

TARTU ÜLIKOOL

Humanitaarteaduste ja kunstide valdkond

Kultuuriteaduste instituut

Etnoloogia, folkloristika ja rakendusantropoloogia õppekava

Joan Jürgens

“Ajatu lugemine”: tarokaartidega ennustamine eestikeelsetes
sotsiaalmeedia kanalites

Juhendaja: Kristel Kivari, PhD

Tartu 2025

Autorideklaratsioon

Olen magistritöö kirjutanud iseseisvalt. Kõigile töös kasutatud teiste autorite töödele, põhimõttelisele seisukohtadele ning muudest allikaist pärinevatele andmetele on viidatud.

Autor: Joan Jürgens

(allkiri)

..... (26.05.2025)

Annotatsioon

“Ajatu lugemine”: tarokaartidega ennustamine eestikeelsetes sotsiaalmeedia kanalites

Magistritöö eesmärk on analüüsida tarokaartide panemist eestikeelses sotsiaalmeedias. Töö vaatlleb tarokaartide panemist kolmel sotsiaalmeedia platvormil (Instagram, TikTok ja Youtube) ning analüüsib ka kaardipanijatega tehtud intervjuusid. Vaatlusest joonistub välja kaks kaartide panemise kategooriat „ajatud lugemised“ ja „ajaliselt määratletud lugemised.“ Mõlemas kategoorias käsitletakse erinevaid inimesi huvitavaid teemasid nagu armastus, raha ja spirituaalne areng. Silma torkas ka postituste visuaalne sarnasus.

Töö teoreetiline pool keskendub kaartide panemisele kui esitusele, rituaalsele tegevusele ning osaleja rollile algoritmi müstifitseerimisel. Esitus ja rituaalne käitumine annavad võimaluse vaadelda kaartide panemist kui kommunikatsiooni žanri. Algoritm näitab inimestele seda, millest nad on huvitatud. Samas nähakse seda nii osalejate kui ka kaardipanijate poolt, kui saatust, mis edastab inimestele sõnumid nende jaoks õigel hetkel.

Märksõnad: taro, kaardipanijad, sotsiaalmeedia

Sisukord

Sissejuhatus	4
1. Meetod.....	6
1.1. Veebietnograafia.....	6
1.1.1. YouTube	7
1.1.2. TikTok	7
1.1.3. Instagram.....	9
1.1.4. Intervjuud	9
1.2. Takistustest ja uurijaeetikast	10
2. Teoreetilised lähtekohad.....	12
2.1. Esitus	12
2.2. Rituaal	13
2.3. Osaleja ja algoritm maagilise mõtteviisi loomisel	16
3. Kaardipanijatest.....	19
3.1. Kaardipanijate kogukond või selle puudumine.....	21
4. Kaartide panemine sotsiaalmeedias	23
4.1. Ajaliselt määratletud lugemised	23
4.2. Ajatud lugemised	26
4.3. Postituste visuaalne pool.....	29
4.4. Vahendid.....	32
4.5. Infoallikad	35
4.6. Märkusi väljalt	37
4.7. Kommentaarid.....	39
Kokkuvõte	41
Summary	43

"Timeless Reading": Fortune Telling with Tarot Cards in Estonian Speaking Social Media Channels.....	43
Kasutatud allikad.....	45
Kirjandus.....	45
Intervjuud.....	49
Joonised.....	50
Lisad.....	52
Lisa 1. Sõnastik.....	52

Sissejuhatus

Magistritöö eesmärk on analüüsida tarokaartide panemist eestikeelses sotsiaalmeedias, selleks, et paremini mõista kaartidega ennustamisest kui tegevust olukorras, kus kaartide panija nähtavasti ei tea, kellele ta kaarte paneb. Ennustamisega tegelevaid inimesi kutsutakse tihti nõidadeks. Stereotüüp kujutab endast tavaliselt vanamoori, kes elab üksinda metsas või tänaval juurde astuvat inimest, kes pakub ennustust või ütleb midagi salapärast. Tihtilugu kujutame ette, et nad kannavad ainult musta ning seetõttu mõjuvad isegi hirmutavalt. Moodsamad kaardipanijad ehk töötavad ennustusliinil, kuhu saab ööpäevaringselt helistada. Veelgi moodsamad aga postitavad oma tegevusest sotsiaalmeediasse. Nad on pealtnäha täiesti tavalised inimesed, igas vanuses ja soost, ning kohe üldse ei sobitu levinud stereotüübiga. Muidugi ei ole see uudiseks inimestele, kes on kaartide panemisega sügavamalt kokku puutunud või sattunud nägema mõnda kaartide panemise postitust. Minu huvi tarokaartide ja kaartide panemise vastu tekkis varateismeeas, kuid akadeemilise väljundini jõudis see käesolevas magistritöös. Töö fookusesse olen võtnud just eesti keelt kõnelevad kaardipanijad, kes tegutsevad sotsiaalmeedias, pakkudes tasuta ja tasulisi ennustusi.

Varasemates kultuuriteaduslikes uurimustes on Eestis keskendutud nõidadele (Salve 1998; Kõiva 1996, 2014) ning nõidusega seotud esemete uurimisele (Johanson jt 2018). Samuti on loodud kogumikke kohalikest nõidadest: näiteks „Suur nõiaraamat“ (Raitar 2009) või „Eesti nõiad“ (Poll 2004), millest on ülevaate teinud Linda Pärn oma bakalaureusetöös (2012). Ülevaate spiritsismist 20. sajandi alguses on teinud Toomas Abiline (2021) ning uusvaimsus on samuti saanud laialdast kõlapinda näiteks meditsiinilisest perspektiivist (Uibu 2015; Kartau 2019) ja internetifoorumite vaatepunktist (Uibu 2014). Üha rohkem uuritakse Eestis ka uue vaimsuse levikut ja tegevusi internetis (Uibu jt 2013). Uibu on välja toonud, et internet annab võimaluse laiemalt jagada oma kogemusi, mis funktsioneerib kui tõestusmaterjalina (samas: 87-88). Samuti annab ligipääs niivõrd suurele informatsioonikogumikule võimaluse valida välja just endale sobivad aspektid ning neid praktiseerida.

Kuigi varasemalt on kasutatud „nõid“ üldise terminina, mis viitab esoteerikaga tegelevale inimesele, väldin selle kasutamist käesolevas magistritöös. Seda seetõttu, et paljud eestikeelses sotsiaalmeedias tegutsevad inimesed ise sellist terminit endale viidates ei kasuta, kuigi esmapilgul saaks neid lahterdada „nõia“ kategooriasse. Sellest tulenevalt on käesolevas töös kasutatud terminit kaardipanija, mis on seotud neid ühendava tegevusega. Esile tuleb ka tõsiasi,

et kaartide panemine sotsiaalmeedias tegevusena on pigem uus nähtus, mida varasemalt pole Eestis sellisel viisil uuritud. Käesoleva magistritöö eesmärk on seda tühimikku täita, luues ülevaate hetke seisust ning tuues välja ka kaardipanijate enda perspektiivi ja arusaama sellest, kuidas kaartide panemine sotsiaalmeedias toimib.

Selle jaoks uurisin kolmel sotsiaalmeediaplatvormil (Instagram, YouTube ja TikTok) tegutsevad kaardipanijaid, kes postitasid vahemikus juuni 2024 kuni oktoober 2024. Vaatluse käigus keskendus sellele, milline näeb välja kaartide panemisega seotud postitus, milliseid teemasid lahatakse, mida arvavad postitustest vaatajad ning millised erinevused tulevad välja sotsiaalmeedia platvormide vahel. Kaardipanijatega läbiviidud intervjuudes uurisin nende tegevuse kohta, kuidas viiakse läbi kaartide panemise olukorras, kus postitust võib näha igäüks ning kuidas informatsioon, mida nad jagavad, kaardipanijateni jõuab.

Töö teoreetiline peatükk käsitleb kaardipanijate tegevust kui esitust, kus nii kaardipanija kui ka osaleja on olulisel kohal. Samuti toon esile tegevuse rituaalse loomuse ning kuidas see loob kaartide panemisest teatud kommunikatsiooni žanri. Teoreetilise peatüki lõpetuseks avan natukene sotsiaalmeedia platvormide algoritmi ja selle müstifitseerimist, mida viimastel aastatel on hakatud üha rohkem märkama ning uurima.

Kirjutamise käigus mängis olulist rolli minu kui uurija isiklik huvi ja teadmised valdkonna kohta. Tarokaartide tundmine ning ka eelnev kasutus andis mulle võimaluse analüüsida postitusi kaardipanija perspektiivist. Tundes kaarte ning seda, kuidas kaarte pannakse, andis mulle teadmised sellest, mida postituste puhul jälgida. Peamiselt olin varasemalt jälginud inglisekeelset kaardipanijate kogukonda, mille tõttu oli Eesti keskselt uurimine silmi avav. Töös ei too ma liialt palju esile inglisekeelses ja eestikeelses keeleroumis asetsevate kaardipanijate erinevusi, kuid see on kindlasti huvitav uurimisteema edaspidiseks.

Samuti tahaksin sügavalt tänada kõiki kaardipanijaid, kellega mul tekkis võimalus suhelda ning kes jagasid minuga oma aega ja mõttemaailma. Ilma nendeta ei oleks see magistritöö valminud ega avanenud väikene pilk kaardipanijate maailma. Sügavad kummardused.

1. Meetod

1.1. Veebietnograafia

Veebietnograafia on “internetimaterjalidel põhinev ja/või spetsiaalselt veebikogukondadele ning seelses suhtluses tekkivatele kultuurinähtustele keskenduv etnograafiline uurimistöo ja selle tulemus“ (Pilt 2023: 127). Selle eesmärk on läheneda kogukondadele nende naturaalses olekus ning uurida nende tavapärasest käitumist (Kozinets jt 2014: 262). Sarnaselt oli käesoleva töö esmane samm vaadelda kaardipanijate tegevust sotsiaalmeedias, kuhu nad postitavad tarokaartide lugemisi. Vaatlesin ja salvestasin materjali vahemikul juuni 2024 kuni oktoober 2024 kolmel sotsiaalmeedia platvormil - YouTube, Instagram ja TikTok. Valisin platvormid seetõttu, et oskan neid kõige paremini kasutada. Kuna olen platvormidega ning sealse sisuga tuttav ei olnud temaatiliste postituste leidmine aeganõudev ning algoritmi treenimine, et panna platvorm enda kasuks paremini tööle, lihtsam. Facebook jäi valikust kõrvale, kuna seal tegutsevatest kaartidega tegelevatest inimestest on Renser ja Tiidenberg teinud huvitava ülevaate töös „*Witches on Facebook: Mediatization of Neo-Paganism*“ (2020), mis inspireeris ka käesolevat tööd. Samuti soovisin oma töös keskenduda postitustele, mis on lihtsasti kättesaadavad kõigile inimestele, kes tunnevad kaartide panemise vastu huvi (täpsemalt platvormidest pkt 1.1.1. – 1.1.3.). Facebooki puhul kipub kaartide panemine toimuma kinnistes gruppides ning algoritmi poolt soovitatud selle teemalist sisu satub kasutajate ajajoonetele pigem harva võrreldes töös käsitletud sotsiaalmeedia platvormidega. Lisaks vaatluse ajal analüüsitud sotsiaalmeedias tehtud postitustele, pöörasin tähelepanu ka kontode eelnevale tegevusele, et saada parem ülevaade kontode tegevusest ning aja pikku toimunud muutustest. Peale selle andis vanemate postituste vaatlemine aimdust, kui kaua on postitamisega tegeletud, millisest sisust on alustatud ning kas esile kerkivad ka teatud postituste sisulised või visuaalsed trendid. Sotsiaalmeedia platvormidel, mida uurin on omad eripärad nii algoritmis, kui ka efektiivseimas uurimise viisis, millest kirjutan järgnevas kolmes peatükis täpsemalt.

1.1.1. YouTube

YouTube on 2005. aastal asutatud sotsiaalmeedia platvorm, kuhu inimestel on võimalik postitada videoid, vaadata, meeldivaks märkida ning neid kommenteerida. Tegu on ühe populaarseima sotsiaalmeedia platvormiga. Videote vaatamiseks ei pea looma kasutajakontot, kuid sellisel juhul ei ole võimalik kommenteerida ega näha sisu, mis on vanusepiiranguga.

Üheks platvormi omaduseks on selle soovitusüsteem, mis põhineb YouTube algoritmil. Algoritmi täpset toimimist ei ole võimalik selgitada, kuna selle kohta puudub informatsioon. Teada on see, et videoid soovitatakse žanri sarnasuse, kasutaja eelnevate vaatamisete ja ka teiste sarnaste vaatajate tegevuse põhjal (Arthurs jt 2018). Omapäraseks aspektiks on ka nõ suvalised soovitused, mille puhul eeldatakse, et tegu on hetkel trendikate videotega (samas.).

Olles ise YouTube'i pikalt kasutanud, otsustasin ka töös käsitleva materjali otsimisel oma arusaama algoritmist ära kasutada. Otsisin märksõnu nagu "taro", "vali kaart" ning "taroskoop." Märksõnu mille kaudu otsida teadsin juba varasemast, kuna olen sarnaste videotega varem platvormil kokku puutunud. Otsingutulemustes valisin vaatamiseks videod, mis tundusid pealkirja järgi sobivat uurimisteemaga. Valitud videote alt vaatasin üle algoritmi poolt soovitatud videod ning märkisin üles kontosid, kes mind huvitavat sisu postitasid. Jätkasin seda tegevust, kuni kontod hakkasid korduma. YouTube'is märksõnade järgi otsimine on võrreldes TikToki ja Instagramiga lihtsam, kuna videotel on peale märksõnade ka pealkirjad, mis kajastavad videote sisu. Kokku vaatlesin YouTube'is 32 kontot.

Materjali organiseerimisel sain eeskujuna Buie jt (2013: 42) artiklist, kus salvestati video pealkiri, URL, vaatamised, video postitamise kuupäev, meeldimised ja kommentaarid. Videote meeldimisi töös ma ära ei märkinud, kuna ei leidnud selles olulist näitajat. Küll aga lisasin video pealkirja ja URL juurde ka vähemalt ühe kuvatõmmise videost ning kommentaaridest (kui neid oli). Videoid eraldi oma sisu poolest ei kategoriseerinud, kuid välitöömärkmetesse lisasin lühikesed kokkuvõtted videote sisust.

1.1.2. TikTok

Teiseks suuresti videosisu pakkuvaks platvormiks, mida töös vaatlesin oli TikTok. Platvorm jõudis avalikuseni aastal 2016, kuid hakkas jõudsalt koguma populaarsust 2018. aastal (Anderson 2020: 7). Videote filmimine, modifitseerimine ja üles laadimine on tehtud kasutaja jaoks võimalikult lihtsaks. Peale videote on võimalik lisada ka pilte, mille taustal on heli.

Eriliseks teeb platvormis see, et kasutajale näidatakse ekraanil ühte postitust korraga ning uue nägemiseks tuleb ajajoonel edasi kerida. Peamiselt kasutatakse TikTokis vaatamiseks äppi, kuid sellel on ka veebileht, mis töötab samal põhimõttel. Vaatluse tegemiseks kasutasin veebilehte. Algselt oli võimalik vaadata postitusi veebilehel ilma TikTokis kasutajata, kuid vaatluse käigus see muutus, ehk ilma kasutajata ei ole võimalik platvormi sisu tarbida.

TikTokis algoritm on sarnaselt YouTube'i omale keeruline ja segadust tekitav. Kuna TikTokis ei ole võimalik eraldi valida, millist postitust tahetakse vaadata, baseerub algoritm sellel, millist sisu kõige kauem vaadatakse ja millise sisuga astub kasutaja dialoogi, kas kommenteerides, meeldivaks märkides või videoga vastates (Klug jt 2021). Pitre (2023: 72) toob välja, et TikTokis algoritm otseselt ei tunne kasutajat süvitsi, vaid näitab talle samasse või võimalikult sarnasesse žanri kuuluvaid postitusi. Sellest lähtudes ehitab platvorm kasutaja jaoks ülesse lehe "*for you*" („sinu jaoks“), kus kuvatakse kasutaja vaatamise põhjal soovitatud sisu. Siiski ei saa väita, et selline algoritmi ülesehitus oleks alati tõene. Platvormi kasutades tundub, et mõnikord näitab platvorm kasutaja eelistatud žanri sekka ka lihtsalt hetkel populaarseid videoid. Teada on aga see, et soovitatavad postitused "*for you*" lehel, on üldiselt seotud kasutaja eelneva tegevusega (Wang 2022: 62).

Eelnevalt on TikTokis uuritud ingliskeelset nõidade kogukonda (Miller 2022). Artiklis keskenduti üksnes TikTokis postitustele ning rõhuti nende esteetilisele väärtusele (samas). Märksõnadega otsimine on TikTokis märksa keerulisem, kuna kõik kasutajad ei kasuta märksõnu ega lisa postitustele kirjeldusi. Samuti tuli otsinguga peamiselt ette ingliskeelset materjali. TikTokis on ka levinud kaartide panemiste puhul trend, et ei kasutata postitustes märksõnu. Märksõnade mitte kasutamise eesmärgiks on süvendada kasutajates arusaama, et käesolev postitus pidi just selle kindla vaatajani jõudma ning tegu polnud lihtsalt algoritmiga, mis lähtus märksõnadest.

Vaatlusel lähtusin algselt TikTokis kasutajatest, kelle tegevusest kaardipanijatena juba teadsin. Vaatasin korduvalt nende loodud sisu, et saada uusi soovitusi sarnaste kasutajate kohta. Kokku vaatlesin kolme avalikku TikTokis kontot, ehk nende loodud postitused on kättesaadavad kõigile, kes TikTokis kasutavad. Lähenesin postituste kategoriseerimisele sarnaselt YouTube materjalile. Erandiks oli see, et puudusid pealkirjad.

1.1.3. Instagram

Instagram on 2010 aastal loodud sotsiaalmeedia platvorm, mille algne eesmärk oli piltide jagamine. Tänapäevaks on piltidele lisandunud ka videod (*reels*), mille vaatamine toimib sarnaselt TikTokile, ehk ekraanil on üks video korraga. Lisaks on võimalik nende “avasta” („*explore*“) lehel leida nii pildimaterjali kui ka videoid ning nende seast valida endale huvi pakkuv. Sarnaselt TikTokile on Instagram rohkem kasutusel äppi formaadis, kuid ka sellel on oma veebileht, mida vaatluse jaoks kasutasin. Erinevalt YouTube’ist nõuab Instagram postituste vaatamiseks kasutaja olemasolu.

Instagrami blogis (Mosseri 2023) on välja toodud, et nende algoritm on erinev postituste, videote ja reklaamide puhul, mis lähtub kasutaja ning tema jälgitavate kontode tegevusest. Eelnevalt on Instagramis tegutsevatest nõidadest lähemalt kirjutanud Orell (2019), kes toob esile Instagramis kogukonna loomise võimalust. Artikli puhul on fookus teemaviidete kasutamisel ja sellel, kuidas neid kasutades on võimalik leida sarnase mõtteviisiga inimesi, ehk üheks viisiks näidata end kogukonna osana on postituste juurde sellega seotud teemaviidete lisamine. See teeb ka endale sobiliku kogukonna leidmise lihtsamaks.

Eestikeelses sotsiaalmeedias oli teemaviidete kaudu otsimine kaardipanijate leidmisele aga keeruline. Pigem oli otsingu tulemusena võimalik leida inglisekeelseid postitusi. Pidin lähtuma kontodest millest juba varasemalt teadsin ning sealt edasi vaatama milliseid kontosid veel jälgitakse ja mis postitusi mulle soovitatakse. Kokku vaatlesin kuut avalikku Instagrami kontot. Materjali talletasin sarnaselt teisele kahele platvormile.

1.1.4. Intervjuud

Lisaks vaadeldud postitustele jälgisin kogu vaatluse vältel kontode andmeid, mis kajastasid seda palju on kontol kokku postitusi ning jälgijate arvu. Lugesin läbi ka kontode kirjeldused, mille kontode haldajad olid lisanud. Üldjuhul oli seal selgitatud kontol toimuvat, kontakteerumise võimalused (nt meiliaadress) ning muu informatsioon, mida peeti oluliseks (nt kaua on kaartide panemisega tegeletud). Paljudel oli märgitud ka teised sotsiaalmeedia platvormid, kus nad tegutsevad. Kasutasin nende enda postitatud kontaktandmeid, et luua esmane kontakt kontode taga olevate kaardipanijatega. Kõigiga kontakti saada polnud võimalik, kuna puudusid kontakteerumise võimalused või puudus nende poolne huvi. Takistuseks said ka ajalised piirangud, kuna periood, kus intervjuusid läbi viisin (november

2024 – jaanuar 2025) oli pühade tõttu tavapärasest kiirem, mille tõttu oli ühise aja leidmine raskendatud. Intervjuust huvitatule saatsin enne intervjuud küsimuskava, et neil oleks võimalus ennast ette valmistada. Kokku sain lepitud 11 intervjuud, millest üks oli kirjalik. Intervjuud toimusid Zoomi vahendusel ning olid keskmiselt 45 minutit pikad. Sain ka verbaalse loa intervjuusid salvestada ning intervjuueeritavaid tsiteerida. Kuna töö on seotud sotsiaalmeedia platvormidega otsustasin kasutada intervjuueeritavate kasutajanimedid.

Intervjuude eesmärgiks oli paremini mõista, mis toimub kaadri taga. Enda eelnevate teadmiste tõttu tarokaartidest oli intervjuueeritavatega kontakti loomine lihtne ning intervjuude jooksul polnud vajalik terminoloogia selgitamine. Intervjuud keskendusid rohkem intervjuueeritavate kogemusele ning sotsiaalmeedia tegevustele. Lisaks uurisin ka nende tausta kohta ning seda, miks nad kaarte panevad.

1.2. Takistustest ja uurijaeetikast

Veebiethnograafilise uurimuse jooksul oli peamiseks takistuseks materjali kadumine. Kadumise põhjuseid võib olla mitmeid: postitaja soov postitus kustutada, platvormi reeglite muutus, mille tõttu postitus kustutatakse või lihtsalt sotsiaalmeedia platvormiga seonduvad probleemid. Näiteks võib tuua MySpace'i, kus platvormi kolimise käigus 2019. aastal, kadusid postitused, mis tehti enne 2016. aastat (Binder 2019). Ka käesoleva töö käigus on mõningad postitused vaatlemise ajast eemaldatud. Sarnast probleemi illustreerib ka Klasseni (2002) artikkel, mis kirjendas nõidade tegevust internetis. Artiklis käsitletud veebilehti enam tänaseks ei leia.

Üheks esmaseks eetiliseks küsimuseks oli nimetamise probleem. Nimelt pea kõigil keda töö jooksul vaatlisin, oli enda ning oma töö kohta oma nimetus. Levinud termin oli energiatöötaja, kuid samas on ühest küljest see termin laiem kui kaartide panemine ja teisalt ei sobitu kõigile. Üksikud kasutasid ka termineid nagu nõid või šamaan/šamaanitar. Intervjuueerisin ka konstelloori. Tegevused nende inimeste vahel kattuvad, kuid mitte täielikult. Framtoni (2023) uuringus tuleb samuti esile see, et kuigi inimestel on kattuvaid mõtteviise ja tegevusi, on nimetusi, mida kasutatakse erinevaid. Pean oluliseks eetiliseks aspektiks austada inimeste identiteedi tunnetust, mille tõttu võtsin ka kasutusele termini kaardipanija, mis on seotud kindla tegevusega, mida nad harrastavad. Sellega seoses välidin ka sõna kogukond, kuna tegelikult kogukonda selle kõige tavapärasemas tähenduses (Eestis) ei ole (vt lähemalt pkt 3.1.1.).

Teiseks suuremaks küsimuseks oli uuritavate kajastamine. Kuidas neile näidete kontekstis viidata? Siinkohal tuli mängu sotsiaalmeedia avatus ning kasutajate nimed. Nimelt ei postita

enamik oma päris nime alt vaid kasutatakse kasutajanimed. Töö vältel viitan kaardipanijatele just nende kasutajanimedega, mis on kõigile nähtavad ja kättesaadavad. Samamoodi lähtun ka intervjuudes tehtud ütlustega, mille kasutamise kohta sain nõusoleku.

2. Teoreetilised lähtekohad

Tarokaartide ajalugu on keeruline täpselt paika panna, kuid arvatakse, et need arenesid välja keskaegses Euroopas algselt kaardimänguna, mille kaarte hakati hiljem kasutama spirituaalsetel eesmärkidel nagu eneseotsingud või ennustamine (Gupta 2024). Tänapäevaks on eneseotsingud ja ennustamine koos kõige muuga suuresti kolinud interneti, mille tõttu on ka käesoleva töö fookuses just kaardipanijad, kes panevad kaarte sotsiaalmeedias. Nende tegevust jälgides sai selgeks, et tegu on sügavalt ritualiseeritud ja esituslikult raamitud kommunikatsiooniga kaardipanija ja osaleja vahel. Kasutan termini vaatleja asemel osalejat, kuna sotsiaalmeedia kontekstis kaartide panemisel on suur osa ka just nende postituste vaatajatel - nende otsused määravad ka kaartide panemise tulemuse. Käesolevas peatükis esitan teoreetilise raamistiku, mis käsitleb esitluse, rituaali ja selles osalejate kommunikatsiooni, tuues näiteid kaartide panemisest ja välitöödel kogutud materjalist, millest kirjutan täpsemalt järgmises peatükis. Lõpetuseks avan sotsiaalmeedia algoritmi müstifitseerimist.

2.1. Esitus

Esituse (*performance*'i) uurimine folkloristikas keskendub kommunikatsiooni viisile, millel tihti on mingisugune esteetiline väärtus ning mis on suunatud mingisugusele vaatajaskonnale (Bauman 1992: 41). Peamiselt mõeldakse selle all kindlaid tegevusi nagu tants või muusika esitamine. Samuti võivad sinna alla kuuluda ka argised tegevused nagu õpetamine ja sotsiaalmeediasse postitamine. Esituse teeb eriliseks seda ümbritsev kontekst (Bauman 1992: 46). Konteksti määravateks elementideks võivad olla esituse aeg ja ruum, kuid selle olulisuse määravad vaatajad. Ben-Amos (1993) on välja toonud, et kaks folkloori esitust ei ole kunagi samasugused ka siis, kui esituse elemendid kattuvad. Selle tõttu on ka vaatajal, kui konteksti osal, määrav roll esituse argisuse või erilisuse määramisel. Ka esitaja tegevuse meisterlikkuse otsustavad vaatajad, kes lõpuks määravas esitaja väärtuse (Bauman 2004: 9).

Kaartide panemist saab vaadelda sarnaste parameetrite järgi. Tavaliselt on tegu kahe inimese vahelise tegevusega, kus mõlemal on oma kindel roll - kaardipanija ja osaleja (vaatleja). Otseselt pole oluline ruum või aeg, millal kaarte pannakse (nagu tööst välja joonistub, pole oluline ka kaardipanija ja osaleja vaheline kontakt) vaid osaleja tahe, et talle pannakse kaarte.

Kaartide panemine kipub järgima iga esituse korral sarnast malli. Kaardipanija segab kaarte, asetab need lauale, selgitab kaartide tähendusi ning mida nende koos esinemine tähendab. Osaleja peamine roll on lugemist algatada. Samuti on eeldatud, et osaleja küsib täpsustavaid küsimusi või soovitusi. Esineb ka kaartide panemise viise, kus osaleja peab ise valima tagurpidi asetatud kaartide seast tunnetuse järgi omale meelepärase kaardi. Viimasena kirjeldatud ennustamise viis on sarnane hetkel sotsiaalmeedias esineva kaartide panemise viisiga, kus postituse nägija peab ise oma sisetunde põhjal valima endale meelepärase kaardi või kaardikogumi.

Keskendudes just sotsiaalmeedias esinevatele kaardipanemistele tuleb esile nende sarnane visuaalne stiil. Rõhku pannakse postituste esteetilisele väärtusele (Miller 2022). Luuakse ilus keskkond kus kaarte esitada. Tihti on märgata kaunistatud lauda küünalde ja kristallidega, viisakat manikööri või kaardipanija välimust ning muid dekoratiivelemente. Postituste visuaalne stiil on tihti sarnane. Blank (2013: 113) toob esile, et veebilehtede kasutajad eeldavad, et teatud tüüpi sisuga on seotud mingisugune visuaalne stiil. Tänapäeval sotsiaalmeediasse postitavate kaardipanijate puhul on seda samuti märgata (vt ptk 4.3. Postituste visuaalne pool: 28)

Esteetilist väärtust lisavad ka kaardid, kuna peamiselt on kasutusel tarokaardid, mis on oma loomult illustratiivsed. Kaardipakkide illustratsioone on erinevaid, mis võimaldab ka kaardipanijal valida lugemise temaatikaga seonduv pakk. Näiteks armastusega seotud küsimuste puhul võidakse võtta kasutusele romantiliste illustratsioonidega kaardid. Tarokaartidega käivad tihti käsikäes ka oraaklikaardid, mille illustratsioone on samuti erinevaid ning mis on samuti temaatilised.

Esitusel on alati ka mingisugune eesmärk. Tarokaartide panemise puhul on selleks mingisuguse sõnumi edastamine. Nagu eelnevalt mainitud on osaleja/vaataja see, kes määrab esituse usutavuse. Esitaja seega peab tegema oma esituse usutavaks. Esitus peaks mõjutama vaatajat ning täitma tema ootused (Bauman 2004: 9). Kui tuua näiteks kaartide panemine, siis kogenud vaataja või osaleja teab, et enne kaartide ladumist neid segatakse või teatakse isegi mõningate kaartide tähendusi.

2.2. Rituaal

Rituaali mõistetakse, kui teatud struktuuri, mida seostatakse kindlate omavahel seotud omadustega (Rappaport 1992: 250). Rituaalid on tavaliselt mingisugused korratud tegevused,

mille tähenduslikkus seisneb selle edastatavas sõnumis (samas). Rituaali läbi viija ja selles osaleja on teadlikud rituaali elementidest ja kulgemisest.

Nagu ka esituses on rituaali puhul oluline esitaja ja osaleja arusaam eesootavast. Clements (1981: 140) toob välja, et ravitsemis rituaalides osalejad eeldavad mingisugust teatud tulemust ning kui rituaal ei vasta oma tegevuselt või tulemuselt nende ootustele, kaob nende silmis rituaali usaldusväärsus. Sarnane olukord võib juhtuda ka kaardipanemise kontekstis. Kui kaardipanija näiteks ei sega kaarte, keeldub kaarte panemast või tõlgendab mõnda kaarti ootamatul viisil, siis mingisugune rituaalne element kaob. Kaartide tõlgenduses kahtlemine muidugi eeldab osaleja teadmisi kaartide tähendusest.

Sarnaseid tundeid võib tekitada tegelikult ka sotsiaalmeedia postitus, kus lubatakse vaatajale ennustust. Esitusest võib puududa mõni element, mida osaleja ootab (nt kaartide segamine), mis võib tema silmis mõjutada tulemuse usutavust. Helland (2013: 28-29) toob välja sarnase probleemi uskujate ja objektiivsete vaatlejate perspektiivist. Nimelt toob ta esile, kuidas rituaalide kolimisel interneti kaovad mõningate vaatlejate sõnul ära rituaalide tavalised elemendid, tänu millele need rituaalid töötavad (samas). Samuti toob Helland aga välja selle, et diskursust raamivate tegevustega on inimesed pannud rituaalid internetis toimima. Kaartide panemine on Hellandi uuritud rituaalidega sarnases positsioonis. Esitajad ehk kaardipanijad loovad raami oma tegevusel rituaalse (võib ka öelda stereotüüpse) ruumi loomisega (kristallid, küünlad) ning ka postituste alguses kajastatud sõnadega:

“Taju ja tunnet, milline kaart võiks peita sinu jaoks olulist sõnumit.”
(The.lumin.essence 03.05.2024)

Kuigi eelnevalt välja toodud lause ei pruugi sellisel kujul esineda iga postituse juures on selle mõtte edastamine kaardipanijate seas sotsiaalmeedias laialt levinud.

Kaartide panemine ise on samuti rituaalne tegevus. Üldiselt lähenetakse kaartide panemisele natuke erinevalt, kuid igauks järgib pea alati endale omapärast stiili. Joonistuvad välja kaks üldisemat nii öelda õigete kaartide saamise stiili - süstemne lugemine ehk kaardipanijal on teatud viis, kuidas kaardid peale segamist asetatakse ning hüpikute lugemine, kus tõlgendatakse kaarte, mis on segamise ajal välja kukkunud.

Levinud just kaardipanija perspektiivist on ka erinevad puhastamisega seotud tegevused, näiteks viiruki põletamine või akende avamine.

“Jaa selles mõttes ikka on, et see käib nagu juba juba nagu töö- töövahendi enda juurde. Nagu see kaartide puhastamine ja noh, kindlasti kindlasti põleb kusagil küünal ja see, mul ei ole niimoodi reegleid. Et nüüd kolm korda viibutan millegiga ja nii edasi, et et aga on mingid kindlad elemendid, mida ma eelistan, et on, on alati juures, et kindlasti küünal. Ja, ja et töövahendid on nagu nii füüsiliselt kui energeetiliselt puhastatud.”
(Meeri Taro 02.12.2024)

Kaartide panemise, kui rituaalse tegevuse, eesmärgiks või tulemuseks on mingisuguse sõnumi edastamine. Toimub kommunikatsioon kaardipanija ja osaleja vahel läbi tarokaartide. Kaartide olemasolu ja kasutamine aga loob vaatajas usaldust, et edastatavad sõnumid tulevad siiski kuskilt kõrgemalt. Siinkohal tuleb mängu kaardipanija usaldusväärsus ning millest see tuleneb. Bauman (2004 lk 125) toob välja, et esitluse kontekstis on sõnumi edastajal oluline edastada autori teksti tõetruult ja hästi, et säilitada diskursuse usaldusväärsus. Nagu eelnevalt mainitud on kaartidel kindlad määratud tähendused, millele on kõigil soovijatel ligipääs. Kuigi osalejal ei pea omama teadmisi kaartide tähendustest, kipuvad kaardipanijad ise hoidma teatud tüüpi standardit või aususe printsiipi. Kuigi Eesti kaardipanijate maastikul see liialt levinud ei ole on märgata just ingliskeelsete kaardipanijate puhul postitusi, kus tuuakse välja mõne teise kaardipanija eksimusi.

Osaleja enda uskumused ning vaated kaardipanemisele mängivad kommunikatsioonis samuti rolli. Olenevalt osaleja lähenemisest võib kaardipanija kaarte tõlgendada erinevalt. Peamiselt kipuvad kaardipanijad tõlgendama sisetunde põhiselt, toetudes määratud tähendustele, kuid kaarte võib lugeda ka ainult määratud tähendustega, eirates intuiitiivset lähenemist.

“[---] kaarte on võimalik tõlgendada ainult mõistusega ka. Ainult õpiku baasil panna see jutt ilusti kokku. Seda teatud inimeste puhul saabki ainult. Ainult mõistusega läheneda, et teatud inimestele sa loedki lihtsalt tähendusi, sest nad on mõistuse inimesed.”
(Südame hääl 02.12.2024)

Keeruliseks aspektiks siin puhul on aga see, et olenevalt kaartidel olevatest illustratsioonidest ja sümbolitest võivad nende määratud tõlgendused olla natukene erinevad. Kuigi lähtutakse üldisemast tuntuimast süsteemist, milleks on Rider-Waite-Simth (vt Lisa 1) võib modernsemate illustratsioonidega kaartide puhul tõlgendada kaarte natukene erinevalt. Kaardipanijad on ka välja toonud oma kogemuse olulisuse kaartide panemisel.

“Kes vähegi tarost midagi teab, siis igal kaardil on oma konkreetne (või ka mitmuses) tähendus. Aga kui hakkad ise tarot lugema, siis sellele baastähendusele tuleb lisaks ka

enda kogemustest lähtuvad tähendused. Nt võtame tarokaardi “The SUN” ehk Päike, mis on kõige positiivsema tähendusega kaart. The Sun-il on tihti kujutatud Päike ja väikelaps. Kui The Sun tuleb välja, siis ta alati kuulutab häid uudiseid või lahendusi, edu, rõõmu jne. Lisaks sellele olen kogenud tunnetusi nagu nt “peab rohkem päikese käes viibima”, “saavad olema päikselised ilmad”, “uue projekti või ka beebi sünd” jne. Ehk siis tekivad mingid tunnetused, mingid detailid torkavad silma ja laused hakkavad peas jooksuma. Vahel tekivad ka pildid silma ette.” (Anonüümne)

Tarokaartide panemine on omamoodi kommunikatsiooni žanr, mis osaliselt eeldab endast ka rituaalse käitumise olemasolu. Selles on omad reeglid ja sotsiaalsed normid, mida järgitakse. Läbi aja lisandub tegevuse ümber uusi norme ja reegleid ning kaovad vanad. Frog (2016: 59) on välja toonud, et iga žanriga seotud isik kasutab ja manipuleerib seda oma taustale ning teadmistele toetudes. Need teadmised tekivad žanriga seoses tegutsedes. Sarnane efekt tekib ka kaartide panemisel, kuna lugejad võivad, olenevalt kaartidest, tõlgendada illustratsioone erinevalt ja ka osaleja küsimustest lähtuvalt. Tuleb ka esile tuua, et žanrites esinevad sotsioloogilised, ideoloogilised ja poliitilised seosed, mida võib siduda inimgruppidega, mis omakorda seostuvad kindlate kohtade ja kontekstiga (Bauman, Briggs 1992: 147-148). Baumani ja Briggsi välja toodut illustreerib ka eelnevalt mainitud sotsiaalmeedias olevate tarokaartidega seotud postituste esteetiline sarnasus. Tooksin ka välja, et eestikeelsel tarokaartide panijate maastikul on naiste ülekaal ning meesoost kaardipanijaid on vähe.

2.3. Osaleja ja algoritm maagilise mõtteviisi loomisel

Kaartide panemisel on aktiivsed mõlemad osapooled: kaardipanija ja osaleja. Osaleja esmalt esitab küsimuse või on avatud kaardi valimise protsessile. Seejärel aga analüüsides saadud informatsiooni ning otsustades, kas kogemus oli tema jaoks sobilik.

“[---] sellele kuulajale jääb väga suur roll just selles mõttes, et et tema peab olema see otsustaja, et kas see sobib mulle või ei sobi mulle. Et, et see ei ole ainult see, et mina viskan nagu midagi välja ja inimene siis võtab kõik niimoodi ilma filtrita vastu” – (NordicEmpress 28.01.2025)

Kaardipanijad väga harva tegelevad ainult kaartide panemisega, tihti võetakse endale ka ravitseja või spirituaalse teejuhi/õpetaja roll. Sotsiaalmeedia postitused on mõeldud üldisemale vaatajaskonnale, kuid määratud summa eest on võimalik kommunikeerida kaardipanijaga otse ning võtta osa üks ühele sessioonist, kus esitluse viis jääb samaks. Osad kaardipanijad vaatavad

kaartide panemist, kui turundusvahendit oma teistele teenustele, kuna kaardid on inimesele tihti tuttavad. Näiteks võivad kaardid olla tuttavad erinevat telesaadete tõttu nagu “Selgeltnägijate tuleproov” või aastalõpu saated, kus ennustatakse eelolevat aastat.

Tihti pöörduvad inimesed, kes tundsid, et saadud informatsioon oli nende jaoks tõetruu, tagasi kaardipanija juurde. Tekib sügavam huvi kaartide ning sellega seonduva vastu. Manning (1992: 295) toob välja, et kogemus on ka värbamisvahend, mis annab osalejale võimaluse tutvuda teiste sarnaste žanride ja kogemustega, mis ajendavad inimest olema mitte ainult osalejad vaid ka uskujad ning tegutsejad. Kuna kaardipanemised võivad sotsiaalmeedias jõuda ükskõik kelleni algoritmi juhusliku soovi tahtel, võivad neist postitustest saada efektiivsed värbamisvahendid, mis ajendavad huvitatud inimesi uurima ka teisi esoteerilisi või spirituaalseid valdkondi.

Tulles tagasi aga sotsiaalmeedia algoritmi juurde ja selle näilisesse meelevaldusesse. Meetodite peatükis (vt ptk. 1.1.1. – 1.1.3.) olen välja toonud, et sotsiaalmeedia algoritmide täpne toimemehhanism ei ole inimestele teada. Sellest tulenevalt on aga tekkinud erinevates religioosetes ja spirituaalsetes kogukondades internetis, spetsiifilisemalt sotsiaalmeedias, algoritmi müstifitseerimine. Algoritmile, mis lähtub vaataja huvidest on omistatud võimekus olla saatus (St. Lawrence 2024: 9). Mõtteviis, et miski ei ole juhuslik, on ennustamispraktikatele omane ning ei ole muutunud sotsiaalmeedia tulekuga. Küsimus on oskuses tõlgendada universumi saadetud sõnumeid (Lazaro 2023: 157-158) ning algoritmis, mis eksisteerib sotsiaalmeediaplatvormidel, millest on saanud paljude inimeste jaoks oluline osa nende elust. Sellest lähtudes on keeruline väita, et algoritm ei saaks tuua inimeseni sõnumeid, mis on talle mõeldud. Seda rõhutavad ka sotsiaalmeedias sisuloojad, kes tegelevad spirituaalsete sõnumite edastamisega (Cotter 2022: 8). Postitustes kerkib esile vaatajale/osalejale suunatud „Kui oled siia jõudnud on see sõnum sinule!“ Cotter jt on oma 2024. aasta uuringus välja toonud, et inimesed on teadlikud algoritmist ja sellest, kuidas see töötab aga see ei tee nende jaoks olematuks tunnet, et algoritm on saatus ning edastab neile vajalikke sõnumeid (samas 1894; 1900).

Müstifitseerimine toimub nii osaleja kui ka kaardipanija poolel. Kaardipanijad loovad sobiliku ruumi läbi rituaalse käitumise, mille üheks osaks peale eelnevas peatükis mainitu on ka manifesteerimine, et sõnum jõuab nendeni, kes seda vajavad (vt lähemalt ptk 4.5.). Osaleja aga peab usaldama saatust, mis töötab läbi sotsiaalmeedia algoritmi. Maagiline mõtteviis siin kontekstis on tugevalt seotud osaleja tahtega uskuda. Ei saa aga eirata seda, et mõningad postitused on mõeldud vaatamiseks kindlal hetkel ja osaleja võib otsida endale sobiliku

postituse (nt „Mai 2025 ennustus Kaladele“), et saada informatsiooni. Maagiline mõtlemine selles kontekstis ei ole enam seotud sotsiaalmeedia algoritmiga vaid osaleja uskumusega, et ennustus on talle mõeldud, kuna ta on Kalade tähtkujust. See aga ei pisenda osaleja rolli, ta peab siiski teadlikult looma kontakti ning uskuma.


Eelneva kokkuvõtteks võib öelda, et kaartide panemise sotsiaalmeedias nähtavaks ja esmaseks osaks on selle esitus. Visuaalne pool, milliseid kaarte kasutatakse, kuidas need on esitatud ning millised muud elemendid (nt kristallid või küünlad) asetsevad kaartide läheduses. Samuti on esituse puhul oluline kaardipanija rituaalne käitumine, mis on iga kaardipanija jaoks natukene erinev. Levinumad tegevused on kaartide segamine, tõmmatud kaartide osalejale näitamine ning kaartide tähenduste selgitamine. Puhastamisrituaalid ja spirituaalse ruumi loomine kaartide panekuks, mida võib samuti pidada rituaalseks käitumiseks, toimub sotsiaalmeediaväliselt ning enne või peale postituse sisu loomist.

Osaleja vaatepunktist on rituaalse käitumise oluliseks aspektiks teadmine eesolevast. Kogenud osaleja puhul võivad ootamatused ehk rituaalsest käitumisest kõrvale kalduvused olla kahtlust tekitavad ning usaldust rikkuvad. Usalduse kadumisel ei pruugi osaleja kaardipanija edastatavat sõnumit enam tõsiselt võtta ning kommunikatsioon jääb poolikuks. Sarnane käitumine kaardipanijate poolt ja soov edastada sõnumeid teeb kaartide panemisest kommunikatsiooni žanri, mille üheks toimetehhanismiks on kaardipanija ja osaleja maagiline mõtteviis

Kaardipanemise traditsioon koosneb seega kahest osast: kaardipanijast ja osalejast, kelle vahele tekib žanriruum. Kaardipanija ja osaleja vahel ei toimu vahetu kommunikatsioon. Nad ei saa kokku ühes kohas ja samal ajal, vaid kommunikatsiooni toimumise aja määrab osaleja tahe, mille mõjutajaks võib olla ka sotsiaalmeedia algoritm.

3. Kaardipanijatest

Nagu eelnevalt mainitud viisin läbi intervjuud 11 kaardipanijaga, millest üks intervjuu oli kirjalik ja teised Zoomi vahendusel. Lisaks peale kaardipanijate tegevuste sotsiaalmeedias uurisin nende käest ka natukene mineviku ning teekonna kohta, mis nad sotsiaalmeediasse postitamiseni viis. Samuti küsisin ka üldisemalt selle kohta, kuidas nad kaartide panemisele lähenevad ning kas nad tegelevad ka sotsiaalmeedias kogukonna loomega.

Kaardipanijad, kellega vestlesin leiavad, et huvi esoteerika ja spirituaalse maailma vastu sai alguse juba lapsepõlves. Välja toodi raamatute tugevat mõju, mis muutis maailmapilti (Anonüümne) ja loomulikku huvi teemade vastu, mis on natukene teistsugused või müstilised (Mystify Podcast  Mystify Studio 16.12.2024). Noore täiskasvanuna on huvi süvenenud ning lisandunud ka erinevate vahendite, nagu kaartide või ka pendli kasutamine. Esile kerkib muster, kus suuremad elu muutvad sündmused viivad inimese spirituaalsete otsinguteni, mis tihti leiavad väljundi just läbi kaartide panemise.

“Ütleme nii, et selline plahvatuslik avanemine käis minuga neli aastat tagasi, siis kui see 2020 oli kus siis paljud tegelikult avanesid. Eks, mingisugused juured olid minu sees enne ka olemas, aga siis käis nagu see suurem avanemine siis. Jah, see aeg ma siis kasvasin ja õppisin ennast uuesti tundma nii-öelda.” (The.lumin.essence 17.12.2024)

Välja on toodud ka lähedaste surma, mille tagajärjel on hakatud rohkem nägema ja tundma nii-öelda teist või nähtamatut maailma (Kristiina Soulmaster 27.11.2024). Vastandina on välja toodud ka laste sündi.

“Aga ma arvan, et enesearengu teega, teekonnaga kui endaga, nagu väga süvitsi hakkasin ma tegelema 2012 aastal. Või siis õigemini võiks öelda isegi 2007, kui mul esimene poeg sündis. Kui mu lapsed sündisid, see pani mind rohkem endasse vaatama, rohkem süvitsi aega võtma, nendele olulistele lähisuhteasjadele, enesearengule. Endaga väga-väga aus hakkasin olema eriti jaa... Aga, ja ma arvan, et lapsest saati tegelikult. Kõik see materjal, mis ma olen jaganud, see on tegelikult kogunenud ikkagi lapses kogu mu elu” (Maris Rom Fletcher 07.12.2024)

Läbiva joonena tuleb esile soov enesega tegeleda või leida lahendusi mingisugustele takistustele oma elus.

“Ma ise otsisin mingisugust lahendust oma ärevusele, oma depressioonile, oma ülitundlikkusele. Just kõige rohkem otsisin mingit lahendust. Et ja nüüd muidugi tagasi vaadates ma ju näen ja saan aru, et terve elu on olnud seal mingisuguseid selliseid kohti, kus on olnud signaale, et kuule, see ei ole, et ei ole nagu uhuu, tegelikult siin on midagi sügavamat” (Daya Karolin 29.11.2024)

Oma huvi kaartide panemise ning spirituaalsuse alguspunkti oli intervjuueritavatel keeruline sõnastada, kuna tegu on nende jaoks olnud pea eluaegse protsessiga, kus hiljem tagasi vaadates saadakse aru, et spirituaalsed märgid olid tegelikult nende jaoks alati olemas.

Spirituaalsuse populariseerimine ja laialdane levik sotsiaalmeedias on ka põhjuseks, miks kaardipanijad üldse sotsiaalmeedias tegutsevad. Teiste avatus loob soodsa keskkonna enda huvide, oskuste ja tegevuste kajastamiseks. See omakorda motiveerib teise sarnaste oskustega inimesi.

“Ma pean ütlema, et kuskil äkki see oligi 2018 lõpp, kui... Kui mul YouTube hakkas soovitama erinevaid taro lugemisi. Ja, ja see oli ka täiesti nagu mingi ka, nagu mingi uus maailm avaneb. See ongi, et siinamaani nagu tundus, et, et jällegi, et see kaardilugemine on miski, et sa pead minema kuskile nõia juurde tema korterisse, umbes kardinad on ette tõmmatud, onju ja siis järsku see oli midagi sellist, mis on nii avalik. Ongi mingid üldised lugemised, mida võivadki kõik vaadata. Ja siis ja siis ma päris mitu kuud nagu vaatasin hästi palju hästi palju erinevaid lugejaid. [---] Aga mingil hetkel on... Ma sain nagu aru, et erinevad lugejad tõlgendavad neid kaarte erinevat moodi ja see kuidagi ka nagu et, et ma arvan, et see, et, et võtta need kaardid ise kätte ja hakata sellega nagu regulaarselt midagi tegema, et see tuli ikkagi niimoodi aja jooksul. Et ma olen ka nagu lihtsalt ka see inimene, kes niimoodi... peavad mingid asjad nagu settima. Tahan natuke nagu mingit eeltööd teha ja ise võib-olla selle mõttega harjuda. Ja siis oligi, et, et siis ma nagu järsku tundsin, et et, et kui terve YouTube on täis nii palju erinevaid lugejaid, et siis, et siis miks mina ei võiks ka lihtsalt proovida.” (Nordic Empress Tarot 28.01.2025)

Kaardipanemise varjupoolena aga tuuakse välja seda, et tegu on siiski energiatöoga ning on oma olemuselt väsitav. Lisaks toodi välja seda, et kaartide panemine on rohkem nagu hobi ning igapäevast leiba teenitakse muu tööga. Vähesed teenivad sissetulekut ainult kaartide panekuga ning tavaliselt on see vaid üks mitmest teenusest, mida pakutakse (näiteks ettevõtlusega seotud mentorlus või konstellatsioonid).

“Ka teen sellised mentorlusi ka. Või aitan inimestel, näiteks, kui praegu... Praegusel ajal eriti tegelen rohkem ettevõtluse suunaga, et inimesed, kes tegelevad ka loomevaldkonnaga või siis või siis vaimsete siis teemadega, et aidata nagu neil kuidagi ennast natuke siis ka. Ka turunduse mõttes ja ka hingelises mõttes, siis kuidagi nagu pakendada iseennast või märgata” (Kristiina Soulmaster 27.11.2024)

Kuna tegemist on energiatööga tõmmatakse selgeid piire, milliste teemade osas ollakse nõus konsulteerima ja milliste puhul kaarte ei tõmmata. Peamiselt välditakse füüsilise tervise ja surmaga seotud teemasid.

“Kõige raskem minu jaoks on tervis, kuna ma ei ole arst, ma ei ole meedik ja need teemad ongi sellepärast minu jaoks raskemad. Et ma paremini saan, saan hakkama nagu inimese psüühikaga ja nende peenmaailma asjadega kui füüsilise tervisega.” (Kaldusova 15.01.2025)

3.1. Kaardipanijate kogukond või selle puudumine

Keeruline on kasutada Eesti kaardipanijate puhul sõna kogukond, kuna ei intervjuudest ega vaatlusest ei torka silma kaardipanijate soov luua omavahel kogukonda. Ollakse üksteisest teadlikud, kuid üksteisega kontakteerumist on vähe. Võrreldes näiteks USA-s tehtud uuringus, kus leiti, et sotsiaalmeedias tegutsevad nõiad suhtlevad omavahel aktiivselt ning otsivad kogukonda (Orell 2019). Klasseni (2002: 54) artiklis, mis kirjeldab samuti nõidade tegevust, on välja toodud, et interneti nähakse kui olulist töövahendit, et leida inspiratsiooni ja sõpru, sarnase mõtteviisiga inimesi. Kuigi käesolevas töös ei uuritud otseselt nõidu vaid ühte tegevust, mis võiks ühendada erinevaid energiatega töötavaid inimesi, annab eelnevalt mainitu huvitava mõttekoha - miks ei tegeleta sotsiaalmeedias kogukonna loomega?

Intervjuudest otsest vastust välja ei tule. Mõned pole sellele mõelnud, teised on aga pole kunagi seda sammu astunud. Sotsiaalmeediast tuleb esile Nida Tervendavad rännakud ja TAROD ning Südame hääle YouTube'is koos tehtav taskuhääling. Kaarte pannakse üksi, kuid lähenemisviisid on siiski sarnased. Kasutatakse sarnast visuaalselt keelt ning tihti ka samasuguseid vahendeid. Lähemal jälgimisel võib märgata, et peale traditsiooniliste illustratsioonidega tarokaartide kasutatakse ka sama või sarnaste illustratsioonidega teise tarokaartide pakke. Samuti kattuvad ka teised vahendid näiteks oraaklikaardid, kristallid ja viirukite kasutus puhastamise kontekstis. Siiski jääb mulje nagu igaüks eksisteeriks oma ruumis ning kokkupuudet kaardipanijate vahel tihti ei ole. Mõned intervjuueeritavad tõid esile, et on

varasemalt vaadanud teisi kaardipanijaid ning said sealt inspiratsiooni ka ise alustada postitamist, kuid selle jaoks ei loodud omavahel kontakti.

Miks on nii juhtunud ning kas selline lähenemine tulevikus muutub, on keeruline öelda. Siin võib mõtiskleda esoteeriku/müstiku/nõia või ka eestlase kui üksiku inimese stereotüübi üle - ei nähta põhjust ega vajadust. Samas väärtustatakse sotsiaalmeedia väliselt kohtunud inimesi ning kogukonnast rääkides viidatakse just neile.

Kokkuvõttes on kaardipanijatega vesteldes märgata, et huvi maagilise mõtlemise vastu on käinud nendega kaasas pikemalt, kui nende sotsiaalmeedia tegevusest tundub. Otsus hakata tegelema kaartide panemisega on tihti saanud alguse mingisugusest elumuutvast sündmusest või soovist muuta oma elu paremaks. Sotsiaalmeediasse postitamise põhjuseks tuuakse välja soovi oma teadmisi jagada teiste inimestega, keda samuti huvitab kaartide panemine (või muu spirituaalne tegevus, millega kaardipanija tegeleb). Sellest tulenevalt on aga huvitav, et kaardipanijad sotsiaalmeedias ei ole loonud kogukonda. Märgata ei ole ühise teemaviite kasutamist, näiteks on inglisekeelses kogukonnas levinud teemaviited *#WitchesOfTikTok* või *#WitchTok*, mis annab teada, et tegu on inimesega, kes kuulub virtuaalsesse TikToki nõidade kogukonda. Eestis kaardipanijad ei otsi üksteist sellisel viisil. Kogukonnaks peetakse neid, kes käivad kohal kaardipanija loodud üritustel, olenemata sellest, kas need inimesed tegelevad kaartide panemisega või mitte. Muidugi tuleb välja tuua, et intervjuu viidi läbi vaid ühe osaga kaardipanijate kogukonnast ning on täiesti võimalik, et mingid kaardipanijad on loonud sotsiaalmeedia väliselt oma väikese kogukonna. See aga ei muuda seda, et sotsiaalmeedias selline kogukond välja ei paista.

4. Kaartide panemine sotsiaalmeedias

Kaardilugemisi sotsiaalmeedias on suures koguses, kuid lähemal uurimisel on võimalik kaardilugemisi jaotada kahte suuremasse kategooriasse: ajaliselt määratletud lugemised ja ajatud lugemised. Kuigi kategooriate vahel on temaatilisi kattuvusi, on ajaline määratlus või määratlematus, ülevaatlikum viis välitööde tulemuste esitlemiseks. Peatükis on lisaks välja toodud sotsiaalmeedias esitatud sisu visuaalne kirjeldus, kaardipanijate eelistatud töövahendid, vaatajate kommentaarid ning muud tähelepanekud, mis vaatluse ajal silma paistsid. Sotsiaalmeedia platvormid, kus välitööd tehti, on; Instagram, YouTube ja TikTok.

4.1. Ajaliselt määratletud lugemised

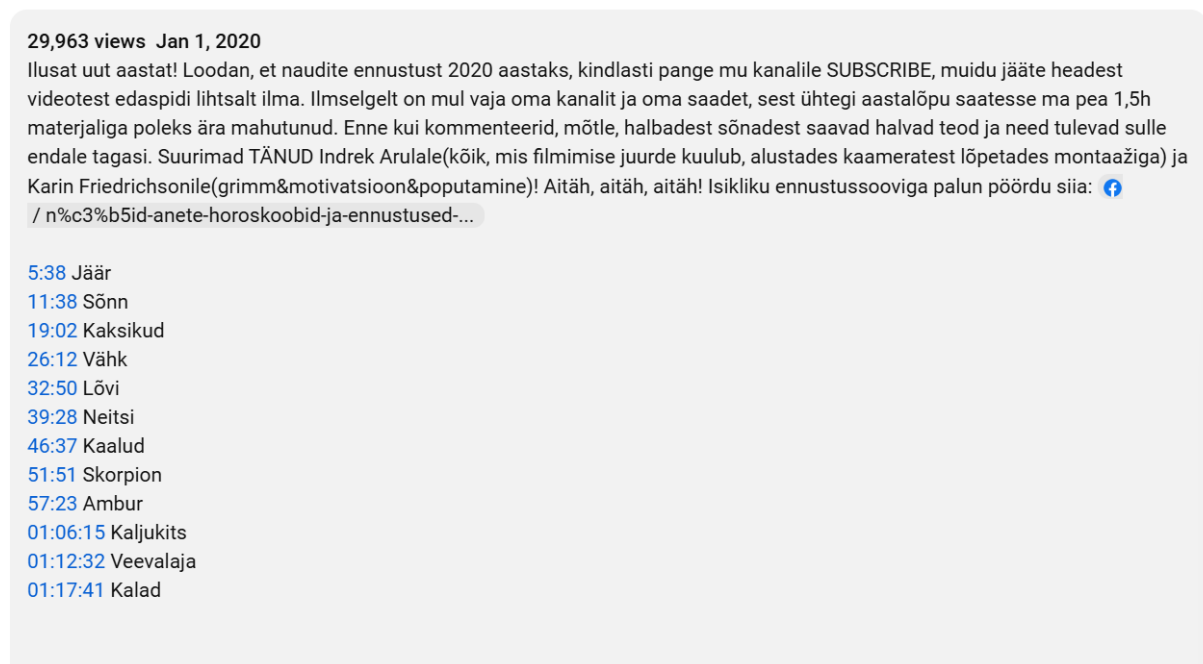
Üheks levinumaks ennustussisu formaadiks sotsiaalmeedias on ajaliselt määratletud ennustused või lugemised. Videote ja postituste pealkirjades või tutvustuses on välja toodud ajavahemik, millega on ennustus seotud. Levinumateks ajavahemikeks on aasta, kuu, nädal ja päev. Esineb ka muid kaardipanija enda jaoks olulisi ajamääratlusi, näiteks täiskuust täiskuuni, jaanipäev, Lions Gate portal, merkuuri retrograad jne (vt. Lisa 1).

“Jah, kui on mingisugused need planeetide liikumised ja täiskuud ja niimoodi, siis sellest ma justkui nagu räägin ja pean kinni, sest need energiad mõjutavad neid ja ma loen need energiat läbi kaartide, mitte nagu läbi astrooloogilise plaani.” (The.lumin.essence 17.12.2024)

Reeglina on ennustused suunatud kindlale inimgrupile, milleks levinuim on sodiaagimärgid, kuid leidub ka soo- ning vanuse-põhiseid eristamisi. Sodiaagimärkide all mõeldakse lääne-astrooloogiat (jäär, sõnn, kaksikud jne). Sodiaagimärkidele suunatud ennustamist kindlaks ajavahemikuks nimetatakse taroskoobiks. Ehk inimese aastat, nädalat või päeva ei ennustata vastavalt astrooloogilise kaardile, millega tavaliselt horoskoope tehakse, vaid taro kaartidega. Peamiseks põhjuseks, miks tarot ja astrooloogiat seotakse on kaartide endi tugev seos astrooloogiaga. Hiina astrooloogiat puudutatakse korra aastas, Hiina astrooloogilisel aastavahetusel, kuid ka siis on ennustused tehtud lääne-astrooloogia sodiaagimärkidele, mitte Hiina astrooloogilistele märkidele.

“Tegelikult taro on hästi astroloogia seotud, et-et see on kuidagi sinna nagu sisse kirjutatud juba, et on teatud kaardid, mis esindavad teatud planeete, on kaardid, mis esindavad, on ju erinevaid tähemärke või erinevaid elemente, nii et maa, vesi tuli, õhk, et isegi ütleks, et astroloogia on nagu väga-väga seotud omavahel ja see on, ma arvan, et see teeb ka nagu lugemise kuidagi nagu sisukamaks, kui sa oskad seda astroloogia sinna juurde tuua. Ta annab nagu mingisuguse lisakihi sinna juurde, võib-olla.” (Nordic Empress Tarot 28.01.2025)

Aasta, kuu ja nädala ennustused on levinud just YouTube videote kujul, kuna platvorm soosib ajaliselt pikema sotsiaalmeedia sisu tootmist. Sodiaagimärgid on tavaliselt koondatud ühte 30min kuni 2tunnisesse videosse, mille kirjelduses on välja toodud ajamärgistused, et vaataja leiaks endale sobiliku taroskoobi võimalikult lihtsalt (Nt Joonis 1.).



Joonis 1. Anete taroskoop 2020 - Mida toob aasta 2020? Südame hääl. YouTube. 01.01.2020

Alternatiivina võib leida sodiaagimärkide jaotusi vastavalt individuaalsele sodiaagimärgile või nende elementidele (vesi, maa, tuli, õhk). Esimene neist pole aga liialt levinud. Pigem on märgata, et kaardipanijad, kes varasemalt tegid üksikuid videoid sodiaagimärkide kohta, on hakanud kõiki sodiaagimärke koondama ühte videosse. Sodiaagimärkide poolitamist (jäär kuni neitsi ning kaalud kuni kalad) ja omadustele (kardinal, fikseeritud ja muutuv) (vt. Lisa 1) vastavalt eristamise esineb harva või üldse mitte.

Instagram soosib lühemaid klippe või pilte, mille tõttu on just seal levinud päeva ennustused. Kuu alguses tehakse tihti ka kuu ülevaadet ning olulisemate astroloogiliste sündmuste [merkuuri retrograad (vt. Lisa 1), täiskuu vms] puhul ka nendega seotud ennustusi.

Päeva ennustused, või ka päeva sõnumid, on tavaliselt suunatud kõigile ehk sodiaagi märkide või muu põhjal eristusi ei ole. Päeva sõnumite puhul on levinud esitusviisiks päeva kaardist pildi postitamine ning selle juurde selgitava teksti lisamine (Nt. Joonis 2). Kuu ennustamise puhul lisatakse üldiselt sodiaagimärgiga seotud pilt ning pildi kirjeldusse ennustus.



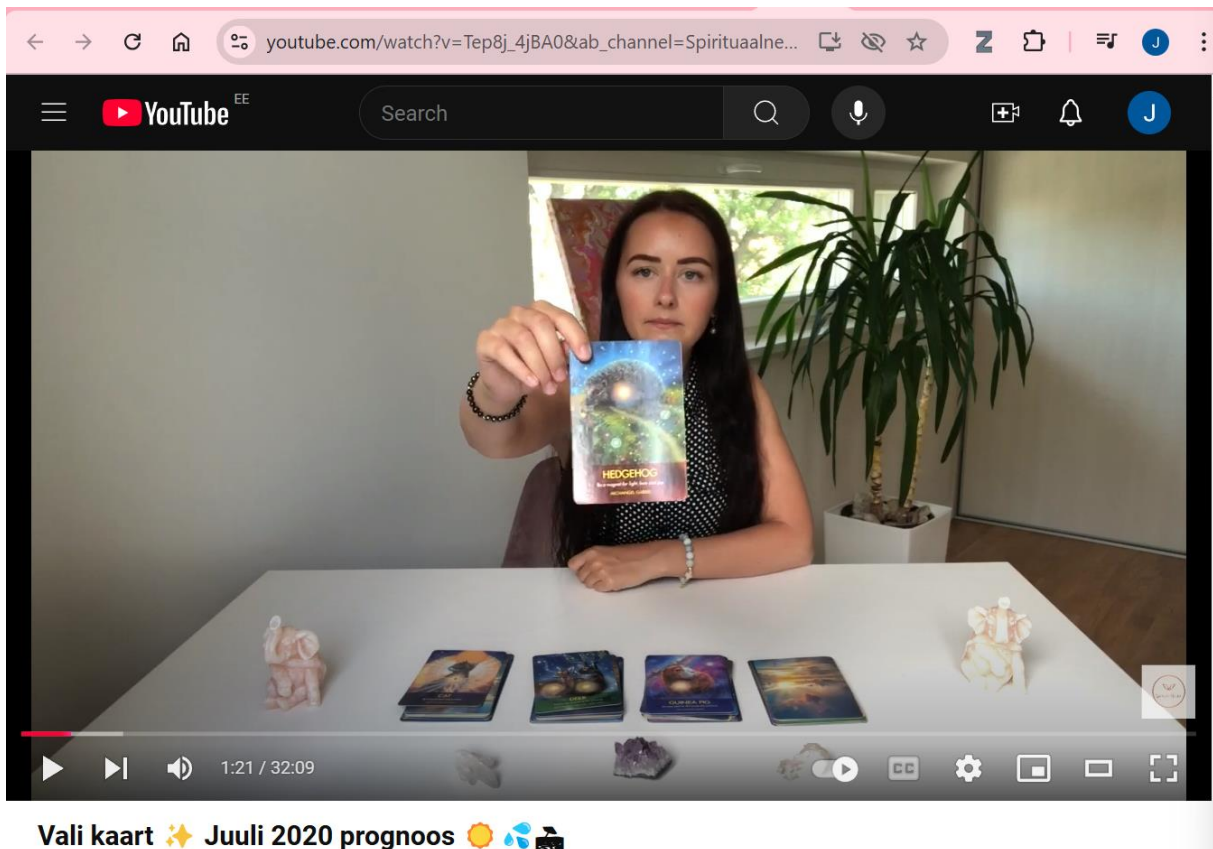
Joonis 2. Päevakaart. 01.11.2024. The.lumin.essence (endine Kaardimoor). Instagram.

TikTokis on samuti päeva, nädala ja kuu ennustused tavaliselt suunatud üldisele vaatajaskonnale, kuna videos edasi või tagasi kerimine on keerukam protsess võrreldes YouTube videotega.

Peale kindlale grupile määratud ennustuste luuakse ka vaataja intuitsiooni soosivaid valiku põhised sisu. Vali-kaart tüüpi videod eeldavad osalust ehk vaataja peab numbrite või sümbolite seast valima enda jaoks selle õige, et saada päeva, nädala, kuu või aasta sõnum (Joonis 3.).

“Ma olen siia ladunud neli kaardigrupi. Kaardigrupp number üks kassi energiaga. Kaardigrupp number kaks põdra energiaga. Kaardigrupp number kolm merisiga. Ja kaardigrupp number neli siil. Et siis tunnetatakse milline looma energia sind tõmbab. Ma olen juba ladunud siia mitmed kaardid alla. Nende põhjal siis vaatame, milline tuleb juulikuu

ja kui olete valinud endale kaardigrupi, siis võid juba kerida enda grupini. Nii et näeme juba sinu ennustuse all.” (Spirituaalne Elustilist. YouTube. 30.06.2020)



Joonis 3 Vali kaart ✨ Juuli 2020 prognoos 🌞💧🌈. Spirituaalne Elustilist. YouTube. 30.06.2020.


Peale üldiste prognooside vaadeldakse ka inimestele olulisi temaatikaid, nagu armastus, raha ja tervis, mingisuguse kindla perioodi vältel. Nende temaatikate käsitlemine võib samuti esineda vali kaart stiilis.

4.2. Ajatud lugemised

Peale ajaliselt määratletud lugemiste on levinud ka ajatud lugemised ehk sõnum, mida esitatakse, ei ole seotud kindla ajavahemikuga nagu näiteks nädalaennustused.

“Käesolev video on kollektiivsed sõnumid kõigile. Tegemist on ajatu videoga, et millal see video sinuni jõuab, siis järelikult tollel hetkel sul ongi seda sõnumit vaja kuulata. Kui sa tunned, et sul on sellest sõnumist midagi endaga kaasa võtta ja see aitab sind -

väga tore. Mul on suur rõõm. Kui sa tunned, et see ei ole hetkel sinu jaoks siis ära võta seda endaga kaasa ja jäta see sõnum kellelegi teisele.” (Tiiu Tarot. YouTube. 26.07.2023).

Ajatud sõnumid on vaataja intuitsiooni põhised ehk kõik sõnumid ei peagi kõigile sobima. Tavaliselt tekib kaardipanijal sisemine soov teha lugemine, jagada midagi, mis on hetkes mõeldud neile, kes tahavad kuulata (Mystify Podcast  Mystify Studio 16.12.2024).

Ajatute sõnumite kõige levinum stiil, olenemata sotsiaalmeedia platvormist, on vali kaart. Kaarte saab valida numbrite põhjal üks kuni x (piiri ei ole, kuid reeglina piirduakse kolmega) või vastavalt mingile sümbolile (Joonis 4). Sümbolid võivad olla poolvääriskivid või mõned muud objektid, millele kaardipanija on omistanud mingisuguse tähenduse või energia, mis peaks vaatajale silma torkama.

Levinud on temaatilised ajatud lugemised. Teemadeks on üldiselt armastus, raha ja/või, tervis. Edastatakse seda, mida keegi mõtleb või mida vaataja peaks teadma. Kuna videod ja postitused on tehtud suuremale grupile, -ehk mitte üksikinimesele, vaadeldakse kaartidega pigem suuremas pildis, mis energiad kaardid armastuse, raha või tervisega seoses edastavad. Tihti on pealkirjades välja toodud millisele teemale ajatutes lugemistes keskendutakse, et vaataja saaks ise otsustada, mis teemad teda huvitavad. Kuna postituste ja videote sisud olenevad kaartidest, on edastatavad sõnumid erinevad. Kaarte loetakse sõltuvalt küsimusest. Üldise sõnumi edastamise puhul loetakse kaarti vastavalt selle endi omadustest.

Näiteks Jõu kaardi tõlgendus päevakaardina:

“Täna leia oma sisemine julgus ja vaprus, et vastu astuda elu keerdkäikudele. Julge hundi rind on rasvane ning lõvi on võimeline õigete võtetega taltsutada. Sinul on need teadmised olemas, kuidas seda teha. Usalda ja ole julge. Tänapäev võib sulle olla ka punktiks, kui tunned, et raskused on lõpuks jäänud seljataha. Julge olla silmapaistev oma edu ja saavutustega. Liigne tagasihoidlikkus ei ole voorus. Hoi a fookus oma eesmärkidel ning ära lase end kõrvale juhtida.” (The.lumin.essence 30.07.2024)

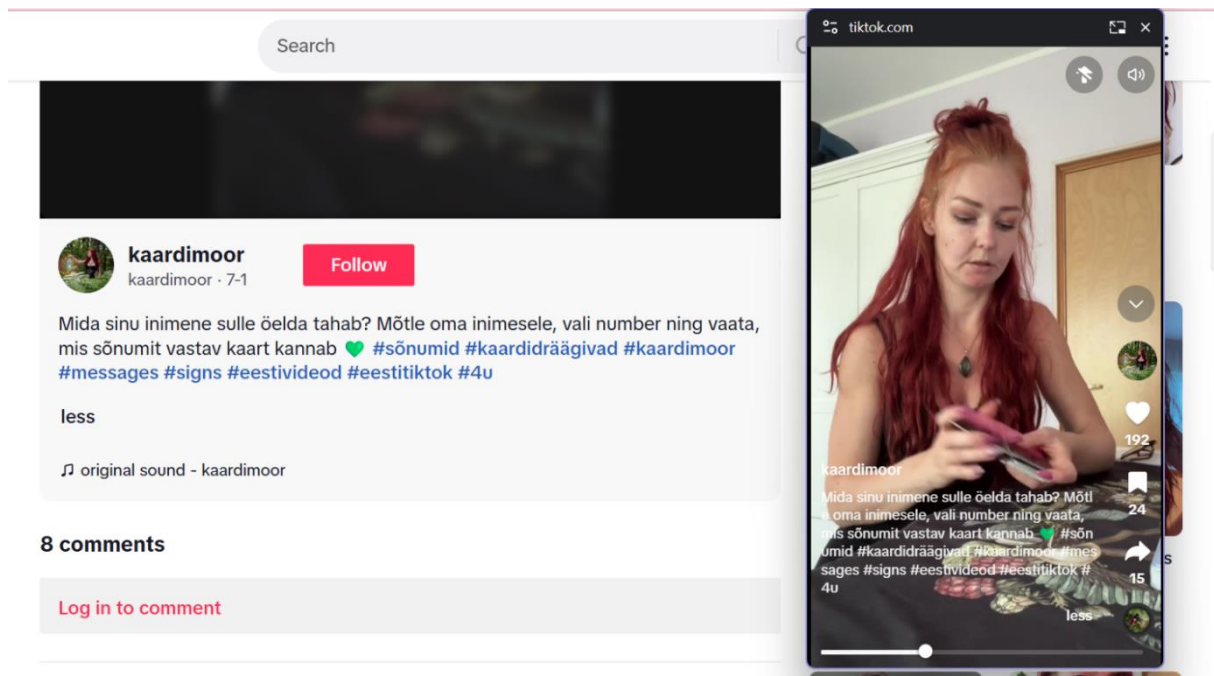
Jõu kaardi tõlgendus armastusega seotud lugemises:

“Mina nimetan teda rohkem vägi, sest jõud võib olla ka selline brutaalne või vägivaldne või agressiivne aga vägi on minu jaoks selline... ta on nagu teadvustatud jõud või selline, mis, millel on rohkem sisu. [...] Armastuse kontekstis räägib ta minule

ennekõike enesearmastusest, selle pärast, et see on enda vastu võtmise kaart.” (Nida Tervendavad rännakud ja TAROD. YouTube. 30.05.2024)

Oluline on välja tuua, et kaardid lisavad üksteisele konteksti, mille tõttu on tihti näha lugemistes vähemalt kahte kaarti sõnumi edastamiseks.

“Taro kaardid näitavad, et siin ongi ühendatud päike ja mõõkade seitse, kui need on koos siis põhimõtteliselt on nagu päikesetorm ja selle eest ära põgeneda on keeruline. Muidu öeldakse, et inimene põgeneb vihma alt räästa alla aga siin on vastupidi. [...] Päike toob kaasa rõõmu, energiat ja positiivsust samas on oluline olla valmis ootusteks ja huvitavateks väljakutseteks. [...] Ära karda võtta initsiatiivi. Mõõgad on väga initsiatiivikad.” (Ülle Puu Art 30.10.2024).



Joonis 4. The.lumin.essence (endine Kaardimoor) TikTok. 01.07.2024

Silmatorfav kategooria on jah või ei, kus vaatajal tuleb mõelda küsimusele ning kaardid vastavad sellele. Ka nende puhul on levinud vali kaart stiil, kuid esineb ka sisu, kus valikuid teha ei saa.

“Antud video olen koostanud jah/ei küsimustele, mille erinevad energiad olen kanaldanud nelja erinevasse gruppi. Tegu on ajatu videoga. Võid vaadata seda kauges tulevikus uuesti või siis kui see video sind üles leiab. Vali see grupp, mis kõnetab sind

enim ja aitab edasi valikute tegemistel ja oma elu kujundamisel. [...]” (Maria_s6numid. YouTube. 18.04.2023)

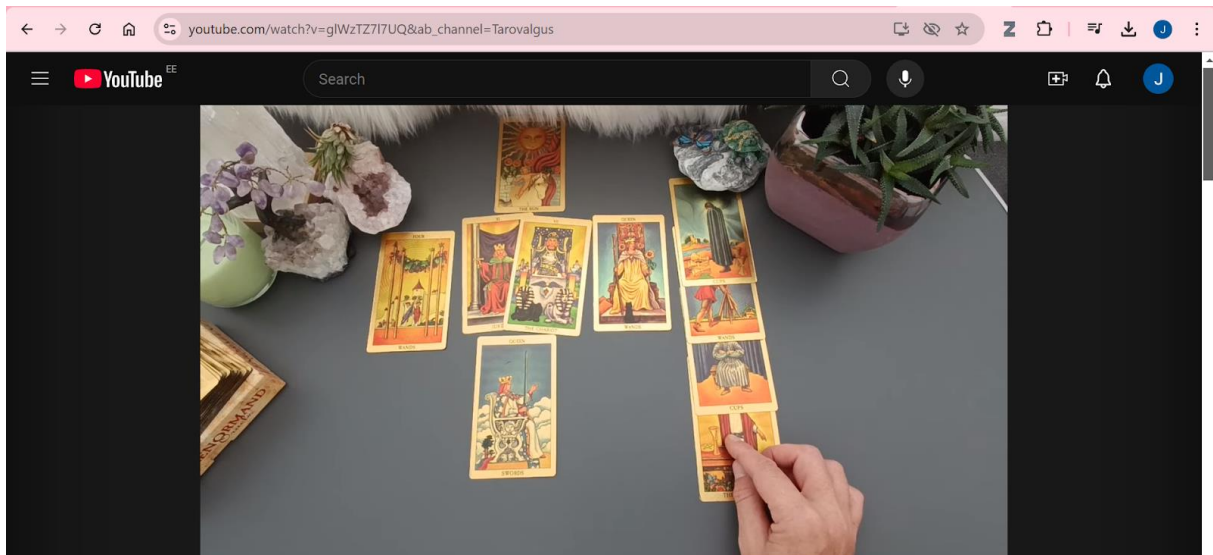
Jah või ei tüüpi postitused väga populaarsed ei ole. Peamine rõhk on siiski vali kaart/sümbol/number tüüpi videotel, kus vaataja peab ühe neist valima. Tavaliselt on võimalik valida kolme kuni viie sümboli vahel, kuid kõige rohkem, mida uurimuse käigus märkasin oli üheksa.

“[...] Ja vaatame järgmiseks mida näitavad kaardid grupile number kaks. Grupp number kaks oli sihuke roosa kivi ja vaatame mida grupile number kaks kaardid näitavad. Esimese kaardina, mõõkade üheksa. Mõõkade üheksa on natukene selline raske kaart. Ta on sihukesed painavad mõtted, unetud ööd, mingeid muresid on palju. [...] Kellelgi võivad siin mingid peavalud olla, kes hästi palju mõtleb. Tuli selline sõnum praegu pähe. [...] Teise kaardina sauade kuus ja sauade kuus on selline võidu ja uhkuse kaart. Ta on toimetulek kõikide probleemidega. [...] Kaart number kolm, surm, taassünd. Ehk siis mingi uus tsükkel on siin grupp kahe jaoks algamas peagi või on just alanud. [...] Ja neljanda kaardina karikate rüütel. Väga huvitav. Võib kindlasti tähendada mõnda uut kirglikku austajat. [...] Viienda kaardina õnneratas ja õnneratas räägibki sellest, et teil on väga hea õnn ja teil võib tekkida väga häid võimalusi aga see kaart räägib ka sellest, et tegelikkuses on kõik teie enda kätes... [...]” (Kuu Taro 369. YouTube. 03.08.2022)

Temaatilised ajatud lugemised on levinud kõigil töös käsitletud sotsiaalmeedia platvormidel. Sõnumite rohkuse ja põhjalikkuse määravad platvormide piirangud ning eelistatud sisu formaadid. YouTube videod kipuvad olema kõige pikemad (tihti üle tunniaja pikad), kuna platvorm soosib sellist formaati. TikToki videotel ajalisi piiranguid ei ole, kuid videote pikkus jääb tavaliselt alla viie minuti. Instagramis on levinuimaks formaadiks pildid, mille selgituseks on lisatud tekst. Selgitused on pigem lühikesed, kuid otsekohesed. Samuti tuleb siinkohal esile tuua, et kirjalik formaat on levinud ainult Instagramis. TikToki ja YouTube'i postituste puhul kasutatakse audiovisuaalseid võimalusi sõnumite edastamiseks.

4.3. Postituste visuaalne pool

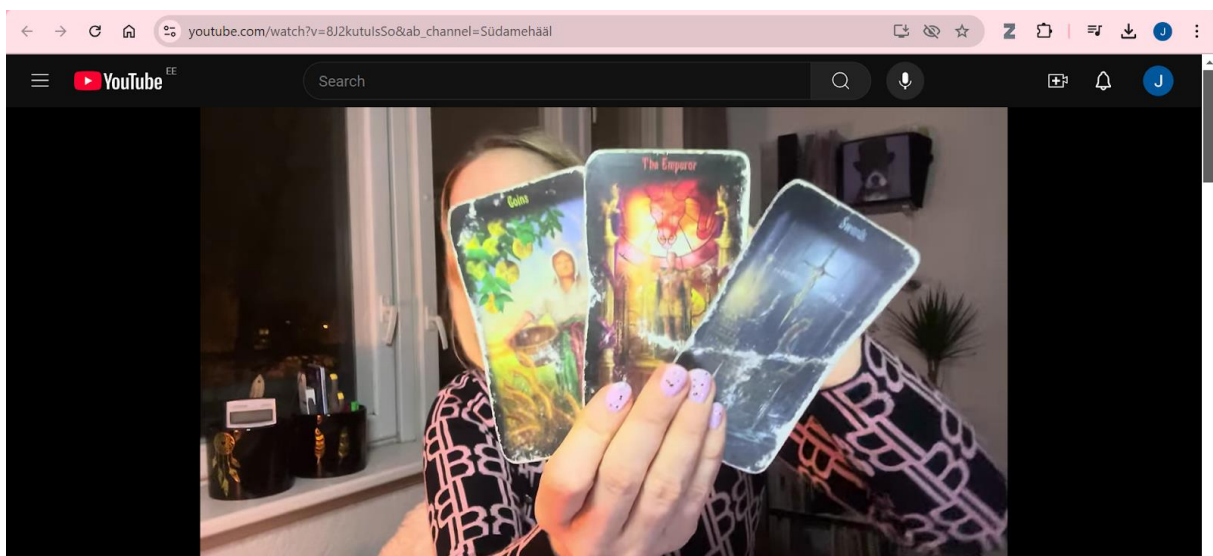
YouTube videod on omavahel visuaalselt sarnased. Levinud lähenemiseks on laud, millel asetsevad küünal (või küünlad), kaunistavad elemendid (poolvääriskivid, kujukesed, kaardid, suled jne) ning video käigus laotakse lauale kaarte. Videos on näha laduja käed, kuid mitte nende nägu (Vt Joonis 5.).



Taro Energiad September KAALUD

Joonis 5. Taro Energiad September KAALUD. Tarovalgus. YouTube. 02.09.2024

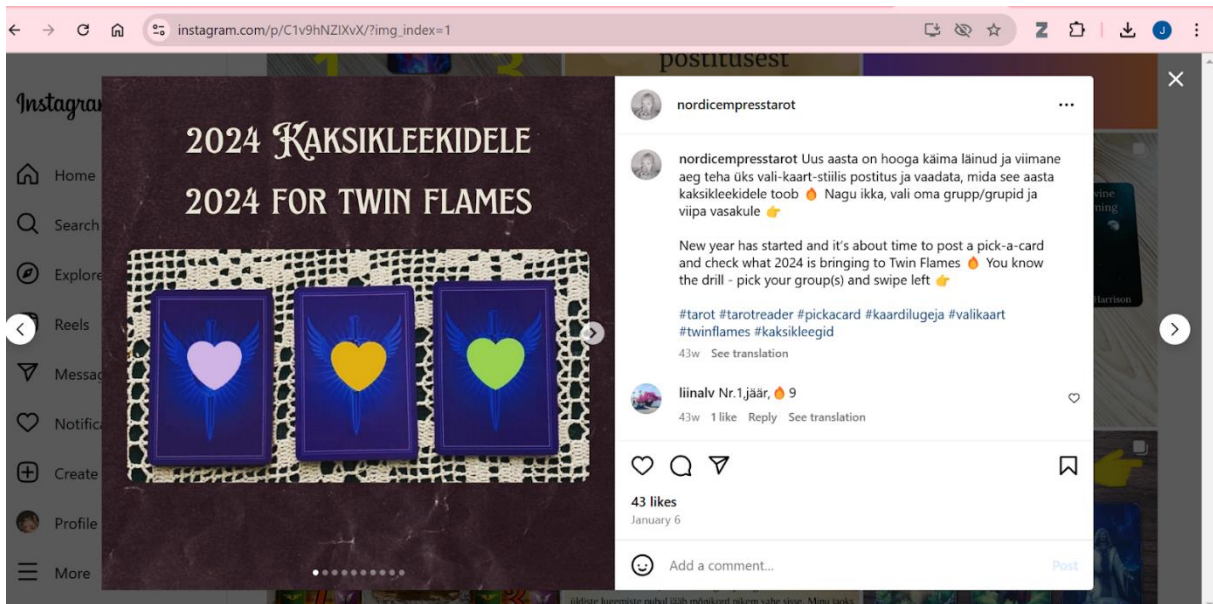
Teine YouTube'is levinud visuaalne tava on kaardipanija istumas kaamera ees. Sellisel juhul näitab kaardipanija kaamerale kaarte (Vt Joonis 6).



Draakoniaasta 2024 kõikidele tähemärkidele!

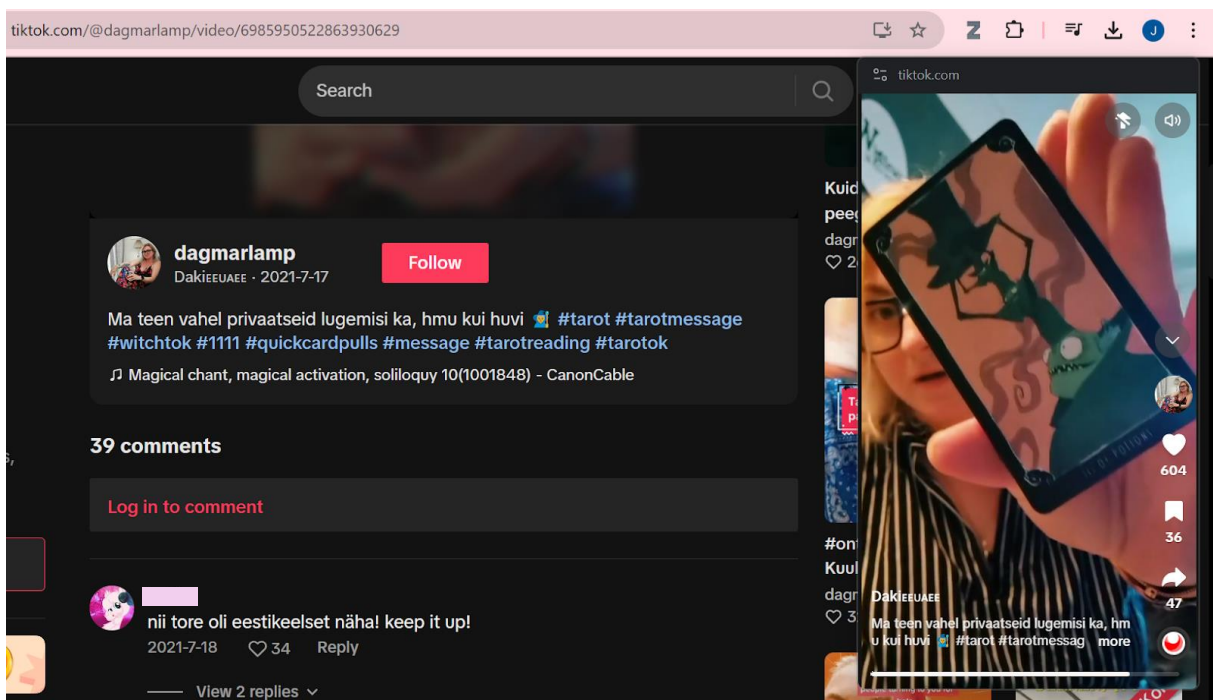
Joonis 6. Draakoniaasta 2024 kõikidele tähemärkidele! Südame hääl. YouTube. 07.02.2024

Instagramis on samuti levinud teatud tüüpi stiil. Tihti on üles laetud pilt kaardist/kaartidest või mingisugune muu kujutis, mis viitab kindlale grupile või illustreerib selle juurde lisatud teksti (Vt Joonis 7).



Joonis 7. Kaksikleekidele. Nordicempresstarot. Instagram. 06.01.2024

TikToki kasutajaid, kes tegelesid eesti keeles taro kaartide lugemisega oli kolm @mailyauroora, @dagmarlamp (Joonis 8.) ja @the.lumin.essence (endine Kaardimoor). Esimene neist tegeleb nüüdseks rohkem astroloogia temade ning oma muude tegemiste reklaamimisega. Ülejäänud kahe kontol olevad videod aga sarnanevad YouTube'is levinud formaadile. Kõik kolm on mõtisklenud erinevate taroga seotud müütide ja spirituaalsete praktikate üle.

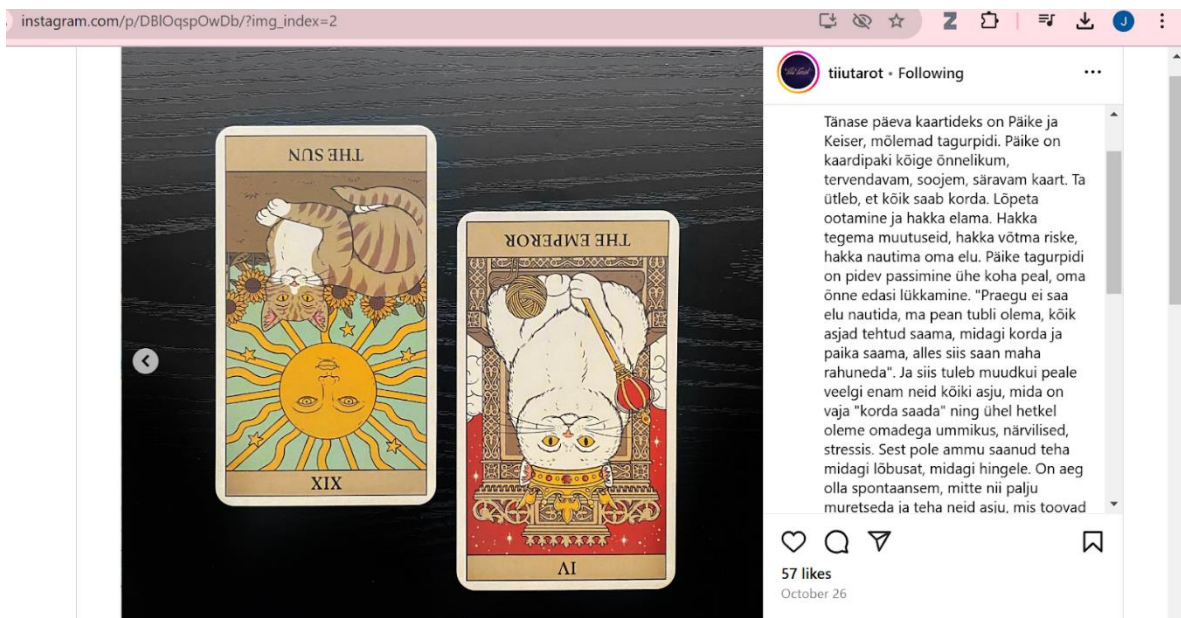


Joonis 8. Sõnum Nightmare before Christmas kaardipakilt. Dagmarlamp. TikTok. 17.07.2021

4.4. Vahendid

Peamiseks ennustus vahenditeks on taro kaardid. Kaarte võib leida erinevates suurustes ja stiilidest (Nt Joonis 9). Kaardipanijatega vesteldes tuli esile see, et kaardipakke valides keskendutakse ka suuresti nende esteetilisele väärtusele. Vaitakse kaarte, mida endale on meeldiv vaadata ning seeläbi ka hea kasutada.

„Tarokaarte on ka tehtud ju hästi palju nagu erinevaid noh, teemasid on ja et a la mingi kassikaardid on ja mingisugused ma ei tea inglikaardid või, või loomakaardid. Mulle väga loomakaardid ka meeldivad, et loomadest nagu on hästi palju seda peegeldumist hea edasi kanda [---] aga teisi põnevaid kaart on ka hästi palju.” (Mystify Podcast ♡ Mystify Studio 16.12.2024)



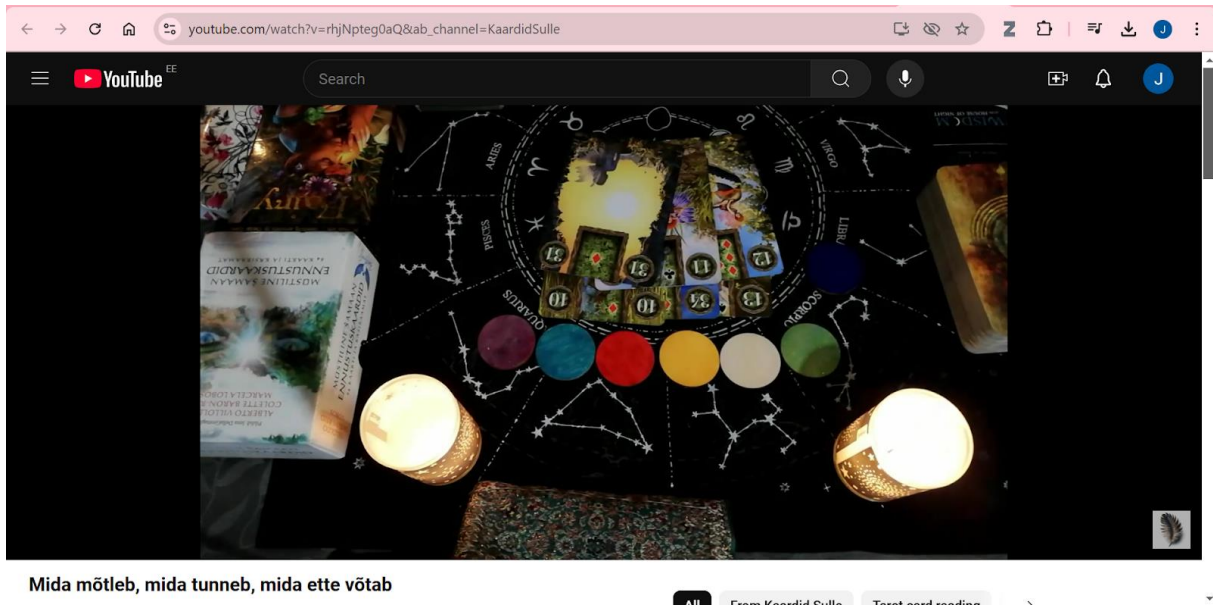
Joonis 9. Päeva energia. TiiuTarot. Instagram. 26.10.2024

.Postitustes on tihti märgata ka mitme kaardipaki üheaegset kasutamist. Tihti kombineeritakse tarokaarte oraakli, sõnumi või muude sarnaste kaartidega. Erinevat tüüpi oraaklikaardid on tarokaartide kõrval laialt levinud. Oraaklikaardid on tavaliselt aga suunatud kindlale teemale nagu armastus, inglid, haldjad jne ehk neid kasutatakse tavaliselt kindla temaatikaga videotes (nt kaksikleegid).

“Ja see ongi, et noh, ongi, et mul on päris mitu pakki mingeid inglikaarte, aga ka mingeid teistsuguseid oraakli kaarte siis ongi, et et olenevalt sellest, kuidas tunne on, et mõnikord

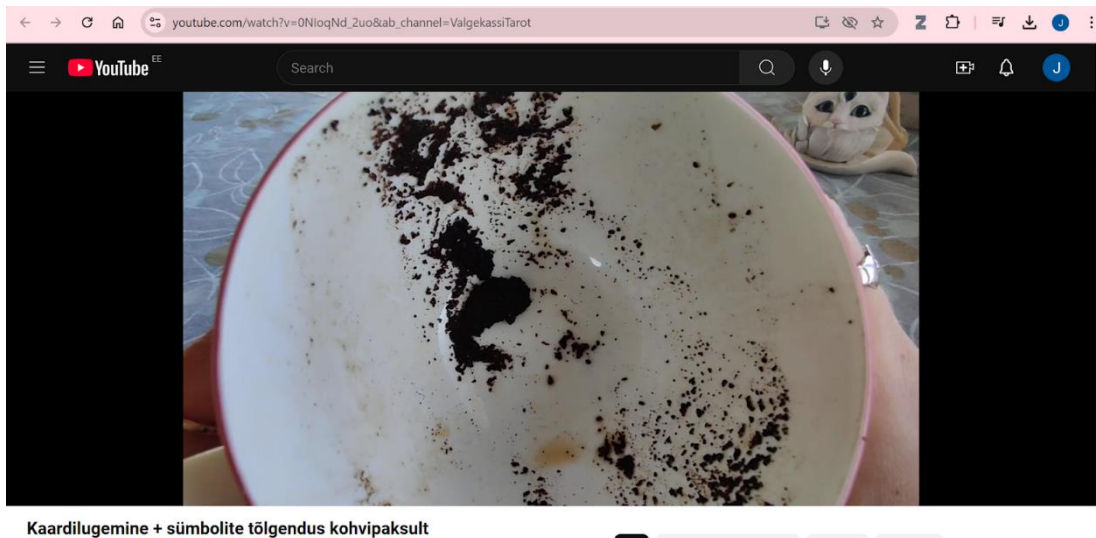
ma teen nagu selle siukse üldlugemise tarokaartidega ja siis nagu lihtsalt lisainfoks tõmban, tõmban mõne oraakli kaardi. Aga mõnikord on ka olnud see tunne, et okei, et noh, eriti üldlugemiste puhul et ma oraakli kaardist tõmban mingi üldise teema ja siis taro on see, mis nagu täiendab seda seda teemat.“ (Nordic Empress Tarot 28.01.2025)

Tarole sarnased kaardid on Lenormandi kaardid, mida välitööde käigus liigselt palju märgata ei olnud (Joonis 10).



Joonis 10. Mida mõtleb, mida tunneb, mida ette võtab. Kaardid Sulle. YouTube. 17.11.2020

Esindatud olid ka tavalised mängukaardid, täringutelt lugemine ja kohvipaksu sümbolika analüüsimine (Joonis 11), kuid seda ainult üksikutes videotest ning väheste kaardipanijate puhul. Pigem kiputakse pigem kasutama taro- ja oraaklikaarte.



Joonis 11. Kaardilugemine + sümbolite tõlgendus kohvipaksult. Valge kassi Tarot. YouTube. 16.05.2021

Lisaks postitustes nähtavate vahendite kasutatakse tihti ka viirukeid kaartide ja keskkonna puhastamiseks enne ja peale lugemist. Intervjuudes mainitakse ka küünlaid, helikausse ja pendlit.

“Ja et nüüd kui vaadata abivahendeid kui sellised, siis kindlasti jah, ma olen kasutanud kõiki neid salveisid, viirukeid, igasuguseid, selliseid asju ja helikausse. Aga nüüd aina vähem. Ma tunnen, et tegelikult, et ei ole vaja või tuleb nagu... Või mõned asjad tulevad hiljem tagasi. Küünlaid kindlasti. Küünlaküünaldele annan oma taotlused ja pigem ma suhtlengi siis oma nagu teejuhtidega, kes kes teevadki juba juba nagu eeltöö ära ja annavad selle tunde. Ja, ja juhin pigem enda energiasid nagu ise. Ma tunnen, et mul ei ole väga vaja abivahendeid tegelikult selleks enam.” (Kristiina Soulmaster 27.11.2024)

Välja tuleb tuua, et kõikide kaardipanijate lähenemised ja vahendite kasutamised on natukene erinevad. Intervjuude baasil paistab, et kasutatakse neid vahendeid, mis parasjagu kõnetavad. Ei olda kinni esmases õpetuses, vaid konstantselt õpitakse uusi asju ning proovitakse uusi meetodeid või tehnikaid, kui selles nähakse vajadust.

4.5. Infoallikad

Ajatud lugemised on kaardipanijate sõnul tunnetuse põhised. Siiski jääb õhku küsimus, et kuidas säärane ennustusviis kaardipanija perspektiivist toimib? Kust või kuidas tulevad need sõnumid sodiaagimärkidele või üldsusele?

“Just et see on natukene *magic*, eks ju, sellepärast et väga paljud 10 erinevat inimest nii mehed, naised, noored-vanad, kõik ütlevad mulle appi see just see video või see video, et see sõnum oli nii kõnekas ja nad on täiesti erinevad inimesed, neil on täiesti erinevad erialad ja nii edasi. See ongi see üliteadvuse kanalduuse see ehk siis on väga universaalne sõnum. Ja see töötab, nii et vaata, mida, midagi pole juhuslikku, ükski inimene, kes mu lehel on jõudnud, ka sina või tema ei ole juhuslik ja just nendele videotele ja nii edasi, et-et see on tegelikult looduse poolt teatud mõttes nagu meie hinge kokkulepped eelnevalt. Mingis mõttes, et sa pead selle info just siis saama või või teatud mõttes mingi selline midagi ei ole juhuslikku tegelikult. Ja sa tunned selle ära. Vaata, kui see ei resoneeri ei huvitu, läheb kõrvust mööda, siis see ei olegi sinu jaoks. Et selles ongi need kollektiiv- minu kollektiivsed lugemised on. Ma püüan hästi võimalikult personaalselt neid serveerida, et need oleks tõesti mitte lihtsalt mingi sõnakõlks, vaid et et just nendele inimestele sellele ringkonnale, kes on sinna gruppi mul koondunud, et neil oleks. Et et ma ju tajun ka, et mis on info praegu üleval, mõnikord ma teen neid lugemisi just sellepärast, et tuleb taipamine, et ma pean just seda infot jagama kellelgi, seal oli seda vaja. Et see on jälle see üliteadlik meel, mul on see hästi tugev, vaata, see joondab kõik alateadliku ja teadliku, et ma läbi oma aren- enesearenguteekonna on mul see aktiveerunud või nii.” (Maris Rom Fletcher 07.12.2024)

Rõhutakse tugevalt just enda ja ennast ümbritseva tunnetamisele. Toodi ka välja, et kaarte on võimalik programmeerida nendele, kes kaartideni jõuavad ehk postitusi näevadki ainult need, kellele need mõeldud on (Kaldussova 15.01.2025). Toodi ka välja ruumi energeetilist seadistamist:

“Ma tihtipeale nagu tajun ära, kes seda vaatavad. [---] Nii et ma ennem lugemise alustamist tihtipeale tunnen selle nagu juba juba nagu ära, aga ma kunagi ei sea mingit kindlat teemat või mingit kindlat nagu asja, et vat nüüd sellele küsimusele ma vastan selle lugemisega vaid oma energialugemistel ja kaardilugemistel ma jätan selle täiesti vabaks, et lihtsalt olla igatepidi puhas kanal, et mis sellel hetkel peab läbi tulema. Ainuke, mis ma otsustan, on see, et oma nii-öelda ettevalmistuses ma ütlen välja, mis

päeval see video välja tuleb. Ja tegelikkuses see seab kogu selle kogu selle energia, mis mul vaja on.” (Daya Kaorlin 29.11.2024)

Küsites täpsemalt, mis on see *magic* seal kaartide taga, mis informatsiooni jagab, saab kõigilt sarnase aga siiski natukene erineva vastuse. Mainitakse kaarte, kui informatsiooni andjaid (Meeri Taro 02.12.2024). Samuti ka üldiseid energiasid. Kasutatakse terminit kanaldamine, mille abil on võimalik saada informatsiooni või sõnumeid.

“No kanaldamine, mina kirjeldaksin seda niimoodi, et meil kõigil on tegelikult teadlik alateadlik ja üliteadlik meel ja, ja see kanaldamine nii-öelda ongi siis kontakt selle üliteadliku meelega, et ja minul on see, need kõik, need kolm nagu joondunud, sellepärast ma näen väga sügavaid detaile ja ja näen seda, mida võib-olla silmaga ei ole näha ja näen väga noh, alateadlikke mustreid, mis on sellel mingi salapära taga näiteks ja nii edasi. Et see on pigem jaa see, see on kuidagi loodusega koostöö, aga läbi kehatunnetuse, et läbi läbi mingit nagu mingi antenn, mis nagu sulle meenutab, kas varasemat lugu, mis toob selle praegusesse hetkesse, mis on sünkroonis kuidagi selline meetod, see on, aga, ja see on nagu meil kõigil on üliteadlik meel samamoodi, aga lihtsalt mõnel on see rohkem avanenud või aktiivne. Tegelikult on see vasaku ja parema ajupoolkera koostöö või tasakaal. Et seda saab treenida.” (Maris Rom Fletcher 07.12.2024)

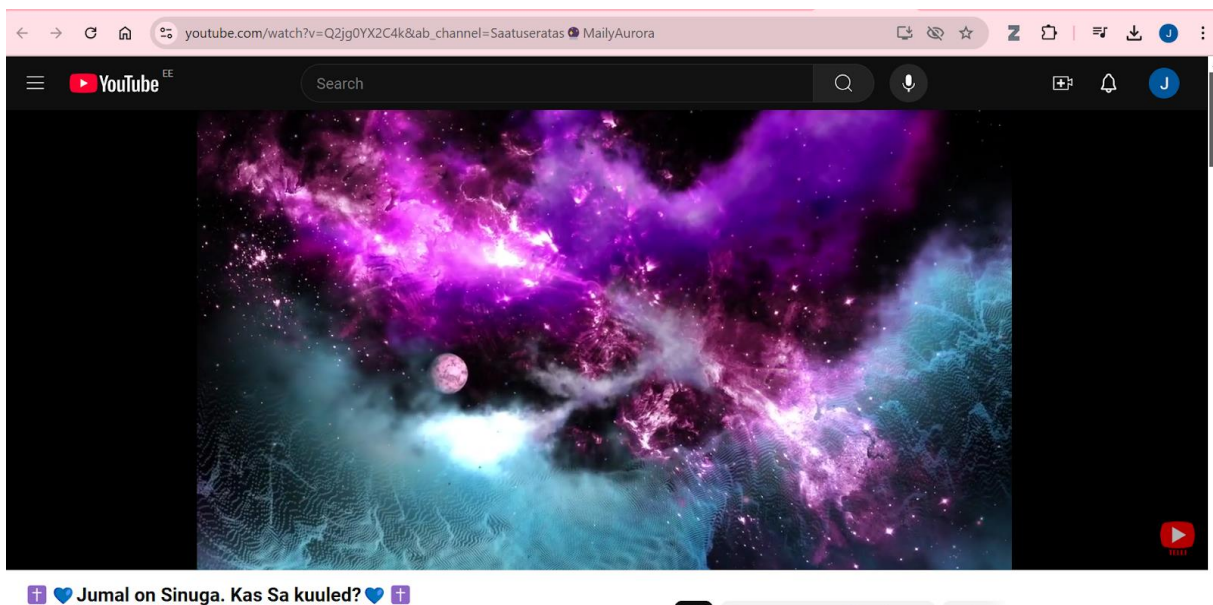
Sellega sarnane on ka energeetiline vibratsioon:






„Üldiste lugemist ja puhul on nagu samamoodi, et kui ma parasjagu olen sellel samal siuksel sagedusel kellegagi, siis ta saab sellest midagi. Teine asi üldiste lugemistega on nagu see, et mõnikord tuleb hästi mitu erinevat sõnumit läbi ja siis ma olengi öelnud, et et ütleme, kui on siin mingi, onju noh, mis teema rahateema on ju, et kuidas ma ei tea, raha juurde teenida või kuidas sa saad oma sissetulekuid suurendada siis tulebki, et näiteks, et praegu tuleb kaks varianti läbi, keegi võidab lotu, keegi peab rohkem tööd tegema, noh et et siis ma ütlen nagu välja selle, et siin on nagu neid erinevaid variante, mis, mis läbi tulevad ja siis inimene saab nagu ise otsustada, mis temale kõige sobivam on.” (Nordic Empress Tarot 28.01.2025)

4.6. Märkusi väljalt

Kuigi on levinud arusaam, et kõik, mis postitatakse internetti jääb sinna igaveseks, ei ole see siiski tõene. Välitööde käigus selgus, et mitmed YouTube videod olid vahepeal kustutatud. Üheks märgiks, et kontol võis olla varasemalt postitusi on laused nagu “Tere taas!” või “Tere tulemast tagasi...” Samuti ei ole võimalik öelda palju videoid või postitusi on kustutatud vahetult enne välitööde algust (2024 suvi) ning palju on kustutatud selle jooksul.

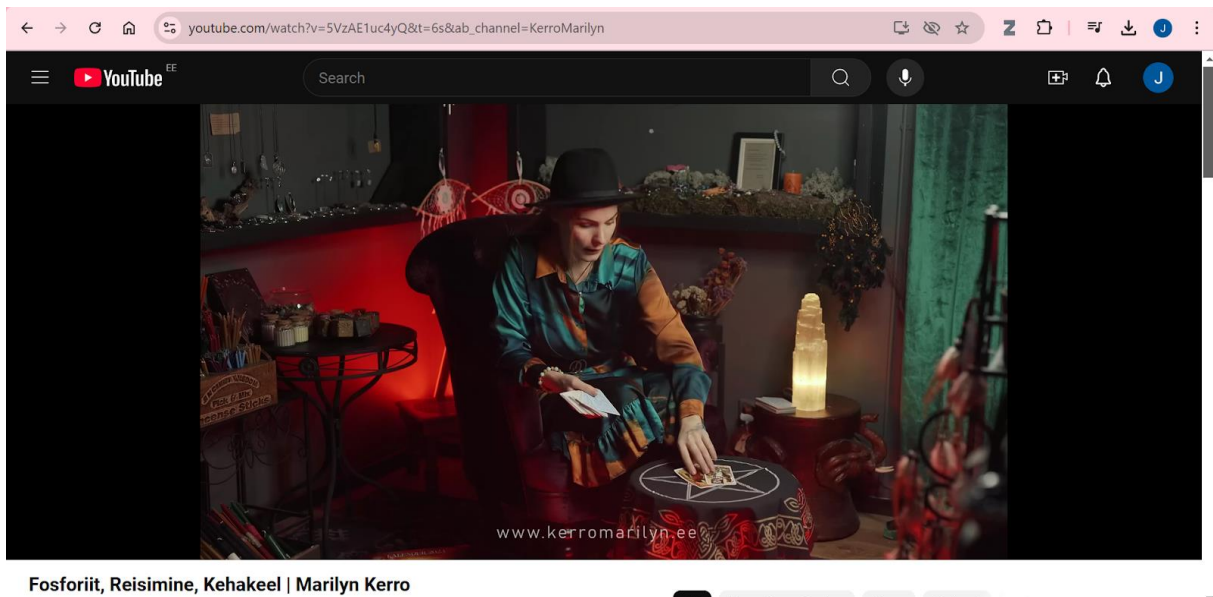
Peale taro kaartide lugemise võib leida kontodelt ka muid postitusi. Instagramis on levinud eraeluliste ja taro postituste segamini postitamine. YouTube on pigem ainult taroga seotud ning TikTok samuti, mõne üksiku erandiga. Peale taro võib kanalitelt leida muid spirituaalsuse või spirituaalsete õpetustega seotud postitusi. Levinud tüübid on meditatsioonid, afirmatsioonid, manifesteerimised ning mõtisklused, mis seostuvad kontol käsitletud temadega (Joonis 12). Näiteks jagatakse mõtisklusi kaksikleekide ja mees- ning naisenergiate kohta.



Joonis 12.   Jumal on Sinuga. Kas Sa kuuled?   . Saatuseratas  Maily Aurora. YouTube. 04.01.2021

Kontodelt võib leida ka õpetlikku sisu, kus selgitatakse näiteks sodiaagimärke, taro kaartide tähendusi, inglite ning jumaluste tutvustusi jms. Samuti jäi silma üks rituaal ning mõned loitsumised. Siiski kõik sisuloojad õpetustega ei tegele. Kuigi enamike kontode vahel palju sarnasusi on esile kerkinud mõned erandid. Esile tooksin Marilyn Kerro YouTube’I kanali (@kerromarily), kus erinevalt teistest YouTube’is levinud postitajatest käsitleb ta suuremaid ja

üldisemaid maailma teemasid (Vt Joonis 13). Näiteks on ta kaartidega vaadanud Eesti julgeolekuga seonduvad ja Nursipalu küsimust ning Kaja Kallast. Isiklike teemadega nagu armastus ja raha ta sotsiaalmeedias ei tegele.



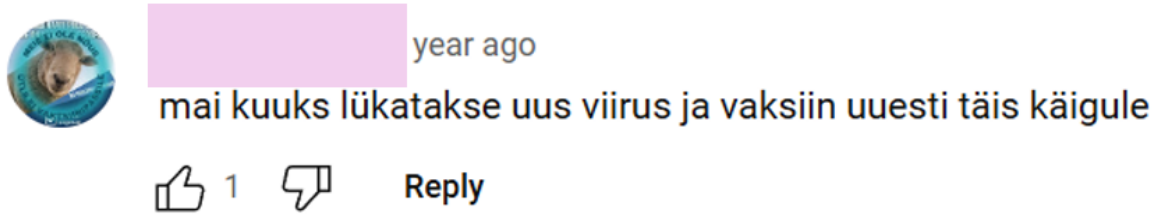
Joonis 13. Fosforiit, Reisimine, Kehakeel | Marilyn Kerro. Kerro Marilyn. YouTube. 21.02.2023

Tähelepanu juhiksin veel Kirsti (@kirstitimmer) ja Merily (@merilytimmer) Timmeri Instagrami kontodele, Kirsti TikToki (@kirstitimmer) ning nende taskuhäälingu YouTube'i kanali Timmerite Podcastile. Kumbki neist ei tee tasuta avalikke ennustusi nagu muud töös käsitletud kaardipanijad. Nad reklaamivad oma teenuseid ja tegemisi. Kirsti Timmer jagab Instagramis päeva sõnumeid, mis on võetud tema loodud kaardipakist. TikToki postitab ta vastuseid küsimustele, mida on tema käest küsitud Instagramis. Mõnikord mõtiskleb ta esoteerilistel teemadel, kuid kasutab kontosid pigem reklaamiks.

Peale Timmerite teevad või on teinud taskuhäälinguid kontod nagu Maag Geit (@MaagGeit), Mystify Podcast ❤️ Mystify Studio (@mystify). Lisaks Nida (@Nidatervendavadrannakud) ja Anete (@AnetesHeartsCalling), kes teevad taskuhäälingut koos.

4.7. Kommentaarid

Kommentaare leiab peamiselt rohkemate jälgijatega kontode puhul nagu näiteks Marilyn Kerro (@kerromarylin) ja Timmerid (@kirstitimmer, @merilytimmer). Nende puhul esineb ka rohkem negatiivseid kommentaare ning Kerro videote all ka palveid teha venekeelset sisu. Märkata on ka vandenõuteooriad (Joonis 14).



Joonis 14. Sõda Ukrainas, tervis | Marilyn Kerro. Kerro Marylin. YouTube. 17.10.2023

Kuna Kerro fookus on maailmasündmustel, siis leidub ka kommentaare, mis tagantjärele toovad välja, kas ennustus läks täppi või mitte (Joonis 15).

“[Donald Trumpist]... See ei ole minu isiklik arvamus, see on see mida räägivad kaardid, seega te ei pea seda tõsiselt võtma eksju. Aga kaardid räägivad sellest, et on võimalik, et talle tehakse atentaat või siis, et ta tapetakse ära või siis temaga midagi juhtub...” (Kerro Marylin 11.07.2024)



Joonis 15. BIDEN vs TRUMP! Eesti julgeolek? - Marilyn Kerro. Kerro Marylin. YouTube 11.07.2024.

Mõningate, kuid juhuslike, YouTube videote alt on võimalik leida ühe kasutaja kristlikke sugemetega kommentaare, kus ta toob välja tsitaate pühakirjadest (Joonis 16).



Joonis 16. BIDEN vs TRUMP! Eesti julgeolek? - Marilyn Kerro. Kerro Marylin. II YouTube 11.07.2024.

Suuremas pildis leiab kommentaare peamiselt just YouTube videote alt. Instagramis ja TikTakis on kommentaare vähem, kuid temaatika on sarnane. Peamiselt ollakse positiivsed, tänatakse sõnumite eest ning vali kaart tüüpi videote puhul tuuakse välja, milline valik tehti (Joonis 17).



Joonis 17. Ajatu ladumine - Mida ta Sinu vastu tunneb? ❤️ ? 🚫 Vali number 1-3! ✨😊. Sūdame hääl. YouTube. 23.09.2024

Märgata on ka sisuloojate vastuseid kommentaaridele. Mõned astuvad vaatajatega dialoogi ning mõned piirduvad vaid sõnumite meeldivaks märkimisega. Oluline on mainida, et kontode haldajatel on võimalik soovi korral ka kommentaare kustutada või peita. Kuna tavavaatajale ei jää kustutatud kommentaaridest maha märget on keeruline kommentaare hinnata.

Kokkuvõte

Kaartide panemist eestikeelses sotsiaalmeedias varasemalt sellisel viisil uuritud ei ole, kuid selle tööga on teatud moodi algus tehtud. Kaardipanijatega tehtud intervjuud andisid olulist sisendit ka kaadri tagant, mida lihtsalt sotsiaalmeedias vaadeldes ei saa, näiteks kuidas läheneb kaardipanija kaartide panemisele. Miks või kuist tuleb see informatsioon, mida ta edastab.

Peamiseks eesmärgiks oli anda ülevaade sellest, mida tarokaartide panijad sotsiaalmeedias täpsemalt teevad. Tulemused oli võimalik jaotada kahte gruppi: „ajatud“ ja „ajaliselt määratletud“ lugemised. Ehk ennustused, mille kehtivusel ei ole ajalisi piiranguid ja ennustused, mis on määratud kehtima mingisuguse ajaperioodi jooksul. Peale selle paistis silma ka see, kuidas vaatajaid ennustuste jaoks grupeeriti. Kõige levinuimaks grupeerimise viisiks olid sodiaagimärgid, kuid tehti ka soo põhise eristamist. Silma torkas ka kindel visuaalne stiil, mida kaardipanijad harrastasid – küünlad, kristallid ja kaamerapilt, mis on tihti suunatud lauale, millel asetsevad kaardid. Mõned kaardipanijad esinesid ka oma näoga, kuid kaamerale siiski näidati tõmmatud kaarte.

Esile tooksin ka vaatajate ehk osalejate panuse, kelle kommentaaridel küll antud magistritöö süvitsi ei peatu, kuid kelle osaluseta ei oleks „vali kaart“ tüüpi postitused võimalikud. Vali kaart tüüpi postitused töötavad uskumusel, et informatsioon jõuab inimeseni siis, kui tal on seda vaja. Selle jaoks loovad kaardipanijad sobiliku energeetilise ruumi, et osaleja oma sõnumi kätte saaks. Sõnumite päritolu on kaardipanijate perspektiivist erinev ning on seotud nende uskumustega, mida ei ole võimalik üldistada. Natukene lihtsam on aga esile tuua sotsiaalmeedia algoritmi müstifitseerimist, mis samuti mängib rolli sõnumite edastamise protsessis. Algoritm on ühest küljest lihtsalt kasutaja huvisid arvestav mudel, mis näitab inimestele seda, mida nad näha tahavad. Teisalt spirituaalsetes kogukondades nähakse seda kui saatust. Sõnumid jõuavad saatuse/algoritmi tahtel sinna kuhu need peavad. Samas on sõnumite esitajate esitus ning sellega kaasnev rituaalne käitumine sarnane. Nagu ka teoreetilises peatükis on mainitud, saab kaartide panemist vaadelda kui kommunikatsiooni žanri ning algoritm grupeerib postitusi vastavalt selle žanritele.

Töö eesmärk oli anda ülevaade sellest, mida teevad Eesti kaardipanijad sotsiaalmeedias. Lühidalt nad teevad seda, mida kaardipanijad on alati teinud – jagavad sõnumeid, mis on nendeni jõudnud või vastavad inimeste küsimustele. Sotsiaalmeedia laialdane kasutuselevõtt avas nende jaoks uue viisi seda teha. Keeruline on öelda, mis saab edasi - kas hakatakse looma

kogukondi nagu see on levinud ingliskeelses sotsiaalmeedias? Kas kaardipanijaid tekib juurde või jääb vähemaks? Kas nende eesmärgid ja põhjused kaartide panemisega tegeleda muutuvad?

Tegelikult tundub, et kaartide panemine sellisel viisil on hakanud vaibuma. Värskeid (viimase aasta jooksul) tekkinud kontosid on võrdlemisi vähe, ka tundub, et postitusi on vähem. Põhjuseid on välja tuua keeruline, kuid teades, et kaartide panemine ei ole enamike põhitöö, siis võib oletada, et rolli mängib ka maailma majanduslik seis. Teisest küljest võib välja tuua ka tarokaartide kättesaadavuse ning üha rohkem levima hakanud mõtteviisi, et kaarte võib panna igaüks. Õpetusi kaartide panemise või tähenduste kohta leiab ka nüüdseks väga lihtsalt eesti keeles (kümme aastat tagasi oli see natuke keerulisem). Varasemalt rõhuti (ja ka siiani osaliselt rõhutakse), et kaarte saab panna vaid see, kes on selleks sündinud. Tooksin ka välja esteetilise külje, nimelt on postitused pigem heledates värvides ja rahustava alatooniga. Võrreldes näiteks saatena „Selgeltnägijate tuleproov“ kus osalejad (ja ka saade) olid pigem tumedates toonides ning võib öelda, et ehk isegi hirmutavad. Kaardipanijad ja tarokaardid töövahendina ei tundu enam niivõrd hirmsad.

Summary

"Timeless Reading": Fortune Telling with Tarot Cards in Estonian Speaking Social Media Channels

Tarot Cards have a long history shrouded in mystery. It is believed they come from Egypt and were used for playing games, before they found use in the spiritual communities as tools for self-improvement or fortune telling (Gupta 2024). Today many spiritual communities and activities have moved online. It is possible to find tutorials for just about anything witchcraft related and services like fortune telling or spellcasting. Fortune telling, which reaches wide audience and is free of charge, has become an interesting phenomenon on different social media platforms. This paper focuses on Estonian fortune tellers on three social media platforms: Instagram, TikTok and YouTube. Besides analysing social media posts there were eleven interviews (one on paper and the other through Zoom) with fortune tellers who post on those social media platforms.

The posts on social media are categorised as “timeless readings” and “time specific readings.” The first category does not set a specific time or date when the reading is relevant to the viewer. “Time specific readings” however, have a set time and date where they are relevant. Oftentimes viewers or participants (as we learn later on) are also categorised, mainly by their zodiac sign, gender or masculine/feminine energy. Another interesting trend is “pick a card” type reading that requires viewer participation. Usually, the participant must choose between 3 (or more) numbers/symbols to get the message that is meant for them. They have to use their intuition which makes them a vital part of the process. Fortune tellers themselves say that they program their posts to appear to those who need it by manifesting that the post will be found by those who need it. The origin of the messages, however, remains a mystery as fortune tellers who were interviewed gave different answers to the question.

The theoretical aim is to bring out how fortune telling is a performance with usually two participants - the fortune teller and the viewer/participant. Performance in folklore is a form of communication (Bauman 1992: 41) and the ritualised aspect of fortune telling makes it a communication genre. Both performance and ritual appear in the repetition of the act - shuffling the cards, laying them out and explaining the message that appears from the cards. Those are

the things that are expected from the ritual and if they do not appear the participant might feel like the ritual is not valid (Rappaport 1992: 250). The performance itself also has to look believable, like the fortune teller knows what they are doing. One way to make it believable online is aesthetics. Oftentimes there are candles, crystals and multiple decks of tarot cards visible in the posts. The fortune tellers are put together (for example have a nice manicure, if they are not showing their face). It is undeniable that they put effort into their presentation.

Another act that ties the previously mentioned together is the sentence “If this post finds you, it was meant for you.” It is the belief in faith that works through the platforms algorithm. The performance and ritual, that are very similar across fortune tellers online, make it easy for the algorithm to keep suggesting similar posts to people who are interested in fortune telling, even if there are no hashtags used in the posts. The visual aspects and the themes discussed are similar. Although people are completely aware of algorithms there are instances where people feel like the hand of faith is at play as well (Cotter et.al 2024: 1894; 1900) .

Lihtlitsents

Mina ___Joan Jürgens___ (autori nimi),

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

___“Ajatu lugemine”_: tarokaartidega ennustamine eestikeelsetes sotsiaalmeedia kanalites___ (lõputöö peakiri),

mille juhendaja(d) on _____Kristel Kivari_____ (juhendaja nimi),

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada Tartu Ülikooli digitaalarhiivi kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;

2. annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, 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.

Joan Jürgens

26.05.2025

Kasutatud allikad

Kirjandus

Abiline, Toomas 2021. Spiritsism ja selle harrastajad Eestis 1918-1940. *Mitut usku Eesti V: esoteerika*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Anderson, Katie Elson 2020. Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, Vol. 37 No. 4, pp. 7-12. <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>

Arthurs, Jane; Drakopoulou, Sophia; Gandini, Alessandro 2018. Researching YouTube. *Convergence*, 24(1), 3-15. <https://doi.org/10.1177/1354856517737222>

Bauman, Richard 1992. Performance. *Folklore, Cultural Performances and Popular Entertainments: A Communications-centered Handbook*. Toim Richard Bauman. New York: Oxford University Press, 41-49

Bauman, Richard 2004. A World of Others' Words: *Cross-Cultural Perspectives on Intertextuality*. USA: Blackwell Publishing.

Ben-Amos, Dan 1993. "Context" in Context. *Western Folklore*, Vol. 52, No. 2/4. *Theorizing Folklore: Toward New Perspectives on the Politics of Culture*, 209-226

Binder, Matt 2019. MySpace lost 12 years of music and photos, leaving a sizable gap in social network history. *Mashable*. <https://mashable.com/article/myspace-data-loss> (kasutatud 15.05.2025)

Blank Trevor J. 2013. Hybridizing Folk Culture: Toward a Theory of New Media and Vernacular Discourse. *Western Folklore* Vol. 72, No. 2 (Spring 2013). Western States Folklore Society, 105-130.

Briggs, Charles L.; Bauman Richard 1992. Genre, Intertextuality, and Social Power. *Journal of Linguistic Anthropology*. December Vol. 2, No. 2. 131-172

Clements, William M. 1981. Ritual Expectation in Pentecostal Healing Experience. *Western Folklore*, vol. 40, 139-48.

Cotter, Kelley; DeCook, Julia R.; Kanthawala, Shaheen; Foyle, Kali 2022. In FYP We Trust. *International Journal of Communication* 16.

Cotter, Kelley; Ritchart, Amy; De, Ankolika; Foyle Kali; Kanthawala, Shaheen; McAtee, Haley; Watson TX 2024. If you're reading this, it's meant for you: The reflexive ambivalence of algorithmic conspiratoriality. *Convergence*, 30(6), 1893-1918. <https://doi.org/10.1177/13548565241258949>

Frampton, Alexandra; Grandison, Alexandra 2023. "In the broom closet": exploring the role of online communities in shaping the identities of contemporary witchcraft practitioners. *Current Psychology* 42, 23800–23820 . <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03441-z>

Frog 2016 Genres, Genres Everywhere, but Who Knows What to Think? *Genre – Text – Interpretation: Multidisciplinary Perspectives on Folklore and Beyond*. Toim. Kaarina Koski, Frog ja Ulla Savolainen. Helsinki: Finnish Literature Society, 47-88

Frow, John 2006. Approaching Genre. *Genre*. New York: Routledge, 6-28

Gupta, Dr. Shabnam 2024. Exploring Tarot Divination: Historical Perspectives and Contemporary Practices. *Indian Journal of Astrology and Occult*, 1(1), 31–35. <https://doi.org/10.36676/ijao.v1.i1.7>

Helland, Christopher 2013. Ritual. *Digital Religion Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. Toim. Heidi A. Campbell. Routledge 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon, 25-40

Hern, Alex 2019. Myspace loses all content uploaded before 2016. *The Guardian*, 18 March. <https://www.theguardian.com/technology/2019/mar/18/myspace-loses-all-content-uploaded-before-2016>

Johanson, Kristiina; Jonuks Tõnno. "Ehk nõiduseks tarvitatud" – maagilised esemed Eesti muuseumikogudes. *Mäetagused* 72. doi:10.7592/MT2018.72.johanson_jonuks

Kartau, Age Kristel 2019. "Ega ma arsti juurde ju ometi ei lähe!" Eemiline uskmatus oletataval uue vaimsuse uurimiseväljal. *Mäetagused* 75. doi:10.7592/MT2019.75.kartau

Kerro Marilyn 11.07.2024. BIDEN vs TRUMP! Eesti julgeolek? - Marilyn Kerro. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Dj5b01BkkqM&t=805s&ab_channel=KerroMarilyn

Klassen, Chris 2002. Cybercoven: Being a witch online. *Studies in Religion/Sciences Religieuses*, 31(1), 51-62. <https://doi.org/10.1177/000842980203100104>

Klug, Daniel; Qin, Yiluo; Evans, Morgan; Kaufman, Geoff 2021.. Trick and Please. A Mixed-Method Study On User Assumptions About the TikTok Algorithm. In Proceedings of the 13th ACM Web Science Conference 2021 (WebSci '21). New York: Association for Computing Machinery, 84–92. <https://doi.org/10.1145/3447535.3462512>

Kozinets, Robert V; Dolbec Pierre-Yann; Earley, Amanda 2014. Netnographic Analysis: Understanding Culture through Social Media Data. Toim. Uwe Flick. *Sage Handbook of Qualitative Data Analysis*. London: Sage, 262-275

Kuu Taro 369 03.08.2022. Vali ise grupp või kristall 🌟 2022 Horoskoop Taroskoop 🌙 Kõik tähtkujud ja energiad 🌀. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=EX2lSqBvK3E&ab_channel=KuuTaro369

Kõiva, Mare 1996. The transmission of knowledge among Estonian Witch Doctors. *Folklore vol.2*. doi:10.7592/FEJF1996.02.docdoc

Kõiva, Mare 2014. Äksi nõid – nõukogude aja selgeltnägija. *Mäetagused* 58. doi:10.7592/MT2014.58.koiva

Lazaro, Christophe 2023 "Algorithmic Divination: From Prediction to Preemption of the Future." *Information & Culture*, vol. 58 no. 2, 145-165. Project MUSE. <https://muse.jhu.edu/article/902590>

Manning, Frank E. 1992. Spectacle. *Folklore, Cultural Performances and Popular Entertainments: A Communications-centered Handbook*. Toim Richard Bauman. New York: Oxford University Press, 291-299

Maria_s6numid 18.04.2023. 🌙 ✨ JAH või EI!? - Vali Grupp (4) - AJATU Tarokaartide lugemine ✨ 🌙. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=mFR6KKfaUt0&ab_channel=maria_s6numid

Miller, Chris 2022. "How Modern Witches Enchant TikTok: Intersections of Digital, Consumer, and Material Culture(s) on #WitchTok". *Religions* 13, no. 2: 118. <https://doi.org/10.3390/rel13020118>

Mosseri, Adam 2023. Instagram Ranking Explained. About Instagram. 31.05.2023. <https://about.instagram.com/blog/announcements/instagram-ranking-explained/>

Nida Tervendavad Rännakud ja TAROD 🌿+HMF🌿 30.05.2024. ❤️ ARMASTUSE ❤️ sõnumid. Mida on oodata kuni jaanipäevani? Ajatu lugemine. Vali grupp. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=D_BSzY0O7dA&ab_channel=NidaTervendavadR%C3%A4nnakudjaTAROD%F0%9F%90%8D%E1%9A%BE%E1%9B%81%E1%9B%9E%E1%9A%A8%F0%9F%90%8D

Orell, Ellia 2019. 'I just like thinking about the moon and lighting candles': 21st Century Witches on Instagram. *Ethnographic Encounters* vol 10 No1, 6-12. <https://ojs.st-andrews.ac.uk/index.php/SAEE/article/view/1963>

Pilt, Maili 2023. Kogemuslood ja koosloome: sissevaateid jutustamispraktikasse sotsiaalmeedias ja selle uurimise metodoloogiasse. Doktoritöö. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus.

Pitre, Jake 2023. TikTok, Creation, and the Algorithm. *The Velvet Light Trap*, vol. 91, 71-74. <https://muse.jhu.edu/article/881100>.

Poll, Ene 2004. Eesti nõiad. Eesti Päevaleht.

Pärn, Linda 2012. Sensitiivid tänapäeva eesti rahvausundis: nende kujutamine kogumikus "Eesti nõiad". *Bakalaureusetöö*. Tartu Ülikool.

Raitar, Inga 2009. Suur nõiaraamat. Ajakirjade Kirjastus.

Rappaport, Roy A. 1992. Ritual. *Folklore, Cultural Performances and Popular Entertainments: A Communications-centered Handbook*. Toim. Richard Bauman. New York: Oxford University Press, 249-260

Renser Berit; Tiidenberg Katrin 2020. Witches on Facebook: Mediatization of Neo-Paganism. *Social Media + Society*, 6(3). <https://doi.org/10.1177/2056305120928514>

Salve, Kristi 1998. Kordo - nõid ja/või prohvet. *Mäetagused* 8. doi:10.7592/MT1998.08.kordo

Spirituaalne Elustilist 30.06.2020. Vali kaart ✨ Juuli 2020 prognoos 🌞💧🌈. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Tep8j_4jBA0&ab_channel=SpirituaalneElustilist

St. Lawrence, Emma 2024. The Algorithm Holy: TikTok, Technomancy, and the Rise of Algorithmic Divination. *Religions* 15: 435. <https://doi.org/10.3390/rel15040435>

The.lumin.essence (endine Kaardimoor) 03.05.2024. Vali endale sõnumikaart. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C6gmJjTt36d/> (vaadatud 28.03.2025)

The.lumin.essence (endine Kaardimoor) 03.07.2024. Päevaennustus <https://www.instagram.com/p/C-CNTMAAtCLs/>

TiiuTarot 26.07.2023. 🌙 Ajatu 🌙 Kollektiivne Sõnum 🌟 Edu karjääris kuid ignoreerid suhteid ja südant 🌟. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gSOAUvqKmAac&t=375s>

Uibu, Marko 2014. Inglise ja Inglise internetifoorum uue vaimsuse kandjate ja legitimeerijate. *Mäetagused* 56. doi:10.7592/MT2014.56.uibu

Uibu, Marko 2015. Keha tähenduse ja rolli muutumine: käsitlused eesti uue vaimsuse õpetustes ja nende järgijate seas. *Mäetagused* 59. doi:10.7592/MT2015.59.uibu

Uibu, Marko; Saluste, Marju 2013. Lugejate virtuaalne kogukond: kirjandus ja ajakirjandus vaimsete-esoteeriliste ideede kandja ja levitajana. *Mitut usku Eesti III: uue vaimsuse eri*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Wang, Pengda 2022. Recommendation Algorithm in TikTok: Strengths, Dilemmas, and Possible Directions. *International Journal of Social Science Studies* vol 10. No 5. DOI:10.11114/ijsss.v10i5.5664

Ülle Puu Art 30.10.2024. Novembri energiad. Sädemed ja tormid. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=pIHrfi62xeo&ab_channel=%C3%9CillePuukunstjaTaro

Intervjuud

Anonüümne 2024. Intervjuu Joan Jürgensile. Tekstifail autori valdustes.

Fletcher, Maris Rom 2024. Intervjuu Joan Jürgensile, 07.12. Helisalvestis autori valdustes (*tegelikult on sellest ka video intervjuueeritava YouTube kanalil tema enese soovil, kas peaksin ka selle lingi siia kuidagi viitama?*)

Kaldussova 2025. Intervjuu Joan Jürgensile, 15.01. Helisalvestis autori valdustes.

Karolin, Daya 2024. Intervjuu Joan Jürgensile, 29.11. Helisalvestis autori valdustes.

Koilakoda 2024. Intervjuu Joan Jürgensile, 09.12. Helisalvestis autori valdustes.

Meeri Taro 2024. Intervjuu Joan Jürgensile, 02.12. Helisalvestis autori valdustes.

Mystify Podcast 💜 Mystify Studio 2024. Intervjuu Joan Jürgensile, 16.12. Helisalvestis autori valdustes.

Nordic Empress Tarot 2025. Intervjuu Joan Jürgensile, 28.01. Helisalvestis autori valdustes

Soulmaster, Kristiina 2024. Intervjuu Joan Jürgensile, 27.11. Helisalvestis autori valdustes.

Südame hääl 2024. Intervjuu Joan Jürgensile, 02.12. Helisalvestis autori valdustes.

The.lumin.essence (endine Kaardimoor) 2024. Intervjuu Joan Jürgensile, 17.12. Helisalvestis autori valdustes.

Joonised

Joonise nr.	Pealkiri	Link
Joonis 1	Anete taroskoop 2020 - Mida toob aasta 2020? Südame hääl. YouTube. 01.01.2020	https://www.youtube.com/watch?v=r--E6nS-xlY
Joonis 2	Päevakaart. 01.11.2024. The.lumin.essence (endine Kaardimoor). Instagram.	https://www.instagram.com/p/DB0Dy_LIxH4/
Joonis 3	Vali kaart ✨ Juuli 2020 prognoos 🌻🌊🌈. Spirituaalne Elustilist. YouTube. 30.06.2020.	https://www.youtube.com/watch?v=Tep8j4jBA0&ab_channel=SpirituaalneElustilist
Joonis 4	The.lumin.essence (endine Kaardimoor) TikTok. 01.07.2024	https://www.tiktok.com/@kaardimoor/video/7386618168153804065
Joonis 5	Taro Energiad September KAALUD. Tarovalgus. YouTube. 02.09.2024	https://www.youtube.com/watch?v=glWzTZ7l7UQ&ab_channel=Tarovalgus
Joonis 6	Draakoniaasta 2024 kõikidele tähemärkidele! Südame hääl. YouTube. 07.02.2024	https://www.youtube.com/watch?v=8J2kutuIsSo&ab_channel=S%C3%BCdameh%C3%A4%C3%A4l
Joonis 7	Kaksikleekidele. Nordicempresstarot. YouTube. 06.01.2024	https://www.instagram.com/p/C1v9hNZIXvX/?img_index=1
Joonis 8	Sõnum Nightmare before Christmas kaardipakilt. Dagmarlamp. TikTok. 17.07.2021	https://www.tiktok.com/@dagmarlamp/video/6985950522863930629

Joonis 9	Päeva energia. TiiuTarot. Instagram. 26.10.2024	https://www.instagram.com/p/DBlOqspOwDb/?img_index=2
Joonis 10	Mida mõtleb, mida tunneb, mida ette võtab. Kaardid Sulle. YouTube. 17.11.2020	https://www.youtube.com/watch?v=rhJNpteg0aQ&ab_channel=KaardidSulle
Joonis 11	Kaardilugemine + sümbolite tõlgendus kohvipaksult. Valge kassi Tarot. YouTube. 16.05.2021	https://www.youtube.com/watch?v=0NIoqNd_2uo&ab_channel=ValgekassiTarot
Joonis 12	🕊️❤️ Jumal on Sinuga. Kas Sa kuuled? ❤️🕊️. Saatuseratas 🌌 Maily Aurora. YouTube. 04.01.2021	https://www.youtube.com/watch?v=Q2jg0YX2C4k&ab_channel=Saatuseratas%F0%9F%94%AEMailyAurora
Joonis 13	Fosforiit, Reisimine, Kehakeel Marilyn Kerro. Kerro Marilyn. YouTube. 21.02.2023	https://www.youtube.com/watch?v=5VzAE1uc4yQ&ab_channel=KerroMarilyn
Joonis 14	Sõda Ukrainas, tervis Marilyn Kerro. Kerro Marylin. YouTube. 17.10.2023	https://www.youtube.com/watch?v=0dfYmXVb1M0&t=1s&ab_channel=KerroMarilyn
Joonis 15	BIDEN vs TRUMP! Eesti julgeolek? - Marilyn Kerro. Kerro Marylin. YouTube 11.07.2024.	https://www.youtube.com/watch?v=Dj5b01BkkqM&t=805s&ab_channel=KerroMarilyn
Joonis 16	BIDEN vs TRUMP! Eesti julgeolek? - Marilyn Kerro. II Kerro Marylin. YouTube 11.07.2024	https://www.youtube.com/watch?v=Dj5b01BkkqM&t=805s&ab_channel=KerroMarilyn
Joonis 17	Ajatu ladumine - Mida ta Sinu vastu tunneb? ❤️❓🚫 Vali number 1-3! ✨😊. Südame hääl. YouTube. 23.09.2024	https://www.youtube.com/watch?v=JxLtu3f4Mk8&ab_channel=S%C3%BCdameh%C3%A4%C3%A4l

Lisad

Lisa 1. Sõnastik

Ajaliselt määratletud lugemised – ennustamise tüüp, kus ennustus kehtib kindla ajaperioodi vältel (vt. lähemalt ptk 4.1.). Levinud sotsiaalmeedias.

Ajatud lugemised – ennustamise tüüp, kus ennustuse kehtivusel puudub ajaline piirang ning lähtutakse „kui see sinu leiab on see sinu jaoks mõeldud“ printsiibist (vt. lähematl ptk 4.2.). Levinud peamiselt sotsiaalmeedias.

Kaksikleegid – intensiivne hingeline seotus teise inimesega, mis peegeldab isikutele nende häid ja negatiivseid külgi. Nende inimeste vahelisi suhteid peetakse raskeks, kuid spirituaalselt tervendavaks. Tuleneb ideest, et üks hing on jaotatud kahte kehasse.

Lenormandi kaardid – tarokaartidele sarnase kasutusega kaardid, mis ilmutasid end esmakordselt 18. sajandil ning mille sümbolika on inspireeritud kohvipaksult lugemise sümbolitest. Oluliseks kaartide (arvatavaks loojaks), kuid populariseeriaks oli Marie Anne Lenormand.

Lions Gate portal (lõvivärv/lõvivärava portaal) – iidsete Egiptlaste uskumuste, numeroloogia ja astroloogia kombinatsioonist sündinud maagiline kuupäev 08.08, kus täht Siirius, Orioni vöö ning Maa asuvad samal joonel. Nimetus on tulnud sellest, et Päike on sellel päeval Lõvis ning 8 on numeroloogias seotud küllusega. Päeva peetakse äärmiselt võimsaks ja oluliseks manifesteerimise jaoks.

Merkuuri retrograad – nähtus, kus visuaalselt tundub, et Merkuur liigub tagurpidi. Periood kestab umbes kaks kuud ning seda peetakse ajaks, kus kommunikatsioon ning tehnoloogia on häiritud.

Oraakli/sõnumikaardid – sarnaselt tarokaartidele kasutatakse ennustamiseks või spirituaalse sisemaailma analüüsimiseks. Tavaliselt on kaartidel mingisugune kujutis ning sellega seonduv sõna või lause. Samuti puudub nendel kindel süsteem ning iga kaardipaki puhul on soovitatav lähtuda nendega kaasas olevast juhendist.

Rider-Waite-Smith - üheks levinuim tarokaartide tõlgendamise süsteem. Selle loojateks on Dr. Arthur Edward Waite (okultismi uurija), kes lõi kaartidel olevate sümbolite süsteemi ja Miss

Pamela Colman Smith (kunstnik, okultist), kes illustreeris kaardid Waite'i ideedele vastavalt. Rider on suurema trükifirma allüksuse nimi, mis kaardid ning sellega seotud raamatud trükkis lasi.

Sodiaagimärkide omadused – seotud sodiaagimärgi tegevusviiside ja olukordadega kohandumisega.

- Kardinaalseid märke (Jäär, Vähk, Kaalud, Kaljukits) peetakse algatajateks, otsustavaks ja tegutsevad kiirelt.
- Fikseeritud/Kindlad märke (Sõnn, Lõvi, Skorpion, Veevalaja) peetakse püsivateks, meeleskindlateks ning oma tegevuses vankumatuteks.
- Muutlike märke (Kaksikud, Neitsi, Ambur, Kalad) peetakse kohanejateks ja paindlikeks.

Tarokaardid – varasemalt levinud kaardid, mida kasutati tarokki mängimiseks. Nüüdseks kasutatakse pigem ennustamiseks ja inimese spirituaalse sisemaailma analüüsimiseks. Tarokaardid tihti, olenemata illustratsioonist, lähtuvad Rider-Waite-Smith süsteemist. Esineb ka erandeid, kuid need ei ole käesolevatöö fookuses.