Ma armastan neid inimesi, nad on ägedad ja ma hoolin igaiühest neist, mis on samas veider, sest see [häbistamis- – K.L.] grupp on väiksem.”

Püüdes hinnata, millist mõju on modministreerimine nende eludele avaldanud, olid kaks intervjueeritavat arvamusel, et grupp on neile midagi õpetanud. Ühe jaoks oli selleks harimine teiste kultuuride ja sotsiaalsete probleemide kohta ning teine intervjueeritav on mõistnud internetis arutlemise keerulisust ning hakanud vaidlusi vältima.

C: „Ma arvan, et olen mõistnud, et vahel inimesed lihtsalt ei nõustugi omavahel ja et sa ei saa kõike arutada. Vähemalt mitte internetis, võib-olla päriselus on see teisiti, sest internetis on omad sotsiaalsed ja psühholoogilised dünaamikad. Täiesti vastandlike vaadetega inimeste vaidlemine internetis pole pea kunagi kellegi meelt muutnud, inimesi on ainult solvatud ja õnnetuks tehtud. Seetõttu olen hakanud vaidlusi internetis vältima ning teen seda päriselus.”

Valdavalt oli aga intervjuueeritavate seas levinud seisukoht, et häbistamisgruppide modministreerimine ei mõjuta märkimisväärselt nende elu.

3.3. Häbistamisgruppide kommunikatsioonireeglid

Häbistamisgruppidele on omane põhjalik reglementeeritus ning selles peatükis annan täpsema ülevaate, millised on gruppide kommunikatsioonireeglid, nende tagamaad ja rakendamismeetmed. Neli intervjuueeritavat olid ise reeglite määramisel osaliseks ning mõned neist töid välja, et oluliseks inspiratsiooniallikaks olid teised samalaadsed grupid.

F: „Põhimõtteliselt kõikide reeglite puhul vaatasin teistesse häbistamisgruppidesse ja mudeldasin reeglid nende põhjal. Mõnede reeglite puhul ei saanud ma alguses aru, miks neid vaja on, kuid hiljem mõistsin ning lisan need tagantjärele.”

Teised intervjuueeritavad ei olnud küll ise reeglite genereerimise juures, kuid töid sellegipoolest välja, et reeglite kehtestamisel toimus grupis hääletus ning neid on praeguste modministraatoritega värskendatud. Üks intervjuueeritav rääkis, et tema grupis on tegemist vasakpoolsetele gruppidele omaste reeglitega, mis on sotsiaalmeedias laialdases kasutuses.

C: „Kui see grupp loodi, oli juba miljon left-book gruppi – vasakpoolsete vaadetega inimesed, kellel on veidrate asjadega grupid ning kus enamikke reegleid kopeeritakse grupist gruppi.”

Häbistamisgruppides esinevatest reeglitest ülevaate andmiseks koostas koondtabeli (Tabel 3), milles on reeglid jaotatud kategooriatesse koos selgitavate näidetega. Täieliku ülevaate gruppides esinenud reeglitest leiab töö lisadest (Lisa 1).

Tabel 3. Häbistamisgruppides esinenud reeglite kategooriad ning nende seletused.

Reeglikategooria	Näited
Postituste ja kommentaaride teemakohasus ning kvaliteet	Rämpsposti ja reklaami avaldamise keeld. Keelatud on iseenda häbistamine, uhkustamine ja nõu küsimine. Keelatud on postituse kiitmine, nõutud on häbistamine. Varem postitatud juhtumeid ei tohi uuesti avaldada.
Postituste sündsus	Postitused ei tohi käsitleda alaealisi. Tsensuurset materjali ei tohi kasutada ohu tõttu Facebookilt tegutsemiskeeld saada.
Postituste kommenteerimine	Postitajat ei tohi häbistada. Postitaja ei tohi keelata enda postituste kommenteerimist. <i>Don't dirty delete</i> (eesti k ei kustuta räpaselt) – ei tohi kustutada enda postitust, kui vastukaja ei vasta ootustele.
Viisakas suhtlemine	Üksteist tuleb kohelda austuse ja lahkusega. Ei tohi söimelda, tülitsega ega vihakõnet pidada. Ei tohi häbistada mitteteemakohaseid aspekte, nt küünte häbistamise grupis ei tohi keskenduda kellegi kehakaalule. Keelatud on rassism, homofoobia ning poliitilised teemad.
Diskreetsus ja anonüümsus	Postituses kuvatav inimene tuleb anonümiseerida. Gruppi postitatud materjali ei tohi mujal jagada. Materjale võib levitada, kui inimesed on anonümiseeritud. <i>Don't go real life</i> (eesti k ära mine pärisellu) ehk üksteisega ei tohi väljaspool gruppi ühendust võtta.
Modministreerimise tööpõhimõtted	Modministraatorite blokeerimine on keelatud. Modministraatoritega ei tohi ühendust võtta. Modministraatoritesse tuleb austusega suhtuda, neil on vaba voli inimesi blokeerida või vaigistada. Facebookile raporteerimise funktsiooni ei tohi kasutada, probleemist peab teatama modministraatorile, et vältida piiranguid Facebooki poolt
Muu	Kellegi teise sisu grupis jagades ei tohi kasutada jagamisfunktsiooni, postitama peab kuvatõmmiseid. Grupiga liitumiseks tuleb täita liitumisankeet. Grupid, kes polnud sätestanud reegleid.

Avades gruppides esinenud reeglite tausta, selgitasid modministraatorid, et nn „räpast kustutamist“ (ingl *dirty delete* ehk DD) keelavat reeglit (vt Tabel 3) kasutatakse meetmena võtta eksinud inimest enda teo eest vastutusele ning talle õppetund anda.

B: „Minul on see gruppides kasutusel, sest sisu kustutamine tähendaks, et ei võeta vastutust enda tegude eest. Postitused, mis lähevad viltu, harivad mitte ainult postitajat, vaid ka neid, kes seda jälgisid. Internetiajastul on nii lihtne asju vaiba alla pühkida ja mitte midagi õppida.”

Üks modministraator tõi välja, et räpast kustutamist keelav reegel aitab teha paremini informeeritud otsuse kellegi blokeerimise või vaigistamise kohta, sest muidu on inimestel võimalik enda tegudest jäljed eemaldada. Samuti kommenteeriti, et reeglit saab kasutada grupi liikmete

kaardistamiseks. See on võimalus nii grupi haldajal kui ka teistel liikmetel õppida üksteise iseloomu paremini tundma.

F: „*Ma tahan, et inimesed teaksid, milline see [eksinud – K.L.] inimene on, sest ta on turvaauguks, mis on vaja parandada.*”

Selgitades reegli „ära mine pärisellu” (ingl *don't go real life*) tagamaid (vt Tabel 3), ilmnes modministraatorite vastustest, et reegel keskendub ahistamise ja isiklike rünnakute vältimisele, mitte igasuguse suhtluse keelamisele.

D: „*Reegel pole üksteisega üldse mitte kontakteerumise kohta. Ma tean, et on olnud inimesi, kes on üksteise profiilile kirjutades sõprusi loonud. Reegel on pigem seotud doximise [inimese kohta info otsimine ja selle avalikustamine – K.L.] ja kiusamisega. Mõned inimesed võtavad asju väga isiklikult ja hakkavad kellegi profiililt isiklikku informatsiooni otsima ning kommentaariumis avaldades seda inimest häbistama. /---/ Ühtlasi on olnud inimesi, kes on läinud teiste inimeste töökohta ja üritanud neid töökohast ilma jätta.*”

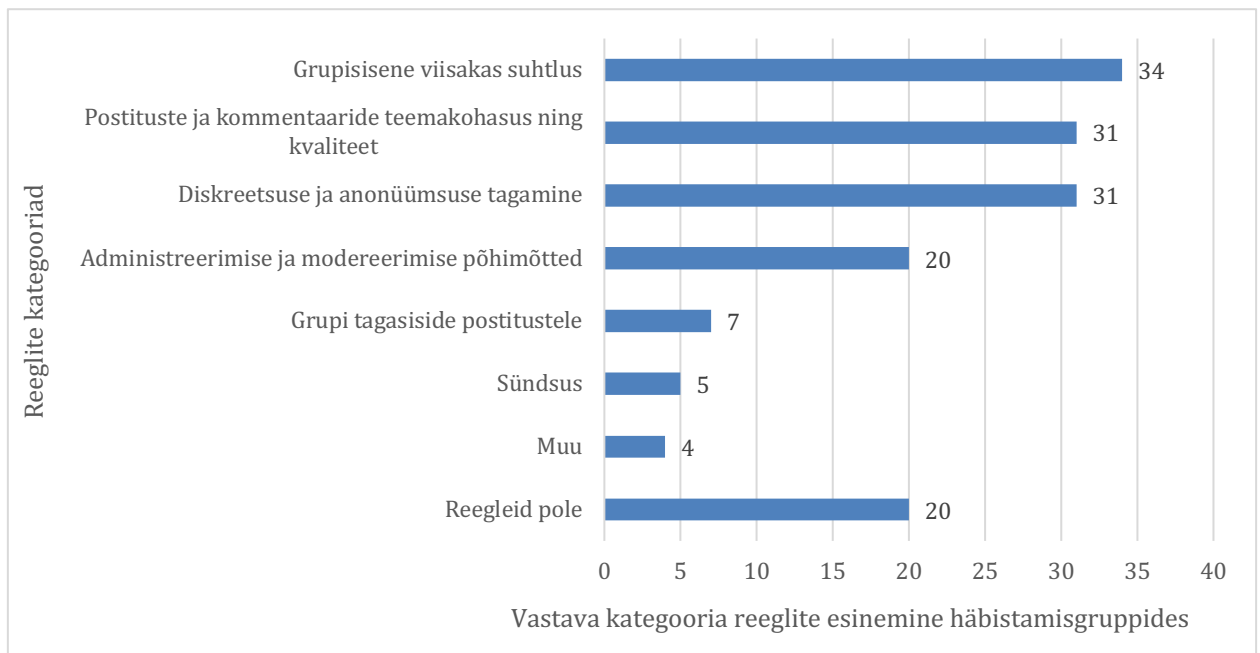
Paljud grupid nõuavad ka postitajatelt, et inimesed postitustes poleks identifitseeritavad. Kolm modministraatorit olid seisukohal, et häbistatavate inimeste identiteedid on üldjoontes kaitstud. Olulise asjaoluna tõi üks intervjueeritav välja, et anonümiseerimise põhjuseks on häbistatavate teadmatuses hoidmine. Kardetakse, et keegi võtab häbistatavaga ühendust ja teavitab teda toimuvast. Mainiti ka asjaolu, et internetis polegi inimeste identiteedid kuigi kaitstud ning oluline on endale aru anda, mida sotsiaalmeediasse postitatakse.

F: „*Ma arvan, et sa oled täpselt nii kaitstud, kui internet sind kaitsta suudab. Sa pead ennast ka natuke kureerima. Kui sa postitad midagi, siis on alati võimalus, et keegi kasutab seda materjali ära. Seda ka juhul, kui su profiil on nii privaatne kui võimalik.*”

E: „*Ma arvan, et enamikele inimestele meeldib teiste kulul nalja teha (nii halvasti kui see ka kõlab) ning mida anonüümsemalt seda tehakse, seda parem.*”

Keskendudes aga sellele, kui palju erineva kategooria reegleid häbistamisgruppides üldisemal tasandil esines, on näha, et kõige enam kasutati reegleid, mis väärtustavad grupisisest viisakat suhtlust (Joonis 4). Sellesse kategooriasse kuuluvaid reegleid on välja toodud 34 grupi reeglistikus, mis tähendab, et ligikaudu 51% valimi gruppidest on keskendunud viisaka suhtlemise tagamisele. Võrdselt oli kasutatud ka postituste ja kommentaaride teemakohasuse ning kvaliteedi kategooria

reegleid – kumbagi 31 korda. See tähendab, et selle kategooria reegleid esines umbes 46% valimi gruppides.



Joonis 4. Reeglite kategooriate esinemise sagedus häbistamisgruppides (24. detsembri seisuga) (N=67)

Olukordades, kus keegi grupi liikmetest on mõnda reeglit rikkunud, töid intervjueeritavad välja, et otsitakse modministraatoritelt abi. Samuti võivad sellistel puhkudel tekkida liikmetevahelised konfliktid, kus teised kasutajad üritavad juhtida tähelepanu kellegi halvale käitumisele või hakkavad omavahel sõimlema. Ühe grupi puhul ilmnnes, et keegi pole veel ühtegi reeglit rikkunud.

Kommenteerides, kas grupi reeglistikud võiksid veel üksikasjalikumad või karmimad olla, olid kõik intervjueeritavad seisukohal, et praegustest reglementidest piisab. Lisati, et kui grupis peaks käitumisega tõsisemaid probleeme tulema, siis võidakse reeglite karmistamist kaaluda.

3.4. Veebihäbistamise laiem mõtestamine modministraatorite poolt

Selles peatükis annan ülevaate, kuidas kirjeldasid intervjueeritavad häbistamisgruppide laiemaid ühiskondlikke funktsioone ja omadusi. Vesteldes teemadel, miks häbistamisgruppidega liitutakse, mis on selliste gruppide funktsioon ja millisena näeb intervjueeritav enda grupi eesmärki, esines korduvaid mustreid. Domineerivaks mõtteks oli, et gruppide olulisimaks funktsiooniks ja inimeste motivaatoriks liitumisel on huumor ja meelelahutus. Samas rääkis üks intervjueeritav, et suur osa

huumorist on tegelikult inimeste enesepeegeldus ning inimesed kasutavad häbistamisgruppe, et kontrollida, mis on ühiskonnas aktsepteeritav ja mis mitte.

F: *„Palju arutletakse selle üle, mis meile meeldib ja mis meile meeldib liiga palju ning võrreldakse ennast teiste inimestega, et näha et ma pole nii halb kui teine inimene. Näiteks pulmade häbistamise grupid on hea näide. Me kasutame seda, et mõelda „okei, kui mul on pulm, siis ma võiksin teha seda või toda”. Seega ma arvan, et see on viis kontrollida, kuidas sa peaksid maailma nägema, mis on muidugi väga ebatervislik ja halb, kuid tegemist on kontrollimisega ja küsimisega „Kas see on veel lahe?” või „Kas mul peaks olema häbi, kui mulle meeldib see asi?”.”*

Samuti toodi korduvalt olulise aspektina gruppide juures välja ka sotsialiseerumist – liikmetel on võimalik enda arvamust teatud teemal avaldada, mõnedes gruppides on kasutajatel võimalik üksteiselt nõu küsida ning grupis tekib kogukonnatunne. Üks intervjueeritav tõi välja mõtte, et ühinemine teemadel, mida vihatakse, on pea sama oluline, kui ühinemine teemadel, mida armastatakse.

B: *„Inimesed tahavad olla koos inimestega, kes mõtlevad neile sarnaselt. Mul on lõpuks ometi võimalus naerda asjade üle, mille üle inimesed pidevalt vaimustust avaldavad (isiklikuks näiteks on Harry Potter). Sageli võib tekkida võõrandunud tunne nendest inimestest, kellele sellised asjad meeldivad, seega tore on olla kohas, kus saab nende asjade üle naerda ja arutleda.”*

F: *„Ma arvan, et meile kõigile lihtsalt meeldib asju vihata. /--/ Ma arvan, et viha on tugev emotsioon ning iga tugev emotsioon seob inimesi, olgu selleks viha või naer. Sa arvad, et miski on naljakas või arvad, et miski on väga kurb või miski on väga romantiline. Suurem osa sotsiaalmeediast põhineb äärmiselt tugevatel emotsioonidel, sest sa ei tegele kellegagi isiklikul tasemel, sa saad tegeleda ainult reaktsioonidega.”*

Vestluse käigus toodi välja ka mõte, et häbistamisgrupid võivad parandada inimese suhtumist enda ellu, tekitades tänutunnet, et isiklikus suhtlusringkonnas pole inimesi, kes käituvad niivõrd taunitavalt kui inimesed, kelle kohta gruppides postitusi tehakse. Samuti võib tegemist olla viisiga argielust põgenemiseks – grupi sisu annab liikmetele mõtlemisainet, mis ei puuduta otseselt tööega eraelu.

Üks intervjueeritav aga ei näinud gruppides enam kui kohta, kus inimesed saavad õelutseda ning väiklaselt käituda.

D: „Ma olen avastanud, et paljuski on häbistamisgruppides inimesed, kes on vihased lihtsalt vihaseks olemise pärast. Seetõttu olen ma ka muutnud enda liikmelisust häbistamisgruppides. /--/ Üldiselt on gruppides lihtsalt palju suvalisi asju, mida inimesed leiavad. Üks-kaks asja, mille kallal norida ja see ongi kõik.”

Tutvustasin intervjuueeritavatele ka re- ja desintegratiivse häbistamise kontseptsioone (vt ptk 1.2) ning uurisin, millise häbistamise liigi alla võiks nende grupis toimuva häbistamise liigituda, pakkudes välja ka võimaluse, et tegemist võib-olla mõne muu kategooriaga kui praegused kaks kategooriat. Enamiku seisukoht oli, et tegemist pole otseselt kummagi kategooriaga. Kolm intervjuueeritavad lisasid, et häbistamise liik varieerub, vihjates sellele, et mõne uue häbistamisliigiga pole tegemist. Kaks modministraatorit leidsid, et tegemist võib olla mõne uue häbistamise liigiga.

C: „Ma arvan, et see on teistmoodi häbistamine kõiksuguste anonüümsusreeglite ja konventsioonide pärast. Suur osa häbistamisgruppide sisust on kellegi mõnitamiseks abstraktsel moel, mitte otseselt konkreetse inimese mõnitamiseks. Nagu sa mainisid, on palju reegleid anonümiseerimise kohta ja ma arvan, et paljude gruppide eesmärgiks, ka minu oma, on naerda – juhtida tähelepanu, et midagi on rumalat, veidrat või lolli ilma, et peaks sellega midagi tegema. Ilma et peaks selle inimesega tegelema, et me peaksime teda harima või õpetama.”

Üks intervjuueeritav oli seisukohal, et Facebooki gruppides toimuva häbistamise loomus on pigem reintegratiivne, sest paljudes gruppides toimub inimestele nõu andmine, mis tähendab, et eksinud inimene pole pärast häbistamist kogukonnast välja heidetud. Seevastu teine intervjuueeritav leidis, et grupi häbistamise loomus on desintegratiivne, sest häbistamine toimub anonümiseeritult, seega kedagi otseselt ühiskonnast välja ei heideta, kuid samas ei üritata ka käitumist parandada. Desintegratiivseks häbistamiseks peeti grupi liikmete häbistamist – kui keegi käitub grupis homofoobselt, rassistlikult või diskrimineerib muul moel teisi, siis ta heidetakse grupist välja.

Kaks intervjuueeritavat tõid välja, et gruppide puhul tuleb olulist vahet teha selles, mida häbistatakse. Mõned grupid häbistavad pigem objekte, teised grupid spetsiifiliselt inimesi, kellel on näiteks kehv stiilitunnetus või meik, kusjuures viimast pidasid intervjuueeritavad ebamoraalsemaks kui objektide häbistamist.

H: „...nagu ma ütlesin, meie grupp pole inimeste [vaid koduloomade – K.L.] häbistamise grupp. Sellistesse gruppidesse kuuluvatel inimestel on vist madal enesehinnang, kuna teiste

häbistamisega tuntakse ennast paremini või ülemana. Su elus peab midagi valesti olema, kui tunned vajadust teiste häbistamiseks."

G: „[Ma näen häbistamisgrupe – K.L.] täielikult eraldiseisvatena. Leidub grupe, kes häbistavad teiste kehasid. Ma ei aktsepteeri seda. Paljud ei aktsepteeri."

Andes hinnangut, kas intervjueeritavate hallatavad häbistamisgrupid võiksid ühiskonnas midagi muuta, oli üldine hinnang negatiivne, pigem avaldati lootust väiksemate ambitsioonide täitmiseks. Näiteks toodi välja, et grupp lahutab inimeste meelt ja parandab tuju. Üks intervjueeritav avaldas aga lootust suuremale ambitsioonile, et grupp harib ja julgustab oma liikmeid.

4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Selles peatükis annan vastused teooria peatüki lõpus püstitatud uurimisküsimustele, misjärel diskuteerin meelelahutusliku avaliku häbistamise nähtuse üle laiemalt. Viimaks annan ülevaate oma meetodi kriitikast ja teen soovitusi edasisteks uurimusteks.

4.1. Järeldused

Minu bakalaureusetöö laiemaks eesmärgiks oli Facebookis toimuvat meelelahutusliku avaliku häbistamise nähtust kaardistada ja paremini mõista. Selleks andsin ülevaate tüüpiliste häbistamisgruppide suurusest, temaatikast, avalikkusest, kommunikatsioonireeglitest, modministraatorite rollist grupis ning viisist, kuidas nemad veebihäbistamist mõtestavad. Eesmärgi saavutamiseks püstitasin viis uurimisküsimust, millele alljärgnevalt vastused annan.

Millised on tüüpilised meelelahutusliku avaliku häbistamisega seotud Facebooki grupid?

Tulemusi üldistades ja konstrueerides n-õ keskmist meelelahutusliku häbistamisega tegelevat Facebooki gruppi, võib öelda, et tüüpiline häbistamisgrupp on temaatiliselt keskendunud inimeste välimusele või pulmadele ja abielule ning liikmeid on umbes üheksa tuhat. Tegemist on mitteavaliku ning võrdlemisi reglementeeritud keskkondadega, kus väärtustatakse diskreetsust ja privaatsust, sisu teemakohasust ning üksteisega viisakalt suhtlemist.

Jätkates põhiliste leidude lahti kirjutamisega, olid peamised teemad, millele häbistamisgrupid keskendusid, seotud välimuse, pulmade ja abielu või koduloomadega. Kõige enam liikmeid tõmbasid ligi taaskord pulmade ja abielu ning välimuse kategooria, mis suutsid hoolimata valimi suurest väikeste gruppide hulgast tõsta üldise gruppide keskmise liikmete arvu ligikaudu üheksa tuhande liikmeni. Üldiselt aga pole gruppide modministraatorid huvitatud grupi suuruse kasvatamisest, sest sellega kaasneb rohkem konflikte. Sellist tendentsi toetab ka teooria, mille järgi toimub reeglite ja normide internaliseerimine paremini väiksemas ja sarnaselt mõtlevas keskkonnas (Lemley, 1998: 1267-1268). Keskkonda kontrollitakse liitumisküsimustikuga, mis aitab välja sõeluda potentsiaalselt problemaatilisi liikmeid. Mõni grupp aga välistab kindla maailmavaatega inimesi, mida saab võrrelda kõlakoostumise nähtusega (Jamieson & Cappella, 2008: 76), sest luuakse keskkond, kus valitseb võrdlemisi ühtne raamistus ja positiivne tagasiside teatud maailmavaatelistele küsimustele puhul.

Valdavalt on tegemist mitteavalike gruppidega – lausa 90% valimi gruppidest olid mitteavalikud, mis tähendab, et grupi sisu on nähtav vaid selle liikmetele (De Salve *et al.*, 2019: 1247). Asjaolu

on tingitud sellest, et soovitakse vältida laiemat tähelepanu grupi sisule, muuta postitamine avameelsemaks ja paremini kontrollida grupiga liituvaid inimesi. Tegemist on meetmega, et julgustada inimesi grupi tegevusest osa võtma, sest üldiselt mõistetakse, et häbistamine pole positiivne sotsiaalne tegevus. Kuna üha olulisemat rolli inimeste elus mängib nende *online*-identiteet (Wu & Atkin, 2018: 4526), on arusaadav, et häbistamist veebikeskkondades soovitakse pigem varjata. Võib järeldada, et ka gruppides häbistamisega tegelevad inimesed kardavad teiste hukkamõistu. Mõttekohaks on siin muidugi, kas 150 000 liikmega gruppi, kuhu on võimalik ligi pääseda vaid piltlikult öeldes „koputades“, saab mingilgi moel liigitada kontseptuaalselt mitteavalikuks ja kinniseks.

Kuidas kirjeldavad Facebooki häbistamisgruppide modministraatorid häbistamisgruppide kogukonda, enda gruppi ja selle tüüpilisi liikmeid?

Intervjueeritavate arusaamise järgi tegutsevad gruppides valdavalt naissoost inimesed, kelle vanuseline varieeruvus on suur – 20-ndatest 60-ndateni. Maailmavaate poolest domineerib grupis vasakpoolne vaade, mida mõnede gruppide puhul tagatakse *left-book* reegleid järgides. Grupisisene omavaheline seotus on pigem nõrk – enim mainisid intervjueeritavad, et nende jaoks on tegemist sarnaselt mõtleivate inimestega, toomata välja, et suhtluses esineks tugevam emotsionaalne side. Küll aga võib sellest järeldada, et sarnaselt mõtlevad inimesed on üksteise jaoks ideaalseks auditoriumiks (Murumaa-Mengel, 2017: 19), mis tõenäoliselt jällegi julgustab inimesi gruppidesse postitama. Sellegipoolest hoiavad mõnede gruppide modministraatorid omavahel tihedalt kokku. Tuleb aga silmas pidada, et intervjuud viisin läbi modministraatoritega, mitte grupi liikmetega. Modministraatorite puhul võib olla mõistetav, et nende jaoks pole grupi liikmetega seotus tugev, sest nende oluline funktsioon grupis on liikmetega tekkinud probleeme ja konflikte lahendada. Seetõttu on tõenäoliselt ka nende kuvand grupi liikmetest negatiivsem kui teiste grupi liikmete jaoks.

Üldiselt ei olnud intervjueeritavad arvamusel, et häbistamisgrupid oleks omavahel tihedalt seotud kogukond. Toodi välja, et lähedasemad võivad olla kogukonnad teemavaldkondade põhiselt. Teisi gruppe nähti pigem negatiivses valguses, heites ette nende liigset reglementeeritust, moderaatorite mentaliteeti ning grupi ebameeldivat suhtumist. Lisati, et oluline on eristada häbistatavat objekti – inimeste häbistamine on intervjueeritavate jaoks ebamoraalsem kui näiteks esemete häbistamine. Skoric'i jt. (2010: 195) uuringust selgus, et veebis toimuva lintšimise puhul ei pruugi inimesed tunnistada enda tegevust häbistamisena. Sama tendents paistab ka meelelahutuslike häbistamisgruppide puhul – üritatakse enda käitumist õigustada, sest mõistetakse häbistamise

negatiivset kuvandit ja iseloomu, mistõttu soovitakse näidata, et see, millega intervjueeritava grupp tegeleb, pole halvaloomuline häbistamine.

Millisena tajuvad Facebooki häbistamisgruppide modministraatorid oma rolli?

Paljud intervjueeritavad löid grupi, mille modministraatorid nad hetkel on, seega kaasnes modministreerimise kohustus neile grupi loomisega. Modministraatorid peavad iga postituse enne avaldamist heaks kiitma, veendudes eelnevalt, et kõikidest postitamise nõuetest on kinni peetud. Samuti peavad gruppide haldajad jälgima, et arutelu ei väljuks grupi temaatilistest raamidest ning sekkuma liikmetevahelistesse konfliktidesse. Viimase puhul karistatakse tavaliselt halvasti käitunud kasutajad vaigistamise või grupist blokeerimisega.

Intervjueeritavad tõid välja, et kõige enam hindavad nad oma positsiooni puhul võimalust gruppi kontrollida. Samuti nähakse väärtust ka grupi postitatavas sisus, selle juurde käivas arutelus ning liikmetega lävimises, mis vahel ka harib. Intervjueeritavad rõhutasid aga rohkem negatiivseid aspekte, tuues häirivana välja grupisiseseid konflikte, diskrimineerimist ning rahulolematut tagasisidet modministraatorite juhtimisotsuste suhtes.

Enamik modministraatoritest tundis, et grupi haldamisel pole olnud nende elule olulist mõju. Küll aga võib grupi konfliktiderohke keskkond tekitada mõnele tunde, et internetikeskkonnas pole vastandlike seisukohtadega inimestel mõistlik omavahel vaielda, sest selle käigus ei jõuta kompromissini, mistõttu hakatakse vaidlusi vältima. Tegemist on ohtliku tendentsiga, sest nagu ka varem välja tõin, luuakse kõlakoja efekti, kus vaidlusi vältides domineerib ühtse raamistatuse keskkond (Jamieson & Cappella, 2008: 76).

Iseennast näevad modministraatorid küll pigem positiivselt, kuid toovad sealjuures välja ka enesekriitikat. Ennast tajutakse pigem rahuliku või sõbralikuna, kuid samas avaldati muret, et ennast tuntakse grupis passiivselt. Kommenteerides enda kuvandit teiste grupi liikmete jaoks, arvati end olevat sõbralik ning mõistliku suhtumisega. Mõnedele on aga kuvand mitmetine, sõltudes paljuski olukorrast, millesse modministraator on sattunud.

Kuidas kujunevad häbistamisgruppide formaalsed ja mitteformaalsed kommunikatsioonireeglid?

Kommunikatsioonireeglite kujunemise juures on määravaks grupi reglemendid, mis sätestavad suures osas, millist laadi suhtlus on grupis aktsepteeritud. Häbistamisgruppides rakendatakse läbivalt sarnaseid reegleid. Modministraatorite seas toodi välja, et reeglite määramisel võetakse

vahel eeskuju teiste gruppide reeglitest. Samuti selgus, et gruppide reglementeerituse tase võib olla seotud gruppide suurusega. Lemley (1998: 1268) tõi välja, et alates kindlast suurusest on kogukondi ja gruppe keeruline ühtsete normide järgi hallata, mistõttu on ka mõisteta, et suuremate Facebooki gruppide haldamiseks on vaja ka üksikasjalikumalt lahti kirjutatud reegleid.

Reeglite kategooriatest oli üks populaarsemaid diskreetsuse ja anonüümsuse tagamine, mille eesmärgiks oli tõenäoliselt tekitada keskkond, kust lekib minimaalselt infot väljapoole, oluline on hoida ka häbistatavaid inimesi toimuva kohta teadmatuses. Grupi modministraatoritest osa oli seisukohal, et inimeste identiteedid on tänu sellele pigem kaitstud. Siinkohal on aga oluline välja tuua, millist sorti anonüümsus kasutajatele on tagatud – intervjuudest selgus, et anonümiseerimisnõue tagab inimestele tehnilise anonüümsuse, eemaldades nende kohta tähendusrikast informatsiooni, kuid ei pruugi tagada sotsiaalset anonüümsust ehk isik ei pruugi tegelikult sotsiaalses kontekstis anonüümne olla (Hayne & Rice, 1997: 432). Seejuures tõid intervjuueeritavad välja, et inimestel lasub sotsiaalmeediasse postitades ka endal vastutus sisu kureerimise osas, sest ka privaatsete profiilide puhul on oht, et informatsioon lekib laiemasse seltskonda. Seda on oluline silmas pidada, sest Tiidenberg (2017: 57) väidab, et inimesed jagavad internetis sisu avameelselt kui muidu, tingituna tajutud anonüümsus- ja nähtamatustundest ning see võib omakorda probleeme valmistada *offline* maailmas, sest üha enam on inimeste *online* elu mõju inimeste *offline* elule (Wu & Atkin, 2018: 4526).

Teiseks üritatakse kinnistada modministraatorite puutumatus. Esines erinevaid reegleid, mis näiteks keelasid nendega suhtlemist või tõid välja, et haldajatel on vaba voli kasutajate blokeerimiseks ja vaigistamiseks või postituste eemaldamiseks. Modministraatorid selgitasid, et sageli peavad nad põhjendama enda juhtimisotsuseid, nt inimeste blokeerimist või vaigistamist, mistõttu on hea, kui grupi haldaja saab põhjendades viidata rikutud reeglile.

Hoolimata mõnedes gruppides esinenud reeglikategooriate autoritaarsusest, puudutasid kõige rohkem välja toodud reeglid grupisisesest viisakast suhtlusest tagamist. Reeglid nõudsid, et liikmed oleks üksteise vastu lahked, ei põhjustaks ebavajalikke intriige ega diskrimineeriks teisi. Niiviisi üritatakse luua keskkonda, kus inimestel on turvaline ja kus üksteist koheldakse austusega. Ka mõned reeglid, mis esmasel lugemisel võivad tunduda autoritaarsed, näiteks reegel „ära mine pärisellu” (vt Tabel 3), on intervjuueeritavate sõnul kehtestatud heatahtlikult ega keela tegelikult inimestel omavahel suhelda. Üritatakse ennetada inimeste ahistamist või terroriseerimist, sest gruppides esinevad konfliktid võivad minna niivõrd suureks, et üksteisele üritatakse *offline* keskkonnas kätte maksta, nt üritades mõjutada teise inimese tööandjat teda vallandama.

Levinumad reeglid gruppides on vastavuses kõige sagedamini esinevate probleemidega grupis. Enim toodi probleemidest välja liikmete halba käitumist – esineb palju diskrimineerimist ja sõnelemist, mida võib sagedamaks muuta hiljutine pandeemiast tingitud karantiiniperiood või grupi suuruse muutumine. Probleemina toodi välja ka pidevat põhjenduste nõudmist modministraatorite haldusotsustele ning suutmatust grupi temaatikast kinni pidada. Kujunenud kommunikatsioonireeglite üle toimub range järelvalve, sest nende täitmist ei kontrolli mitte ainult modministraatorid, vaid ka grupi liikmed. Sellist käitumist võiks Solove (2007: 85) terminoloogiat kasutades iseloomustada normivalvena, mis aktiveerub olukordades, kus on vaja normi rikkunud inimest enda teo eest vastutusele võtta.

Räpast kustutamist keelav reegel (vt Tabel 3), mis keelab grupi liikmetel enda postituse kustutamist, kui grupi tagasiside peaks olema ootamatult negatiivne, annab aga aimu grupisisesest desintegratiivsest häbistamisest (Braithwaite, 1989: 55). Intervjuueeritavad tõid välja, et tegemist on meetmega õppetunni andmiseks nii postitajale kui ka teistele grupi liikmetele ning ühtlasi saab sel viisil eksinud inimesi grupis kaardistada. Mainitud asjaolud viitavad sellele, et postitajale omistatakse püsiv maine sotsiaalselt taunitava teo toime pannud inimesena, keda kogukonnast küll täielikult välja ei heideta, kuid ka grupi liikmeks jäädes pole eksinud postitajal võimalik enda nime „puhtaks pesta”. See tähendab, et inimesed, kes soovivad gruppides teisi häbistada, peavad arvestama ka võimalusega, et grupp häbistab sobimatu teo eest ka häbistajaid.

Lähtudes Matiase (2019: 5) moderaatorite juhtimisstiilide iseloomustusest, mis eristas diktaatoreid, kaitsjaid, võõrustajaid, koristajaid ja sommeljeesid (vt ptk 1.4), võib väita, et intervjuueeritavate seas on kõige enam kaitsvat stiili. Kaitsvale stiilile on omane marginaliseeritud kogukondade kaitse ning otsuste langetamisel moraalsetele ja poliitilistele põhjendustele tuginemine. Seda ilmestavad ka paljude gruppide reeglid, kus on välja toodud tolereerimatust diskrimineerimise suhtes.

Kuidas mõtestavad Facebooki häbistamisgruppide modministraatorid häbistamist kui sotsiaalset praktikat ja oma tegevuse mõju laiemal tasandil?

Intervjuude käigus ilmnis, et kõige suuremaks motivaatoriks gruppidega liitumisel ning samas ka gruppide olulisimaks funktsiooniks on huumor ja meelelahutus. Seejuures võib oluline osa grupi huumorist olla liikmete enesepeegeldus, et testida kehtivaid ühiskondlikke norme ning saada kinnitust iseenda käitumise kohta. Lisaks sellele tekib paljudes gruppides ka kogukonnatunne, mis on vastavuses ka Billigi (2005: 74) teooriaga, et huumor toetab ühiskondlikku ühtekuuluvust. Küll aga on gruppide puhul ühendavaks elemendiks lisaks huumorile ka viha, millel on ühe

intervjueeritava sõnul samuti potentsiaali inimeste ühendamiseks. Viimaks pakuvad häbistamisgrupid inimestele võimalust *offline* elust põgenemiseks ja süvenemist millessegi, mis ei ole seotud nende argieluga.

Üritades teada saada, kas intervjueeritavate arvates toimub häbistamisgruppides re-, desintegratiivne või mõnda muud liiki häbistamine, oli domineeriv seisukoht, et otseselt pole tegemist kummagi liigiga. Pigem kalduti arvama, et väga palju sõltub olukorrast, kas tegemist on re- või desintegratiivse häbistamisega. Otseselt desintegratiivse häbistamisena toodi välja grupi liikmete häbistamist, kes on mõne reegli vastu eksinud.

Üldiselt polnud intervjueeritavad seisukohal, et nende häbistamisgrupp maailmas midagi oluliselt muudaks. Selgitati, et gruppide ambitsioonid on madalamad, pakkudes inimestele meelelahutust ning tujuparandust.

4.2. Diskussioon

Meelelahutuslikud häbistamisgrupid on huvitavaks nähtuseks sotsiaalmeediakultuuris, mis tõstatavad olulisi mõtteid ja küsimusi inimeste loomuse ja laiemalt ühiskonna kohta. Tõenäoliselt mängib meelelahutusliku häbistamise gruppide aktiivsuses olulist rolli asjaolu, et häbistatav pole üldjuhul toimuvast teadlik ning grupid on mitteavalikud. Iroonilisel kombel, kuna häbistamine on sotsiaalselt ikkagi negatiivne tegevus, võivad häbistajad karta hukkamõistu või isegi häbistamist teiste inimeste poolt karistusena sellistest gruppidest osa võtmisest. Sellest annab aimu ka mõnedes gruppides esinev võimalus, mida ma küll selles töös ei käsitlenud, lasta teistel liikmetel enda eest postitada – tegemist on viisiga, kuidas häbistaja saab enda identiteeti varjata. Paljude gruppide nõue anonümiseerida häbistatavat inimest paistis intervjuude põhjal pigem vabandusena inimese häbistamiseks, mitte soovina selle isiku identiteeti kaitsta. Tegemist võib olla õigustusega, et grupis toimuv ei paistaks ebamoraalne.

Võrreldes meelelahutuslikku häbistamist trollimisega, võiks öelda, et veebihäbistamine on trollimise sõbralikum ja aktsepteeritum versioon. Kui trollimise puhul tuuakse välja selle harrastajate antisotsiaalseid loomuomadusi (Buckles, Trapnell & Paulhus, 2014 :101), siis veebihäbistamise puhul domineerib mentaliteet, et tegemist on ainult naljaga, häbistatav ja grupivälised inimesed tegevusest teada ei saa. Selliste väidete taustal on huvitav tõsiasi, et gruppides esineb palju diskrimineerimist ja sõimlemist. Miks on grupis toimuv suhtlus niivõrd agressiivne, kui tegemist on väidetavalt ainult naljaga?

Hinnates esmapilgul Facebooki häbistamisgruppides toimuvat, võib jääda mulje, et tegemist on nišitegevusega, mis on meeltemööda vaid nendele inimestele, kellele meeldib näiteks teiste halbade stiilivalikute või kokandusoskuste üle naerda. See on ka mõistetav, sest häbistamisgruppide karm reglementeeritus ja suletus jätab mulje, justkui oleks tegemist uue ja varjatud tegevusega. Kui aga rohkem gruppide postitustesse süveneda ning kõrvutada neid sellega, mis toimub praeguses sotsiaalmeediakultuuris, siis ilmneb, et nendes suletud gruppides toimuv ei erine ülemäära palju Instagramis, Facebookis või Twitteris avalikult levivatest videotest ja piltidest, kus kellegagi juhtub midagi naljakat või alandavat. Siit kerkib aga küsimus – kas meelelahutuslik avalik häbistamine on levinud üle interneti ning kas paljud aktiivsed sotsiaalmeedia kasutajad puutuvad sellega rutiinselt kokku?

Julgen pakkuda, et avalik häbistamine on teinud läbi uue muutuse ning saanud oluliseks osaks digikultuurist. Paljud aktiivsed sotsiaalmeedia kasutajad on tõenäoliselt meelelahutusliku avaliku häbistamisega juba kokku puutunud, olles jaganud, laikinud või kommenteerinud mõnda videot, kus keegi mõne rumala teoga hakkama saab või kus kellelgi on ebatavaline välimus. Näiteks võib avaliku häbistamisena käsitleda COVID-19 pandeemia ajal sotsiaalmeedias levima hakanud postitusi inimestest, kes on võrdlemisi jaburalt eksinud maskide kasutamise nõuete vastu. Selline pidev teiste inimeste alandamine ja nende üle naermine normaliseerib häbistamist ühiskonnas. Meelelahutuslik häbistamine teeb seda veel eriti kavalalt, tundudes esmapilgul vaid naljana kellegi pihta, kes tõenäoliselt sellest isegi teadlik pole.

Häbistamine on olnud kasutusel karistusena kuritegude eest (de Vries, 2015: 2054) või meetmena etiketinormide säilitamiseks ebatsiviilses maailmas (Solove, 2007: 92). Oluline on selle puhul ka avalikkuse faktor (Gehm & Scherer, 1988: 74). Meelelahutuslik häbistamine, mis toimub valdavalt mitteavalikes gruppides, ei oma tõenäoliselt ei distsiplineerimis- ega etiketinormide säilitamise funktsiooni, sest häbistatav inimene pole ilmselt teadlik, et teda häbistatakse. Mida see aga inimeste kohta ütleb, kui paljude põhiliseks meelelahutuseks on võõraste inimeste üle naermine või nende mõnitamine, kui häbistamisest on saanud ajaveetmisviis, millega tegeletakse mõnel juhul lausa tundide kaupa iga päev? Tõenäoliselt muudab see inimeste käitumist ka väljaspool internetti ebatolerantsemaks.

De Vries (2015: 2059) tõi oma uuringus välja, et ükskõik kes võib sattuda avaliku häbistamise ohvriks. Kui varem on inimesed muretsenud, et neid jälgivad erinevad organisatsioonid, siis praeguses ühiskonnas peavad inimesed olema teadlikud jälgimisest tuttavate ja võõraste poolt (de Vries, 2015: 2060). Selline jälgimine ei keskendu kriminaalsete tegude tuvastamisele, vaid just igapäevategudele hinnangu andmisele (*ibid.*). Meelelahutusliku avaliku häbistamise grupid

Facebookis süvendavad probleemi, otsides häbistamiseks neid, kes on hakkama saanud üldiselt väikeste möödaastumistega oma tegudes. Kes oleks arvanud, et inimest võib avalikult häbistada halvasti õnnestunud Disney karakteri kõrvade valmistamise eest (Facebooki grupp *yes, I am Disney ear shaming*)? Sellises ühiskonnas tuleb olla ettevaatlik, sest inimene võib olla küll piisavalt tark, et naerda kellegi rumaluse üle, kuid samas piisavalt kohmakas, et sattuda ise kellegi naerualuseks (Wolf, 2002: 339).

Meelelahutusliku avaliku häbistamise kontekstis on väga mõtlemapanevad Roseni ideed (2004: 10) omnoptikonist, kus paljud inimesed üksteist pidevalt jälgivad, ning düstooptiast, milles kõik inimese elu aspektid on avaliku arvamuse arvustada ning kus ühiskonnal puudub tolerantsus individuaalsuse ja veidruse suhtes (*ibid.*). Ka häbistamisgruppides mõnitatakse erinevaid aspekte inimese elust, näiteks välimust, olulisi sündmusi ja käitumist. Raamatu „Ah et sind on avalikult häbistatud“ autor Jon Ronson on öelnud: „Me oleme justkui unes kõndides loonud sellise järeelvalvekultuuri, kus hävitame üksteist tühiste asjade pärast“ (Newman, 2015). Häbistamisgruppides võivad inimesed häbistada võõraid, kuid ka oma tuttavaid, sõpru ning perekonda. Nii ei saa aga inimesed enam omavahel vabalt suhelda, olles pidevalt valvel, et ei tehtaks midagi, mida võiks pidada häbistamisvääriliseks. Kaduda võib inimestevaheline usaldus ning sotsiaalne suhtlemine võib sellises olukorras muutuda ettevaatlikuks ja võltsiks.

4.3. Meetodi kriitika ja edasisised uurimisvõimalused

Arvan, et materjal, mille kogusin ja mida analüüsisin oma bakalaureusetöö jaoks, on piisav, et anda esialgne ülevaade meelelahutusliku avaliku häbistamise nähtusest ning vastata töö uurimisküsimustele. Oluliseks puuduseks minu töö juures on aga see, et Facebooki otsing kuvab vasteid valikuliselt. Minu valimisse kuulusid meelelahutusliku häbistamise grupid, mida kuvati otsingusõnaga „*shaming*“, kuid vastete seas polnud sugugi mitte kõik grupid, mille pealkirjas see sõna sisaldub.

Töö kirjutamisel oli keeruline teha vahet meelelahutuslikul ja korralekutsuval häbistamisel. Olin sunnitud suure osa oma töö valimi gruppidest välja praakima, sest mõistsin, et mõnedes gruppides toimuv pole meelelahutuslik avalik häbistamine. Näiteks tekkis küsimus liikluskultuuri kategooria puhul, kus esmapilgul tundus toimuv meelelahutuslik, mistõttu jätsin grupid enda valimisse. Hiljem aga märkasin, et kuna sageli on taotluslikult näidatud liikluskorda rikkunud auto numbrimärki või anonümiseerimata inimest, kes on oma sõiduuskustega teisi inimesi ohustanud, pole siiski tegemist meelelahutusliku tegevusega.

Intervjuude jaoks oli valimi kokkusaamine võrdlemisi raske. Kontakteerusin Facebookis üle 150 inimesega, kellest kaheksa olid valmis intervjuud andma. Siinkohal mängib kindlasti olulist rolli asjaolu, et kui Facebookis kirjutada inimesele, kes ei ole kontakteeruva inimese sõbralistis, saab teine inimene selle kohta sõnumitaotluse. Tõenäoliselt ei jälgi paljud inimesed enda sõnumitaotlusi kuigivõrd aktiivselt, mistõttu võis värbamiskiri märkamata jääda. Möödapääsmatu on arvesse võtta ka asjaolu, et tegelesin inimeste uuringusse värbamisega ülemaailmsest pandeemiast tingitud kriisi ajal. Seetõttu ei pruukinud paljudel inimestel olla mahti, et panustada energiat uurimuses osalemisse.

Võrreldes audio- ja kirjalikke intervjuusid, tootsin välja, et audiotervjuude puhul avasid häbistamisgruppi puudutavat teemat modministraatorid palju rohkem. Verbaalne vestlus võimaldas luua parema kontakti ja atmosfääri, et intervjueritaval oleks mugavam rääkida. Kirjaliku vestluse puhul olid vastused märkimisväärselt lühemad verbaalse vestluse vastustest. Tõenäoliselt oleks aidanud kirjalikul teel intervjueritavatel ammendavamaid vastuseid saada küsimuste ühekaupa esitamine, mille vältel saaks mugavamalt esitada täpsustavaid küsimusi. Minu otsus saata kirjalikult intervjueritavatele kõik küsimused korraga oli tingitud sellest, et paljude inimestega oli meil arvestatav ajavahe, mis oleks suhtluse väga lünklikuks ja venivaks muutnud. Samuti leian, et inimesed, kes nõustuvad audiotervjuudega, on julgemad ning valmis uuringusse rohkem panustama, mistõttu tundus mõistlik teha kirjalikul teel intervjueritavate jaoks protsess võimalikult vähe tülikaks ja lihtsaks, et oleks väiksem tõenäosus, et intervjuu poole peal katkestatakse.

Minu töö võrdlemisi väikese valimi tõttu ei saa teema kohta põhjanevaid järeldusi teha, mistõttu on teema edasine uurimine vajalik ning võimalusi selleks on mitmeid. Tegemist on uue nähtusega internetikultuuris ning ühe võimaliku teemana soovitaksin intervjuerida gruppide liikmeid, et saada täpsem ülevaade inimeste motivatsioonist häbistamisega tegelemiseks ning viisidest, kuidas nemad meelelahutuslikku häbistamist mõtestavad. Samuti oleks soovituslik süveneda rohkem gruppides avaldatavasse sisusse, et anda ülevaade teema eetilistest konfliktidest. Võimaluse korral soovitaksin intervjuerida ka inimesi, keda on mõnes grupis häbistatud ning kes on sellest ka teada saanud, et paremini mõista, milline on meelelahutusliku häbistamise mõju häbistatava jaoks.

KOKKUVÕTE

Minu töö keskendus meelelahutuslikule avalikule häbistamisele, mis leiab aset Facebooki gruppides, eesmärgiga nähtust paremini kaardistada ning mõista gruppide administraatorite ja moderaatorite, koondnimetusega modministraatorite perspektiivi nähtuse kohta. Eesmärkide saavutamiseks kasutasin standardiseeritud kontentanalüüsi, millega analüüsisin 67 häbistamisega tegelevat Facebooki gruppi, ning viisin läbi kaheksa semistruktureeritud intervjuud häbistamisgruppide modministraatoritega.

Tulemuste põhjal saab väita, et Facebookis tegutsevad meelelahutusliku häbistamise grupid keskenduvad eelkõige välimuse, pulmade ja abielu ning koduloomadega seotud teemadele. Kusjuures esimesed kaks teemakategooriat olid ka liikmete arvu poolest kõige suuremad. Valdav osa gruppidest olid mitteavalikud, mis tähendab, et sisu oli nähtav vaid grupi liikmetele, mida kasutatakse meetmena, et inimesed julgeksid avameelsemalt grupis osaleda. Liikmeid võetakse gruppidesse enamasti liitumisankeedi põhjal, millega vahel välistatakse teatud maailmavaatega inimesi, tekitades grupis kõlakoja efekti (Jamieson & Cappella, 2008: 76).

Gruppide liikmed on valdavalt naissoost ja vanusevahemikus 20-60 eluaastat. Liikmetevaheline seotus oli pigem nõrk – puudus oluline emotsionaalne side, tegemist oli pigem sarnase mõttelaadiga inimestega. Küll aga esines tihedam kogukond gruppide haldajate seltsis. Oluline on silmas pidada, et tegemist on modministraatorite seisukohaga – grupi liikmete seas võib kogukonnatunne olla tugevam. Samuti oli seotus nõrk gruppidevaheliselt: teisi nähti pigem negatiivses valguses, gruppidele heideti ette liigset reglementeeritust, modministraatorite haldamisotsuseid ja ebameeldivat grupisisest mentaliteeti. Modministraatorite arvates olid inimeste häbistamisega tegelevad grupid ebamoraalsemad kui näiteks esemeid häbistavaid grupid, kuid tegemist võib olla viisiga enda grupi tegevuse õigustamiseks, sest just eriti veebikeskkondades ei soovi inimesed sageli tunnistada, et tegeletakse häbistamisega (Skoric *et al.*, 2010: 195).

Modministraatoritel on grupis oluline roll, lahendades grupisisesid konflikte, kontrollides positsi enne avaldamist ning jälgides, et arutelu püsiks grupi temaatilistes raamides. Modministraatorite kuvandit grupi liikmete jaoks nähti positiivsena – olukordadesse suhtutakse rahulikult ning käitatakse sõbralikult, samas tunnistatakse, et kohati ollakse liiga passiivsed. Oma positsiooni juures hinnati enim grupi humoorikat sisu ja liikmetega suhtlemist. Domineerisid aga negatiivsed aspektid, millest toodi välja, et grupis esineb palju konflikte, diskrimineerimist ja

rahulolematust haldamisega – need olid ka gruppides levinumad probleemid. Sellest hoolimata aga pole modministreerimisel olnud intervjueeritavate elule erilist mõju.

Grupi kommunikatsioonireeglid kujunevad reglemendi ning modministraatorite ja liikmete tegevuse koosmõjul. Suuremate gruppide haldamine võib intervjueeritavate sõnul olla keerulisem, nõudes ka üksikasjalikemaid reegleid. Vahel võtavad modministraatorid grupi reeglite määramisel eeskuju teistest gruppidest. Reeglitega väärtustati enim omavahelist viisakat suhtlust, millega luuakse sõbralikku ja austavat keskkonda, ning postituste teemakohasust ja kvaliteeti. Teine oluline funktsioon on modministraatoritele otsustusõiguse tagamine, võimaldades neil kasutajaid karistades viidata rikutud reeglitele. Sageli nõuti grupi liikmetelt postitades ka diskreetsust ja anonüümsust, kuid seejuures ei suudeta tingimata tagada sotsiaalset anonüümsust (Hayne & Rice, 1997: 432). Reeglite täitmist jälgivad nii modministraatorid kui ka tavaliikmed, viimased funktsioneerivad grupis normivalvena (Solove, 2007: 85), juhtides tähelepanu juhtumitele, kus reegleid on rikutud. Modministraatorid kasutasid aga reeglite järelvalvet teostades enim kaitsvat haldamisstiili (Matias, 2019: 5), pöörates tähelepanu marginaliseeritud kogukondade kaitsele.

Gruppides toimuv häbistamine võib intervjueeritavate arvates olla sõltuvalt olukorrast kas re- või desintegreeriv (Braithwaite, 1989: 55). Desintegreeriv häbistamine oli suunatud pigem grupi liikmetele, kes on kogukonna reeglite vastu eksinud. Häbistamisgruppidesse meelitab kasutajaid intervjueeritavate sõnul meelelahutuslik sisu, mis on ka häbistamisgruppide põhiliseks funktsiooniks. Seejuures võib grupi sisu olla inimeste enesepeegeldus ehk viis kontrollida, mis on ühiskonnas aktsepteeritav käitumine. Üldiselt aga nõustuti, et suuremat või üllamat eesmärki häbistamisgrupid maailmas ei taotle kui grupi liikmete tuju parandamine.

Minu bakalaureusetöö on üks esimesi, mis meelelahutuslikku avalikku veebihäbistamist põhjalikumalt käsitleb ning teema juures on veel mitmeid võimalikke uuritavaid aspekte. Põhjalikumalt võiks analüüsida postituste ja kommentaaride sisu, et nähtuse olemust paremini mõista. Samuti võiks intervjueerida grupi liikmeid, et teada saada, kuidas nemad meelelahutuslikku häbistamist mõttestavad. Huvitav oleks küsitleda ka inimesi, keda on grupis häbistatud ning kes on sellest teada saanud, et paremini kirjeldada eetilisi konflikte ja probleeme, mis nähtuse puhul esinevad.

SUMMARY

Shaming for entertainment: Overview of Facebook shaming groups and the modadministrators' perspective

My bachelor's thesis focused on public entertainment shaming that is taking place in Facebook groups, with the aim of mapping the phenomenon and understanding the perspective of the groups' moderators and administrators, collectively referred to as modadministrators. In order to pursue these aims, I used standardised qualitative content analysis to analyse 67 shaming groups, and qualitative content analysis, using which I analysed eight interviews conducted with the modadministrators of shaming groups.

From the results of this study, it can be concluded that mainly online shaming groups focus on themes such as looks, weddings and marriage and pets. The first two categories were the ones that also had the most members. Most shaming groups are closed, meaning that the content is visible to only the group's members, which is used to get members to participate in the groups in a more opened manner. The members are accepted into the groups on the basis of a questionnaire, which some groups use to filter out people with certain world views. This creates an echo chamber effect, where opposing views are not represented (Jamieson & Cappella, 2008: 76).

Typical group members are usually female, aged 20-60. There appears to lack an emotional bond between the members – the interviewees described other group members as like-minded people. The group modadministrators seemed to have a tighter connection, although it must be taken into account that these are the perceptions of group modadministrators and the community may be tighter from the perspective of other group members. The community is not close between the shaming groups either – other groups were perceived negatively because of their strict rules, bad decisions of the modadministrators or unpleasant manner of communication inside the group. The interviewees also pointed out that the groups who do not shame people, but for example objects, are less immoral than the groups who shame other people. This may be a way to justify the groups' activities, because people particularly in online environments may not want to admit that they shame others (Skoric *et al.*, 2010: 195).

Modadministrators have an important role in the groups, as they are resolving conflicts in the group, checking posts before publication and maintaining the discussion in accordance with the theme of

the group. The modadministrators perceived themselves positively and explained that they act friendly and level-headed in the group, but also confessed they sometimes feel passive in the group. Positive aspects for the modadministrators appeared to be the quality of the posted content and the discussion that goes along with it. However, overall the modadministrators brought out more negative aspects – conflicts, discrimination and complaining about the modadministrators' decisions were common problems in the groups. In spite of this, the interviewees did not feel the groups had an effect on their private life.

The groups' rules of communication are developed and maintained using rules and the activity of group members and modadministrators. According to the interviewees, the management of larger groups can be more difficult and may require more specific rules. Sometimes the modadministrators used other groups as an example for setting the rules for their own group. Polite communication was valued most with the rules, using which a more respectful and friendly environment is created. The second important aspect for the rules is ensuring the decision-making power of the modadministrators, enabling them to sanction users with regard to the rules that have been broken. Often it was required from the contributors to be discrete and anonymise the person they shame, but social anonymity is not always guaranteed (Hayne & Rice, 1997: 432). Both the modadministrators and group members monitor people's compliance with the rules. The members therefore function as norm police (Solove, 2007: 85) in the group, drawing attention to the instances where some of the rules have been broken. Modadministrators mostly used defensive style (Matias, 2019: 5) for moderating, which means they focus on the protection of minorities.

According to the interviewees, depending on the situation, shaming that takes place in the groups can be either re- or disintegrative (Braithwaite, 1989: 55). Disintegrative shaming is used on the members who have broken the group's rules. Users are drawn to shaming groups because of the humorous content and this also appears to be the groups' main function. Members may sometimes use shaming groups as reference groups (Bord, Staufenbiel & Scherer, 1988: 82) to understand which type of behaviour is accepted in society. Overall it was agreed upon by the interviewees that shaming groups are not pursuing a bigger aim in the world other than entertaining people.

My bachelor's thesis is one of the first to analyse the phenomenon of online entertainment shaming groups more thoroughly so there are quite a lot of options for future research. I would recommend to focus on the groups' content, analyse the posts and comments to better understand online

shaming groups. Group members should also be interviewed to analyse their perspective of this phenomenon. Lastly, it would be interesting to interview the people who have been shamed in the groups and have found out about it in order to understand the ethical problems that appear with this sort of shaming.

KASUTATUD MATERJALID

- Basak, R., Sural, s., Ganguly, N. & Ghosh, S. K. (2019). Online Public Shaming on Twitter: Detection, Analysis, and Mitigation. *IEE Transactions on Computational Social Systems*, 6(2), 208-220.
- Baym, N. K. & boyd, d. (2012). Socially Mediated Publicness: An Introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3). 320-329.
- Berelson, B. (1954). Content Analysis. G. Lindzey (toim), *Handbook of Social Psychology. Vol.1: Theory and Method* (lk 488–522). Cambridge: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Billig, M. (2005). *Laughter and Ridicule: Towards a Social Critique of Humour*. SAGE Publications Ltd.
- Bord, I., Staufienbiel, T. & Scherer, K. R. (1988). *On the symbolic basis of shame. Facets of emotion: Recent research* (lk 79-98). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- boyd, d. & Marwick, A. (2011). Social Privacy in Networked Publics: Teens' Attitudes, Practices, and Strategies. *A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society*. 22. september. Oxford.
- Braithwaite, J. (1989). *Crime, shame and reintegration*. New York: Cambridge University Press.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4. väljaanne). Oxford, New York: Oxford University Press.
- Buckles, E. E., Trapnell, P., D., & Paulhus, D., L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*, 67, 97-102.
- Burgess, J. (2008). All your chocolate rain are belong to us? Viral Video, YouTube and the dynamics of participatory culture. G, Lovink & S. Niederer (toim). *Video Vortex Reader: Responses to YouTube* (lk 101-109). Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Christopherson, K. M. (2007). The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: "On the Internet, Nobody Knows You're a Dog". *Computers in Human Behavior*, 23(6). 3038-3056.

- Clinard, M. B., Meier, R. F. (1998). *Sociology of Deviant Behavior* (10. väljaanne). New York: Harcourt Brace College Publishers
- Cruz, A. G. B., Seo, Y. & Rex, M. (2018). Trolling in online communities: A practice-based theoretical perspective. *The Information Society*, 34(1). 15-26.
- De Salve, A., Mori, P., Guidi, B. & Ricci, L. (2019). An Analysis of the Internal Organization of Facebook Groups. *Transactions on Computational Social Systems*, 6(6). 1245-1256.
- de Vries, A. (2015). Use of Social Media for Shaming Strangers: Young People's Views. *48th Hawaii International Conference on System Sciences*. Hawaii, 26. märts. 2053-2062.
- Ellison, N. B., Vitak, J., Steinfield, C., Gray, R., Lampe, C. (2011). Negotiating Privacy Concerns and Social Capital Needs in a Social Media Environment. S. Trepte, L. Reinecke (toim), *Privacy Online* (lk 19-32). Heidelberg: Springer-Verlag.
- Flaxman, S., Goel, S. & Rao, (2016). Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1). 298-320.
- Ford, T. E., Ferguson, M. A. (2004). Social Consequences of Disparagement Humor: A Prejudiced Norm Theory. *Personality and Social Psychology Review*, 8(1). 79-94.
- Gallardo, K. L. (2017). Taming the Internet Pitchfork Mob: Online Public Shaming, the Viral Media Age, and the Communications Decency Act. *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law*, 19(3), 721-746.
- Garvey, S. P. (1998). Can Shaming Punishments Educate? *The University of Chicago Law Review*, 65(3), lk 733-794.
- Gehm, T. L., Scherer, K. R. (1988). Relating situation evaluation to emotion differentiation: Nonmetric analysis of cross-cultural questionnaire data. *Facets of emotion: Recent research* (lk 61-77). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (2001). *Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, 12(3). 347-364.

- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on face-to-face behavior*. New York: Doubleday.
- Goffmann, E. (1966). *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. New York: The Free Press.
- Greig, J. (2019). From weddings to Disney, why do people enjoy 'shaming' groups on Facebook? *Metro*, 16. august. Kasutatud 05.01.2020, <https://metro.co.uk/2019/08/16/from-weddings-to-disney-why-do-people-enjoy-shaming-groups-on-facebook-10553933/>
- Harvey, L. (2019). Inside the toxic world of wedding shaming. *BBC*, 8. august. Kasutatud 16.01.2020, <https://www.bbc.co.uk/bbcthree/article/d9febbb7-0606-40df-aac1-d6e623cdd3f9>
- Hayne, S. C. & Rice, R. E. (1997). Attribution accuracy when using anonymity in group support systems. *International Journal of Human-Computer Studies*, 47(3). 429-452.
- Hinchcliffe, V. & Gavin, H. (2009). Social and Virtual Networks: Evaluating Synchronous Online Interviewing Using Instant Messenger. *The Qualitative Report*, 14(2). lk 318-340.
- Hoechsmann, M. (2008). Audience incorporated (inc.): Youth cultural production and the new media. *Journal of Curriculum Theorizing*, 24(1), 60–70.
- Hsieh, H.-F. & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15, lk 1277-1288.
- Hunt, E. (2016). US Daily Beast website takes down article discussing Grindr dates with Olympic athletes. *The Guardian*, 12. august. Kasutatud 16.01.2020, <https://www.theguardian.com/sport/2016/aug/12/us-daily-beast-website-takes-down-article-discussing-grindr-dates-with-olympic-athletes>
- James, N. & Busher, H. (2006). Credibility, authenticity and voice: Dilemmas in online interviewing. *Qualitative research*, 6(3), 403-420.
- Jamieson, K. H. & Cappella, J. N. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. New York: Oxford Univeristy Press, Inc.
- Kalmus, V. (2015). Standardiseeritud kontentanalüüs. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaasi kodulehekülj*. Kasutatud 30.12.2019 <http://samm.ut.ee/kontentanalyyis>

Kalmus, V., Masso, A., Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaasi kodulehekülg*. Kasutatud 25.03.2020. <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

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

Kaur, J. (2014). iPhone 6, iOS 8 'Wave-Charge' Hoax: 4Chan Ads Claiming Microwaving could Quickly Charge the Device are Fake and Can Cause Hazard. *International Business Times*, 25. September. Kasutatud 13.05.2020, <https://www.ibtimes.com.au/iphone-6-ios-8-wave-charge-hoax-4chan-ads-claiming-microwaving-could-quickly-charge-device-are-fake>

Korraldus (15.03.2019). *Riigi Teataja I*. Kasutatud 18.01.2020, <https://www.riigiteataja.ee/akt/KorS>.

Lagerspetz, M. (2017). *Ühiskonna uurimise meetodid*. Tallinn: TLÜ Kirjastus.

Laherand, M.-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: Infotrükk.

Laidlaw, E. B., (2017). Online Shaming and the Right to Privacy. *Laws* 6(3), artikkel 19. doi: 10.3390/laws6010003.

Laineste, L. (2013). Funny or aggressive? Failed humour in Internet comments. *Folklore: Electronic Journal of Folklore*, (53), 29-46.

Lemley, M. A. (1998). The law and economics of internet norms. *Chicago-Kent Law Review*, 73(4), 1257-1294

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. & Strömpl, J. (2014). Intervjuu. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaasi kodulehekülg*. Kasutatud 03.03.2020 <http://samm.ut.ee/intervjuu>

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

Markham, A., N. (2004). Internet communication as a tool for qualitative research. *Qualitative Research. Theory, Method and Practice* (lk 95-124). Sage Publications.

- Marwick, A. E. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1). 114-133.
- Matias, J. N., (2019). The Civic Labor of Volunteer Moderators Online. *Social Media + Society*, 5(2). 1-12
- May, T. (2011). *Social Research. Issues, methods and process (4. väljaanne)*. Glasgow: Bell & Bain Ltd.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis. Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Klagenfurt.
- Mikhalkova, E., Tretyakov, P., Pupysheva, I., Ivanov, A. & Ganzherli, N. (2020). Humor As a Means of Manipulating a Social Group's Opinion in Modern Online Communities (A Case-Study on 'the Houses of 2ch and Pikabu). *Fourth international Scientific Conference Communication Trends in the Post-literacy Era: Multilingualism, Multimodality, Multiculturalism*, 351-365.
- Morton, B. (2001). Bringing Skeletons out of the Closet and into the Light: "Scarlet Letter" Sentencing Can Meet the Goals of Probation in Modern America Because It Deprives Offenders of Privacy. *Suffolk University Law Review*, 35(1), 97-124.
- Murumaa-Mengel, M. (2017). *Managing Imagined Audiences Online: Audience Awareness as a Part of Social Media Literacies*. Doktoriväitekiri. Tartu Ülikool, sotsiaalteaduste valdkond, ühiskonnateaduste instituut.
- Murumaa-Mengel, M. (ilmumas 2020). Ekraanide poolt vahendatud intervjuud ja projektiivtehnikad ning loovuurimismeetodid veebikeskkondades. K. Tiidenberg, A. Masso & A. Siibak (toim.). *Andmeühiskonna uurimise meetodid*. Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus.
- Newman, J. (2015). Jon Ronson: Why We Should Forgive Infamous Tweeter Justine Sacco. *Rolling Stone*, 15. aprill. Kasutatud 23.05.2020. <https://au.rollingstone.com/culture/culture-news/jon-ronson-why-we-should-forgive-infamous-tweeter-justine-sacco-2-682/>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble*. New York: Penguin Group.
- Paulussen, S., & Harder, R. A. (2014). Social media references in newspapers: Facebook, Twitter and YouTube as sources in newspaper journalism. *Journalism practice*, 8(5), 542-551.

- Phillips, W. (2011). LOLing at tragedy: Facebook trolls, memorial pages and resistance to grief online. *First Monday*, 16(12).
- Ramoz-Leslie, N. J. (2011). *Doin' it for the lulz: a contemporary analysis of internet humor*. Doktoriväitekiri. Whitman College.
- Ronson, J. (2017). *Ah et sind on avalikult häbistatud*. Tallinn: Hea lugu.
- Rooke, B. (2013). Four Pillars of Internet Research Ethics with Web 2.0. *Journal of Academic Ethics*, 11, lk 265-268.
- Rosen, J. (2004). *The Naked Crowd: Reclaiming Security and Freedom in an Anxious Age*. New York: Random House.
- Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamine*. Kasutatud 20.12.2019, <http://samm.ut.ee/valimid>
- Saunders, B., Kitzinger, J. & Kitzinger, C. (2015). Anonymising interview data: challenges and compromise in practice. *Qualitative Research*, 15(5), lk 616-632.
- Scmidt, J. H. (2014). Twitter and the rise of personal publics. *Twitter and society*, 3-14.
- Sex and Tech: Results from a Survey of Teens and Young Adults* (n.a). Kasutatud 17.01.2020 https://www.dibbleinstitute.org/pdf/SexTech_Summary.pdf
- Sia, C.-L., Bernard, Tan, B. C. Y. & Wei, K.-K. (2002). Group Polarization and Computer-Mediated Communication: Effects of Communication Cues, Social Presence, and Anonymity. *Information Systems Research*, 13(1). 70-90.
- Skoric, M. M., Wong, K. H., Chua, J. P E., Yeo, P.J. & Liew, M.A. (2010). Online Shaming in the Asian Context: Community Empowerment or Civic Vigilantism? *Surveillance and Society*, 8(2). 181-199.
- Solove, D. (2007). *The future of reputation: gossip rumor, and privacy on the Internet*. New Haven: Yale University Press
- Soodla, S. (2012). *Jõgevamaa koolide 7. klassi poiste ja tüdrukute riskikäitumine reaalelus ja interneti*. Magistritöö. Tartu Ülikool, haridusteaduste instituut.

- Spatz, M. (2002). Shame's revival: An Unconstitutional Regression. *University of Pennsylvania Journal of Constitutional Law*, 4(4), 827-849.
- Suler, J. (2005). Contemporary Media Forum. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 2(2). 184-188).
- Tiidenberg, K. (2017). *Ihu ja hingega internetis*. Tallinn: TLÜ Kirjastus.
- Trice, M., Potts, L. & Small R. (2019). Values versus Rules in Social Media Communities: How Platforms Generate Amoralism on reddit and Facebook, J. Reyman, & E. M. Sparby (toim). *Digital Ethics. Rhetoric and Responsibility in Online Aggression*. (lk 33-50) New York: Routledge.
- Väli-Kurnikov, D. (2019). *Vaimse vägivalda raskusaste ühe kooli õpetajate ja õpilaste hinnangutes*. Lõputöö. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia, kultuurihariduse osakond.
- Walrave, M., Heirman, W., & Hallam, L. (2014). Under pressure to sext? Applying the theory of planned behaviour to adolescent sexting. *Behaviour & Information Technology*, 33(1), 86-98.
- Wolf, M. P. (2002). A Grasshopper Walks into a Bar: The Role of Humour in Normativity. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 32(3), 330-343.
- Wooten, D. B. (2006). From Labeling Possessions to Possessing Labels: Ridicule and Socialization among adolescents. *Journal of Consumer Research*, 33(2), 188-198.
- Wu, T.-Y. & Atkin, D. J. (2018). To comment or not to comment: Examining the influences of anonymity and social support on one's willingness to express in online news discussions. *New media & society*, 20(12). 4512-4532.

LISAD

Lisa 1. Gruppide tunnuste kodeerimine

Gruppide reeglite kodeerimine

1. kategooria – postituste ja kommentaaride teemakohasus, kvaliteet

2 – ei postita reklaami

3 – ei tee rämpspostitusi/spämmi

4 – postitada vaid grupi temaatikale vastavat sisu

16 – postitada tohib uut sisu, mitte internetis juba populaarseid asju. Soovitakse värsket sisu.

20 – ei postita sisu, kus kiitled või uhkustad või küsid nõu.

22 – postitades ning kommenteerides postitusi peab häbistama, mitte kiitma.

28 – ei häbista iseennast.

2. kategooria – sündsus

9 – ei tee postitusi alaealiste inimeste kohta.

12 – kui postituses sisaldub häirivat sisu, peab sellest postituse alguses hoiatama.

27 – ei jaga grupis tsensuurset materjali. Toodi põhjenduseks, et see võib grupi seada ohtu Facebooki ees, kardetakse tegutsemiskeeldu saada.

3. kategooria – grupi tagasiside postitustele

10 – ei kustuta oma postitust, kui selle vastukaja pole see, mida ootasid. Üldiselt viidati sellele fraasiga „*dirty deleting*”.

13 – ei lülita oma postituse jaoks kommenteerimist välja.

30 – ei häbista postituse tegijat.

4. kategooria – grupisisene viisakas suhtlus

1 – austamine või lahkus üksteise vastu, keeld teiste grupi liikmete vastu ebameeldiv olla

7 – ei põhjusta ebavajalikke intriige

15 – kommenteerides või postitades ei too teemaks inimese rassi või seksuaalsust ega ka poliitikat.

17 – ei sõima, tülitse ega pea vihakõnet.

18 – ei mõnita inimese puhul asju, mis pole teemakohased. Näiteks küünte häbistamise grupis ei too teemaks inimese kehakaalu vms.

5. kategooria – diskreetsuse ja anonüümsuse tagamine

5 – postituses kujutatud või käsitletud inimese anonümiseerimine.

8 – Ei kontakteeru inimestega, kes gruppides tegutsevad. Üldiselt viidati sellele fraasiga „*don't go real life*”.

19 – ei jaga grupis toimuvat väljapoole gruppi.

26 – jagades grupis toimuvast kuvatõmmiseid kuhugi mujale tuleb inimesed anonümiseerida.

6. kategooria – administreerimise ja modereerimise põhimõtted

6 – keeld postitusi või grupis toimuvat Facebookile raporteerida. Üldiselt toodi põhjenduseks, et pigem tuleb märkida mõni moderaator või admin, sest vastasel juhul võib Facebook gruppide tegevust piirata.

11 – ei blokeeri administraatoreid või moderaatoreid.

14 – ei kontakteeru administraatorite või moderaatoritega, kui sind on blokeeritud või vaigistatud.

23 – moderaatorite ja administraatoritega ei tohi ühendust võtta.

24 – ei tohi olla austusetu moderaatorite ja administraatorite suhtes.

25 – moderaatoritel ja administraatoritel on vaba voli blokeerida või vaigistada inimesi ja postitusi.

7. kategooria – muu

21 – jagades gruppi kellegi teise sisu, kasuta kuvatõmmiseid, ära jaga sama postitust.

29 – täida ankeet, mis esitatakse, kui soovid grupiga liituda.

Gruppide avalikkuse kodeerimine

1 – mitte-avalik

2 – avalik

Gruppide temaatiline kodeerimine

1 – dekoratsioonide ja käsitöö kategooria, kuhu postitatakse meelelahutuslikke pilte ebaõnnestunud esemetest, mis on dekoratiivsetest või isetehtud.

2 – kaubanduse ja äri kategooria, kuhu postitatakse meelelahutuslikke pilte komisjonipoodides või Facebooki turul müüdavate esemete kohta.

3 – koduloomade kategooria, kuhu postitatakse meelelahutuslikul eesmärgil sisu koduloomade käitumise kohta.

4 – liikluskultuuri kategooria, kuhu postitatakse sisu inimeste halbade sõiduuskuste või koledate sõidukite kohta.

5 – pulmade ja abielu kategooria, kuhu tehakse postitusi pulmaatribuutika esteetilise väärtuse kohta ning juhtumite kohta, mis on toimunud kellegi laulatusel või mis on toimunud kellegi suguvõsas.

6 – toidukategooria, kuhu postitatakse sisu ebaõnnestunud söögitegemisest või ebameeldivatest restoranikogemustest.

7 – välimuse kategooria, kuhu postitatakse ehete, meigi, tätoveeringute või muu taoliste välimusega seotu kohta.

8 – muu kategooria, kuhu liigitusid kõik grupid, mis teistesse kategooriatesse ei sobinud ega olnud piisavalt arvukad, et eraldi kategooriat moodustada.

Lisa 2. Intervjuukava eesti keeles

I Tutvustus

- Töö konteksti ja eesmärgi selgitamine, anonüümsuse tagamine (nimesid ega detaile, mille järgi saaks isiku tuvastada, töös ei avaldata).
- Küsimused või ettepanekud intervjueeritavalt

II Sissejuhatus ja grupi iseloomustus

- Kas saaksite esmalt kirjeldada gruppi, mida administreerite/modereerite, nagu seda näete?
- Mida seal tavaliselt häbistatakse?
- Millised on selle grupi tüüpilised postitused?
- Kuidas teie grupp nii suureks kasvas? Mis selle viraalseks muutis?
- Kas olete teinud midagi, et tuua rohkem inimesi gruppi?
- Kes on grupi tüüpilised liikmed teie arusaamise järgi? Kas saaksite tuua näiteid inimtüüpide või nende *online*-käitumise kohta?
- Kuidas näete enda kogukonda, kuidas mõtlete inimestest enda grupis? Kas nad on teie sõbrad, samameelsed, perekond, publik, armee, kamp vms – mis kirjeldaks kõige paremini tunnet, mida nende vastu tunnete?
- Mis te arvate, mis on teie grupi sihiks? Miks inimesed selles osalevad?

II Administreerimine ja modereerimine

- Miks otsustasite hakata enda grupis administraatoriks/moderaatoriks?
- Mis on teie roll – kas saaksite kirjeldada tüüpilisi asju, mida oma rollis teete?
- Kuidas teile teie positsioon meeldib?
- Mis on selle juures positiivset?
- Mis on selle juures negatiivset?
- Paljun kirjeldage oma suhet teiste moderaatorite ja administraatoritega, kes teie grupis on.
- Mis probleemidega inimesed teiega ühendust võtavad? Mis on teie grupis tüüpilised probleemid?
- Kuidas arvate, et teised grupi liikmed teid tajuvad?
- Kuidas ise ennast moderaatorina/administraatorina tajute?
- Millist mõju on administreerimine/modereerimine teile isiklikult avaldanud?

III Reeglite põhimõtted ja pärinemine

- Kas mõtlesite ise enda grupile reeglid välja või kust need pärinevad?
- Kas olete mõnda grupi reeglit ise ka rikkunud? Millist?
- Kas arvate, et grupi reeglid peaksid olema karmimad?
- Miks on häbistamisgrupid peamiselt suletud kogukonnad?
- Paljud grupid keelavad kasutajatel *dirty delete*’mist (sisu kustutamist, kui vastukaja ei vasta ootustele) – millega te seda selgitaksite?
- Paljud grupid keelavad kasutajatel pärisellu minna (kontakteeruda üksteisega mis tahes moel) – millega te seda selgitaksite?

- Miks grupid anonümiseerivad häbistatavaid inimesi? Kas teie arvates on nende inimeste identiteedid kaitstud?
- Kuidas kogukond käitub, kui mõnda reeglit rikutakse?

IV Meelelahutusliku häbistamise mõtestamine

- Mis te arvate, mis on häbistamisgruppide eesmärgiks?
- Mis inimesi nendesse gruppidesse tõmbab, miks nad liituvad?
- Kas te arvate, et teie grupp muudab midagi maailmas?
- Kuidas näete teisi häbistamisgruppe? Kas te olete lähedane kogukond või pigem eraldatud?
- Teaduskirjanduses jaotatakse häbistamist reintegratiivseks, st inimesed tahavad kellegi käitumist muuta, näidata talle tema eksimust ning suunata teda õiges suunas, ja deintegratiivseks, st inimeste tõrjumine, nende eemaldamine kogukonnast või lausa ühiskonnast väljaviskamine. Mis te arvate, millist laadi häbistamisega teie grupis tegeletakse või ehk näete hoopis mõnda muud häbistamiskategooriat?

Kokkuvõte

- Kas sooviksite omalt poolt midagi veel lisada?
- Aitäh teile!

Lisa 3. Intervjuukava inglise keeles

I Introduction

- Explaining the context and the purpose of the research, guaranteeing anonymity (names and details that could be used to identify the person will not be published).
- Questions or proposals from the interviewee.

II Warm up and description of the group

- Could you first, just describe the group that you are the administrator/moderator of, as you see it?
- What is usually being shamed there?
- What are some typical posts in this group?
- How did your group get so big? What made it go viral?
- Have you done something specifically to bring more people into your group?
- Who are the typical members of these groups, once again according to your understanding? Could you think of specific types of people or types of online-behavior for these people?

- How do you see this community, how do you think of the people in your group? Are they your friends, your like-minded in-group, your family, your audience, your army, your flock etc. – what would best describe the feeling you have towards them?
- What do you think is the aim of this group? Why are people participating in it?

III Administrating and moderating

- Why did you become an administrator/moderator in the group?
- What is your role - can you describe the typical things that you do in this role?
- How are you liking the task so far?
- What are the positives to this role?
- What are the negatives to this role?
- Please describe your relationship with the other moderators and administrators in your Facebook group.
- What are the problems that people contact you about? What problems are most typical in your group?
- How do you think other group members perceive you?
- How do you see yourself as a moderator/administrator?
- How do you feel that administrating/moderating has affected you, personally?

III Rules and their background

- Did you generate the rules yourself for your group or what's their origin?
- Have you broken any of the rules yourself? Which ones?
- Do you think the rules should be even more harsh?
- Why are shaming groups mainly a closed environment?
- Many groups forbid their users from dirty deleting (erasing their post if the feedback isn't what they expected) – why do you think that is?
- Many groups forbid their users from going real life (contacting each other in any way) – why do you think that is?
- Why do you anonymise the people you shame in your groups? Are people's identities actually protected, in your opinion?
- How does the community act when some rules (even the unspoken ones) have been broken?

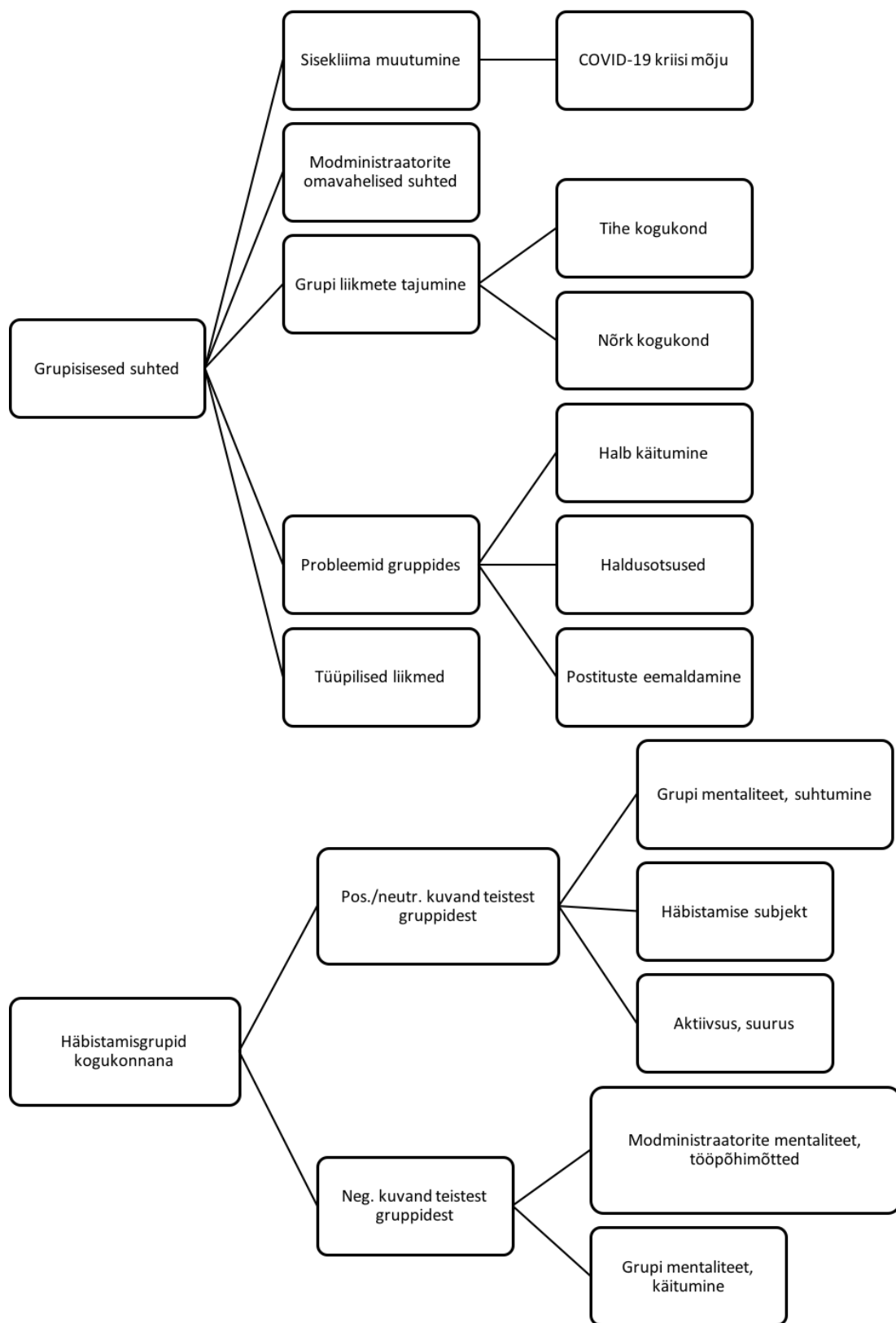
IV Larger context of shaming groups

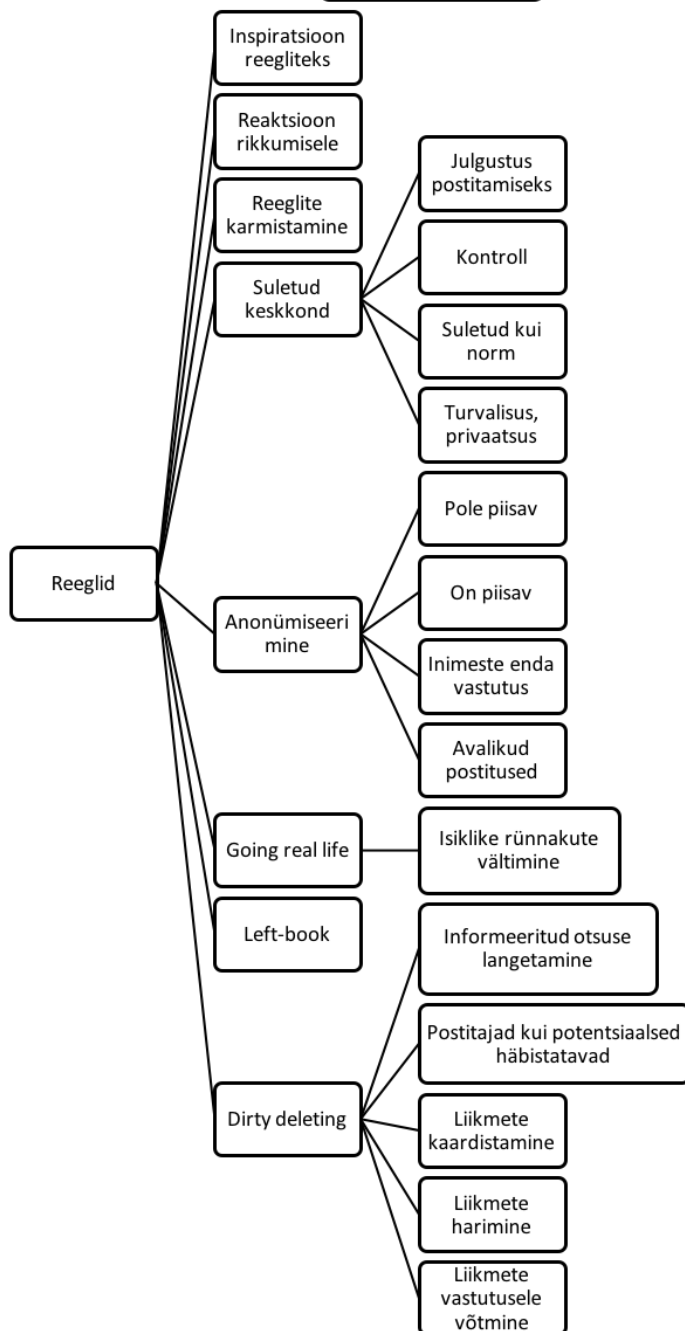
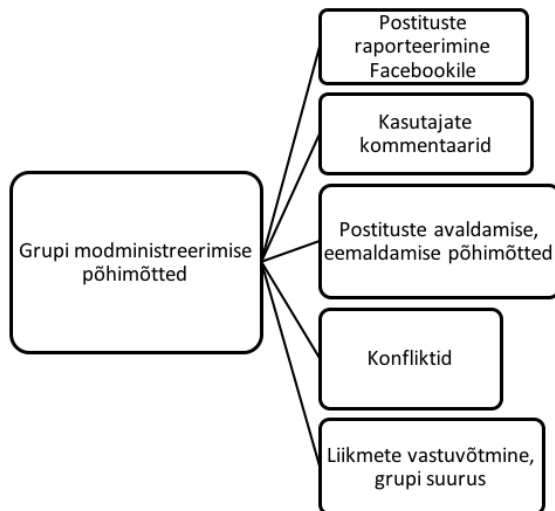
- What do you think is the function of shaming groups?
- What draws people to these groups? Why do they join?
- Do you think that your group, in the grand scheme of things, changes something in the world?
- How do you see other shaming groups? Are you a closely-knit community or do you feel separate from others?
- In academic literature shaming is separated into reintegrative – meaning people want to change someone’s behavior, show them that they are mistaken and point them towards the „right” behavior – and disintegrative shaming – shunning people, kicking them off the community and just throwing them out of (society or groups). What do you think - which one is your group about or is there perhaps some other category of shaming that you see?

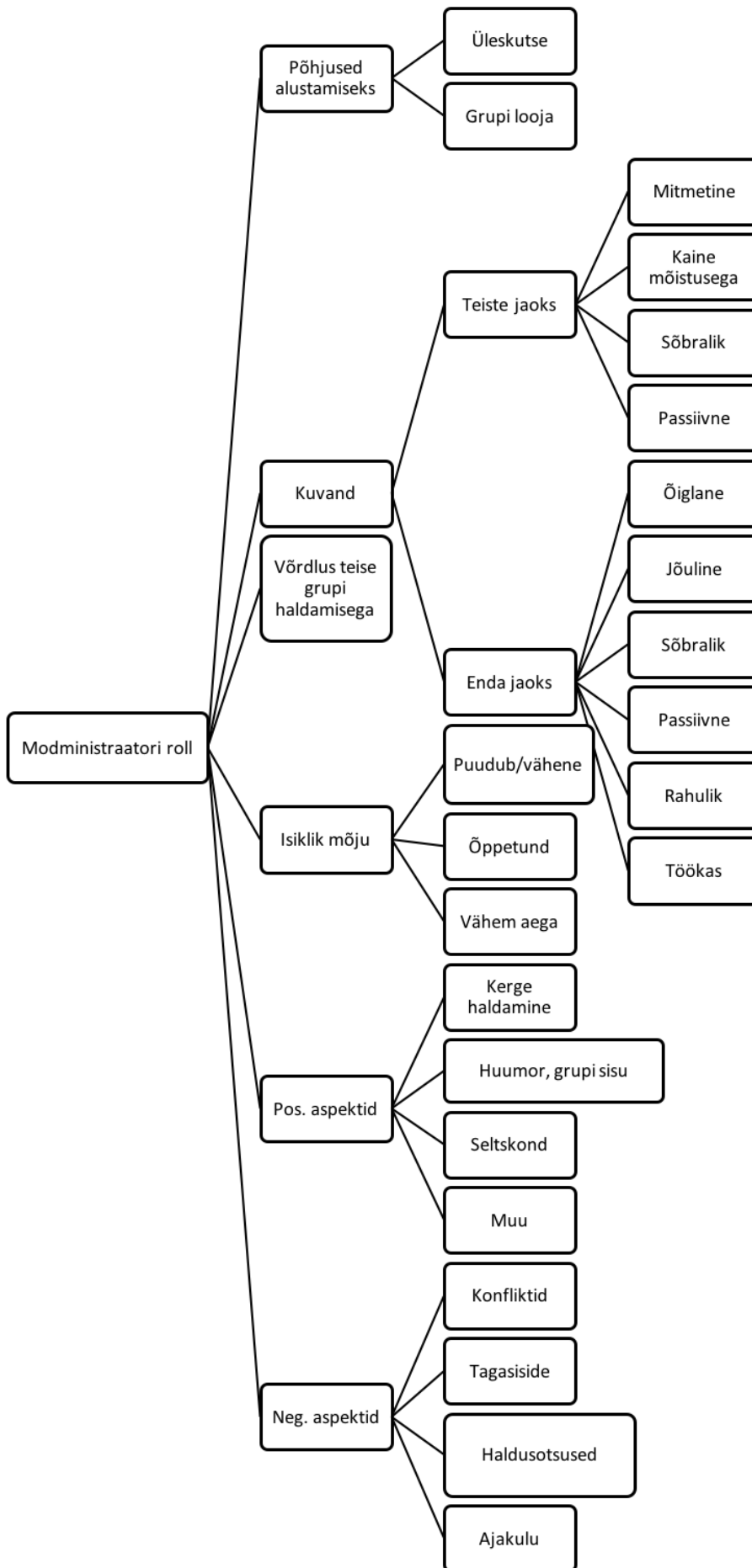
V Summary

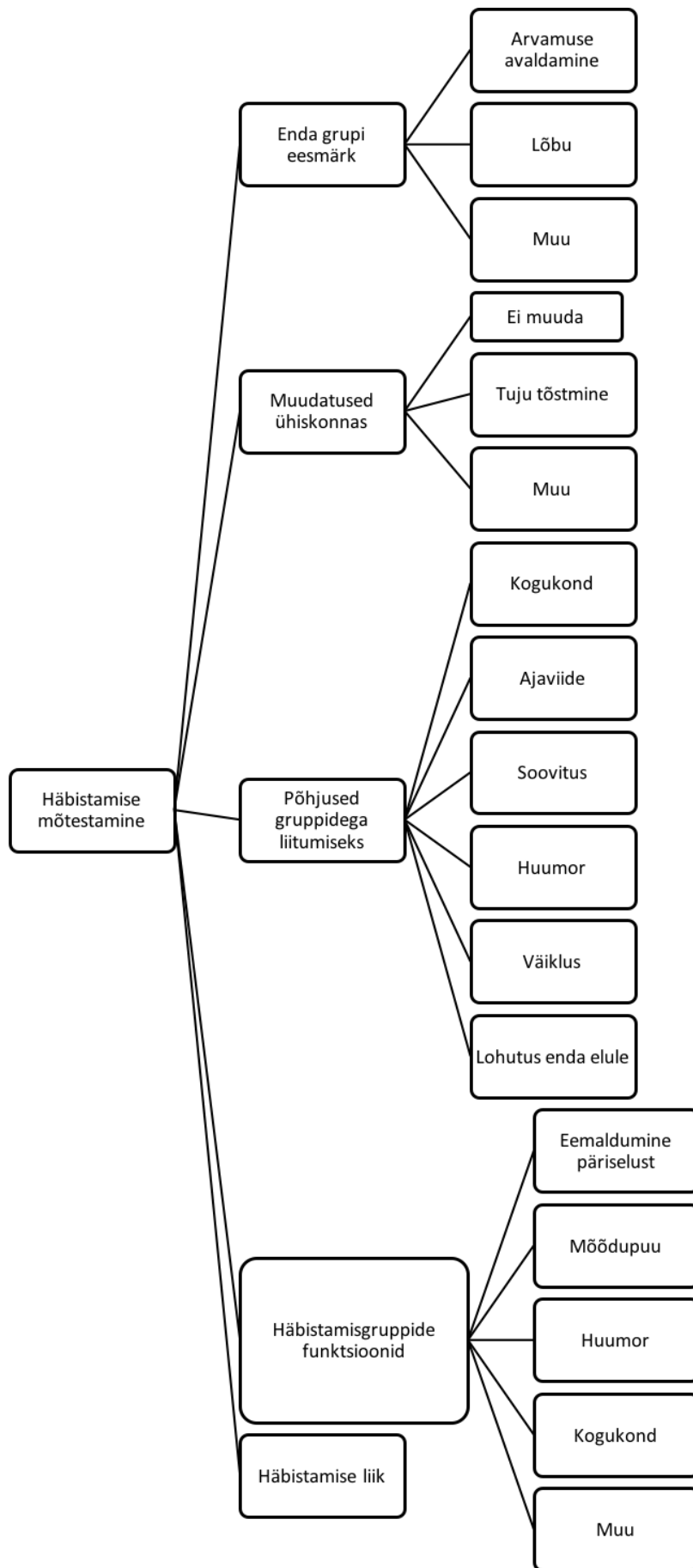
- Do you have anything to add?
- That’s all, thank you!

Lisa 4. Koodipuu









Lisa 5. Värbamiskiri

Hello!

My name is Kaarel Lott and I'm studying media and communication at the University of Tartu in Estonia. I have been a member of many shaming groups for a while now and I'm intrigued and fascinated by both, the phenomenon itself, as well as the social aspect of these communities. So, long story short, I am conducting an academic study on Facebook shaming groups and looking for participants.

Would you be interested in participating in a qualitative online-interview where I ask you some questions about the experience of being an administrator/moderator of the group? You can decide which format and platform is the most comfortable for you - we can video call, do a regular voice call (would take about an hour) or a written interview. I will protect your identity by anonymising you in the interview, follow the ethics guidelines of Association of Internet Researchers and I promise not to misuse any of the information you give me. The output of these interviews is my thesis and potentially an academic journal paper later on.

If you have any questions or doubts, then feel free to contact me here on Facebook or at kaarel.lott@gmail.com. You can also verify this request by contacting my supervisor at University of Tartu, Maria Murumaa-Mengel, PhD at maria.murumaa@ut.ee.

Kind regards,

Kaarel Lott

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Kaarel Lott**,

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

Häbistamine kui meelelahutus: ülevaade Facebooki häbistamisgruppide ja gruppide modministraatorite perspektiiv,

mille juhendaja on **Maria Murumaa-Mengel**,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Kaarel Lott

25.05.2020