

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

**„Ajateenistusse astujate arusaamad infomõjutusest“**

Bakalaureusetöö

Jesper Roon

Juhendaja: Kaspar Kruup, MA

Juhendaja: Kairi Kasearu, PhD

Tartu 2021

# Sisukord

<b>1. Töö teoreetilised ja empiirilised lähtekohad</b>	4
1.1 Ülevaade Eesti kaitseväest ja ajateenistusest	4
1.2 Väärinformatsioon ja desinformatsioon	5
1.3 Sotsiaalmeedia kui relvasüsteem	6
1.4 Sotsiaalmeedia kasutus Eesti noorte seas	8
1.5 Võõrriikide mõjutustegevus	9
1.6 Meemid	10
1.7 Uurimisküsimused	14
<b>2. Meetod</b>	15
<b>3. Tulemused</b>	17
<b>4. Järeldused ja diskussioon</b>	41
<b>Kokkuvõte</b>	45
<b>Kasutatud kirjandus</b>	48

## Sissejuhatus

Töö eesmärk on selgitada välja ajateenijate käitumine (sotsiaal)meedia infovoos: millist meediat tarbitakse, mida jagatakse, kuidas saadakse aru neile pakutud informatsioonist, mis nendeni läbi sotsiaalmeedia jõuab, kuidas mõistetakse võimalikku infomõjutust. Kuigi projekti eesmärk on analüüsida ajateenijate vastuseid, on vastused andnud isikud viibinud andmete kogumise hetkel väeosades maksimaalselt kaks nädalat. Tulemuste tõlgendamisel tuleb seega silmas pidada, et analüüsin eelkõige just väljaõppele saabunud noorte meeste vastuseid.

Töö valmib väiksema osana Sihtasutus Eesti Teadusagentuuri RITA 2 projektist, „Vaenulike infopettetegevusstrateegiate ja –taktikate uuring infojulgeoleku teadlikkuse tõstmiseks“, mille laiem eesmärk on selgitada välja vaenulikust infomõjutegevusest tulenevad probleemid ja pakkuda välja võimalikud lahendused. Tööks kasutatavaid andmeid koguti Kaitseväge ajateenijate kompleksuuringu raames, mille eesmärgiks on muuhulgas saada ülevaade isikutest, kes on saabunud teenistusse, millised nad on, millisena tajuvad nad Eesti Kaitseväge jne. Valmiv töö annab ülevaate ajateenijate käitumisest infomõjutustegevuse kontekstis, st kuidas nad sotsiaalmeedias erinevatele postitustele reageerivad ja kuidas nad neile pakutavat informatsiooni tajuvad. Suurima osa tööst moodustab ajateenijate vastuste analüüsimine neile kuvatud piltide osas, mis annab meile arusaama, kuidas nad reageerivad piltidele, mis on suunatud nende riigi ja liitlaste vastu.

Projekti raames koguti 2020. aasta oktoobris teenistusse asunud ajateenijate vastuseid. Pean siinkohal täpsustama, et ei ole isiklikult kogunud ühtegi ühikut ajateenijate vastustest ning minu töö valmib juba kogutud andmete analüüsimisel.

Maailma tehnoloogilised arengud on arendanud ka sõjapidamist. Termin kübersõda ei ole küll enam väga uus, kuid selle mõju üha suurem. Üha enam kasutavad riigid mõjutustegevuseks lihtsasti kättesaadavaid ja olemaolevaid tehnoloogilisi lahendusi. Eesti kaitseväge küberväejuhatuse ametlikult asutatud alles 2018. aastal ja üha enam hakkame mõistma infomõjutustegevuse ja infooperatsioonide erinevaid meetodeid ja vahendeid.

Tänapäeval on Eesti riigi kaitse veel ülesehitatud reservarmeele ja ajateenijatele - nemad on meie kaitsekilp ja nende mõjutamisel võib olla suur kahju. Vaenulik riik võib pidada pikaajalist infosõda, mille ülesanne on mõjutada teatud etnograafilist gruppi, kellel on suur roll ka Eesti Vabariigi kaitsmisel. See mõjutamine võib olla täiesti märkamatu meile kõigile,

olenemata taustast või tegevusalast. Selle märkamatus teebki sellest äärmiselt ohtliku ja efektiivse relva, seda enam tuleb uurida ja aru saada selle relva tehnilisest võimekusest.

Saades ülevaate ajateenijate käitumisest sotsiaalmeedias ja üldisest pädevusest infovoos on meil võimalik teha järeldusi ja ettepanekuid nende kaitsmiseks ja harimiseks. Suuremas pildis võiks töö olla ka abiks õppematerjalide valmimisel, millega harida meie tulevasi ohvitserid. Seega võiks infomõjutustegevusest olla ajateenistuses kindlasti ka mõni kursus, mida õpetavad meie tulevased, uue generatsiooni ohvitserid.

Sooviksin tänada oma bakalaureusetöö juhendajaid Kaspar Kruupi ja Kairi Kasearu ning retsensenti Mathi Kivi.

# 1. Töö teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

## 1.1 Ülevaade Eesti kaitseväest ja ajateenistusest

„Eesti Vabariigi kaitsevägi on Kaitseministeeriumi valitsemisalas asuv sõjaväeliselt korraldatud täidesaatva riigivõimu asutus, mille peamine ülesanne on tagada valmisolek riigi kaitsmiseks sõjalise tegevusega (Kaitseväge kodulehekülg, 2021)“.

Eesti kaitsevägi on üles ehitatud reservarmee põhimõttel. See tähendab, et suhteliselt väikesearvuline kaitseväge alaline koosseis valmistab ette reservüksusi, mis kriisiolukorras mobiliseeritakse. Reservüksused koosnevad reservväelastest. Need on isikud, kes on ajateenistuse juba läbinud ning saanud sealt väljaõppe ja võimekuse kaitsta Eesti Vabariiki võimaliku vaenlase eest.

Kuna Eesti kaitsevägi on ülesehitatud reservarmeele, peavad seda reservarmeed täitma kohustuslikus korras riigi kodanikest mehed. Ajateenistuse kohustus on meestel vanuses 17-27. eluaastat, riigikaitseks peavad nad olema valmis aga kuni 60nda eluaastani (Kaitseväeteenistuse seadus, 2020).

Kuigi üldine toetus ajateenistusele on suur, elanikest toetab 91% ajateenistuses käimist ja selle läbimist siis need noored, kes teenistust läbima peavad seda nii suuresti ei toeta. Ajateenistus ei ole noorema elanikkonna seas kuigi populaarne. 2019. aastal läbi viidud uuringu kohaselt peavad ajateenistust vajalikuks 32% 15 kuni 19-aastastest ja 20 kuni 29-aastastest peavad seda vajalikuks 47% (Avalik arvamus riigikaitsest, 2019.).

Ajateenistuse pikkuseks on kaheksa või üksteist kuud. Kaheksa kuud kestvale väljaõppele asutakse oktoobrikuus ning nendest moodustatakse üksuste reakoosseis ja erialaspetsialistid. Üksteist kuud kestvale väljaõppele minnakse kas suve keskel või jaanuaris. Esimestest õpetatakse välja nii üksuste juhtivkoosseis (jaoülemad, rühmaülemad) kui ka autojuhid. Jaanuarikutse ajateenijatest saavad autojuhid või väljaõpet läbiviivad allohvitserid, kelle töö on juhendada nii oktoobris teenistusse asunuid kui ka suvel saabunud.

Ajateenijate väljaõpe viiakse läbi eri Eesti paigus, millest suurim väljaõppekeskus asub Tapal, kus paikneb 1. Jalaväebrigaad, samuti toimub väljaõpe Võrus, 2. Jalaväebrigaadis, Ämari Lennubaasis, ja Tallinnas Vahipataljonis ja Mereväes. See kuhu ajateenija teenistust läbima satub, oleneb suuresti kaitseministri kinnitatud plaanist. Vabatahtlikult teenistusse asunutel on võimalik ka esitada soov, kuhu eelistatakse teenima minna, enamasti tullakse sellele ka vastu (Kaitseressursside ameti koduleheküljel).

Koos satuvad tihtipeale teenistusse väga erineva sotsiaaldemograafilise tausta ja hoiakutega inimesed ja ajateenistuse eesmärk on nendest isikutest koolitada välja ühtne ja toimiv üksus, kes eesmärgipäraselt kriisi olukorras riigi kaitsega tegelevad (Ajateenijate kompleksuuring, 2021).

## 1.2 Väärinformatsioon ja desinformatsioon

Sisuliselt on väärinformatsioon selline teave, mis on tahtlikult eksitav või lihtsalt vale, kuid sellele võib anda ka rohkem selgitusi või tähendusi. Tegemist võib olla ka informatsiooniga, mis lihtsalt ei ole täielik tõde. Selles infos võib olla küll tõe sarnanevaid omadusi, kuid ei ole päris lõplikult õige (Karlova ja Fisher, 2013).

Oxfordi Inglise Sõnaraamat annab väärinformatsioonile (ingl. k. „*misinformation*“) väga otsese tähenduse, tegemist on infoga mis on vale või vigane. See, kas me tõlgendame informatsiooni kui väär, on seotud ka sellega, kes on informatsiooni vastuvõtja ja kes saatja ning kas informatsiooni valelikkus oli tahtlik või lihtsalt valesti tõlgendatud (Bednar ja Welch, 2008).

Samas teame sotsiaalteadlastena, et reaalsus on sotsiaalselt konstrueeritud (Berger ja Luckmann, 1966), st meie arusaam teadmistest ja tõest põhineb teataval sotsiaalsel kokkuleppel. Ühiskonna toimimiseks on vaja ühiseid tähendusi, mida me maailmale omistame ning igapäevaelus tõeste ja iseenesestmõistetavatena kohtleme. Väärinfo kontseptsioon ei pea eeldama absoluutset tõde. Tahtliku eksitamise eesmärk võib olla ka nende jagatud tähenduste õonestamine, millel võivad olla ühiskonna jaoks tervikuna soovimatud tagajärjed.

Kui analüüsida ka strateegilist väärinformatsiooni levikut, siinkohal siis militaar kontekstis, peame aru saama ka mõistest desinformatsioon. See tuleneb vene keelsest sõnast *dezinformacija* ja tuleneb ilmselt Stalini aegsest rangest informatsiooni poliitikast. Kui

väärinformatsioon ei pruugi olla alati pahatahtlikult vale või eksitav, siis desinformatsioon on tahtlik vale teave (Karlova ja Fisher, 2013).

### **1.3 Sotsiaalmeedia kui relvasüsteem**

Ajateenistuses õpetati meile, et vaenlase positsioone on alati lihtsam enne rünnakut pehmedada. Reeglina tehakse seda kaugelt, kas raketisüsteemide või suurtükitulega. Need relvasüsteemid maksavad aga tänapäeval väga palju, ning iga padrune, mürsk ja rakett on arvel. Tänapäeva tehnoloogia võimaldab meil aga vaenlaste positsioone rünnata ka ilma sõjalise jõuta. Sellise süsteemi vastu on ennast raske kaitsta ja selle kasutamine ei eelda enda riigipiiri ületamist.

Vaenlase mõjutamisest kirjutab ka Sinisalu (2012) kes kirjeldab mõjutustegevust kui mitmeotstarbelist meetodikat või isegi eraldi relvasüsteemi. Seda kasutavad riigid ja mitteriiklikud institutsioonid, et saavutada erinevaid eesmärke, need eesmärgid võivad olla poliitilised, sõjalised, sotsiaalsed või majanduslikud. Selleks rakendavad nad erinevaid taktikaid, strateegiaid, meetodeid, käivitavad erinevaid protsesse – kõik selleks, et ilma sõjalisi vahendeid kasutamata murda vaenlase vastupanu, või soov isegi vastupanu osutada.

Mahda (2018) toob näite ühest strateegiast, mis pärineb aastast 2017. Venemaa oli alustamas oma regulaarset suurõppust “Zapad 2017”. See on iga nelja aasta järel toimuv suur õppus, mille eesmärk on harjutada läbi mastaapne rünnak lääneriikide vastu. Sellest tulenevalt ka nimi *Zapad*, mis tõlkes tähendab Lääs. Venemaa alustas juba õppusele eelnenud aastatel mitmekülgset infosõda ja mõjutamist, kasutades sotsiaalmeedias õppusele vihjavaid märksõnu, mis muutusid iga kuuga järjest agressiivsemaks ja ähvardavamaks. Selle eesmärk oli külvata lääneriikides hirmu ja segadust, sotsiaalmeediast levis info kulutulena, inimesed ja poliitikud said tihti erinevalt ka sellest infost aru, mis oli ka ilmselt venelaste eesmärk. Levisid kuulujutud ja ähvardused. Ühe teooria kohaselt valmistuti õppuse varjus täiemahuliseks sõjaks ja Balti riikide ja Valgevene okupeerimiseks. Üldine eesmärk aga oligi nendes ühiskondades tekitada segadust ja hirmu ning sisuliselt saadi sellega ka hakkama.

Sotsiaalmeedial ja üldiselt meedial on tänapäeval üha kasvav roll sõjapidamises või mõjutustegevuses. Sotsiaalmeedia on tänapäeval igapäevases kasutuses olev meedia vorm, kuid paljude riikide jaoks on see ka vahend, millega pidada sõjalisi operatsioone.

Mõjutustegevuseks sobivaid platvorme on palju, kuid Facebook on neist kõige populaarsem (Bradshaw ja Howard, 2019).

Bradshaw ja Howard on enda 2019. aasta uuringus toonud välja tulemuse, et 70 riigis on leitud tõendeid meediaga manipuleerimisest, sealhulgas sotsiaalmeedias. Aastal 2018 oli see arv 48 ja 2017. aastal 28. Seega on alust arvata, et selline tegevus on ainult kasvavas trendis.

Bradshaw ja Howardi uuringust selgub ka mõned mõjukamad selle valdkonna tegelased, kelleks on Ameerika Ühendriigid, India, Venemaa ja Hiina. Uuringust tuleb välja, et riikide vahel on ka pidev koostöö, ning ka ülejäänud maailm oskab arvata, mis riigid on selle alased eksperdid. Uuringu autorite sõnul on tõendeid kuidas Myanmar Liidu Vabariik saatis enda militaar alased ametnikud Venemaale kursustele, kuidas kasutada sotsiaalmeediat, Etioopia saatis enda omad Venemaale ja Sri Lanka omakorda Indiasse.

Thomas Elkjer Nissen (2015) oma raamatus „Sotsiaalmeedia kasutamine relvasüsteemina“ toob näite, milleks sotsiaalmeediat mõjutustegevuse kontekstis kasutatakse. Sellised platvormid annavad hea ligipääsu paljudele inimestele, ning seal levivat sisu võib luua ja levitada ükskõik kes. Üsna lihtne on kasutada sotsiaalmeediat vestluste mõjutamiseks, erinevate postituste juurde lisatakse blogisid, pilte, uudiseid, lingid aruannetele või statistikale, kuigi lisatava materjali taust või allikad ei pruugi üldse olla tõesed. Selline tegutsemine tuleb ilmsiks ka tänase COVID-19 kriisi taustal, mil sotsiaalmeedias levivad postitused, kus kritiseeritakse küll vaktsiini või riigi tegutsemisviisi, samal ajal lisades küsitava akadeemilise väärtusega allikaid.

Svetoka (2016) toob välja peamised põhjused miks on sotsiaalmeedia niivõrd hea meedium. Esiteks, kiirus - info levib sellistel platvormidel väga kiiresti ja saavutab ka soovitud tulemuse kiiresti. Teiseks on kõrgel kohal anonüümsus, see võimaldab inimestel avaldada arvamust ja jagada sisu vabalt, tundes ennast suuremas osas puutumatusena. Kolmandaks jagatakse erinevate poolte vahel väga suuri andmehulkasid, üheltpoolt võib see olla oluline info riigilt või sõprade vaheline suhtlus. Suure andmehulga juures on inimesel lihtne sinna ära “uppuda” ja tekib raskusi eristamaks olulist infot, ebaolulisest. Neljandaks ei ole sotsiaalmeedial nii geograafilisi kui ka sisulisi piire, kõigil on võimalik luua või jagada infot, mis võib jõuda miljonite inimesteni.

„Sotsiaalmeedia ei ole siiski lihtsalt veel üks meediaplattform, mida saab kasutada info (sõnumid ja pildid) levitamiseks. See on interaktiivne, võimaldab dialoogi ja sisu saab edasi

jagada. Kasutajad võivad ka sisu muuta ja kasutajapoolse sisuloome kaudu võivad ilmnedu uued kontekstid, mis omakorda võivad anda sisendit sellele, kuidas erinevad osalised ja huvigrupid konflikti tajuvad, mis viib muutusteni käitumises (Nissen, 2015:134) “.

Meediaplatformina on sotsiaalmeedia ühiskonna suhtlusvahend, omavahel vahetatakse infot ja arvamusi, ning mingeid piiranguid oma arvamuse avaldamisele Eesti kontekstis ei ole. See kui suur võim kasutajatel info üle on ühelt poolt hädavajalik aga ka ohtlik, võimaldades ükskõik kellel viia oma tekstide ja infoga laiali nende arvates õige informatsioon või vaatenurk.

Eesti kontekstis võime rääkida ühiskonna üldisest õõnestustegevusest. Eesti kõige tundlikum koht on rahvastik, riigi elanikkonnast 26% on venelased (Statistikaamet, 2020) ja see demograafiline osa elanikkonnast on ka välisjõudude poolt kõige mõjutatavam.

Õõnestustegevus võib toimuda ka sotsiaalmeedias, kus digitaalmeediat võidakse kasutada ühiskonna lõhestamiseks, õhutada rahutusi mõjutada kodanikuühiskonnas levivaid vestlusi, arutelusid. Sotsiaalmeedia annab võõrriigile võimaluse piire ületamata enda huvi kuskil keskkonnas levitada. Selline teguviis võib viia ühiskonna vastuseisuni valitseva poliitika suhtes ja tekitada võimuvahetuse, mis on võõrriigi suhtes soodsam (Nissen, 2015).

#### **1.4 Sotsiaalmeedia kasutus Eesti noorte seas**

2014. aasta seisuga kasutab sotsiaalmeediat suhtlemiseks 86% ja meedia jälgimiseks 66% 15 kuni 19-aastastest. 20 kuni 29-aastastest kasutab sotsiaalmeediat suhtlemiseks 89% ja meedia jälgimiseks 86% Eesti noortest. Venekeelsete vastajate seas kasutab sotsiaalmeediat veelgi suurem hulk, 15 kuni 19-aastaste puhul 98% ja 20 kuni 29-aastaste seas 90% (Kõuts, Pruulmann-Vengerfeldt, Siibak ja Lauristin, 2017).

Sotsiaalmeedia kasutamine nendes vanusegruppides on märkimisväärselt suur, need vanusegrupid moodustavad ka suurema osa meie riigi ajateenijatest, arvestades, et ajateenistuse kohustus on meestel vanuses 17.-27.

## 1.5 Võõrriikide mõjutustegevus

Võõrriikide mõjutustegevusest on Eesti kontekstis relevantne rääkida esmajoones Venemaast. Venemaale pole infosõda võõras ja selles valdkonnas on nad oma ala eksperdid, aastast 2015. tunnistasid vene võimud nii öelda „Interneti Uuringute Agentuuri“ olemasolu. Üksuse põhiline ülesanne on erinevates riikides tegeleda mõjutustegevusega kasutades erinevaid vahendeid. Põhiliseks vahendiks on muidugi sotsiaalmeedia, kuid üllatavalt on nende kasutada ka Venemaa Kremlimeelne „uudisteagentuur“ Sputnik ja RT (*Russia Today*). Nad kasutavad väga keerulisi ja mitmetasandilisi skeeme ja strateegiaid, näiteks häkivad nende päris häkkerid *Wikileaks* ( *salastatud infot haldav lehekülg, mis toob päevavalgele riigisaladusi jne.*) ja levitavad seal valeinformatsiooni või propagandat. Seejärel hakkavad tööle nii öelda internetitrollid, kelle eesmärk on postitatud infot sotsiaalmeedias ja erinevates allikates levitada. Paraku on *Wikileaks* koht, mille allikaid inimesed usaldavad, teadmata, et tegelikult postitavad sinna teatud asju, omakasu nimel ka vene häkkerid (Prier, 2017).

„2017. aasta lõpus avaldas anonüümseks jääda soovinud Euroopa riigi eriteenistus USA ajakirjanikule edastatud õpiku, mis on 1989. aastal koostatud KGB töötajatele.“ See õpik on tänaseks üle 30. aasta vana, kuid punktid mis siis sinna kirja said, on kasutatavad ka tänasel päeval. Seal on neli meetodit, mis kujutavad endast tegevust, mis on pikaajaline ja eesmärgistatud nii, et nende saavutamiseks läheb kaua aega, kuid on päris hästi peidetud (Juurvee, 2019:94).

1. Väärinfo edastamine
2. Paljastamine
3. Kompromiteerimine
4. Spetsiaalne positiivne mõjutamine

“ Õpikus kirjeldatakse spetsiaalset positiivset mõjutamist järgmiselt: „Spetsiaalne positiivne mõjutamine tähendab „NSVLi jaoks kasuliku mõju avaldamist valitsustele, parteidele, üksikutele poliitika-, riigi- ja ühiskonnategelastele ning äriühingute esindajatele reeglina luuritava riigi seaduste piires“. Lause lõpp seletab, miks on mõjuagentide või usaldusisikute püüdmine vastuluure jaoks nii keeruline: kui seadusi ei rikuta, ei saa demokraatlikus riigis politsei meetmeid kasutada (Juurvee, 2019:94)“.

Võime asendada endise riigi nime NSVL (Nõukogude Sotsialistlike Vabariikide Liit) uue riigi nimega Venemaa Föderatsioon ja eeldada, et tegevus on tänapäevalgi sama. Juurvee (2019) toob välja seitse positiivse mõjutamise viisi, kuid otse tänapäeva konteksti saaksime sealt tõsta kolm.

1. Suunatud info ja väärinfo ette söötmine.
2. Riigile X kasulike dokumentide edastamine üksikutele riigi-, poliitika- ja ühiskonnategelastele, aga ka poliitilistele ja ühiskondlikele organisatsioonidele;
3. Välisajakirjanduses artiklite avaldamine ning raamatute, brošüüride ja lehtede trükkimine välismaiste autorite, poliitikute, ühiskondlike organisatsioonide ja rühmituste nimel

## 1.6 Meemid

Minu töö üheks osaks jääb ka analüüs hinnangutest, mida vastajad kirjalikult neile näidatud meemidele andsid. Täpsemalt näidati igale vastajale ühte pilti, millele ta reageerima pidi. Sisuliselt saab analüüsida seda, kuidas vastajad mingist pildist aru saavad, kuidas nad sellele reageerivad, või miks ei reageeri. Kuigi projektis üldiselt on 1036 ajateenija vastused siis meemide osas laekus 765 vastus, mida saame reaalselt kasutada.

Kui rääkida meemidest ja meemi tähendusest vihjavad paljud akadeemikud, teadlased ja kaastudengid tihtipeale ühele allikale. Richard Dawkinsi 1976. aasta raamat „Isekas geen“, Dawkins kirjeldab meemi kui kultuurilist analoogi geenile. Dawkinsi sõnul on meemidel geenidele sarnased omadused, kõik mis puudutab teket, levikut, elus püsimist, struktuuri ja mehhanisme. Meemid on oma suurelt eesmärgilt geenidega sarnased, kuna vahetavad omavahel kultuurilist identiteeti nii individuaalide, kui ka generatsioonide vahel. Samas võrdleb Dawkins meemide levikut ka meile tuntud lapsepõlve telefonimänguga, kus teineteisele sama asja kõrva sosistati, aga viimaseni jõudis tihti algupärasest täiesti erinev informatsioon. Nii väidab ta ka, et meemidel juhtub tihtipeale sama asi (Denisova, 2019).

Meemid on osa tänapäeva sotsiaalmeedias liikuvast infost, need edastavad erinevat informatsiooni, olgu selleks poliitika või mingi muu sotsiaalne sündmus või lihtsalt huumor, neid variante on väga palju. Meem kui selline on sama palju informatsioon kui tavaline

sotsiaalmeedia postitus, see edastab mingisugust sõnumit ja on kellelegi ka suunatud. Selle informatsiooni liigi populaarsus noorte seas ja üldiselt ühiskonnas võiks olla ka põhjuseks miks me tahaksime rohkem teada selle mõjust.

Selleks et paremini selgitada mis on internetimeem pakub Limor Shifman (2014) välja meemidele järgmise definitsiooni:

1. Internetimeem on hulk digitaalseid ühikuid, millel on ühine sisu, vorm ja/või seisukoht.
2. Internetimeemid on loodud üksteisest teadlik olles.
3. Internetimeemi on jagatud, imiteeritud ja/või muudetud paljude kasutajate poolt internetis.

On oluline rõhutada, mis sellest definitsioonist järeldub. Et käsitleda mingit kultuurilist objekti meemina, peab seda vaatlema sotsiaalses kontekstis, kus see loodud on ja kus paljud kasutajad seda üksteisega jagavad.

Meemidega on võimalik ka inimesi mõjutada. Denisova (2019) leidis, et läbi poliitiliste meemide teevad kodanikud esteetilisi, kultuurilisi ja ideoloogilisi valikuid. Need valikud omakorda panustavad vabasse eneseväljendusse küberruumis, kui ka vaba väljendust ühiskonnas üldiselt. Denisova (2019) kasutab enda töös Krimmi poolsaare kriisi näidet. Kriis seisnes Venemaa poolset poolsaare militaarset hõivamist 2014. aastal. Denisova kodeeris üle 600 meemi, mis sellel ajal levisid ja paigutas need teemadesse, mis kordusid. Kõige levinum teema oli venemeelne, ehk sisuliselt meemid mis õigustasid ja ülistasid okupeerimist, neid oli 256. Ameerika Ühendriikide vastaseid meeme oli 126, Venemaa vastaseid meeme 121, president Vladimir Putini vastaseid 110 ja tema poolt 85 meemi. Uuringus tuleb välja, et valdav enamus Krimmi kriisi kajastavaid meeme olid fokuseeritud Venemaale ja tema liidriale. Need meemid olid kas Venemaa tegevuse poolt või vastu. Väga paljud meemidest kõrvutasid Venemaa presidenti Vladimir Putinit Ameerika Ühendriikide presidenti Barack Obama vastu. Põhilises fookuses oli muidugi Putin, kes on oma rahva jaoks kogu riigi ja selle valitsuse kehas. Seega olid valdavalt meemid, mis rääkisid otseselt temast, kas tema poolsed või tema vastu, vastavalt 85 ja 110 meemi.

Need pildid, millele ajateenijad meie uuringus reageerivad on selgelt mõeldud kritiseerima Balti riike, NATO ja Ameerika Ühendriike. Sellised pildid võiksid jõuda meie noorte ajateenijateni just läbi sotsiaalmeedia ning uurides kuidas nad nendele reageerivad saame me

ka analüüsida, kas meie ajateenijad on suutelised tundma ära infot, millega proovitakse õõnestada nende arvamust meie riigi kaitsest või meie liitlastest. Sellise uuringu puhul tekib aga mõni takistus, mis läheb vastuollu teoreetilise baasiga, mille Shifman on välja käinud.

Esiteks meenutavad uuringus kasutatavad pildid rohkem ajalootunnist pärit teise maailmasõja satiirilist propagandat, mida võiks leida ajalehe veergudelt. Näitena toon välja Ühendkuningriigi propaganda postri, mis hoiatab inimesi riigisaladuste rääkimise eest (Joonis 1). Uuringus olevad pildid omavad küll meemidele sarnaseid elemente nagu huumor või ironia, kuid ei ole läbinud kõiki kriteeriume, mida üks õige tänapäevane meem teha võiks.



Joonis 1. Teise maailmasõja aegne Ühendkuningriigi poster, mis hoiatas saladuste rääkimise eest. Historical/Corbis via Getty Images.

Lisaks sellele ei ole need pildid läbinud ühte olulisemat punkti mille ka Shifman välja pakkus. Neid pilte ei ole jagatud, imiteeritud ja/või muudetud paljude kasutajate poolt internetis. Praeguses olukorras on need pildid meie ajateenijatele esitatud uuringu ja ajateenistuse kontekstis. Neil puudub muu sotsiaalne kontekst, kui see, kus nad praegu viibivad. Kui tsiviilmaailmas annab meemile konteksti ka see kus see levib, kes seda jagab, kui paljud inimesed seda jagavad, mida teised sellest meemist arvavad, siis ajateenijate jaoks on see kontekst klassiruum väeosa kasarmu klassiruumis. See kontekst võib paratamatult mõjutada ka seda, kuidas uuringus osalejad neid loevad. Cannizzaro (2016) määratleb internetimeeme kui märgisüsteemi, mitte lihtsalt üksikuid märke, mis hõlmab endas märkide kontekstualiseerimist ja tõlgendamist. Teisisõnu - eemaldades meemi sellest sotsiaalsest kontekstist, kus kasutajad

teda tavapäraselt tõlgendaksid, ei ole tegemist enam meemiga selles tähenduses, nagu teoreetikud seda määratleksid, vaid lihtsalt rohkem või vähem naljaka pildiga. See seab piirangud sellele, mida uuringu tulemuste analüüsist meemide kohta järeldada saab. Samas on ka uuringu kontekst potentsiaalselt väärtuslik, sest tegemist on siiski sotsiaalsete representatsioonidega, millele omistatavaid tähendusi on võimalik selles konkreetses kontekstis mõtestada (Höijer, 2011).

Denisova (2019) toob välja olulise tähelepaneku. Olenevalt sellest, milline on kellegi poliitiline positsioon, võib ta tõlgendada meemi täiesti teistmoodi, kui see oli algupäraselt mõeldud. Kui meemi jagaja on valitsuse suhtes kriitiline ja löi meemi selleks, et propagandat vähendada, siis meem on paraku mitmetähenduslik. Kui meemi lugeja on näiteks Putini-meelne ja toetab teda, võib ta meemi võtta kui meelitamist ja lihtsalt propagandana.

Seega saab pilte eelkõige käsitleda lihtsalt märkidena, mida vastajad mingis kindlas kontekstis tõlgendavad, mitte tingimata meemidena, millel peaks märkidena täiendavad tunnused olema. See vastab sõna "meem" tavakeelsele tähendusele: naljakas pilt. Kõige hõlpsam on analüüsida pilte Peirce'i märgi mudeli järgi, nagu seda on kirjeldanud Kull jt (2018: 121). Antud mudeli järgi koosneb märk kolmest osast. Esiteks esitis ehk tähistaja, mis millelegi viitab, objekti esitab. Teiseks objekt ehk tähistatav, millele viidatakse. Kolmandaks tõlgend ehk lihtsamalt öeldes tähendus, mille vastuvõtja lõpuks vastu võtab. Seega saab iga pilti kirjeldada esmalt sellel tasandil, mida pildil kujutatakse, seejärel arutleda selle üle, mis mis objekte tähistatakse ning viimaks kirjeldada tähendusi, mida lugeja oma kontekstis märgile omistada võiks.

## 1.7 Uurimisküsimused

Selleks, et suures andmete koguses orienteeruda sean mõningad uurimisküsimused, millele proovin leida vastused toetudes leitud teoreetilisele materjalile. Küsimused võiksid anda vastuse mitte ainult leitule vaid ka selle, kuidas valdkonda paremini uurida ja analüüsida.

Esimene uurimisküsimus keskendub meemidele, ning peaks andma vastused sellele, kuidas ajateenijad meemidega käituvad ja kas nad sellest ka aru saavad. Selle küsimuse juures on meil võimalik leida mustreid ja luua kategooriaid, mis toetavad sisukamat kvalitatiivset analüüsi.

**1. Kuidas tõlgendavad vastajad neile esitatud pilte ning mis on nende edasine tegevus (kas see kõnetab neid, kas nad jagavad seda edasi)?**

Teine küsimus võiks olla keskendunud ajateenijate meediatarbimisele ja võiks anda meile parema pildi sellest, kuidas nad käituvad ja ka mõistavad valeinformatsiooni keskkonda. Küsitluses on küll keskendutud uudise usaldusväärsusele ja valeinfo levikule, kuid selle analüüs võimaldab meil kaardistada ka nende üldist arusaamist infomõjutustegevusest.

**2. Kuivõrd allikate/uudiste hindamine ebausaldusväärseks sõltub infoallikast ning varieerub ajateenijate sotsiaaldemograafilise tausta (vanus, haridus, kodune keel) lõikes?**

Kolmas küsimus aitab meil mõista üldisemalt ajateenijate meediatarbimist ja kuidas nad oskavad väärinfot üldse hinnata.

**3. Kuidas on omavahel seotud vastajate meediatarbimise mustrid, kokkupuuted väärinfoga ning nende info hindamise oskused?**

## 2. Meetod

Minu andmed pärinevad ankeetküsitlusest, mis viidi läbi Eesti Vabariigi Kaitseväge ajateenijate hulgas 2020. aasta oktoobris. Ankeedi üldine eesmärk oli kaardistada ajateenijate ja tegevteenijate sotsiaalmeedia tarbimise harjumused, meediakriitilisus ning kogemusi mõjutustegevusega.

Valimiks on 2020. oktoobris, teenistusse astunud ajateenijad. Kokku asus sellel perioodil teenistusse 1136 ajateenijat, kellest ankeedile andis vastuse 1036. Vastajad alustasid oma teenistust 2020. aasta oktoobri keskel ja on vastamise hetkel viibinud seal umbes kaks nädalat. See tähendab, et päris ajateenijad nad veel ei ole, kuid selles keskkonnas on nad juba küll.

Andmeid analüüsin mitmes etapis.

1. Etapp on ajateenijate ankeetküsitluse eksploratiivne ja kirjeldav kvantitatiivne analüüs. Üldiselt toimub analüüs demograafia ja meediakäitumise plokkides, kus võrdlen erinevate tunnuste jaotuseid teiste oluliste tunnuste (nt haridus, keel) lõikes. See võimaldab mul oma valimi ja andmestikuga rohkem tutvust teha ja annab meile sisuka vastuse sellele, kes need vastajad. Eksploratiivne on see ennekõike sellepärast, et enne analüüsi ei tea ma täpselt, kes täpselt need inimesed on ning mida nende vastustest oodata võiks.
2. Etapp on infomõjutustegevust puudutavate avatud küsimuste analüüs. Hetkel on laekunud 1036 ajateenija vastust. Selleks teostan esimese etapina vastuste kvalitatiivse sisuanalüüsi. Kasutan induktiivset lähenemist, et leida millised mustrid ja korrapärad neis vastustes esinevad.
3. Teise etapina määratlen sisuanalüüsi tulemuste põhjal vastuste kategooriad ning teostan nende abil kvantitatiivse kontentanalüüsi. Kodeerin kõik vastused nende kategooriate lõikes ning omistan andmefailis igale vastajale tema vastuse põhjal koodi, mille sagedusi on siis võimalik kokku lugeda.
4. Kontentanalüüsi käigus määratud koodide abil on võimalik viia läbi täiendavaid kvantitatiivseid analüüse, seostades koode demograafiliste, meediatarbimise ning sotsiaalmeediat puudutavate vastustega ning võrreldes erinevate muutujate jaotusi erinevate koodide lõikes.
5. Võrdlen infomõjutustegevuste blokis ajateenijate vastuste deskriptiivseid statistikuid, sisuanalüüsi tulemusi ning kontentanalüüsi tulemusi.

Enne analüüsiga alustamist tuleb teadvustada aga mõningad piirangud. Ajateenijate vastuseid võivad mõjutada erinevad asjaolud. Teenistuse esimesed nädalad on suhteliselt stressirohked ja neil võib esineda ka kohanemiskriisi. (Kattai ja Kask, 2016). Värsketel teenijatel on alguses olnud palju informatsiooni ja kõike seda kaitsevälises keskkonnas esimese hooga hallata võib olla keeruline. Uus ja range keskkond, stress ning käsu korras täidetud pikk küsimustik (üle 80 küsimuse) võivad mõjutada vastamise motivatsiooni ja vastuste sisu, mida võiks vähemalt vabade vastuste analüüsitulemuste tõlgendamisel silmas pidada.

Lisaks tuleks uuringu konteksti silmas pidades arvestada sellega, et tulemusi võib mõjutada sotsiaalteadustes sotsiaalse soovitatavuse nime all tuntud nähtus. Paulhus (2002) sõnul on sotsiaalse soovitatavuse nähtus see, et inimesed vastavad teatud asjadele eesmärgiga jätta endast positiivne mulje. Sisuliselt tähendab see seda, et vastaja vastab nii, nagu ta eeldab, et temalt oodatakse. See võib olla oluline, kui analüüsin nende tõlgendusi propaganda piltidest. Ei ole ebamõistlik eeldada, et mõni ajateenija, kes oleks muidu mõnda pilti positiivselt suhtunud, mugandab oma arvamust või jätab selle sootuks väljendamata. Tulemuste tõlgendamisel ning järelduste tegemisel tuleb selle võimalusega arvestada.

### 3. Tulemused

Alustan valimi kirjeldamisest. Valimiks on 1036 Eesti kaitseväes 2020. aasta oktoobris teenistusse astunud ajateenijat. Järgnevas peatükis kirjeldan valimit eelkõige demograafiliste näitajate võrdlemise ja väljatoomisega.

#### Demograafilised näitajad

Esimese punktina toon välja ajateenijate vanuse ja haridusastme. Selle kaudu on meil võimalik sissejuhatavalt aru saada, kes on need inimesed, kes teenistusse on asunud. Nende haridusastme järgi on meil ka võimalik hilisemate vastuste analüüsimisel mõista, miks millelegi on kuidagi vastatud.

*Tabel 1. Ajateenijate vanus*

*N=1035*

---

<b>Vanus</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
18	70	6.8 %
19	542	52.4 %
20	221	21.4 %
21	97	9.4 %
22	52	5.0 %
23	22	2.1 %
24	18	1.7 %
25	4	0.4 %
26	3	0.3 %
27	4	0.4 %
28	2	0.2 %

---

Tabelist võib näha, et valdav enamus ajateenijatest on vanuses 19-20, moodustades 73,8% kogu oktoobris teenistusse asunutest. Selle põhjus võib olla võrdlemisi lihtne, enamuse teenistusse

astujatest teeb seda pärast gümnaasiumi ja sellest tulenevalt on ka vanuseline koosseis vastav sellele, kui vanalt lõpetatakse üldiselt keskhariduse omandamine. Seda on võimalik ka töö huvides kinnitada, kui uurime teenistujate hetkel olemasolevat haridusastet.

Tabel 2. Ajateenijate vanuse ja haridus  $N=1035$

Haridustase	Vanus											
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
Põhiharidus	51	116	84	40	27	9	8	3	2	1	0	
Kutseharidus põhihariduse baasil	3	38	26	11	2	2	0	0	0	1	0	
Keskharidus	15	350	84	31	13	4	2	0	1	2	2	
Kutseharidus keskhariduse baasil	1	38	27	14	8	2	3	1	0	0	0	
Rakenduskõrgharidus	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	
Kõrgharidus (bakalaureusetase)	0	0	0	1	2	4	3	0	0	0	0	
Kõrgharidus (magistri-/doktorikraad)	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	

See tabel kinnitab, et valdav osa ajateenijatest on juba omandanud endale keskhariduse ja sellest tulenevalt võime eeldada, et teenistusse on asunud kohe peale kooli lõpetamist. Kindlasti on siinkohal ka huvitav asjaolu, kui paljud vastanutest otsustasid vabatahtlikult teenistusse asuda ja mis on selle seos haridusastmega. Selle kaudu võiksime vastata küsimusele, kas vastanud on otsustanud kohe peale kooli lõpetamist ise määratleda, enda teenistusse astumise aja.

Tabel 3. Ajateenijate haridustase ja teenistusse asumise viis

N=1030

Haridustase	Vabatahtlikult teenistusse	
	Omal alagtusel (avaldusega)	Kutse alusel
Põhiharidus	79	259
Kutseharidus põhihariduse baasil	32	51
Keskharidus	314	188
Kutseharidus keskhariduse baasil	42	52
Rakenduskõrgharidus	0	2
Kõrgharidus (bakalaureusetase)	2	8
Kõrgharidus (magistri-/doktorikraad)	1	0

Viimase tabeliga saame lõplikult kinnitada, et 350st ajateenistuses teenivast keskharidusega ajateenijast 314 on otsustanud ka vabatahtlikult teenistusse asuda. Huvitavaks punktiks on aga põhiharidusega ajateenijate valikud ja otsused, neist vaid 79 on otsustanud teenistusse astuda vabatahtlikult ja ülejäänud 259 on teinud seda kutse alusel.

Selle põhjuseid võib olla mitmeid, kuid peamiseks põhjuseks on asjaolu, et suur osa põhihariduse omandanud teenistujatest olid enne kaitsevärke tulekut juba töötamas.

Tabel 4. Ajateenijate haridus ja töötamine N=1032

Haridustase	Õppimine/Töötamine	Arv	%
Põhiharidus	Õppisite	33	9.6
	Töötasite	230	67.4
	Õppisite ja töötasite samaaegselt	21	6.1
	Ei õppinud ega töötanud	57	16.7
Kutseharidus põhihariduse baasil	Õppisite	21	25.3

Tabel 4. Ajateenijate haridus ja töötamine N=1032

Haridustase	Õppimine/Töötamine	Arv	%
	Töötasite	46	55.4
	Õppisite ja töötasite samaaegselt	6	7.2
	Ei õppinud ega töötanud	10	12.0
Keskharidus	Õppisite	244	48.4
	Töötasite	129	25.5
	Õppisite ja töötasite samaaegselt	68	13.4
	Ei õppinud ega töötanud	63	12.5
Kutseharidus keskhariduse baasil	Õppisite	26	27.6
	Töötasite	48	51.0
	Õppisite ja töötasite samaaegselt	9	9.5
	Ei õppinud ega töötanud	11	11.7
Rakenduskõrgharidus	Õppisite	0	0.0
	Töötasite	1	50.0
	Õppisite ja töötasite samaaegselt	1	50.0
	Ei õppinud ega töötanud	0	0.0
Kõrgharidus (bakalaureusetase)	Õppisite	4	40.0
	Töötasite	0	0.0
	Õppisite ja töötasite samaaegselt	5	50.0
	Ei õppinud ega töötanud	1	10.0
Kõrgharidus (magistri-/doktorikraad)	Õppisite	1	100.0
	Töötasite	0	0.0
	Õppisite ja töötasite samaaegselt	0	0.0
	Ei õppinud ega töötanud	0	0.0

Seega kinnitab ka tabel 4 meile, et valdav enamus põhiharidusega ajateenijatest juba töötas enne teenistusse asumist. Kindlasti oli see ka mõjuv põhjus miks mitte vabatahtlikult teenistusse astuda, võrdluseks keskharidusega ajateenijatest tegeles enne teenistust 244 ainult õppimisega.

Kindlasti on valimi juures oluline markeerida ka nende kodune keel. Siinkohal saab näha, et üldine kogus 82% ajateenijatest räägivad koduseks keeleks eesti keelt ja 17% vene keelt.

*Tabel 5. Ajateenijate kodune keel*

<b>Keel</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
Eesti keel	847	82%
Vene keel	180	17%
Puudu	9	1%
Kokku	1036	100.0

## **Piltide analüüs**

Töös käsitletud piltidele on ajateenijad andnud mitmeid erinevaid vastuseid, kuid selleks, et saaksime mõista nende võimalikke loodud tähendusi, tuleb neid pilte ka analüütilisemalt kirjeldada. Selle kaudu saame luua erinevaid seoseid ja tähendusi, miks ajateenijad piltidele kuidagi viisi reageerisid.

### **1. Pilt koertega**

Esimesel vaatlusel näeme pildil kolme väikest koera, kaelas riigilippudega ripatsid ja taustal suurt Ameerika Ühendriikide lippu (Joonis 2). Esimese tähistajana analüüsin kolme koera. Nad hauguvad (või uluvad?) vaataja suunas ja on üldisemalt pigem agressiivse olekuga. Koos lippudega võime eeldada, et koerad tähistavad kolme Balti riiki, alates vasakult Läti, Leedu ja Eesti, kusjuures Eestit tähistav koer on teistest juhuslikult või sihilikult väiksem. Kui käsitleda selle pildiosa tähendust, siis saame lippude sümbolite ja koerte väiksuse ja agressiivsuse läbi viidata otseselt Balti riikidele, mis on väikesed, aga mingil põhjusel ja moel pilti autori jaoks kurjad. Koera kui sümboli tähendus võib olla kultuuriliselt positiivne (sõber, lojaalne, kaitsev), kuid võib selles kontekstis olla pigem negatiivne (alam, teener, alluv mingile peremehele).



*Joonis 2. Pilt koertega.*

Järgmisena analüüsin, kellele kolm koera võiksid alluda, ning sellele vihjab Ameerika Ühendriikide lipp taustal. Lipp võib tähistada USA-d, kuid võib mõne lugeja jaoks selle küsitluse kontekstis ka NATO-t tähistada. Tähendusi on võimalik omistada mitmeid. Lipu positsioon tagaplaanil võib olla nii “Ameerika seisab Balti riikide taga” või “kaitseb Balti riikide seljatagust”, kuid pole välistatud ka “Balti riigid kaitsevad USA-d”. Pildi lugeja võib seega järeldada, et lipp vihjab Ühendriikide toetusele Balti riikide suhtes või on tegemist taustajõuga, mis tähistab eelkõige käskijat.

Viimases etapis analüüsin terviku võimalikke tähendusi. Lugeja võib näha siin nii seda, et Balti riigid on väikesed, aga agressiivsed, sest nende taga seisab USA ja NATO, kui ka seda, et Balti riigid on USA-le oma väiksusest hoolimata ustavad liitlased. Pildi tõlgendamisel võib keskenduda kahe sümboli suhtele: koera-peremehe alluvussuhte sümbolile ning sellest tingitud suhete ebavõrdsusele; alternatiivina proportsionaalsetele ning õiglastele liitlassuhetele. Lugeja võib näha Balti riikide agressiivsuse põhjustajana taustajõu tuge, taustajõu manipulatsiooni või Balti riikide sõltumatuid omadusi. Samuti võib pildi lugeja suhte aspekti ignoreerida ning keskenduda ainult esiplaanil domineerivale koerte/Balti riikide sümbolile või siis tagaplaanile jäävale USA-le, kusjuures mõlemale võib tõlgendamisel omistada positiivseid (nt ustavus, julgus) või negatiivseid omadusi (nt väiksus, iseseisvuse puudumine), kuigi pildi kompositsioon rõhutab eelkõige negatiivset tõlgendust.

## **2. Pilt ratastega**

Esimesel vaatlusel näeme tegelikult kahte pilti ja ka teksti. Mõlema pildi peal on jalgrattaga sõitvad inimesed (Joonis 3). Võime käsitleda mõlemat esialgu eraldi märgina ning hiljem ühe

tervikliku märgina. Teksti ja pildi tervik laiendab võimalike tähenduste hulka, mida pildile omistada saab, kuid analüüsin neid algul eraldi. Vasakpoolsel tähistajal sõidavad inimesed kahekesi, ning inimeste kohale on asetatud Ameerika Ühendriikide ja Euroopa Liidu lipp. Parempoolsel pildil on mees, kes tõukab last jalgrattaga liikuma, mehe kohal on Ameerika Ühendriikide lipp ja lapse kohal Euroopa Liidu oma. Vasakul pool oleva pildi kohal on tekst “Kuidas Euroopa arvab, et Nato töötab” ning paremal pool oleva pildi kohal on tekst “Kuidas Nato tegelikult töötab”.



Joonis 3. Pilt ratastega.

Nii tekstid kui lipud ütlevad otsesõnu, et tähistatavad on nende piltide puhul NATO ja Euroopa Liit. Analüüsidest tähistajana ratas, siis võiks see selles kontekstis viidata näiteks edasi liikumisele või progressile. Vasakpoolsel pildil liiguvad Ameerika Ühendriigid (USA) ja Euroopa Liit (EU) ühiselt, kuigi ka siin kohas võib vaatlaja lugeda välja USA juhtivamat rolli, vastutades liikumissuuna eest. Tegevus ja progress käib siiski pildi peal ühiselt. Suhe, millele pilt osundab, on pigem võrdne.

Parempoolsel pildil tähistajaks võime samuti lugeda ratas, kuid antud pildi puhul mängib olulisemat rolli ratas, kes tähistab USA-d, ratta peal olev laps tähistamas EU-d. Siin pildil on laps tõenäoliselt mõeldud viitama EU väiksemale jõule või suutlikkusele USA kõrval. Samuti võib tähendus olla Euroopa Liidu abitus, mida Ameerika Ühendriigid läbi lükkamise parandada proovivad. Suhe, millele pilt osundab, on ilmselgelt ebavõrdne.

Nende kahe pildi puhul mängib olulist rolli ka tekst, mis on piltide kohal, see seob mõlemad pildid ühtseks tervikuks, mis tähendab, et nende analüüsimisel võime luua teistsuguseid seoseid, kui ainult piltide analüüsil. Koos tekstiga vastanduvad pildid mingisugusele ühiskondlikult üheselt arusaadavale sõnumile. Kõikide tähistajate ja märkide koostoimes annab kogu pildi tervik edasi tähendust, nagu oleks mingi Euroopas levinud arusaam EU ja NATO pigem võrdsest suhtest naeruväärne. Pilt suunab lugejat alternatiivse tõlgenduse suunas, mille kohaselt on EU ja NATO võimusuhe ebavõrdne, et EU ei saa NATO-ta iseseisvalt hakkama, et NATO abita mingit liikumist ei toimu.

### **Piltide kirjelduste analüüs**

Järgnevas osas annan ülevaate ajateenijate vastustest piltidele. Uuringus esitati osalejatele üks pilt kahest kirjeldatust, pealkirjaga: “Teie sotsiaalmeedia infovoos ilmub alljärgnev meem” koos küsimusega: “Palun seletage lühidalt, mida Teie arvates selle meemiga öelda tahetakse.” Analüüsin esmalt neid vastuseid. Lisaks koguti iga pildi kohta hulk kvantitatiivseid andmeid, mille analüüsi juurde naasen hiljem. Kahe pildi peale on võimalik analüüsida 758-t erinevat vastust ja peatükis teostan vastuste kvantitatiivse ja kvalitatiivse analüüsi tulemusi.

Kodeerisin vastused induktiivselt, nagu meetodi osas kirjeldasin, võttes arvesse ka võimalikke kirjeldusi ja tähendusi, mida antud piltidele üldse omistada saab. Lugesin kõikide vastuste tekstid korduvalt läbi, tuvastasin korduvad mustrid vastustes, tegin märkmeid ning katsetasin erinevate grupeerimisviiside sobivust, et võimalikult paljud vastused leiaksid sisuka kategooria. Selle põhjal lõin kodeerimisskeemi. Määrasin kõikidele vastustele andmefailis peakoodi ning kõikidele sisukatele vastustele (mitte 4. või 5.) ka täpsustava allkoodi. Kodeerisin mõlema pildi kohta käivad vastused sama skeemi järgi:

1. USA või NATO-keskne [teisi osapooli pole]
  - a. 1.1 USA/NATO on tugev, võimas, rikas jne, muu positiivne konnotatsioon
  - b. 1.2 USA/NATO on nõrk, jõuetu, saamatu, muu negatiivne konnotatsioon
  - c. 1.3 Hinnang ebaselge
2. Balti/Eesti-keskne [teisi osapooli pole]
  - a. 2.1 Balti riigid/Eesti on tugevad, iseseisvad, võimekad, muu positiivne konnotatsioon
  - b. 2.2 Balti riigid/Eesti on nõrgad, sõltuvad, väikesed, muu negatiivne konnotatsioon

- c. 2.3 Hinnang ebaselge.
- 3. Suhte-keskne [kaks või rohkem osapoolt]
  - a. 3.1 USA/NATO on tugevam, domineerivam, allutab endale Euroopa Liitu/Baltikumi/Eestis VÕI Eesti/Baltikum/EU on USAst/NATOst nõrgem, neile alluv, neist sõltuv. Suhe on ebavõrdne USA/NATO kasuks või EU/Balti/Eesti kahjuks.
  - b. 3.2. Vastupidi. Suhe on ebavõrdne USA/NATO kahjuks või EU/Balti/Eesti kasuks.
  - c. 3.3 Suhe on võrdne, tasakaalustatud, liitlased panustavad üksteise kaitsesse, üks osapool ei ole teisele allutatud või temast sõltuv.
  - d. 3.4 Suhte kirjeldus on vastuoluline või arusaamatu, nt pole selge, kelle vahel suhe on, kas suhe on võrdne või ebavõrdne.
  - e. 3.5?
- 4. Muu. Pole selge, kes või mis on fookuses. Kommentaar puudutab mingit muud aspekti pildist või mingit muud tähendust.
- 5. Ei oska vastata/ei saa aru.

Nagu näha, siis puudutavad koodid osapooli ja nende vahelisi võimusuhteid, mida piltidelt välja lugeda võis. Pildi hindajal oli võimalus keskenduda kas ühele tähistatavale või nende tähistatavate vahelisele suhtele, mida oli võimalik kirjeldada või hinnata positiivselt, negatiivselt või neutraalselt.

### 1. Pilt koertega

Esimesena annan ülevaate koerte pildi juures antud vastustest.

*Tabel 6. Koerte pildi vastused. N=392*

Kategooria	Arv	%
Ei tea/Ei oska öelda	70	17.9 %
Balti/Eesti-keskne	137	34.9 %
Suhete-keskne	139	35.5 %
Muu	46	11.7 %

Ajateenijate vastused jaotuvad kahte peamisesse kategooriasse. Kategooria "Suhete keskne" moodustab 139 vastusega 35.5% ja kategooria "Balti/Eesti keskne" 137 vastusega 34.9%. Need kategooriad moodustavad 70.4% kõikidest vastustest. Kategooriasse vastuste jagamisel lähtusin eelkõige vastustest välja loetud osapooltest. Kui vastuses peale Eesti või Baltimaade teisi osapooli või suhteid ei olnud jagasin selle ka vastavalt selle kesksesse kategooriasse, näiteks:

*"Et need kolm riiki on suure suuga, aga ise väikesed krantsid"*

*"Eesti on kõige väiksem"*

*"Прибалтика просто нешук"-(Eesti. k. "Baltimaad on lihtsalt etturid")*

Nendes vastustes puuduvad teised osapooled ja konkreetsetele suhetele nende kategooriate puhul veel vihjeid ei ole. Vastused, kus osapooli oli juba rohkem, ning vastustest võis selgelt lugeda välja erinevaid võimusuhteid said vastavalt ka kategooria Suhete-keskne. Näiteks kategoriseerisin suhete alla järgmised vastused:

*"Tahetakse öelda et baltiriigid ei saaks ilma USA/liitlaste abita sõjaliselt hakkama."*

*"Balti riigid on tugevad vaid tänu NATO toele"*

*"Balti riigid on nii julged, sest Ameerika kaitseb meid."*

Ajateenijate vastustest 46 ehk 11.7% paigutasin kategooriasse (Muu). Nende vastuste puhul ei olnud võimalik aru saada, mida ajateenija mõtles, või polnud selge, kes või mis on fookuses, või oli kommentaar täielikult konteksti väline. Selle kategooria näitena toon välja vastused:

*"Patriootlikust hümmi laulmisel"*

*"Minu arvates rassismiga seonduvat."*

*"Ei tea kas USA lipp on tähtis osa. Meem on väga halb, ei saa aru ja ei tee välja sellesti."*

Peakategooriatesse jagamisel lähtusin ennekõike sellest kes on vastuses keskne osapool või üldisemalt, keskendumata konkreetsetele vastuste sisule. Sisulisem analüüs toimus alakategooriatesse jagamisel, kus olulisemaks aspektiks oli vastuste positiivne või negatiivne

konnotatsioon. Suhete-keskse alakategoriate juures keskendus suhte olemusele, keda või mida nähakse pildi kontekstis mõjuvama jõuna, või vihjatakse headele liitlassuhetele.

Tabel 7. koerte pildi alakategoriate vastused. N=271

Koodid	Arv	%
2.1	25	9.1 %
2.2	89	32.2 %
2.3	23	8.3 %
3.1	87	31.5 %
3.2	8	2.9 %
3.3	39	14.1 %
3.4	5	1.8 %

Eesti või Baltimaade kesksete vastuse juures on domineerivamaks vastuseks kood 2.2, mis tähistas vastust “Balti riigid/Eesti on nõrgad, sõltuvad, väikesed, muu negatiivne konnotatsioon”. Selle koodi said 89 vastust ehk 32.2% vastustest. Peamiselt olid need vastused negatiivse konnotatsiooniga, näiteks:

*"Baltimaaad on kui väiksed kutsikad, kes on jõuetud end kaitsma"*

*"Eesti, läti ja leedu on nii väiksed riigid, et ei suuda ennast use reaalselt kaitsta"*

*"Eesti on väike ja võimetu"*

Selle kõrval oli ka ajateenijaid, kes nägid pildil positiivseid sümboleid ja tähistajaid, ning nende vastused markeerisin vastavalt koodiga 2.1 “Balti riigid/Eesti on tugevad, iseseisvad, võimekad jne, positiivne konnotatsioon”. Selle kategooria juures oli ajateenija vastus ennekõike positiivse sisuga, näiteks:

*"Eesti on väike aga võimas :D"*

*"Eesti on väike aga tugev"*

Järgmiseks suuremaks osaks olid suhete-kesksed vastused ja selle punkti alakategooriad. Kõige suurema osa moodustas selles kood 3.1 “USA/NATO on tugevam, domineerivam, allutab endale Euroopa Liitu/Baltikum/Eestis VÕI Eesti/Baltikum/EU on USAst/NATOst nõrgem,

neile alluv, neist sõltuv. Suhe on ebavõrdne USA/NATO kasuks või EU/Balti/Eesti kahjuks.” Sellise koodi said 87 vastust, 31.5% kõikidest vastustest. Seega leidsid need ajateenijad pilti vaadates just ebavõrdse võimusuhte. Selle kategooria läbivaks teemaks oli Ameerika Ühendriikide mõju Eestile ja Baltikumile, eelkõige negatiivse konnotatsiooniga. Näiteks kodeerisin sellesse kategooriasse järgmised vastused:

*"USA mõjutab meie igapäevaolu ehk me oleme nende ""koerad"".*

*"Estonia pljashet pod dudku USA boljshe drugih stran baltii."-(Eesti. k. " Eesti tantsib Balti riikidest kõige rohkem USA pilli järgi.")*

*"Et Balti riigid on USA poolt mõjutatavad kui mitte kontrollitavad."*

Nende ajateenijate vastustest võime järeldada, et kõige suuremaks märgatavaks sümboliks oli pildi juures koerte taustal olev Ameerika Ühendriikide lipp. Suur osa ajateenijatest sai aru, et pildil olevad koerad tähistasid Baltikumi ja otsustasid, et taustal olev lipp tähistab eelkõige mõjutamist, manipuleerimist või juhtivat riiki.

Selle kõrval oli ka vastuseid, mis keskendusid võrdväärsele liitlassuhtele või eelkõige liitlaste abile. Kood 3.3 "Suhe on võrdne, tasakaalustatud, liitlased panustavad üksteise kaitseks, üks osapool ei ole teisele allutatud või temast sõltuv." Selle kategooria vastuseid oli 39, mis moodustas 14.1% kogu vastustest. Näiteks olid selle kategooria vastused järgmised:

*"USA on kui müür, mis laseb väikestel riikidel haukuda Venemaa ja Hiina poole."*

*"USA toetab Balti riike"*

*"Eestlased latlased is leedukad on julged kuna meil nato seljatags"*

*"Väikesed koerad hauguvad kindla Ameerika tagalaga"*

Kuigi nii mõnegi vastuse puhul tundub tegemist olevat Eestit või Baltikumi solvava tooniga näiteks "Väiksed koerad" või "Väikesed riigid", siis suurem sõnum vastustes on siiski toetus, kindel seljatagune või tagala. Ehk siis nende vastuste läbiv teema oli siiski suhete-keskne, kuid eelkõige positiivsema alatooniga.

## **2. Pilt ratastega**

Siin annan ülevaate teise pildi juures antud vastustest.

Tabel 8. Ratta Pildi vastused N=370

Kategooria	Arv	%
USA/Nato-keskne	43	11.6 %
Suhete-keskne	253	68.4 %
Muu	50	13.5 %
Ei tea/Ei oska öelda	24	6.5 %

Erinevalt esimesest pildist on teise pildi puhul põhilised just suhteid rõhutavad vastused. Seda tingis kindlasti ka asjaolu, et selle meemi peal on mitu erinevat pilti, tekst ja pildidel toimuvat tegevust on lihtsam seletada suhtepõhiselt. Suhete-kesksesse kategooriasse paigutasin 253 ajateenija vastused, mis moodustas 68.4% kogu vastustest. Samuti on selle pildi puhul suurem kategooria “Muu”, mis moodustab 13.5% vastustest. Kuna pildi üheks peamiseks osapooleks oli Ameerika Ühendriigid, siis 43 ajateenijat ehk 11.6% vastajat vastasid USA/Nato keskselt. Selle kategooria vastused olid näiteks:

*"USA on nato võimseim liige"*

*"Ameerikal on kordades rohkem sõjakogemust ja harjutamist välismissioonidel. Neil on parem tehnika ja väljaõpe"*

*"Za vsem stoit amerika"- (Eesti. k. "Kõige eest maksab Ameerika")*

Kõige suurema osa vastustest (68.4%) moodustas kategooria “Suhete-keskne”, selle kategooria vastused olid näiteks:

*"Et USA ja EL ei ole NATOs võrdsed"*

*"USA rahastab peamiselt NATOt, kuigi Euroopa arvab, et on ise juht positsioonis"*

*"NATO töötab Euroopa Liidu rahadest ja USA juhtimisel."*

Teise pildi kategooria “Muu” oli samas suurusjärgus, mis ka esimese pildi puhul. Ka selle pildi kontekstis oli see kategooria täis palju arusaamatuid vastuseid või oli vastuse kontekst arusaamatu. Selle kategooria vastuse näited olid sellised:

*"Nato = фашисты"- (Eesti. k. Nato=fašistid)*

*"Et igal juhtumil võtab keegi kogu kuulsuse ja tegemised enda kaela, kuid reaalsuses võib see olla vastupidine."*

*"Не знаю, посмеялся от души!"- (Eesti. k. "Ei tea, naersin südamest!")*

*"Halb meem"*

Siinkohal on huvitavaks asjaoluks just venekeelsed vastused, mis küll konteksti ei puuduta, kuid vajavad tähelepanu. Valdav osa selle kategooria vastuseid oli negatiivse alatooniga ning sisukaid vastuseid üldjoontes polnud.

Sarnaselt peakategooriatega domineerib ka alakategooriates just üks kood, mis näitab, et ajateenijad on võrdlemisi üheselt aru saanud piltide sõnumitest ja sümbolitest.

*Tabel 9. Ratta pildi alakategooriad N=296*

<b>Kood</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
1.1	34	11.5 %
1.2	6	2.0 %
1.3	3	1.0 %
3.1	203	68.6 %
3.2	2	0.7 %
3.3	34	11.5 %
3.4	14	4.7 %

Tabelist on selgelt näha koodi 3.1 domineeriv suurusjärk. Selle koodi kategoorias on 203 vastust, mis moodustas 68.6% kogu vastustest. See tähendab, et ajateenijad on pildist aru saanud väga sarnaselt. Vastustes rõhutatakse just USA ja Nato tugevust või kontrolli Eestim Baltimaade või Euroopa üle. Näiteks on selle kategooria vastused sellised:

*"Arvatakse, et USA ja EL vahel toimub võrdväärne koostöö, kuid dikteerib NATOs toimuvat USA."*

*"Euroopa arvab, et NATO ja Euroopa on samal tasemel kuid tegelikult on Ameerika palju võimsam ja tugevam kui Euroopa."*

*"USA seisab NATO taga ja ilma nendeta abita pole EU midagi väärt."*

Vastustest tuleb selgelt välja ühe osapoole domineeriv käitumine, valdavalt nägid ajateenijad siin vastuses just Ameerika Ühendriike riigina kes teiste üle võimu omab, neid käsutab või endale allutab. Osa ajateenijaid nägi ka NATO-t domineerivama osapoolena, kuid USA osakaal oli siiski suurem.

Kui see kategooria esindas just ühe osapoole domineerivat olemust, siis tasakaalustatud suhtele viitava koodi 3.3 sai ainult 34 vastust, 11.5% kõikidest vastustest. Näiteks olid siin järgmised vastused:

*"Euroopa arvab, et NATO teeb nende eest asjad ära aga tegelikult annab lihtsalt vajalikud varustuse ja teadmise, et iseseisvalt "*

*"USA aitab Euroopat rahliselt oma relvade, sõdurite ja sõidukitega meeletult, kui asi puudutab sõjandust."*

*"Ameerika toetab meid suurel määral."*

Lisaks nendele kategooriatel ei toonud mitmed vastajad suhteid üldse välja ning keskendusid ainult Ameerika Ühendriike või NATO-t tähistavatele märkidele. Sellele vastava koodi 1.1 said samuti 34 vastust. Eelkõige esinesid siin vastused, milles nähakse Ameerika Ühendriike või NATO-t lihtsalt tugeva riigi või organisatsioonina, näiteks:

*"Et natol on suur mõjuvõim või nagu nende sõjaline võimekus on väga suur"*

*"Seda, et enamuse varustusest ja sõduritest on USA-le kuuluvad"*

### **Ajateenijate edasine käitumine piltidega**

Pärast piltidele tõlgendamist oli ajateenijatel ankeedis võimalik otsustada enda edasine käitumine selle pildiga, kui see on potentsiaalselt sattunud nende sotsiaalmeediasse. Valdavale enamusele ei pakkunud need pildid aga huvi ja nad valisid enamasti vastusevariandi "See meem on igav" või väitsid, et nad ei jaga sotsiaalmeedias üldiselt sisu nangunii edasi. Ajateenijatest 77,9% ei reageeri pildile ühegi reaktsiooniga, ning positiivse reaktsiooniga reageerib vaid 15,1% vastajatest. Mõlema pildi puhul on ka suur osa vastustest puudu, st pooled ajateenijad otsustasid antud küsimusele üldse mitte vastata, mis on omamoodi kõnekas.

*Tabel 10. Ratta pildi reaktsioon N=500*

<b>Reaktsioon pildile</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
Panen postitusele positiivse reaktsiooni (meeldib, süda, naerunägu)	64	6.1
Panen postitusele negatiivse reaktsiooni (vihane, nuttev emotikon)	20	1.9
Ei reageeri postitusele emotikoniga	416	40.1
Puudu	536	51.7
Kokku	1036	100.0

*Tabel 11. Koerte pildi reaktsioon N=493*

<b>Reaktsioon pildile</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
Panen postitusele positiivse reaktsiooni (meeldib, süda, naerunägu)	94	9.0
Panen postitusele negatiivse reaktsiooni (vihane, nuttev emotikon)	7	0.6
Ei reageeri postitusele emotikoniga	392	37.8
Puudu	543	52.4
Kokku	1036	100.0

Suur osa ajateenijaid otsustaks pilti enda väitel mitte jagada, peamiseks põhjuseks (25.6% ehk 267 vastajat) see, et nende jaoks on see meem igav. Üheks suuremaks põhjuseks pilte mitte jagada oli ka see, et ajateenijate enda sõnul ei jaga nad sotsiaalmeedias üldse sisu edasi, sellise vastuse andis 29,4% vastajatest. Sarnaselt mitte jagamisele oli ka neid, kes ei reageerigi erinevatele postitustele sotsiaalmeedias, neid vastuseid oli 35,3%.

### **Piltidele antud vastuste seosed ja analüüsid**

Esimese suurema seosena toon välja ajateenijate vastuste seosed haridustasemega. Suuremasse võrdlusesse tasub siin võtta põhihariduse ja keskhariduse vahelised seosed, kuivõrd sellise haridustasemega ajateenijate hulk moodustab vastajatest enamuse. Põhiharidusega vastajad moodustavad kõigest 40,9% ja keskharidusega vastajad 57,6%.

Koerte pildi (Joonis 2) puhul tuvastas 39,5% põhiharidusega vastajatest pildilt keskse tähistatavana Baltikumi või Eestit, keskharidusega vastajate puhul on number võrreldav, kuid veidi väiksem 32,1%. Samas leidsid 21,7% põhiharidusega vastajatest, et keskseks ideeks pildil on erinevad suhted, millel on osapooli kaks või rohkem. Keskharidusega vastajatest tuvastasid

suhteid kesksena aga koguni 47,7%. Seega tajusid ja rõhutasid keskharidusega vastajad pildil rohkem aspekte kui põhiharidusega vastajad. Selgemad erinevused tulevad välja ka alakategooriate sisukamal analüüsil võrdluses haridustasemega. Ajateenijate vastustest võime lugeda kaks suuremat erinevat kategooriat, koodiga 2.2, mis tähistas Balti riikide ja EEsti tajutud nõrkust ja kood 3.1, mis tähistas ebavõrdseid suhteid USA/NATO kasuks. Nende vastuste puhul erines ajateenijate arvamus haridustasemete lõikes enim. Põhiharidusega vastajatest 42,1% tõstis esile just kategooriat 2.2, kuid keskharidusega vastajate puhul jääb osakaal 27,1% juurde. Koodi 3.1 puhul oli sama suhe vastavalt 36,4% keskhariduse puhul ning 18,4% põhihariduse puhul.

Ratta pildi (Joonis 3) tõlgenduste juures olid ajateenijate vastused veel erinevamad. Selle põhjuseks võib olla pildil olevate sümbolite selgem rõhk suhetel, mis väljendus ka rohkemas osapoolte väljatoomises. Põhiharidusega ajateenijatest 50% tõlgendasid pilti suhete-keskselt, samas kui keskharidusega vastajate seas oli see osakaal 80%. Täpsemas kategooriate jaotuses andis 78,2% keskharidusega vastajatest pildile ebavõrdseid suhteid tähistavale koodile 3.1 vastava hinnangu. Samale koodile vastava hinnangu andsid 50% põhiharidusega vastajatest. Põhiharidusega vastajatest andis võrdseid suhteid markeerivale koodile vastavaid vastuseid 20,8% juhtudest. Samale koodile vastava vastuse andis keskharidusega ajateenijatest vaid 8%. Madalama haridustasemega vastajate jaoks on piltide tõlgendamine tõenäoliselt keerulisem, mis mõjutab tõenäoliselt seda, kui võrd nad sellisele infomõjutusele üldse vastuvõtlikud on.

Uurisin võimalikke seoseid piltide tõlgenduste ja teiste tunnuste vahel, kuid silmatorkavaid gruppidevahelisi erinevusi ei ilmnenud. Näiteks ei sõltunud tõlgendused kodusest keelest, vanusest või töövaldkonnast. Üllataval kombel ei olnud tõlgendused oluliselt seotud ka edasise käitumisega ning suurem osa vastajaid leidsid igal juhul, et tegemist on igava ja mitte-jagamisväärse pildiga. Kas see on tingitud sotsiaalsest soovitatavusest või millestki muust, seda ei ole võimalik nende andmete põhjal öelda. Arutlen järelduste all pikemalt selle üle, kas sellisel viisil meemide mõju uurimine on üldse kasulik.

### **Ajateenijate arusaam potentsiaalsetest mõjutajatest**

Küsitluses paluti ajateenijatel valida erinevate riikide või institutsioonide vahel ning otsustada, kui tõenäoliselt on nendel riikidel või organisatsioonidel huvi Eestis valeinfot levitada.

Ajateenijatel oli valida seitsme erineva osapoole vahel:

- 1) Hiina
- 2) Ameerika Ühendriigid (USA)
- 3) Venemaa Föderatsioon
- 4) Nato
- 5) Euroopa Liit
- 6) Erakonnad
- 7) Pangad

Vastajad pidid hindama valeinfo levitamise tõenäosust neljal erineval viisil ( Jah, kindlasti, Pigem jah, Pigem ei, Kindlasti mitte), ning ka variant (Ei oska öelda).

Oma töö konteksti arvestades juhin tähelepanu kolmele riigile - Hiina, USA ja Venemaa Föderatsioon - ja kahele institutsioonile - Euroopa Liit ja NATO.

## Hiina

*Tabel 12. Huvi valeinfot levitada  
(Hiina) N= 977*

<b>Vastused</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
Kindlasti mitte	44	4.5 %
Pigem ei	199	20.4 %
Pigem jah	263	26.9 %
Jah, kindlasti	143	14.6 %
Ei oska öelda	328	33.6 %

Ajateenijatest 41,5% leidis, et Hiinal on huvi Eesti Vabariigis valeinfot enda huvides levitada ja 24,9% vastajatest pigem sellist variant ei näe. Hiina huvi riigis valeinfot levitada on aga suurema osa ajateenijate jaoks keeruline küsimus, ning 33,6% vastavalt 328 ajateenijat ei oska öelda, kas Hiinal võiks olla huvi Eesti infot levitada.

## Ameerika Ühendriigid (USA)

*Tabel 13. Huvi valeinfot levitada (USA) N=968*

<b>Vastused</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
Kindlasti mitte	72	7.4 %
Pigem ei	289	29.9 %
Pigem jah	221	22.8 %
Jah, kindlasti	81	8.4 %
Ei oska öelda	305	31.5 %

Ameerika Ühendriikide puhul tuleb vastustest selgemini välja, et suur osa ajateenijatest näeb USA-l potentsiaali enda huvides riigis valeinfot levitada. Seda peab tõenäoliseks 31,2% vastajatest; pigem ei usu seda 37,3% vastajatest. Ka selle küsimuse juures on suur hulk vastajaid, kes ei oska küsimusele vastata: 31,5% ehk 305 ajateenijat. Antud küsimuse juures on huvitav analüüsida ka vastuste erinevusi, mis puudutavad ajateenijate kodust keelt, kuid märkimisväärseid erinevusi selle küsimuse puhul ei tekkinud ning koduse keele erinevus, ei ole peegeldunud vastustest nii suures mahus, et teha uusi seoseid või järeldusi.

### **Venemaa Föderatsioon**

*Tabel 14. Huvi valeinfot levitada, (Venemaa Föderatsioon)  
N=979*

<b>Vastused</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
Kindlasti mitte	28	2.9 %
Pigem ei	71	7.3 %
Pigem jah	328	33.5 %
Jah, kindlasti	296	30.2 %
Ei oska öelda	256	26.1 %

Esimene suurem potentsiaalne valeinfo levitaja, keda ajateenijad ise tuvastavad, on Venemaa Föderatsioon. Vastajatest 63,7% leiavad, et Venemaal on pigem või kindlasti huvi Eesti Vabariigis enda huvides valeinfot levitada. Vaid 10,2% vastajaid leiab, et see on pigem vähetõenäoline, samuti on selle küsimuse juures väiksem osa neid, kes ei osanud küsimusele vastata, vastavalt 256 vastust, mis moodustab 26,1%.

Ka selle küsimuse juures uurime koduse keele suhet vastustega.

*Tabel 15. Huvi valeinfot levitada, koduse keele erinevusega (Venemaa Föderatsioon) N=979*

<b>Keel</b>	<b>Vastus</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
Eesti keel	Kindlasti mitte	9	1.0
	Pigem ei	50	5.9
	Pigem jah	292	34.4
	Jah, kindlasti	268	31.6
	Ei oska öelda	191	22.5
	Puudu	37	4.3
	Kokku	847	100.000
Vene keel	Kindlasti mitte	19	10.5
	Pigem ei	20	11.1
	Pigem jah	34	18.8
	Jah, kindlasti	27	15.0
	Ei oska öelda	64	35.5
	Puudu	16	8.8
	Kokku	180	100.000

Tabeli 15 vastustest näeme esmakordselt ka vastuste erinevust koduse keele lõikes, ajateenijad, kes oma koduseks keeleks on märkinud Eesti, 66% ulatuses, et Venemaal on kindlasti huvi Eestis valeinfot levitada ja vastavalt vaid 6,9% leiab, et seda huvi ei ole. Vene keelt kõnelevate ajateenijate vastustest ilmneb, et 21,5% ei usu, et Venemaal seda huvi oleks. Samas usub ka märkimisväärne 50,5% et see huvi on kindlasti olemas.

## **NATO**

*Tabel 16. Huvi valeinfot levitada (Nato) N=968*

<b>Vastused</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
Kindlasti mitte	187	19.3 %
Pigem ei	314	32.4 %
Pigem jah	123	12.7 %
Jah, kindlasti	49	5.1 %
Ei oska öelda	295	30.5 %

NATO-t ei taju ajateenijad valeinfo allikana, 51,7% vastanutest, leiab, et NATO-l ei ole huvi Eesti Vabariigis valeinfot levitada. 17,8% vastanutest leiab, et see huvi on olemas, ka selle

vastuse juures on märkimisväärne osa, 30,5% vastajaid, kes ei oska selle kohaselt seisukohta võtta.

## Euroopa Liit

*Tabel 17. Huvi valeinfot levitada (Euroopa Liit)  
N=971*

Vastused	Arv	%
Kindlasti mitte	151	15.6 %
Pigem ei	337	34.7 %
Pigem jah	126	13.0 %
Jah, kindlasti	68	7.0 %
Ei oska öelda	289	29.8 %

Euroopa Liitu ei näe samuti enamuse vastajaid potentsiaalse valeinfo levitajana, 50,3% vastajatest peab seda pigem vähetõenäoliseks ja 20% peab seda pigem tõenäoliseks. Ka siin vastuse juures on suur osa neid, kes ei osanud öelda, kas Euroopa Liit võiks enda huvides valeinfot levitada, neid vastuseid oli 29,8%, vastavalt 289 ajateenijat.

## Ajateenijate meediatarbimine ja kokkupuude valeinfoga

Selleks, et kaardistada ajateenijate kokkupuude valeinfoga, peame analüüsima ka nende poolt kasutatavaid peamisi meediakanaleid ja allikaid. Selle kaudu on meil võimalik aru saada, kust ajateenijateni valeinfo levida võib, ning mis on nende üldine kokkupuude valeinformatsiooniga.

*Tabel 18. Ajateenijate uudiste jälgimine N=1036*

Uudiste Jälgimine	Arv	%
Üldse mitte	136	13.1
Jälgisin uudiseid harva, ebaregulaarselt	284	27.4
Küllaltki regulaarselt, aga mitte iga päev	296	28.5
Tavaliselt kord päevas	185	17.8
Mitu korda päevas	116	11.1
Puudu	19	1.8
Kokku	1036	100.0

Tabelist võime näha, et valdav enamus ajateenijaid hoiab ennast regulaarselt uudistega kursis, vastavalt 57,4%. Vaid 13,% vastajatest ei jälgi uudiseid üldse. Ning 27,4% jälgib küll uudiseid, kuid teevad seda ebaregulaarselt.

Ankeedist selguvad ka ajateenijate jaoks need uudiste ja infokanalid, mida vastajad peavad usaldusväärseteks ja milliseid mitte. Selle töö kontekstis võtame analüüsi järgnevaid kanaleid:

- 1) Eesti Rahvusringhäälingu telekanalid (ETV, ETV2, ETV+)
- 2) Eesti era-telekanalid (Kanal 2, TV3, TV6, TV12)
- 3) Pervõi Baltiiski Kanal (PBK)
- 4) Venemaa telekanalid (Pervõi Kanal, NTV, Ren TV jt)
- 5) Postimees (postimees.ee, rus.postimees.ee)
- 6) Õhtuleht (õhtuleht.ee)
- 7) Sputnik

ERR-i peab usaldusväärseks 92,3% vastajatest, kelle koduseks keeleks on eesti keel, huvitavaks asjaoluks kujuneb siin see, et 17,8% ajateenijatest, kelle koduseks keeleks on vene keel, ei pea ERR-i telekanaleid usaldusväärseks infokanaliks. Eesti era-telekanaleid peab usaldusväärseks 80,5% ajateenijatest ning ei pea usaldusväärseks 18%. Pervõi Baltiiski Kanali (PBK) peab ebausaldusväärseks 33,3% eesti keelt kõnelevatest ajateenijatest ja 22,9% vene keelt kõnelevatest ajateenijatest. 103 ajateenijat, ehk 57,2% on otsustanud siin küsimuses ka mitte antud kanalit valida, seega ei tea, kas nad peavad seda usaldusväärseks või mitte. Venemaa telekanaleid ei pea usaldusväärseks üsna võrdselt 42,2% eesti keelt kõnelevatest ajateenijatest ja 40,8% vene keelt kõnelevatest ajateenijatest. 15,8% ajateenijatest ei pea Postimeest usaldusväärseks infokanaliks ja Õhtulehte ei pea usaldusväärseks 21,9% . Suurem erinevus ilmneb Sputniku juures, mida ei pea usaldusväärseks 30,9% eesti keelt koduse keelena kõnelevatest ajateenijatest. Vene keelt kõnelevatest ajateenijatest ei pea seda usaldusväärseks vaid 16,6% vastajatest. Meenutan, et vene keelt kõnelevad vastajad moodustasid 174 kõikidest vastustest

Siinkohal saab ankeeti analüüsidest leida vastused ka sellele, mida peavad ajateenijad uudise juures kõige olulisemaks usaldusfaktoriks.

Ajateenijate jaoks on üheks oluliseks usaldus näitajaks see, et uudise edastanud kanal/väljaanne on nende isikliku kogemuse põhjal usaldusväärne. Seda peab oluliseks 71,6% ajateenijatest, vaid 13,7% ajateenijatest ei pea seda oluliseks. Sarnaselt peab 73,2% ajateenijatest oluliseks seda, kas uudises on kajastatud teadlaste või ekspertide arvamus. Üheks olulisemaks uudise usalduväärsuse asjaoluks on ka uudise toetumine mingitele uuringuandmetele, seda peab oluliseks 79,2% vastajatest. Samas ilmneb siinkohal selge vahe põhihariduse ja keskhariduse omandanud ajateenijate vahel. Kui põhiharidusega ajateenijatest peab uuringuandmete olemasolu oluliseks vaid 66,7% vastajatest, siis keskhariduse omandanud ajateenijate jaoks on see oluline 86,4% juhtudest.

Mis puudutab uudise kuulmist sõpradelt või tuttavatelt, on ajateenijad pigem skeptilisemad kui teiste faktorite juures. Vaid 38,5% vastajatest peab seda oluliseks usaldusfaktoriks, 50,2% vastajatest usub, et see sõber või tuttav ei ole usaldusväärne uudise allikas. Seda, et uudise on edastanud Eesti riigi institutsioon, kas valitsus või mõni ministeerium, peab oluliseks 68,2% ajateenijatest. Siinkohal näeme ka väikest erinevust ajateenijate vahel, kelle koduseks keeleks on vene keel, 46% seda keelt kõnelevatest ajateenijatest peab seda oluliseks faktoriks, kuid eesti keelt kõnelevate vastajate jaoks on see oluline 70,1% vastaja jaoks. Sarnaselt keelele tuleb ka siin välja erinevus haridustasemetel lõikes. Kui põhiharidusega ajateenijatest peab riiklikku edastamist oluliseks 54,1% vastajatest, siis keskhariduse puhul on see 76,1%.

Uudise illustreerimine fotoga on 55,6% ajateenijate jaoks ebaoluline ja vaid 29,3% vastajatest peab ka seda oluliseks. Võrreldes pildiga, peab aga suurem osa ajateenijaid just video lisamist uudisele oluliseks, selle vastuse valis 62,2% vastajatest. Ajateenijate jaoks tundub olevat oluline ka erinevate arvuliste andmete, jooniste või graafikute, olemasolu uudises, selle faktori valis 50% vastajatest. Veel üheks oluliseks faktoriks peavad ajateenijad seda, kas uudises on esitatud erinevate osapoolte seisukohad, seda valis 68,4% vastajatest, sarnaselt sellele on ka 62,8% vastajatest oluline ka uudise neutraalne kirjutamisviis. Seda, kas uudis on kajastatud mitmes erinevas allikas peavad oluliseks 67,3% ajateenijatest, ning 15,7% vastajatest seda oluliseks ei pea.

Nüüd kui oleme kaardistanud nii ajateenijate meedia kasutuse, uudise usaldusväärsus faktorid, kui ka potentsiaalsed valeinfo levitajad, saame vaadelda ajateenijate kokkupuudet valeinfoga.

*Tabel 19. Kokkupuude valeuudistega N=990*

<b>Kokkupuude valeuudistega</b>	<b>Arv</b>	<b>%</b>
Iga päev või peaaegu iga päev	159	15.3
Vähemalt kord nädalas	289	27.8
Mitu korda kuus	189	18.2
Harva või ei puutunud kokku mitte kunagi	157	15.1
Ei oska öelda	196	18.9
Puudu	46	4.4
Kokku	1036	100.0

Ajateenijate kokkupuude valeuudistega on märkimisväärne, vähemalt kord nädalas või iga päev, puutub sellise uudisega kokku 43,1% ajateenijatest; mitu korda kuus 18,2% vastajatest. Sama küsimuse juures vastasid ajateenijad, kelle koduseks keeleks on eesti keel, et puutuvad valeuudistega kokku iga päev või kord nädalas 46,3% vastajatest. Vene keelt kõnelevate ajateenijate juures on see sama näitaja 28,8%. Seega on siinkohal suur erinevus sees, kuid ankeedist ei saa me teada milline valeinfo või valeuudised ajateenijateni jõuab ning - väga oluliselt - mida ta valeinfona ei taju.

Mis puudutab valeuudise äratundmist, siis selles oskuses on väga kindlad või enam-vähem kindlad 54,8% ajateenijatest. Eriti kindlad või üldse kindlad ei ole 26,2% ajateenijatest. Sama tunnuse juures saame vaadelda ka hariduslikku erinevust, mis tuleb väga selgelt välja, põhiharidusega vastajate seas on väga kindlad või enam-vähem kindlad 45,1% vastajatest, sama näitaja on keskharidusega vastajate seas 62,8%. Ajateenijatest 57,9% tunnevad, et kaitseväes võiks olla valeinfo alaseid koolitusi või õppekavasid, seda ei pea vajalikuks 21,6% ajateenijatest.

Uuringus on ajateenijatele ka esitatud ühe uudise analüüs, kus esmalt näidatakse vastajatele uudise pealkirja, ning seejärel peab ajateenija otsustama, kas tegemist on usaldusväärse või ebausaldusväärse uudisega. Sellele järgnevalt lisandub uudisele ka pilt ja väljaande logo, mis ankeetküsitluse kontekstis oli Sputnik. Selle küsimuse juures oleks olnud võimalik teha veel sisukaid ja huvitavaid seoseid ja analüüse, kuid paraku oli tegemist juba ankeetküsitluse lõppfaasiga. Ilmselt olid ajateenijad selleks ajaks juba uuringust väsinud, mistõttu puudusid kõikide nende küsimuste lõikes pea 90% vastustest. Seetõttu ei ole võimalik seda töö seisukohast väärtuslikku küsimust sisukalt analüüsida.

## 4. Järeldused ja disskussioon

### 1. Kuidas tõlgendavad vastajad neile esitatud pilte ning mis on nende edasine tegevus (kas see kõnetab neid, kas nad jagavad seda edasi)?

Ajateenijatel küsiti mida proovitakse piltidega öelda. See tähendab, et vastajad ei pruugi ise olla nõus sellega, mis on presenteeritud. Ajateenijate vastused hästi olid siiski selgelt kategoriseeritavad, ning see võimaldas meil analüüsida potentsiaalseid võimalusi, miks on nad asju just nii kirjeldanud.

Mõlema pildi puhul jõudsid ajateenijad sageli järelduseni, et piltidel toimuv tegevus on seotud võimusuhetega. Näiteks saame koerte pildi (Joonis 2) vastustest järeldada, et kõige suuremaks märgatavaks sümboliks oli pildi juures koerte taustal olev Ameerika Ühendriikide lipp. Suur osa ajateenijatest sai aru, et pildil olevad koerad tähistasid Baltikumi ja otsustasid, et taustal olev lipp tähistab eelkõige mõjutamist, manipuleerimist või taustalt juhtimist. Ratta pildi (Joonis 3) vastustest tuleb selgelt välja ühe osapoolle domineeriv käitumine, valdavalt nägid ajateenijad siin vastuses just Ameerika Ühendriike kui juhtriiki, kes teiste üle võimu omab, neid käsutab või endale allutab. Osa ajateenijaid nägi ka NATO-t käskiva või domineerivama osapoolena, kuid põhiliseks toodi siiski välja USA-d. Samas oli tõlgenduste ulatus rikkalik ning pilte tõlgendati ka viisidel, mis väljendasid suhete võrdsust või mis ei toonud tähistatavate osapoolte suhteid üldse välja. Ilmselge negatiivse konnotatsiooniga pilte pidasid mõned vastajad ka hoopis positiivseks.

Nende vastuste edasisel analüüsil võime näha ka selget vahet ajateenijate omandatud haridusastmel ja vastuste sisul. Põhiharidusega vastajad tõlgendasid pilte pigem lihtsamalt ning keskendusid ühele tähistatavale osapoolle üle tähistatava suhte. Keskkooliga vastajad nägid pildi puhul sagedamini suuremat ideed või sõnumit ning tõid oma vastutses oluliselt sagedamini sõnumina välja ebavõrdseid võimusuhteid. Keskkooli läbinud ajateenija võime pilti analüüsida on põhiharidusega ajateenijast oluliselt suurem. Võib küsida, kes on mõjutatavam osapool? Madalama haridustasemega vastaja ei saa võtta omaks tähendust, mida ta ei taju, st kui pilt annab üsna selge hinnangu nt Eesti ja USA suhetele ning vastaja tajub seda täiesti Eesti-kesksena, siis kas ja kuidas selline pilt teda mõjutab?.

Ajateenijate edasine tegevus piltide juures on sisuliselt tegevusetus. Valdavalt arvavad nad, et meem on igav või ei ole neil üle üdiselt kombeks sotsiaalmeedias postitusi või arvamust jagada. See ei sõltu pildile antud tõlgendusest. See on tõenäoliselt tingitud ka ankeetküsitluse formaadist ja selles käsitlevate meemide või piltide üldisest olemusest. Nagu ka teoreetilises osas sai välja toodud, ei saa uuringus kasutatud pilte meemidega võrdsustada ning teha nendele antud hinnangute põhjal üldistusi tavapärasest sotsiaalmeedia keskkonna kohta. Ilma igasuguse muu sotsiaalse kontekstita (nt kes veel pilti jagab või kommenteerib, mida ja kes selle kohta ütleb) kujundavad nende tõlgendusi tõenäoliselt uuringu ning ajateenistuse kontekst, milles sotsiaalselt soovitatav ning ideoloogiliselt õige toimimisviis on üsna ilmselge.

## **2. Kuivõrd allikate/uudiste hindamine ebausaldusväärseks sõltub infoallikast ning varieerub ajateenijate sotsiaaldemograafilise tausta ( haridus, kodune keel) lõikes?**

Ajateenijate üldised arusaamad uudiste usaldusväärsusest on erinevate tunnuste lõikes võrdlemisi sarnased, kuid väiksemad erinevused ilmnevad erisused koduse keele või omandatud haridusastme juures. Kui uudise juurde on lisatud uuringuid, teadlaste arvamusi või muid arvulisi näitajaid, siis tunnevad keskhariidusega ajateenijad, et just need faktorid on ühed olulisemad usaldusväärsuse suurendajad. Põhiharidusega ajateenijatest pidas seda oluliseks 66,7% ajateenijatest, võrreldes keskhariidusega ajateenijaid, kellest 86,4% jaoks oli see oluline. Selline vahe võib sisse tulla keskkoolis omandatud oskustega orienteeruda suuremates andmemahitudes või uuringutes, või üldine huvi ja oskus teadust väärtustada, millest madalama haridusastmega ajateenijatel puudu jääb.

Ajateenijate jaoks on oluliseks uudise allikaks ka mõni riiklik institutsioon või ministerium, valdava enamuse eesti keelt kõnelevate ajateenijate jaoks on see usaldusväärne infoallikas ja selgem vahe tulebki sisse vene keelt kõnelevate ajateenijate puhul, kellest vaid 46% peab seda võrdlemisi oluliseks usaldusfaktoriks. Nii mõneski teises küsimuses tuleb selgelt välja koduse keele mõju vastustele. Näiteks 17,8% ajateenijatest, kelle koduseks keeleks on vene keel, ei pea Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) telekanaleid usaldusväärseks infokanaliks. Võiksime arvata, et just ERR on see uudiste allikas, kelle suhtes usaldusväärsus võiks olla kõrge, kuid vene keelt kõnelevad ajateenijad eristuvad siin mõnevõrra. Murettekitavaks võiks asjaoluks on ka see, et vaid 16,6% ajateenijatest, kelle koduseks keeleks on vene keel, peavad Sputnikut ebausaldusväärseks uudiste allikaks. Võttes arvesse, et Sputnikus leviv info kannab sageli

Venemaa propagandistlikke sõnumeid, on see osakaal väga väike. Samas ei saa me väita, et keeleline vahe oleks ainukene murekoht, sest ka eesti keelt kõnelevatest ajateenijatest määras umbkaudu 30% Sputnikut ebausaldusväärseks kanaliks. Keelelisi erinevusi kõrvale jättes on teadmatus seega mõlemal juhul suur. Võib spekuloida, et ajateenijad lihtsalt ei ole teadlikud nende kanalite eesmärkidest või ülesannetest. Seda enam oleks hea, kui ajateenijad saaksid selle alase info juba koolis või kaitseväes.

### **3. Millised on vastajate meediatarbimise mustrid, kokkupuuted väärinfoga ning nende info hindamise oskused?**

Vastuste põhjal sai kindlaks teha ka need riigid või institutsioonid, keda ajateenijad näevad potentsiaalsete valeinfo levitajatena Eesti Vabariigis. Põhiliste riikidena näevad ajateenijad valeinfo levitamise potentsiaali just Hiinal ja Venemaa Föderatsioonil. Vahe ilmneb koduse keele lõikes. Kui eesti keelt kõnelevatest ajateenijatest ei usu selle võimalikkust 6,9% siis vene keelt kõnelevatest vastajatest ei usu seda 21,5%.

Mis puudutab ajateenijate kokkupuudet valeinfoga, siis juhtub seda tihedamalt kui esialgu arvata võiks. Väga suur osa ajateenijaid puutub kokku valeinfoga iganädalaselt, kahjuks ei selgu küll, mis on need allikad või meediumid, kust see nendeni jõuab ja mida nad ise valeinfoks peavad. Kui töö fookuses on palju olnud koduse keele kategooria, siis kokkupuutel valeinfoga on kategoorias küll vahe sees, kuid mitte märkimisväärne. Mil määral mängib siin rolli võimalus, et vene keelt kõnelevad vastajad ei taju näiteks Sputnikut sagedamini valeinfo levitajana, see ei ole selle andmestiku põhjal selge.

Mis puudutab valeinfo äratundmist siis selles küsimuses on tugev seos haridusega. Põhiharidusega ajateenijatel on enda sõnul suuremad raskused valeinfo ära tundmisel kui keskharidusega ajateenijatel. See võib olla tingitud sellest, et keskhariduse omandanud vastaja suudab paremini tuvastada tekstilisi või visuaalseid faktoreid, millel on olemas infomõjutusalased omadused. Seda kinnitavad ka piltide kodeeringute analüüsid, mille järgi on madalama haridustasemega vastajatel raskusi keerukamate tõlgenduste tajumisel ja esitamisel. 57,9% ajateenijatest tunneb, et kaitseväes võiks olla selle teema kohane kursus või õpe.

Arvestades kui suur vahe on haridusel ja valeinfo tuvastamisel, on selline ootus vägagi asjakohane.

## **Diskussioon**

Bakalaureusetöös kasutatud ankeetuuring, mille põhjal töö valmis, oli iseenesest mahukas ja sisukas ning pakkus võimalusi mitmeteks analüüsideks. Üheks analüüside kvaliteeti piiravaks asjaoluks oli uuringu meemide osa ning selle teostamise viis. Meem ilma oma sotsiaalse kontekstita on uuringule vastaja jaoks lihtsalt pilt, mis võib omada “meemilikke” tunnuseid, kuid mida vastaja samamoodi hinnata ei pruugi. Keeruline on mõelda end selle pildi kohtamise olukorda ja mõelda “kas ma jagaksin seda?” kui pildi jagamine sotsiaalmeedias sõltub paljudest muudest teguritest, mis uuringus puuduvad. Kui pilt ei ole naljakas ning kui vastajad ei olegi harjunud sellist materjali jagama, siis võib ajateenistuse ja uuringu kontekstis saada peamiseks sotsiaalselt soovitatav vastamine, kuivõrd vastajale on suhteliselt selge, mis on “õige” vastus, mida talt eeldatakse. Kui uuringus oleks püütud konstrueerida reaalsemat situatsiooni ning kasutatud selliseid pilte, mis antud demograafilise grupi sotsiaalmeedia kontodel ka tegelikult levivad, oleks tulemused võinud olla kordades huvitavamad. Ankeedis esitletud piltide valik oli aga läbipaistev, paljude vastajate jaoks oli nende propagandistlik sõnum ilmselge ning neil puudus huumoriväärtus, mis piltide levitamist ideoloogilisele sisule vaatamata julgustanud oleks. Ajateenistuse kontekstis tasuks sellise uuringu puhul sotsiaalselt soovitatavat vastamist rohkem ennetada ja vähendada.

Töös esineb ka minust endast tingitud piiranguid. Pidin kvalitatiivseid andmeid ümber kodeerima, et leida võimalikult suurt osa vastuseid hõlmav jaotus. Nende vastuste analüüs on paratamatult minu subjektiivsetest arusaamadest mõjutatud. Kuigi kvantitatiivsed analüüsid olid lihtsad ja kirjeldavad ning andmestik keerulisemaid ei võimaldanudki, siis oleksin saanud neile võib-olla süstemaatilisemalt läheneda ning esitada. Lisaks oleksin saanud enne analüüsi rohkem teoreetilise ja empiirilise kirjandusega tutvuda, seda rohkem analüüside ja tõlgendustega siduda ja selle põhjal uurimiseks hüpoteese püstitada.

## Kokkuvõte

Bakalaureusetöö eesmärk oli selgitada välja ajateenijate käitumine (sotsiaal)meedia infovoos: mis meediat tarbitakse, mida jagatakse, kuidas saadakse aru neile pakutud informatsioonist, kuidas mõistetakse võimalikku infomõjutust. Selleks analüüsisin andmeid ankeetküsitlusest, mis viidi läbi Eesti Vabariigi Kaitseväge ajateenijate hulgas 2020. aasta oktoobris, mille üldine eesmärk oli kaardistada ajateenijate sotsiaalmeedia tarbimise harjumused, meediakriitilisus ning arusaamu infomõjutusest. Keskendusin enda töös ajateenijate tõlgendustele, mille nad andsid ankeedis käsitletud piltidele ja analüüsisin nende vastuseid erinevate demograafiliste näitajate lõikes Samuti annan enda töös ülevaate ajateenijate meediatarbimisest, kokkupuutest valeinformatsiooniga ja oskusest valeuudiseid tuvastada.

Eesmärkide saavutamiseks teostasın ankeetküsitluse eksploratiivse ja kirjeldava kvantitatiivse analüüsi ning induktiivse kvalitatiivse sisuanalüüsi. Kodeerisin ajateenijate kvalitatiivsed vastused ja analüüsisin koodide seoseid erinevate demograafiliste näitajatega ja teiste vastustega. Suurimad erinevused ilmnėsid haridustasemete lõikes ning mõnevõrra üllatuslikult ei sõltunud ajateenijate tõlgendused ning kavatsused pilte edasi jagada või neile reageerida teistest testitud muutujatest. Pigem hinnati pilte igavaks ning leiti, et need ei vääri seetõttu jagamist. Seda tulemust kujundab tõenäoliselt nii sotsiaalne soovitus, piltide valik kui ka sotsiaalmeedia konteksti puudumine, milleta selliste meemide tõlgendamine keeruline võib olla.

Samuti analüüsisin seda, milliseid infoallikaid ajateenijad usaldusväärseks peavad ning mis on nende kokkupuuted valeinfo. Nende küsimuste puhul ilmnėsid sageli erinevused lähtuvalt vastaja kodusest keelest ja haridustasemest. Nende tulemuste valguses saab väita, et valeinfo levik ajateenijate seas võib olla probleem, kuivõrd sellist infot nähakse sageli. Samas on ajateenijate oskus valeinfot hinnata pigem hea, kuigi erinevate infoallikate usaldusväärsusele antud hinnangud tekitavad nende võimete osas ka mõningaid kahtlusi. Tulemuste valguses võib öelda, et ajateenijatele meediaalaseid ning infomõjutust käsitlevate kursuste pakkumine oleks mõistlik nii hariduslike kui kultuuriliste erinevuste vähendamiseks kui ka üldise pädevuse suurendamiseks.

## Summary

The aim of the Bachelor's thesis was to examine the behavior of the Estonian Defence Forces conscripts of the information flow in (social)media: what media do they consume, what they share, how they understand information that they are presented and how they understand manipulative information. For this I analyzed a questionnaire survey that was carried out among conscripts who joined the Estonian Defence Forces in 2020. October. The main aim of the survey was to map out the habits of social media use of the conscripts, media criticality and understanding of manipulative information. In my work I mainly focused on the interpretations that the conscripts gave to the pictures presented to them in the survey. I analyzed their answers between different demographic indicators. I also give an overview of the conscripts media consumption, exposure to manipulative information and their abilities to identify false news.

To reach my goals I did an explorative and descriptive quantitative analysis of the survey and an inductive content analysis. I coded the quantitative answers of the conscripts and analysed the connections between the answers and demographic indicators. The biggest differences were between different levels of education and to a surprise there were no other connections with any variables to share or react to the pictures. The main feeling of the conscripts were that the pictures presented to them were boring or that they do not share anything on social media anyway. The reason for this was probably social desirability, selected pictures and the absence of social media context, this might have made it harder for them to interpret the memes.

I also analyzed which information sources do the conscripts trust and how have they been in touch with false information. In these questions the main differences appeared between the spoken language and level of education of the conscripts. In the light of these results we can say that the spread of false information among the conscripts can be a problem, because it seems to reach them often. At the same time the skills of the conscripts to evaluate false information seems to be good, but the estimates given for reliability of different information sources can give a doubt of their capabilities. In the light of the results, it can be said that offering conscripts courses in media and information manipulation would be sensible to reduce both educational and cultural differences as well as to increase general competence.



## Kasutatud kirjandus

Bednar, P. M., & Welch, C. (2008). Bias, Misinformation and the Paradox of Neutrality. *Informing Science, 11*.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality. *New York: Anchor*.

Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). The Global Disinformation Order. *Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*.

Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture.

Denisova, A. (2019). *Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts*. Routledge.

Eesti ühiskond kiirenevas ajas: uuringu" Mina. Maailm. Meedia" 2002-2014 tulemused. (lk 279-296). Tartu Ülikooli Kirjastus.

Getty Images. (2021). Universal History Archive. Kasutatud 19.01.21, <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/world-war-two-british-propaganda-poster-dont-be-a-sucker-news-photo/590677581?adppopup=true>

Höijer, B. (2011). Social representations theory: A new theory for media research. *Nordicom review, 32*(2), 3-16.

Juurvee, I. (2018). Venemaa eriteenistuste rollist informatsioonilises mõjutustegevuses: Mis on teada, mida on alust arvata ja mida võib oletada?. *Sõjateadlane, (8)*, 86-102.

Kaitseministeerium (2019). Avalik arvamus riigikaitsest. Kaitseministeeriumi koduleht. <https://www.kaitseministeerium.ee/et/eesmargid-tegevused/avalik-arvamus-riigikaitsest>

Kaitseressursside ameti kodulehekül. (2021). Kasutatud 08.01.21, <https://kra.ee/>

Kaitseväge kodulehekül. (2021). Kasutatud 08.01.21, <https://mil.ee/kaitsevagi/>

Karlova, N. A., & Fisher, K. E. (2013). A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour.

Kasearu, K., Trumm, A., Kivirähk, J., Tooding, L.-M., Järvala, E. (2021) Ajateenijate teenistuses edasijõudmine. Kompleksuuringu ajateenijate 2019-2020 küsitluse aruanne. Strateegilise Jätkusuutlikkuse Kompetentsikeskus, Tartu Ülikool, 2021.

Kattai, K., & Kask, K. (2016). Ajateenistuse keskkond kohanemise toetajana. *Sõjateadlane*, (1), 133-165.

Kull, K., Lindstöm, K., Lotman, M., Magnus, R., Maimets, K., Maran, T., Moss, R. T., Pärli, Ü., Pärn, K., Randviir, A., Remm, T., Salupere, S., Sarapik, V., Sütiste, E. Torop, P., Ventsel, A., Vereniš, V., Väli, K. (2018). *Semiootika*. Tartu Ülikooli Kirjastus

Kõuts, R., Pruulmann-Vengerfeldt, P., Siibak, A., Lauristin, M. (2017). Internetikasutus ja sotsiaalmeedia kasutus. Vihalemm, P., Lauristin, M., Kalmus, V., & Vihalemm, T. (toim.).

Loonde, E. (2018). Internetimeemid EKRE poliitilises kommunikatsioonis. *Acta Semiotica Estica*, (15), 64-88.

Mahda, Y. (2018). Õppuse Zapad 2017 informatsiooniline aspekt. *Sõjateadlane*, (8), 48-63.

Nissen, T. E. (2015). Sotsiaalmeedia kasutamine relvasüsteemina. *Tänapäeva konfliktide omadused*. Tallinn: Riigikaitse raamatukogu.

Paulhus, D. L. (2002). Socially desirable responding: The evolution of a construct. *The role of constructs in psychological and educational measurement*.

Prier, J. (2017). Commanding the trend: Social media as information warfare. *Strategic Studies Quarterly*, 11(4), 50-85. (lk 67)

Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT press.

Sinisalu, A. (2012). *Mõjutustegevuse piirid rahvusvahelises õiguses* (Doctoral dissertation). Tartu Ülikooli Kirjastus.

Svetoka, S. (2016). *Social media as a tool of hybrid warfare*. NATO Strategic Communications Centre of Excellence.

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

Mina, Jesper Roon,

1. Annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Ajateenistusse astujate arusaamad infomõjutusest“, mille juhendaja on Kaspar Kruup ja Kairi Kasearu, reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commonsi 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 intellektuaalomandit ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Jesper Roon

24.05.2021