

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Infoühiskond ja sotsiaalne heaolu õppekava

Anett Sammalkivi

**VÄÄRKOHTLEMISE KAJASTUS SOTSIAALMEEDIAS  
NOORTE KOGEMUSTE ALUSEL**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Merle Linno, MSW

Tartu 2025

# SISUKORD

<b>SISUKORD.....</b>	<b>2</b>
<b>SISSEJUHATUS.....</b>	<b>4</b>
<b>1. UURIMUSE TAUST.....</b>	<b>6</b>
1.1 Sotsiaalmeedia.....	6
1.1.1 Facebook.....	7
1.1.2 Instagram.....	8
1.1.3 TikTok.....	8
1.2 Väärkohtlemine ja selle liigid.....	8
1.3 Väärkohtlemise kajastus sotsiaalmeedias.....	10
1.3.1 Kogemuslood.....	10
1.3.2 Teadlikud sotsiaalmeediakampaaniad.....	11
1.4 Moraalne paanika.....	13
1.5 Valeinfo ja selle levik sotsiaalmeedias.....	14
1.6 Mõjuisikute roll väärkohtlemise teemade kajastamisel sotsiaalmeedias.....	15
<b>PROBLEEMISEADE.....</b>	<b>17</b>
<b>2. METOODIKA.....</b>	<b>19</b>
2.1 Metoodika valik.....	19
2.2 Andmekogumis- ja analüüsimeetod.....	19
2.3 Uurimuses osalejad.....	20
2.4 Uurimuse käik.....	20
2.5 Uurimuse eetika.....	21
2.6 Uurija eneserefleksioon.....	21
<b>3. TULEMUSED JA ANALÜÜS.....</b>	<b>23</b>
3.1 Andmeanalüüs.....	23
3.2 Noorte hoiakud väärkohtlemisest sotsiaalmeedias.....	23
3.3 Sotsiaalmeedia kajastus väärkohtlemisest ja selle mõju noorte arusaamadele.....	26
3.4 Sotsiaalmeedia algoritmide mõju väärkohtlemise teemade kajastamisel.....	30
3.5 Väärkohtlemine ja selle kajastus sotsiaalmeedias.....	31

3.6 Moraalne paanika ja valeinfo.....	33
3.7 Mõjuisikute roll väärkohtlemise kajastamisel sotsiaalmeedias.....	35
3.8 Soolised ja rühmapõhised erinevused väärkohtlemise kajastamisel sotsiaalmeedias..	36
<b>KOKKUVÕTE.....</b>	<b>38</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>39</b>
<b>Kasutatud allikad.....</b>	<b>41</b>
<b>LISAD.....</b>	<b>52</b>
Lisa 1. Intervjuu kava.....	52

# SISSEJUHATUS

Interneti laialdane levik ja nutiseadmete kättesaadavus on muutnud elektroonilise meedia äärmiselt populaarseks mitte ainult täiskasvanute, vaid ka laste ja noorte hulgas (TAI, 2019). Eestis kasutab praktiliselt kogu 16–24-aastaste vanuserühm igapäevaselt internetti ja sotsiaalmeediat (Statistikaamet, 2024). Haridus- ja Noorteameti 2023. aasta uuringu andmetel on sotsiaalmeedia noorte seas üks eelistatumaid infoedastuskanaleid. Noorte hoiakud on viimase kümnendi jooksul muutunud teadlikumaks ja taunivamaks igasuguse vägivalda suhtes – seda tendentsi seostatakse osaliselt suurema avaliku aruteluga, mis toimub ka sotsiaalmeedias (Sotsiaalkindlustusamet, 2024). Teadusuuringud rõhutavad, et noorte vaatenurka väärkohtlemise teemadele veebikeskkonnas on seni liiga vähe uuritud (Galasso jt 2020).

Valisin selle teema, kuna noorte väärkohtlemine ja selle kajastamine sotsiaalmeedias on muutunud ühiskondlikult üha aktuaalsemaks. Olen just viimase aasta jooksul märganud sotsiaalmeedias tavapärasest rohkem väärkohtlemise kajastamist ning see teema hakkas mulle huvi pakkuma, kui palju noored selleteemalise kajastusega kursis on ja millised on nende hoiakud ja arvamused. Väärkohtlemiste kajastuse puhul on tegemist on nähtusega, millel on reaalne mõju noorte hoiakutele ja arusaamadele, sealhulgas sellele, kuivõrd taolist infot sotsiaalmeedias usaldatakse ja kuidas tajutakse väärkohtlemisega seotud teemasid.

Bakalaureusetöö eesmärk on tundma õppida noorte tõlgendusi reaalses elus toimuva väärkohtlemise kajastamisest sotsiaalmeedias.

Lähtuvalt uurimistöö eesmärgist, on tõstatatud järgnevad uurimisküsimused:

1. Mida räägivad uurimuses osalenud noored reaalsuses toimuva väärkohtlemise kajastamisest sotsiaalmeedias?
2. Mida räägivad uurimuses osalenud noored väärkohtlemise sotsiaalmeedias kajastamise mõjust enda arusaamadele ja hoiakutele?
3. Millist rolli mängivad uurimuses osalenud noorte hinnangul sotsiaalmeedia mõjuisikud väärkohtlemise teemade teadvustamisel ja kajastamisel sotsiaalmeedias?

Bakalaureusetöö koosneb kolmest peatükist. Esimeses peatükis on ülevaatlik teoreetiline raamistik teema sissejuhatuseks. Teises osas annan ülevaate meetodikast, kus on kirjeldatud andmekogumis- ja analüüsimeetodit, uurimuses osalejaid, uurimuskäiku ja uurimuse eetikat. Kolmandas osas esitan analüüsitud töö tulemused koos aruteluga. Bakalaureusetöö lõppeb kokkuvõttega.

# 1. UURIMUSE TAUST

## 1.1 Sotsiaalmeedia

Sotsiaalmeedia koosneb suhtlusplatvormidest, mis soodustavad suhete loomist erineva taustaga kasutajate vahel, luues seeläbi mitmekesise sotsiaalse struktuuri (Kapoor jt, 2017). Pakutud on mitmeid määratlusi sotsiaalmeedia kohta erinevates valdkondades. Määratlused koondavad tavaliselt ideid, et sotsiaalmeedia viitab digitaalsetele tehnoloogiatele, mis rõhutavad kasutajate loodud sisu või interaktsiooni (Carr & Hayes, 2015). Eesti Inimarengu 2023.a aruandes on sotsiaalmeediat defineeritud kui tehnoloogiat, mis pakub selle kasutajatele mitmesuguseid funktsionaalseid võimalusi olla omavahel ühenduses, suhelda, luua, jagada ja tarbida (teiste loodud) tekstilist ja audiovisuaalset sisu (Rozgonjuk jt, 2023). Kuigi olemas on mitmeid määratlusi, puudub endiselt ametlik, lühike ja ühiselt kokkulepitud määratlus sotsiaalmeedia kohta (Carr & Hayes, 2015), eriti erinevate valdkondade vahel. Sotsiaalmeediaplattformid mitte ainult ei levita teavet, vaid kujundavad ka inimestevahelist suhtlust, mõjutavad avalikku arvamust ning muudavad traditsioonilisi suhtlusviise (Rachmad, 2023).

Sotsiaalmeedia võib noorukite jaoks täita mitmeid funktsioone, sealhulgas suhtlemine ning ühenduse hoidmine teistega, oma elu jagamine, identiteedi väljendamine, teabe hankimine (nt uudiste, kuulsuste või huvipakkuvate valdkondade, sõprade elu kohta) ja vaba aja sisustamine (Barry jt, 2022). Khan ja Aas (2019) toovad välja, et sotsiaalmeedia on üks parimaid ja populaarsemaid suhtlusmeetmeid, mida õpilased tänapäeval kasutavad. Sponcili ja Gitimu (2013) poolt läbi viidud uuring näitas, et 91,7 protsendi üliõpilaste jaoks on sotsiaalmeedia kasutamise peamiseks põhjuseks suhtlemine pere ja sõpradega.

Sotsiaalmeedia mõju teooria (*social media influence theory*) määratleb sotsiaalmeedia mõju kui platvormide ja nende kasutajate võimet muuta või kinnistada norme, väärtusi ja käitumist sisu loomise, jagamise ja suhtluse kaudu (Rachmad, 2023). See teooria lähtub arusaamast, et sotsiaalmeedia ei ole lihtsalt digiplatvormide kogum suhtlemiseks, vaid mõjujõud, mis on ümber kujundanud viisi, kuidas teavet luuakse, jagatakse ja tarbitakse. Sotsiaalmeedia tõeline jõud võrreldes traditsioonilise meediaga seisneb selles, et seda saavad kasutada üksikisikud või iseorganiseeruvad grupid ühise eesmärgi saavutamiseks (Bresciani & Schmeil, 2012).

Koostööl põhinevad keskkonnad, nagu seda on sotsiaalmeedia platvormid, toetavad ja soodustavad rahva osalust ja kaasatust, mis omakorda võib viia „võrgustikku rikastavate“ lahenduste tekkimiseni (Bresciani & Schmeil, 2012). Sotsiaalmeedia suurendab ühiskonnas teadlikkust näiteks kampaaniate, reklaamartiklite ja tutvuste kaudu, aidates inimestel olla kursis ajakohase teabega (Siddiqui & Singh, 2016).

Kuigi sotsiaalmeedia võib hõlbustada infovahetust ja anda inimestele rohkem mõjuvõimu, võib see samas kaasa tuua valeinfo leviku ning nn kajakambrite (*echo chambers*) süvenemise (Rachmad, 2023). Kasutajad eelistavad sageli teavet, mis ühtib nende uskumustega ning liituvad gruppidega, kus jagatakse sarnast arusaama – seda nimetatakse kajakambri (*echo chamber*) efektiks (Cinelli jt, 2021). Laialdaselt defineeritakse kajakambreid kui keskkondi, kus kasutajate arvamused, poliitilised hoiakud või uskumused tugevnevad korduvate kokkupuudete kaudu sarnaselt mõtleivate inimeste või allikatega (Cinelli jt, 2021). Samas uuringus on välja toodud, et kajakamber võib toimida mehhanismina, mis tugevdab grupi sees eksisteerivat arvamust ja suunab kogu gruppi äärmuslikumate seisukohtade suunas. Sotsiaalmeedia võib noori kergesti negatiivselt mõjutada, kuna tihtipeale jagatakse seal sisu, mis sisaldab vägivalda või muud sobimatut ning see võib mõjutada laste või noorte käitumist (Siddiqui & Singh, 2016).

Erinevaid sotsiaalmeediaplatforme on palju, kuid käesolev uurimus on peamiselt seotud Facebooki, Instagrami ja TikToki. Ma ei eelda, et kõik selle töö lugejad on tuttavad nende keskkondadega, seetõttu annan lühikese ülevaate kõnealustest platvormidest.

### **1.1.1 Facebook**

2004. aasta veebruaris lõi Mark Zuckerberg Facebooki (tollal nimega "Thefacebook") oma ühiselamutoas Harvardi Ülikoolis (Wilson jt, 2012). Facebook on suhtlusvõrgustik, mille missioon on anda inimestele võim jagada ja muuta maailm rohkem avatuks ja ühendatuks (Mäger, 2014). Inimesed saavad luua endale kasutajakonto. Profiililehele saab lisada profiilipildi, lisada haridustaseme ja töökoha, elukoha, suhtestaatuse jms. Kui profiil on loodud, saab uus kasutaja hakata otsima sõpru ja saatma neile sõbrakutseid (Caers jt, 2013). Kui kutse vastu võetakse, ühendab Facebook need kaks inimest, võimaldades neil näha teineteise profiililehte ning lisades nende tegevused teineteise uudisvoogu (Caers jt, 2013). Enda kontole on võimalik postitada tekste, pilte, lühivideosid, väljendada emotsioone, jagada teiste postitatut jpm.

### **1.1.2 Instagram**

Instagram on sotsiaalvõrgustiku rakendus, mis on loodud fotode ja videote jagamiseks nutitelefonist (Moreau, 2018). Sarnaselt Facebookile on vaja ka Instagramis luua oma konto, kuhu saab postitada pilte, videosid ja *story*'sid, mida näevad sinu jälgijad. Fotosid muudetakse või töödeldakse sageli selleks, et saada rohkem „meeldimisi“ sõpradelt ja jälgijatelt (Tyer, 2016). „Meeldimised“ on spetsiaalselt sotsiaalmeedia jaoks loodud kontseptsioon, mis võimaldab kasutajal näidata oma heakskiitu teise isiku postitatud sisule (Tyer, 2016).. Sotsiaalmeedia „meeldimised“ on näitaja, et foto, sõnum või link on teiste jaoks huvipakkuv ja suutis nende tähelepanu köita (Tyer, 2016).

### **1.1.3 TikTok**

TikTok on rakendus lühikeste videote tegemiseks ja jagamiseks (Herrman, 2019). TikTok'is saavad kasutajad luua ja vaadata lühivideoid, mis kestavad 15 kuni 60 sekundit, videote tegemisel saab kasutada erinevaid efekte, taustamuusikat ja *lipsyncing* malle (McCashin & Murphy, 2023). TikToki video võib jõuda suure vaatajaskonnani isegi siis, kui selle autoril pole ühtegi jälgijat, kuna video võib ilmuda teiste kasutajate voogudes täiesti juhuslikult (Anderson, 2020).

## **1.2 Väärkohtlemine ja selle liigid**

Kuna töös tuleb juttu väärkohtlemise kajastusest, tutvustan ka väärkohtlemise mõistet ja liike. Väärkohtlemine hõlmab igasugust füüsilist ja/või vaimset väärkohtlemist, seksuaalset kuritarvitamist, hooletusse jätmist, hooletust ning majanduslikku või muud ärakasutamist, mille tulemuseks on tegelik või võimalik kahju tervisele, ellujäämisele, arengule või väärkusele vastutus-, usaldus- või võimusuhte kontekstis (Maaailma Terviseorganisatsioon, 2024).

Väärkohtlemise liike on mitmeid. Neist kolm kõige levinumat väärkohtlemise liiki on füüsiline, vaimne, ja seksuaalne väärkohtlemine. Väärkohtlemist jaotatakse sageli täiendavalt laste väärkohtlemiseks, lähisuhtevägivallaks ja eakate väärkohtlemiseks (Mahoney, 2011).

Füüsiline väärkohtlemine väljendub löömisel lahtise peopesaga, löömisel jalaga, löömisel mõne muu esemega, peksmisel, kägistamisel, jõuga lükkamisel ja tõmbamisel, hammustamisel ning näpistamisel (Leola, 2023). Füüsiline väärkohtlemine esineb sageli koos teiste käitumisviisidega, nagu autoritaarne kontroll, ärevust tekitav käitumine ning füüsilise valu või ebamugavuse põhjustamine (Radell jt, 2021).

Nagu ka teisi väärkohtlemise liike, saab vaimset väärkohtlemist defineerida kui tahtlikku käitumist, mille eesmärk on edastada ohvrile sõnum, et tal ei ole väärtust (s.t ta on väärtusetu või soovimatu) või et temaga on midagi valesti (Radell jt, 2021). Seega hõlmab vaimne väärkohtlemine tegusid, mis kahjustavad inimese emotsionaalset tervist (Radell jt, 2021). Sellisteks tegudeks võivad olla näiteks liikumisvabaduse piiramine (nt kuhu inimene võib minna ja kellega suhelda), halvustamine, naeruvääristamine, ähvardused ja hirmutamine, diskrimineerimine, tõrjumine ning muud mittefüüsilised vaenulikud käitumisvormid (Radell jt, 2021).

Seksuaalne väärkohtlemine hõlmab soovimatut seksuaalset tegevust, kus toimepanijad kasutavad sageli jõudu, esitavad ähvardusi või kasutavad ära ohvri võimetust nõusolekut anda (American Psychological Association, 2025). Maailma Terviseorganisatsiooni definitsiooni kohaselt on seksuaalne vägivald igasugune seksuaalakt, katse sellist tegu toime panna või muu tegu, mis on suunatud isiku seksuaalsuse vastu sunniviisiliselt, sõltumata teo toimepanija suhtest ohvriga või aset leidnud olukorrast. Seksuaalne ahistamine on käitumine, mis alandab, halvustab või mõnitab isikut tema soo alusel (Berdahl & Raver, 2011). Seksuaalne vägivald hõlmab erinevaid käitumisviise, sealhulgas vägistamist, seksuaalset kallaletungi, seksuaalset ahistamist ja seksuaalset kuritarvitamist (Leola, 2023).

Väärkohtlemise mõistmiseks on oluline ka ohvri mõiste avardamine. Ohver on isik, kes on kannatanud kahju, sealhulgas füüsilist või vaimset vigastust, emotsionaalset kannatust, majanduslikku kahju või oma põhiõiguste olulist rikkumist, tegevuse või tegevusetuse tõttu, mis ei pruugi veel rikkuda riiklikke kriminaalseadusi, kuid rikub rahvusvaheliselt tunnustatud inimõiguste norme (United Nations General Assembly, 1985). Seega ei piirdu ohvriks olemine pelgalt füüsilise kahjuga – see hõlmab ka emotsionaalset ja sotsiaalset kahju, mis sageli kaasneb näiteks vaimse väärkohtlemisega.

Väärkohtlemise käsitlemisel on oluline arvesse võtta ka seda, kuidas ühiskond konstrueerib ja tajub ohvri rolli erinevates kontekstides. „Ideaalohvri“ kontseptsiooni kohaselt väärivad ohver ühiskondlikku toetust vaid siis, kui ta vastab viiele tunnusele: on nõrk või haavatav, oli ohvristamise hetkel kaasatud kõnealusesse tegevusse, ei kanna süüd oma ohvristamises, teda kahjustas selgelt tuvastatav ründaja ning ohver ei tundnud süüdlast isiklikult (Whiting jt, 2019). Kontseptsioon aitab mõista, kuidas sotsiaalmeedias ohvri vaatest jagatud väärkohtlemise kajastusi võidakse usaldada sõltuvalt sellest, kuivõrd loo jagaja vastab ühiskondlikule „ideaalohvri“ kuvandile.

### **1.3 Väärkohtlemise kajastus sotsiaalmeedias**

Sotsiaalmeediaplatformid kasutavad kajastamiseks erinevaid tehnoloogiaid, nagu blogid, mikrobloginid, piltide jagamine, videobloginid (vloginid), seinale postitamine, e-kirjad, kiirsõnumid, muusika jagamine, sisupõhised kogukonnad ning sotsiaalvõrgustiku saidid (Adekoya & Olaseinde-Fayomi, 2021). Sotsiaalmeedia ei ole ainult koht, kus inimesed saavad end vabalt väljendada, vaid ka keskkond, kus ilmnevad erinevad vägivaldavormid (Mengü & Mengü, 2015). Sama allika kohaselt võib sotsiaalmeedias esinevate vägivaldailmingute all välja tuua näiteks liigset vägivalda sisaldavad visuaalid või teatud inimeste/institutsioonide vastu suunatud väärkohtlemise kajastamine. Sotsiaalmeedia on siin, et jääda, ja on kasulik mõista, kuidas selle dünaamika mõjutab suhteid, sotsiaalset tooni ning vägivalda ja ohvreid käsitlevat arusaama (Whiting jt, 2019).

Enda töös räägin peamiselt kahest väärkohtlemise kajastuse viisist sotsiaalmeedias: kogemuslood ja teadlikud sotsiaalmeediakampaaniad. Nende kahe kajastusviisi uurimine aitab mõista, kuidas sotsiaalmeedia kujundab väärkohtlemise teemalist arutelu nii isiklikul (kogemuslood) kui ka ühiskondlikul (kampaaniad) tasandil.

#### ***1.3.1 Kogemuslood***

Schwab-Reese jt 2024. aasta seksuaalvägivalda kajastuse uuringu kohaselt jagunes TikToki videote sisu kahte peamist tüüpi teabeks: inimesed, kes jagavad seksuaalvägivalda kogemusi

(st mis juhtus, kuidas nad reageerisid, kogemuste mõju) ja inimesed, kes jagavad muud seksuaalvägivallaga seotud teavet (nt haridus, teadlikkuse tõstmine). Sama uuringu tulemused näitavad, et inimesed kasutavad TikTok'i platvormina seksuaalvägivallaga seotud teemadel oma sõnumite jagamiseks, rõhutades selle platvormi potentsiaali ennetus- ja taastamissõnumite saatmiseks.

Inimesed otsivad sageli pärast katastroofilisi sündmusi teavet, et leevendada omaenda ärevust, eriti juhul, kui nad on ise kogenud traumaatilisi sündmusi (PettyJohn, 2022). Kogemuste jagamine sotsiaalmeedias võib aidata saada laiemalt sotsiaalset tuge kui tugevdada sidet enda tutvusringkonnaga (Andalibi, 2020). Raskete teemade avalikult jagamine võib aidata vähendada negatiivset sildistamist, suurendada lähedaste teadlikkust, parandada nendega omavahelisi suhteid ja toetada üldiselt ohvri enesetunnet (Andalibi, 2020). Internetipõhiste platvormide kaudu väärkohtlemise kogemuste avaldamine on ohvrite jaoks näidanud olulisi eeliseid (Mazursky jt, 2025). Positiivne osa seisneb selles, et sotsiaalmeedia platvormid on ohvrite jaoks elutähtsad ressursid, kuna need võivad olla ainsaks toetuskohaks, kus oma väärkohtlemise lugu jagada (Mazursky jt, 2025).

Avalik arutelu võib ohvritele olla ka kahetise mõjuga. Sotsiaalmeedia levik ja selle sageli provokatiivne sisu on võimendanud inimeste emotsioone ja vastuolulisi arutelusid, moraalselt tundlike teemade puhul kipuvad mõned kasutajad kasutama ebasobivat keelekasutust (Whiting jt, 2019). Provokatiivse sisu alla sotsiaalmeedias käivad ka väärkohtlemise kajastamisega seotud teemad, kuna väärkohtlemine on teema, mis võib inimesi šokeerida ning emotsioone esile tuua. Negatiivsete reaktsioonide nägemine igapäevase sotsiaalmeedia kasutamise käigus võib suurendada enesesüüdistamist ning omakorda süvendada traumaga seotud sümptomeid ohvrite seas (PettyJohn, 2022). Kuigi võõrastelt saadud toetuse puudumine on juba iseenesest kahjulik, eksisteerib veelgi suurem oht, et ohvrite tugivõrgustiku liikmed – näiteks pereliikmed või sõbrad – võivad samuti sellist süüdistavat või mittetoetavat suhtumist väljendada (PettyJohn, 2022).

### ***1.3.2 Teadlikud sotsiaalmeediakampaniad***

Sotsiaalmeedias käivitatakse teadlikult ka kampaaniaid, mille eesmärk on tõsta teadlikkust väärkohtlemisest. Uuringud ja hinnangud olemasolevate sotsiaalmeediaalgatuste kohta näitavad, et need on aidanud suurendada teadlikkust ja teadmisi väärkohtlemisest ning selle ennetamisest (Nuszkiewicz, 2012). Sellistel kampaaniatel võib olla mõju ka ennetuskäitumisele, kui sõnumeid korratakse ja tugevdatakse pikema aja jooksul (Nuszkiewicz, 2012).

Sotsiaalmeedia kampaaniaid nähakse kui olulist teavitustöö vahendit, kuid nende edukus sõltub suuresti sisulisest lähenemisest- 2017. aastal levis viraalseks muutunud #MeToo sotsiaalmeedia kampaania, milles jagasid kannatanud oma kogemusi seoses seksuaalse väärkohtlemise ja ahistamisega peamiselt sotsiaalmeedia platvormidel, nagu nt Facebook, kus nad on ühendatud oma tuttavate inimestega, nagu pere, sõbrad ja kolleegid (Andalibi jt, 2018). Kaufmani jt 2021. aasta uuringust selgus, et #MeToo liikumine ärgitas laiemat huvi ja teabe otsimist, mis püsis ka pärast konkreetsete sündmuste möödumist. Sama uuringu põhjal ilmes, et arvestades selle aktiivismi nähtavust meedias ja avalikus ruumis näib, et hashtag-aktivism nagu #MeToo suudab juhtida tähelepanu ka edaspidistele sammudele. Tegemist oli ülemaailmse kampaaniaga, mis sai ulatusliku kajastuse nii sotsiaal- kui ka traditsioonilises meedias (Kivisalu, 2019).

Sotsiaalmeediakampaaniad on saanud ka negatiivset vastukaja. Üks nähtus, mis on selles kontekstis esile kerkinud, on „*slacktivism*“ – termin, mis on loodud sõnade „*slacker*“ (laiskleja) ja „*activism*“ (aktivism) liitmisel (Zohouri jt, 2020). Slacktivism hõlmab näiliselt minimaalset ja pingutust mittevajavat veebikäitumist, millega avaldatakse toetust erinevatele ühiskondlikele eesmärkidele (Zohouri jt, 2020). Kui kampaaniad piirduvad üksnes virtuaalse toetuse väljendamisega, ilma et see viiks reaalse tegevuseni, võib kaasnev mõju jääda pealiskaudseks.

Kuigi mõned seavad kahtluse alla sotsiaalmeedia mõju pärismaailmas muutuste esilekutsumisel, on aja jooksul nähtud, et sotsiaalmeedial on olnud oluline roll liikumiste ülesehitamisel – veebikogukonnad loovad ruumi kõigile, andes nähtavuse ka neile, keda varasemalt on eiratud või valesti esitatud (Haas, 2017).

## 1.4 Moraalne paanika

Ühiskondlikud reaktsioonid väärkohtlemise juhtumitele on tihti seotud meediakajastusega, sealhulgas sotsiaalmeedias levivate lugudega. Stanley Cohen'i (1972) teoses *Folk Devils and Moral Panics* tuleb esile, kuidas ühiskonnas tekivad moraalsed paanikad – olukorrad, kus teatud sündmuseid või gruppe nähakse ülemäära suure ohuna ühiskonnale. Moraalsed paanikad liialdavad sündmuste tõsidust ja tähtsust, kujundades moonutatud arusaamu (Johansson, 2000).

Saar (2010) räägib sellest, et ühiskonnas kasutatakse tihti teatud kindlaid numbreid või protsente – näiteks kui palju inimesi kogeb vägivalda. Neid nimetatakse “kurjadeks konstantideks”, arväärtused küll on, kuid need ei pruugi peegeldada tegelikku olukorda, vaid pigem seda, kuidas ühiskond probleeme defineerib ja mõõdab. Need näitajad võivad luua mulje, justkui oleks need olukorrad paratamatud või püsivad, kuigi tegelikult võivad need olla kujunenud viisil, mis ei näita kogu tõde. Lisaks on samas artiklis välja toodud, et moraalse paanika puhul pööratakse mingile probleemile ja selle kandjatele ebaproportsionaalselt palju tähelepanu ning ohutunne on suurem, kui tegelik olukord seda õigustaks. Moraalipaania põhiliseks olemuseks on tõstatada elav diskussioon teemal, mis ühiskonnale korda läheb ning leida sellele lahendus (Urvet, 2014).

Cohen rõhutas oma töös, et meedia sensatsioonilisus mängib olulist rolli hirmude võimendamisel ning sündmuste tõsiduse moonutamisel. Massimeedial on suur osa moraalipaania sotsiaalses konstrueerimises, kuna uudiste tootjad, toimetajad ja reporterid valivad, milliseid sündmusi ja teemasid esitleda kui "uudisväärseid" (Waldron, 2014). Sotsiaalmeedia kujundab ümber keskkonda, milles moraalipaaniad tekivad (Walsh, 2020). Kuigi sotsiaalmeediaplatforme sageli kiidetakse ühendatuse ja mitmekesiste kontaktide võimaldamise eest, selgub lähemal vaatlusel, et digiplatformid suunavad kasutajaid järjest sarnasema info ja mõtteviiside juurde, luues filtrimulle ja infokapsleid, mis kitsendavad kasutajate sotsiaalset silmaringi ning suurendavad kokkupuute tõenäosuste moodsinaalselt üleskõetud või häiriva sisuga (Walsh, 2020). Sotsiaalmeedia ja moraalse paanika seoseid on uuritud küllaltki vähe. Ka Waldron (2014) mainis oma töös, et tulevased uuringud peaks liikuma trükimeediast kaugemale ja uurima, kuidas televisioon, popkultuur ja sotsiaalmeedia platformid seda probleemi konstrueerivad.

## 1.5 Valeinfo ja selle levik sotsiaalmeedias

Valeinformatsioon (*misinformation*) on tahtmatult leviv ebatäpne või vale teave (Wu jt, 2018). Sotsiaalmeedia platvormid on mugavdanud reaalsajas info edastamist, kuid nende populaarsus ja ulatuslik kasutamine on suurendanud valeuudiste levikut, kiirendades nii nende leviku tempot kui ulatust (Aïmeur jt, 2023). Sotsiaalmeedia avatus ja ajakohasus on suuresti hõlbustanud valeinformatsiooni loomist ja levitamist, nagu kuulujutud, rämpsost ja võltsuudised (Wu jt, 2018). On mitmeid mõisteid, millega tähistatakse erinevaid valeinfo liike.

Desinformatsioon (*disinformation*) on eriti problemaatiline valeinformatsiooni vorm, kuna eksitamine pole juhuslik, vaid tahtlik tegevus (Fallis, 2015). Erinevalt ausast veast pärineb desinformatsioon kelleltki, kes teadlikult püüab teisi eksitada (Fallis, 2015).

Valeuudised (*fake news*) viitavad uudistele, mis sisaldavad ekslikku või valeinfot, kuid ei teavita, et info on vale (Wang, 2022). Sisuliselt käsitlevad valeuudised uudiste vormis esitatavat eksitavat teavet, mida levitavad sageli meediaväljaanded (Wang, 2022). Valeuudised ei tähenda alati täielikult väljamõeldud uudiselugusid.

Sotsiaalmeediast on saanud tavapärane uudisteallikas – üle 60% Ameerika Ühendriikide täiskasvanutest loeb uudiseid sotsiaalmeedias (Moravec jt, 2019). Samast uuringust selgub ka asjaolu, et sotsiaalmeedia erineb teistest uudiseid edastavatest meediakanalitest (nt televisiooniuudised, uudisteveebid ja mobiilirakendused), kuna kasutajad ei vali ise, millistest allikatest artikleid näevad, vaid neile esitatakse algoritmide kaudu sihitud sisu, mille tööpõhimõtted on sageli läbipaistmatud.

Valeinfo kiire levik sotsiaalvõrgustikes muudab nende usaldusväarsuse hindamise sotsiaalmeedias keeruliseks ja probleemseks (Aïmeur jt, 2023). Lihtne ligipääs ja kasutusmugavus, info leviku kiirus ning raskused valeinfo parandamisel muudavad soovimatu teabe kontrollimise äärmiselt keeruliseks ülesandeks (Muhamed & Mathew, 2022). Valeinformatsiooni on sotsiaalmeedias lihtsam ja kiirem toota ning levitada, kuna takistused selleks on väga väikesed (Aïmeur jt, 2023). Levitamise aluseks pole sageli mitte

info tõepärasus, vaid selle haaravus või löövus (Chen, 2013). Kui inimesed puutuvad korduvalt kokku sisuga, mis kinnitab nende olemasolevaid uskumusi, suureneb selle sisu usutavus ja jagatavus (Muhammed & Mathew, 2022).

## **1.6 Mõjuisikute roll väärkohtlemise teemade kajastamisel sotsiaalmeedias**

Sotsiaalmeedias nähtava sisu kasvav mõju kujundab aina enam meie maailmatunnetust ja suhtlusviise, eriti noorte seas (Dean & Davidge, 2023). Just noored on tihti kõige vastuvõtlikumad sotsiaalmeedias levivatele sisulistele mõjutustele (Dean & Davidge, 2023). Info levib digiajastul kiiresti, pärinedes erinevatest allikatest, sealhulgas kuulsuste avaldatud arvamustest, mis võivad sotsiaalmeedia abil kergesti laialdast tähelepanu pälvida (Firdaus jt, 2023).

2016. aastal käivitas Austraalia valitsus üleriigilise kampaania „*Stop it at the Start*“ („Peata see juba alguses“). Kampaania eesmärk oli aidata katkestada vägivallatsükli, julgustades täiskasvanuid mõtlema oma hoiakute üle ning pidama noortega vestlusi lugupidamisest (University of Technology Sydney, 2024). Kampaania julgustas vanemaid ja teisi noorte mõjuisikuid olema positiivseks eeskujuks ning looma hariduslikku keskkonda, mis toetab lugupidavat käitumist (University of Technology Sydney, 2024). Sotsiaalmeedias levival positiivsel sisul ning sisuloojatel võib olla oluline hariduslik roll, pakkudes noortele väärtuslikku teavet näiteks suhete ja seksuaalsuse kohta ning aidates kujundada nende hoiakuid (Dean & Davidge, 2023).

Siiski on sisuloojaid, kes kasutavad ära sotsiaalmeedia pakutavat vabadust, levitavad sotsiaalmeedia platvormidel ebatäpset ja eksitavat teavet ning kes on pannud toime kuritegusid (Kassi jt, 2024). Üks tähelepanuväärne näide sotsiaalmeedia mõjutajate kahjulikust mõjust on hiljutine Andrew Tate'i teemalise veebisisu levik (Dean & Davidge, 2023). Tate on sotsiaalmeediategelane, kelle kommentaarid töö, edu, suhete ja mehelikkuse kohta tuginevad – tema enda sõnul – misogüüniatele ehk naisvihkajalikkusele (Dean & Davidge, 2023). Tatele on esitatud ka süüdistused vägistamises, inimkaubanduses ning organiseeritud kuritegeliku rühmituse loomises naiste seksuaalseks ärakasutamises (Dean & Davidge, 2023). Deani & Davidge uuringus selgus murettekitav asjaolu, Tatel on noorte meeste seas märkimisväärne populaarsus: 2023. aasta YouGov'i küsitluse kohaselt oli 27%

noortest meestest vanuses 18–29 Tatest kas "väga soodsas" või "mõnevõrra soodsas" arvamuses.

Sotsiaalmeedia mõjutustel on kahetine roll: see võib olla nii hariv platvorm kui ka keskkond, kus levivad ohtlikud ja väärad arusaamad.

## PROBLEEMISEADE

Uuringud näitavad, et vägivald ja väärkohtlemine puudutavad Eesti noori. Keskmisest rohkem on vägivalda kogenud noored naised vanuses 18–29. (Statistikaamet, 2024). 2023. aasta Statistikaameti suhteuuringu kohaselt on ligi 41% Eesti naistest elu jooksul kogenud vägivalda. Vaimset vägivalda on kogenud 39%, füüsilist vägivalda 13% ja seksuaalset vägivalda 9%. Sama uuringu kohaselt on 33% Eesti meestest elu jooksul kogenud paarisuhtes vägivalda. Vaimset vägivalda on kogenud 32%, füüsilist vägivalda 8% ja seksuaalset vägivalda 1%. Kõige rohkem on vägivalda kogenud nooremad mehed vanuses 18–29 eluaastat (39%). Justiitsministeeriumi tellitud uuringust selgus, et 67% noorte hinnangul ei räägita nendega seksuaalse väärkohtlemise teemal piisavalt palju (Justiitsministeerium, 2020). See rõhutab vajadust noorte teadlikkuse tõstmise ja ennetustöö järele, sealhulgas sotsiaalmeedia kaudu. 16–18 aastased noored kogevad vaimset vägivalda kaks korda enam kui füüsilist vägivalda – ligi 40% noortest oli viimase aasta jooksul kogenud vaimset vägivalda ja 20% füüsilist vägivalda (Justiitsministeerium, 2016). Ehkki see info pärineb ligi kümne aasta tagant, siis ka uuemad uuringud ei näita, et vägivalda kogemine oleks vähenenud.

Samal ajal on noored väga tihedalt seotud digikeskkonnaga. Eestis kasutab praktiliselt kogu 16–24-aastaste vanuserühm igapäevaselt internetti ja sotsiaalmeediat (Statistikaamet, 2024). Sotsiaalmeedia põhifunktsiooniks võiks pidada nii informatsiooni vabamat levikut kui ka inimeste ühendamist üle geograafiliste barjääride. Tänapäevaks on ilmsed ka problemaatilised küljed, näiteks väärinformatsiooni levik ning inimgruppide polariseerumine (Rozgonjuk jt, 2023). Eestis on 16–29-aastaste seas väga kõrge sotsiaalmeedia kasutamise määr ja 69% noortest oli viimase 3 kuu jooksul internetis kokku puutunud vaenuliku või alandava sisuga (Eurostat, 2023). Uuringud ja eksperdid väidavad, et vägivaldse või kuritarvitava sisuga üleküllus internetis võib mõjutada noorte hoiakuid, näiteks on Ühendkuningriigis leitud, et sotsiaalmeedias leviv vägivaldne sisu on aidanud kaasa agressiivsuse “normaliseerimisele” noorte seas (Davis, 2021).

Teadusuuringud rõhutavad, et noorte vaatenurka väärkohtlemise teemadele veebikeskkonnas on seni liiga vähe uuritud, Galasso jt (2020) tõdevad, et senine uurimistöö Ühendkuningriikides on keskendunud peamiselt konkreetsetele rühmadele (nt jõukude

liikmed), samas on vähe tähelepanu pööratud tavanoorde kokkupuutele vägivallaga sotsiaalmeedias ja sellele, kuidas nad mõistavad vägivalla *online*- ja *offline*-maailma seoseid. Antud teemat on oluline uurida, kuna noored on need, kelle arusaamad kujundavad tulevasi ühiskondlikke norme ja suhtumist väärkohtlemisse. Noored ise oskavad sageli kõige paremini selgitada, **milline mõju sotsiaalmeedia kaudu levivatel väärkohtlemise teemadel neile on**. Olulisus uurida teema kajastust just sotsiaalmeedias seisneb selles, et sotsiaalmeedia on noorte seas üks eelistatumaid infoedastuskanaleid (Haridus- ja Noorteamet, 2023).

Bakalaureusetöö eesmärk on tundma õppida noorte tõlgendusi reaalses elus toimuva väärkohtlemise kajastamisest sotsiaalmeedias.

Lähtuvalt uurimistöö eesmärgist, on tõstatatud järgnevad uurimisküsimused:

- Mida räägivad uurimuses osalenud noored reaalsuses toimuvat väärkohtlemise kajastamisest sotsiaalmeedias?
- Mida räägivad uurimuses osalenud noored väärkohtlemise sotsiaalmeedias kajastamise mõjust enda arusaamadele ja hoiakutele?
- Millist rolli mängivad uurimuses osalenud noorte hinnangul sotsiaalmeedia mõjuisikud väärkohtlemise teemade teadvustamisele ja kajastamisele sotsiaalmeedias?

## **2. METOODIKA**

### **2.1 Metoodika valik**

Enda uurimuse läbiviimiseks kasutasin kvalitatiivset uurimismeetodit. Kvalitatiivne uurimisviis on suunatud inimeste kogemuste, arusaamade ja tõlgenduste mõistmisele (Laherand, 2008). Soovin enda töös sotsiaalmeedias kajastatava väärkohtlemise teemat nähtusena avada, tuginedes noorte endi arusaamadele ja tõlgendustele.

### **2.2 Andmekogumis- ja analüüsimeetod**

Uurimustöö andmeid kogusin 2025. aasta aprillis, viies läbi individuaalintervjuud, keskendudes noorte arvamustele ja hoiakutele. Andmekogumismeetodiks kasutasin ma poolstruktureeritud intervjuud. Intervjuude läbiviimiseks koostasintervjuukava, mis sisaldas avatud küsimusi ning intervjuude käigus lisasin ka vajadusel täpsustusi. Intervjuu eesmärk oli koguda infot selle kohta, kuidas noored tõlgendavad sotsiaalmeedias kajastatud väärkohtlemise juhtumeid ning kuidas nad nendele reageerivad, sealhulgas millised teemad saavad enim tähelepanu ning milline on uurimuses osalejate arvates sotsiaalmeedia mõju ühiskondlikule arusaamale. Intervjuud salvestasin telefoniga.

Alustasin andmeanalüüsi intervjuude transkribeerimisega. Transkribeerimiseks kasutasin tekstiks.ee keskkonda, mille loojateks on Olev & Alumäe (2022). Peale transkribeerimist kuulasin intervjuud ka ise üle ja viisin tekstis vajadusel sisse parandused, seejärel kustutasin helisalvestused. Analüüsimeetodina rakendasin suunatud sisuanalüüsi, mille eesmärk oli süstematiseerida andmed ja tuua kogu saadud infost esile uurimisküsimustega seotud teemad. Transkriptsioonid laadisin Taguette keskkonda, kus teostasintodeerimise.

Andmete analüüsimisel kasutasin nii induktiivset, kus koodid kujunesid andmestikust esilekerkivate mõtete ja teemade põhjal, kui ka deduktiivset lähenemist, kus lähtusin

uurimuse kesksetest teemadest.

Kodeerimisprotsessis tõin kogu tekstist välja korduvad ideed ja olulised märksõnad, liigitades need esmalt avatud kategooriate alla. Edasi rühmitasin koodid suuremateks teemadeks, otsides seoseid, mis võimaldaksid mõista noorte arusaamu väärkohtlemise nähtusest ning sotsiaalmeedia kajastusest sellel teemal.

Analüüsi käigus keskendusin sellele, kuidas noored ise tõlgendavad väärkohtlemisega seotud teemasid ning kuidas nad näevad sotsiaalmeedia rolli nende kajastamisel.

## **2.3 Uurimuses osalejad**

Uurimuses osales kokku 5 üliõpilast vanuses 20–23 eluaastat. Kõik osalejad olid kolmanda kursuse tudengid, kes õpivad erinevatel erialadel. Valim oli eesmärgipärane ja osaliselt mugavusvalim: osalejad valisin nende kättesaadavuse ja valmisoleku põhjal intervjuudes osaleda. Eesmärk oli osalejatelt saada võimalikult mitmekesist informatsiooni antud uurimistöö teemal. Kõik osalejad kasutavad regulaarselt sotsiaalmeediat, mis oli oluline eeldus antud uurimuses osalemiseks.

## **2.4 Uurimuse käik**

Individuaalintervjuud toimusid veebipõhiselt Zoomi keskkonnas. Intervjuud viisin läbi veebikohtumistena kokkuleppelistel aegadel. Intervjuud kestsid keskmiselt 25 minutit. Osalejate leidmiseks võtsin ise ühendust mitmete tudengitega, tutvustades neile oma uurimuse teemat ja eesmärki. Intervjuud viisin läbi nende tudengitega, kes avaldasid soovi uurimuses vabatahtlikult osaleda.

## 2.5 Uurimuse eetika

Uurimuse läbiviimisel lähtusin teadusuuringute eetilistest põhimõtetest. Kõik intervjuueeritavad osalesid uurimuses vabatahtlikult ning andsid teadliku nõusoleku andmete kasutamiseks teadustöö eesmärkidel. Enne intervjuude läbiviimist tutvustasin osalejatele uurimistöö eesmärki, intervjuu struktuuri ning andmete kasutamise põhimõtteid. Intervjuude salvestused ja transkriptsioonid kustutasin peale nende analüüsit ning neid kasutasin ainult selles uurimistöös.

Osalejate konfidentsiaalsuse säilitamiseks ei ole intervjuude transkriptsioonides ega andmeanalüüsis kasutatud nende nimesid ega täpset teavet nende õpitava eriala kohta. Arvestades uurimisteema tundlikkust, on osalejate konfidentsiaalsuse tagamine minu arvates äärmiselt oluline. Uuring käsitleb väärkohtlemise temaatikat, mis võib olla seotud isiklike kogemuste, väärtushinnangute või ühiskondlike hoiakutega. Selline lähenemine aitas tagada osalejate privaatsuse ning lõi intervjuude läbiviimiseks tingimused, mis aitasid kaasa ausaks ja avatumaks aruteluks uuritava teema üle.

## 2.6 Uurija eneserefleksioon

Uurimuse läbiviimine oli minu jaoks väga huvitav ja ennast arendav kogemus. Kuna olen olnud vabatahtlik noortekeskuses ja ka varasemad uurimused kooliajal on olnud seotud noortega, siis tundus loomulik siduda ka oma lõputöö noortega. Noorte vaatenurga uurimine on minu jaoks oluline, sest olen arvamusel, et just noored on need, kellel on potentsiaali kujundada tulevikku ja edendada ka ühiskondlikku heaolu. Mind kõnetas väärkohtlemise kajastuse teema, kuna see on olnud ühiskonnas väga aktuaalne. Olen viimase aasta jooksul selle probleemiga sotsiaalmeedias palju kokku puutunud ja tunnen teema vastu suuremat huvi. Eriti huvitav on minu jaoks olnud, kuidas väärkohtlemise kajastused jõuavad inimesteni – olen märganud, et mina ise olen näinud neid juhtumeid just sotsiaalmeedia kaudu, mitte traditsiooniliste meediakanalite kaudu. Kuna tegemist on üsnagi tabuteemaga, avanes minu jaoks huvi, et kui palju üldse noored selliste lugudega kokku puutuvad ja millised nende

hoiakud selles osas on. Minu jaoks on väga põnev uurida teemasid, millest räägitakse avalikult pigem vähem ja mis võivad olla lausa šokeerivad.

Uurimuse käigus mõistsin, kui oluline on luua usalduslik ja toetav keskkond, kus inimesed saavad oma mõtteid ja kogemusi vabalt väljendada. Uurimust läbi viies tekkis mul mõte, et ehk soovikingi tulevikus spetsialiseeruda noortele ning panustada sellesse, et nende hääl oleks ühiskonnas rohkem esindatud ka nendel teemadel, millest palju ei räägita.

Algselt oli mul mõte viia läbi fookusgrupi intervjuud aga olen nii rahul, et siiski individuaalintervjuude kasuks otsustasin, kuna nii sain ma igale osalejale eraldi keskenduda ja vestlused olid ilmselt avameelsemad, kui oleksid grupiintervjuul olnud. Intervjueerides oli mul end veidi keeruline tagasi hoida suunavate küsimuste küsimise ja näidete esitamisega kuna olin ise teemast rohkem teadlik, aga sain siiski kogu protsessiga ilusti hakkama ja ei pidanud osalejaid liialt aitama.

Olen väga tänulik enda intervjueeritavatele, kes olid lahkesti nõus minuga nii isiklikul teemal vabalt oma arvamusi jagama. Sain väga palju väärtusliku infot just läbi sisuanalüüsi kus avanesid nii mõnedki teemad ja vaatenurgad, mis on väga põnevad ja annaksid kindlasti alust ka teemat edasi uurida.

### 3. TULEMUSED JA ANALÜÜS

#### 3.1 Andmeanalüüs

Käesolevas peatükis esitan uurimuse käigus kogutud andmete analüüsi tulemusi. Andmed sain poolstruktureeritud individuaalintervjuude kaudu ning analüüsisin kvalitatiivse suunatud sisuanalüüsi abil. Analüüsi käigus keskendusin osalejate hoiakutele ja arvamustele seoses väärkohtlemise kajastamisega sotsiaalmeedias. Peamisteks teemadeks, mis uuringus välja tulid, olid arvamused väärkohtlemisest ja selle kajastusest, sotsiaalmeedia mõju noorte arusaamadele, moraalse paanika tunnetamine ja valeinfo, väärkohtlemise tajumine, mõjuisikute roll, ja arutelud inimrühmade või sooliste erinevuste kohta.

#### 3.2 Noorte hoiakud väärkohtlemisest sotsiaalmeedias

Intervjuudes avaldasid noored oma hoiakuid ja arvamusi väärkohtlemise kajastamise kohta sotsiaalmeedias. Üks intervjuueeritavatest tõi esile, et sotsiaalmeedias levivad selleteemalised postitused on sageli tuttavate kaudu jagatud: „*Tuleb ikkagi kuidagi ju tutvuste kaudu minuni... mul just üks tuttav ka kajastas neid teemasid sotsiaalmeedias hästi palju, ja see tõesti jõudis nagu minuni pidevalt.*“

Noored kirjeldasid oma suhtumist olukordadesse, kus süüdistused sotsiaalmeedias puudutavad inimest, keda nad isiklikult tunnevad. Üks osaleja märkis: „*Kui on lihtsalt võib-olla tuttav, keda süüdistatakse, siis ikkagi usutakse rohkem teda oma varasemate kogemuste ja teadmiste põhjal.*“ Kui keegi tuttav jagab väärkohtlemise teemalist sisu, suureneb noore valmisolek sellele tähelepanu pöörata või sellele reageerida. Kui inimesed puutuvad korduvalt kokku sisuga, mis kinnitab nende olemasolevaid uskumusi, suureneb selle sisu usutavus ja jagatavus (Muhammed & Mathew, 2022).

Sellise nähtuse puhul on psühholoogias termin- *anchoring bias* (ankurdamise efekt) (Myers, 2023). Ankurdamise efekt on kognitiivne mõttemuster, mis tekib siis, kui inimene keskendub otsuse tegemisel liialt ühele kindlale infokillule – tavaliselt esimesele saadud infole ehk nn

„ankrule“ (Myers, 2023). See võib viia ebatäpsete hinnanguteni, kuna hilisemad otsused lähtuvad liigselt esialgsest infost (Myers, 2023).

Mitu uurimuses osalejat viitasid sellele, et sotsiaalmeedia on mõjutanud ühiskondlikku arvamust, eriti seoses meeste ja naiste erinevate vaadete ja kogemustega väärkohtlemise teemadel. Siinkohal ei loo sotsiaalmeedia nende meelest uusi probleeme nullist, vaid toob rohkem nähtavale juba olemasolevaid ühiskondlikke erimeelsusi. Üks osaleja märkis: „*Üldse see on suht polariseeritud tänapäeval minu arust see, et nagu meeste ja naiste arvamused selle koha pealt – sotsiaalmeedia on korralikult lõhestanud seda.*“ Nagu Rozgonjuk jt (2023) märgivad, on sotsiaalmeedia üheks probleemkohaks inimgruppide polariseerumine – see toetab väidet, et sotsiaalmeedia ei loo uusi konflikte, vaid süvendab olemasolevaid erimeelsusi, näiteks meeste ja naiste erinevate vaadete osas.

Osalejate hinnangul on sotsiaalmeedial roll arvamuste kujundamisel: „*See sotsiaalmeedia on veits selline koht, kus sa saad avaldada oma arvamust ja kõik, mis sa tahad, ilma tagajärgedeta, onju.*“ Noored on kogenud, et sõnavabadust kasutatakse õigustusena vastutustundetule tegutsemisele. Suurem takistatus ja anonüümsus võivad viia väiksema vastutustunde ja haavava käitumiseni (Andalibi jt, 2018).

Mitu intervjuueeritavat tõid välja, et sotsiaalmeedias levivad väärkohtlemise juhtumid võivad mõjutada noorte suhtumist nendes teemadesse vastuoluliselt. Üks osaleja märkis: „*No, ma ise arvan, et see ikkagi on nagu negatiivne mõju. Et sellepärast just, et need inimesed nagu, kui keegi otsib nagu tähelepanu, siis see on üks viis, kuidas igal pool tähelepanu saada, sest kõik räägivad lihtsalt sinust, et sa tegid niimoodi.*“ Ilmneb skeptilisust postituste autentsuse suhtes ning räägitakse võimalusest, et väärkohtlemise kajastamine sotsiaalmeedias võib tihti peale olla isiklikuma tähelepanu saamiseks nii ohvri kui ka väärkohtleja vaatepunktist. Näiteks viitas üks osaleja: „*Võib-olla isegi see, kes väärkohtles, kasutab seda tähelepanu lõpuks ära, et saada mingit enda tähelepanuvajadust rahuldada.*“

Teine osaleja täiendas seda mõtet, öeldes: „*Siis sa saad selle tähelepanu ja siis sa saad nagu selle, noh, mingi... täidad enda auku südames või mida iganes.*“ Need seisukohad viitavad sellele, et osa noori tunnetab sotsiaalmeediat kohana, kus tõsised teemad võivad muutuda enesele kaastunde otsimiseks. See võib mõjutada, kui siiralt ja tõsiselt väärkohtlemise juhtumeid sotsiaalmeedias tajutakse. Üks osaleja sõnastas selle järgmiselt: „*Mõni ohver*

*lihtsalt räägib oma lugusid selleks, et inimesed tunneks kaasa või et keegi ütleks, et sa oled tugev võimidagi.”*

Kuigi üldiselt väljendati skeptilisust väärkohtlemise kajastuse positiivse mõju osas: „*Ma isegi ei ole näinud nagu mingit, kuidas ma ütlen seda positiivset külget nagu selle väärkohtlemise kohta*”, märgiti siiski, et mõnikord võib see ühiskondlikule arutelule ka kasuks tulla: „*Aga vahel harva niisuguseid asju juhtub küll, et inimesed on kuidagi ühel arvamusel selles osas.*“ Ühiselt jagatud väärtused ja arusaamad võivad sotsiaalmeedias aidata luua toetavat keskkonda, kus ohvrite lugusid võetakse tõsiselt. Veebikogukonnad loovad ruumi kõigile, andes tähelepanu ka neile, keda varasemalt on eiratud või valesti mõistetud (Haas, 2017).

Viidati ka sellele, et sotsiaalmeedias võib väärkohtlemise teema omandada kergema, isegi meelelahutusliku kuvandi. See võib väljenduda näiteks meemides, mis muudab algselt tõsise juhtumi osaks igapäevasest naljakultuurist. Nagu üks osaleja sõnas:

*„See on saanud nagu selliseks nagu meemi staatuseks või võetakse naljaga, mis ei ole nagu tegelikult hea, aga nagu noored ongi vaata, me oleme see generatsioon, kes ei võta seda nii tõsiselt ka.“* Teema olulisus noorte silmis hajub kui seda seotakse liialt meemikultuuriga, mis võib vähendada probleemi algset tõsidust. Teema käsitlemine sotsiaalmeedias ei sõltu ainult postituste sisu tõsidusest, vaid ka kajastamise formaadist ja sellest, kuidas publik neid tajub.

Mitmed intervjuueeritavad tõid välja, et nad küll märkavad sotsiaalmeedias väärkohtlemise kajastusi, kuid ei sekku nendesse aktiivselt. Kuigi teema võib pakkuda huvi või tekitada emotsioone, väljendub reaktsioon sageli vaid lugemises, mitte aga postituste jagamises või nende kommenteerimises. Nagu üks noor ütles: „*Ma ise nagu ei tee midagi, et ma lihtsalt loen tavaliselt. Ma nagu mingit raporteerimist ei tee ega midagi, ma lihtsalt vaatan nagu. Lihtsalt märkad võib-olla ja nagu räägid, aga nagu ei reageeri.*“ Sotsiaalmeedias infot küll tarbitakse, kuid sellele aktiivselt ei reageerita, mis on osalejate arvates päris tavaline käitumisviis.

Intervjuudest ilmnes, et paljud noored suhtuvad sotsiaalmeedias väärkohtlemise teemade jagamisse ja kommenteerimisse ettevaatlikult ning sageli ka skeptiliselt. Leiti, et otsene reageerimine võib olla läbimõtlemtu ja pigem kahju kui kasu tekitav. Üks osaleja märkis:

*„Ma nagu väga kergekäeliselt ei kommenteeriks ja ei võtaks mingeid seisukohta, sest et...ma arvan, et peaks natuke rohkem võib-olla mõlemat osapoolt nagu ära kuulama ja teadma, mis*

*need faktid seal taga on“ Ja teine lisas: „Kommenteerima ma ei hakka, sellepärast et ma ei näe, et see annaks kuidagi kasu või et kui ma kirjutan, et oi, nii kahju.“*

Osalejad väljendasid kriitikat ka kergekäelise kommenteerimise suhtes: „*Inimesed, kes väga lihtsalt kommenteerivad, ma ikkagi vaatan alati natuke niisuguse halva pilguga, et tegelikult ju ei teata täpselt seda probleemi.“*

Leiti ka, et sotsiaalmeedias jagatavad postitused ning nendega kaasnevad kommentaarid võivad sageli olla emotsionaalsed või manipuleerivad, mis muudab tõe tajumise keeruliseks:

*„Kui sa lähed postituse alla, siis seal on ühtemoodi kommentaarid ja kui sa lähed selle konflikti nagu osapoole teise kommentaariumisse, siis seal on teistmoodi kommentaarid – ehk siis kokkuvõttes on nagu nii raske mõista, et mis üldse tõde on.“*

Jagamise osas tajuti, et ka see ei ole alati teadlik või vastutustundlik tegevus:

*„Vahepeal seda jagatakse kuidagi naljakalt, nagu mitte naljakalt, et sa peaksid nüüd naerma. Aga võib-olla see ei ole nii läbimõeldud, et kuidas seda sotsiaalmeedias jagada.“*

Need seisukohad peegeldavad arusaama, et kuigi sotsiaalmeedia pakub võimalust teemadele reageerida, ei pruugi see alati aidata kaasa teema mõistmisele ega toeta lahenduste leidmist.

### **3.3 Sotsiaalmeedia kajastus väärkohtlemisest ja selle mõju noorte arusaamadele**

Intervjueeritavad tõid välja, et väärkohtlemise teemad jõuavad nendeni kõige rohkem läbi kolme platvormi: Facebooki, Instagrami ja TikToki.

Facebooki puhul märgiti, et sealne kasutajaskond on sageli vanem ning platvormi kommenteerimiskultuur võib olla kriitilisem või isegi halvustav:

*„Facebookis on võib-olla need, et vanemad inimesed teevad nagu kõike maha... ilmneb seal kommentaaridest ka välja ülihästi, et kui neid lugeda, sa näed, et seal on nagu mingi 40-aastased tavaliselt onju.“*

Facebookis jagatavat sisu peeti tähelepanu püüdvaks tänu sellele, et emotsionaalselt üleskõetumad postitused ilmuvad kohe nähtavale kohale:

*„Facebooki see postitus, noh, ma kipun arvama, et jah, pigem on ikkagi pigem nagu see vanem generatsioon, see, kes võib-olla rohkem ikkagi reageerib... siis sul noh, tulebki kohe see suur postitus nagu ette, noh ja see tõmbabki tähelepanu.“*

Instagrami puhul peeti sisu pigem isiklikumaks ja visuaalsemaks. Mitmed noored märkisid, et väärkohtlemise teemad jõuavad Instagramis harvemini nähtavale, kuid kui need ilmuvad, on tegu tavaliselt isiklike kogemuste jagamisega: *„Instagramis on pigem need noored, vaata... võib-olla näiteks Instagramis nagu jagatakse niisuguseid rohkem enda kogemusi ja kõike seda.“*

Teisalt toodi välja, et Instagramis väärkohtlemise juhtumitega kokkupuutumine ei ole väga levinud: *„Instagram niikuinii väga ei satu selliste asjade peale... Instagramis ma ei ole vist üldse niimoodi kokku puutunud.“* Instagramis toimuv on rohkem seotud tuttavate jälgimisega ning nende isiklike postitustega, mis ei pruugi jõuda laiemale ringini.

TikToki kohta aga tõdeti, et platvorm on tuntud oma kiiresti liikuva ja tihti šokeeriva sisu poolest. Youth Endowment Fund'i 2024. aasta uuringust ilmnas asjaolu, et TikTok on platvorm, kus noored puutuvad kõige tõenäolisemalt kokku päriselulise vägivaldse sisuga videote näol või lausa reaalses, 44% TikToki kasutajatest teatasid platvormil vägivaldaga kokkupuutest.

Üks osaleja tõi esile ka konkreetse juhtumi, kus poisid filmisid kellegi peksmist, mis illustreerib, kuidas TikTok võib olla kanaliks, kus vägivald või väärkohtlemine saab lihtsasti avalikuks: *„TikTokis ka selline juhtum, kus mingid poisid filmisid seda, kuidas nad mingi kellegi peksa andsid.“*

Samuti räägiti TikToki atmosfäärist, kus noored räägivad sageli ilma filtrita ja väga ausalt, sealhulgas ka väärkohtlemisest: *„TikTokis võib-olla räägitakse videoformaadis... TikTok on rohkem selline, kus inimesed räägivad ilma filtrita kõigest ja väga-väga ausalt.“* Avameelne

suhtlus eristab TikToki teistest platvormidest ja võib soodustada isiklike kogemuste jagamist. Inimesed kasutavad sageli nõuannete jagamiseks sotsiaalmeediat, näiteks jutustades lugusid TikTakis, mis hõlmavad sealhulgas nende kogemusi traumadega (Woorald jt, 2024).

Noored märkisid ka, et TikToki piirangud väärkohtlemise kajastamise osas tunduvad olla muutunud: „*Ma ei tea, kas TikTokil ei ole enam pandud seda piirangut peale, et nagu, mis video võib postitada ja mis mitte.*“ Paistab silma, et platvormi vaba ja tihti toimetamata sisu toob esile teistest kanalitest rohkem vägivalda ja väärkohtlemist. Tegelikult on TikTok kehtestanud range sisupoliitika, mis keelab vägivalda ja väärkohtlemist kajastavad videod ning neid eemaldatakse aktiivselt (TikTok, 2025). Eltaher jt (2024) andmetel eemaldas Tiktok 2024. aasta oktoobrist detsembrini eeskirjade rikkumise tõttu üle 153 miljoni video, kuid siiski on vägivaldse või sobimatu sisu levik väga kiire ja olenemata jõupingutustest võib see ikkagi vaatajateni jõuda.

Noored tajuvad sotsiaalmeediat ühelt poolt võimalusena tõsta teadlikkust väärkohtlemise teemadel. Uuringud Wisconsinis ja hinnangud olemasolevate sotsiaalmeediaalgatuste kohta näitavad, et need on aidanud suurendada teadlikkust ja teadmisi väärkohtlemisest ning selle ennetamisest (Nuszkiewicz, 2012). Uurimuses osalejad tõid positiivsena välja sotsiaalmeedia kui vahendi, mille kaudu jõuavad noorteni isiklikud kogemuslood, mis suunavad tähelepanu probleemide olemasolule ja võimalikele ohtudele. „*Kui ma loen kellelegi kogemustlugu ja mulle reaalselt tundub, et inimene on väga põhjalikult kirjutanud, väga nagu ongi teadlikkuse eesmärgil, et lihtsalt niisugused asjad on olemas. Nii et sellele peab oskama pöörata tähelepanu.*“ Inimesed kasutavad sotsiaalmeediaplatforme oma sõnumite jagamiseks, eriti rõhutatakse selle potentsiaali ennetus- ja taastamissõnumite jagamisel, mida kinnitab ka Schwab-Reese jt 2024. aasta uuring TikToki näitel.

Mõned osalejad viitasid ka sotsiaalmeedia reklaamidele, mis võivad toetada kriitilise mõtlemise arengut ning suurendada teadlikkust väärkohtlemise teemadel:

„*Aitab teadlikkust tõsta seal nende erinevate reklaamidega... arendab kriitilist mõtlemist, et noh, siis ikkagi võiks nagu kaasa aidata sellele.*“ Sotsiaalmeedia suurendab ühiskonnas teadlikkust näiteks kampaaniate, reklaamartiklite ja tutvuste kaudu, aidates inimestel olla kursis ajakohase teabega (Siddiqui & Singh, 2016).

Samas ei olnud kõik osalejad ühel meelel. Mõned noored väljendasid kahtlust, kuivõrd see tegelikult harib või aitab arendada teadlikkust: „*Ütleks, et teadlikkust, üldse mitte, isikliku kogemuse järgi, pole nagu üldse näinud. Pigem see on vastupidi, on just, et lihtsalt rohkem lõhestab nagu...*“ Selle noore arvamuse põhjal sotsiaalmeedia ei toeta väärkohtlemise teemal teadlikkuse kasvu, vaid pigem süvendab inimeste vastandumist. Whiting jt, 2019. aasta andmetel sotsiaalmeedia levik ja selle sageli provokatiivne sisu on võimendanud inimeste emotsioone ja vastuolulisi arutelusid— mistõttu ei pruugi kogemuslood alati toetada teadlikkuse kasvu, vaid võivad hoopis süvendada erimeelsusi antud teemal.

Uurimuses osalejad tõid esile, et sotsiaalmeedia on muutunud oluliseks kohaks, kus jagatakse isiklike lugusid ja kogemusi, mis põhinevad reaalses elus juhtunud väärkohtlemise juhtumitel. Nagu üks osaleja märkis: „*Reaalses elus juhtunud lood, mida siis kajastatakse sotsiaalmeedias... tihtipeale inimesed kirjutavad oma kuidagi mõtetest või kogemustest läbi sotsiaalmeedia postituste.*“ Uuringutest on ilmnenu, et sotsiaalmeediaplatformid, mis võimaldavad anonüümsust ja loovad võimaluse sarnaste kogemustega kogukondadel koonduda ühiste kogemuste ümber, on olulised veebipõhised ruumid, kus inimesed saavad jagada isiklikumaid juhtumeid (Andalibi jt, 2018).

Mitmed noored rõhutasid, et sotsiaalmeedia kajastuse ülesehitus eeldab sisult silmapaistvust – sisu peab olema pilkupüüdev, et see leviks ja jõuaks laiema publikuni: „*Kajastused peaksid olema hästi sihukesed, väga-väga pilkupüüdvad.*“ Visuaalselt pilkupüüdvam või emotsionaalsemaks muutev sisu võib saada osalejate hinnangul määravaks, kuidas teemat tajutakse, samal ajal kui sügavamad arusaamad lugudest võivad jääda tahaplaanile.

Sotsiaalmeedias jäävad inimeste hoiakud sageli kujunema tugevaima emotsionaalse reaktsiooni põhjal, mitte teema taustainfo põhjal. „*Hoiakud jäävad ikkagi alles selle kõige tugevama emotsiooni pealt.*“ Seega tõid noored välja vastuolu: kuigi sotsiaalmeedia kajastus võimaldab väärkohtlemise teemadele laiemat kõlapinda, võib just sellele formaadile omane soov saada rohkem tähelepanu viia fookuse eemale probleemi olemuselt, kuna esiplaanile tõuseb mitte loo mõistmine, vaid postituse reaktsioonide hulk ja üldine nähtavus.

Soovisin teada saada ka hoiakutest sotsiaalmeedia kampaaniate kohta, mis peaksid väärkohtlemise teemadele rohkem tähelepanu suunama. Noored märkisid, et sotsiaalmeedia kampaaniad mängivad olulist rolli väärkohtlemise teemade nähtavaks tegemisel. Sotsiaalmeedia kampaaniaid nähakse kui olulist teavitustöö vahendit (Andalibi jt, 2018).

Toodi esile konkreetseid kampaaniaid, näiteks *"14 pole okei"* või organisatsioonide, nagu *peaasi.ee* ja *Tervise Arengu Instituudi* tegevust. Noored tajusid kampaaniaid kui märki sellest, et ühiskonnas pööratakse probleemile tähelepanu: *„Kui juba tehakse ka kampaaniaid, et noh, siis see näitabki, et sellele teemale nagu pühendatakse.“*

Sotsiaalmeedia kaudu levivad kampaaniad võimaldavad jõuda suure auditooriumini, sest platvormide igapäevane kasutus muudab sõnumi kättesaadavaks laiale sihtrühmale:

*„Sotsiaalmeedia on nii tavaline platvorm kõigile, tänapäeval ikkagi, ja ongi, et sealt jõuab nagu see sisu väga suure auditooriumini.“* Statistikaameti 2024. aasta andmetel kasutab Eestis praktiliselt kogu 16–24-aastaste vanuserühm igapäevaselt internetti ja sotsiaalmeediat, seega kampaaniate suure auditooriumini jõudmine läbi sotsiaalmeediaplattformide on võimalik.

Samas ei peetud kampaaniate mõju alati piisavaks. Mitmed osalejad viitasid, et sõnumid, nagu *„ärge väärkohelge“*, võivad jääda liialt pealiskaudseks ning nende abil ei pruugi saavutada soovitud tulemusi: *„Minu arust... et nagu keegi ei süvene sinna väga niimoodi... See peaks olema kuidagi kaudsemalt tehtud.“* Sotsiaalmeedia kampaaniaid nähakse kui olulist teavitustöö vahendit, kuid nende edukus sõltub suuresti sisulisest lähenemisest (Andalibi jt, 2018). Osalejate arvates võiks kampaaniad olla tõhusamad, kui need oleksid sisukamad, näiteks kui neis kasutataks statistikat või isiklike lugusid: *„Et võib-olla saaks kuidagi rohkem tuua, ma ei tea, statistikat või mingisuguseid näiteid või lugusid.“*

### **3.4 Sotsiaalmeedia algoritmide mõju väärkohtlemise teemade kajastamisel**

Intervjueeritavad tõid esile asjaolu, et sotsiaalmeedia platvormide algoritmid mõjutavad oluliselt seda, milline sisu nendeni jõuab ning kuidas väärkohtlemise teemad levivad. Mitmed noored olid teadlikud sellest, et sisu levik sõltub kasutaja varasemast käitumisest, nagu meeldimised, kommentaarid ja jagamised: *„Mida rohkem ma jällegi võib-olla jagaksin selliseid postitusi nagu, mida rohkem ma peatuksin, mingi like'iksin, kommenteeriksin – noh, et siis ta juba ilmselt viskaks ette nagu rohkem.“*

Samas tajuti, et kuigi väärkohtlemise teemadel postitusi tehakse palju, ei pruugi need jõuda suure hulga kasutajateni: „Meeletult üha nagu suuremaks läheb see postitamiste arv... huvitavalt vähe või nagu imelikult vähe jõuab minuni või kuidagi, et aga noh, ma tean, et see on nagu see algoritmi teema.“ Moravec jt 2019. aasta andmetel ei vali kasutajad sotsiaalmeedias ise, millistest allikatest sisu nad näevad, vaid neile esitatakse algoritmide kaudu sihitud sisu, seega võivad väärkohtlemisega seotud kajastused jääda kasutajateni jõudmata.

Noored märkisid, et postituse ulatuslikkus sõltub jagaja tuntuusest ja jälgijaskonna suuruselt. Võib juhtuda, et sisuliselt olulised lood, mida jagab tavakasutaja, ei jõua nii paljudeni kui suure jälgijaskonnaga isikute postitused: „Et seal on ikkagi suur vahe, kas ta teeb mingi suurema jälgijaskonnaga või siis mingi lihtsalt tavaline inimene.“

Osalejad väitsid, et algoritmid loovad suletud infovälju, mis põhinevad kasutaja eelistustel – sool, jälgitavatel ja varasematel interaktsioonidel: „Kui ma olen naine, jälgin rohkem mingisuguseid sotsiaalmeediategelasi või sõpru, kes on naised, siis ilmselt mul tulevad need näiteks rohkem ette.“ Digiplatvormid suunavad kasutajaid järjest sarnasema info ja mõtteviiside juurde, luues filtrimulle ja infokapsleid (Walsh, 2020). Kasutajad eelistavad sageli teavet, mis ühtib nende uskumustega ning liituvad gruppidega, kus jagatakse sarnast arusaama – seda nimetatakse kajakambri (*echo chamber*) efektiks (Cinelli jt, 2021).

Noorte hinnangul mõjutavad algoritmid oluliselt seda, millised lood neile nähtavaks saavad ning kuidas väärkohtlemise teemad sotsiaalmeedias liiguvad. See loob olukorra, kus nähtavus ei pruugi sõltuda teema aktuaalsusest, vaid sellest, kui hästi postitus töötab platvormi reeglite kohaselt.

### **3.5 Väärkohtlemine ja selle kajastus sotsiaalmeedias**

Intervjuude põhjal ilmnes, et kuigi füüsiline vägivald on üks peamisi väärkohtlemise vorme, ei kajastu see sotsiaalmeedias alati sama nähtavalt või selgelt kui näiteks vaimne väärkohtlemine. Üks osaleja märkis: „Füüsiline vägivald, ma arvan, vist rohkem ja

*ahistamine, vägivaldsed videod, kus ongi naised mingid pannud üles, kuidas mehed peksavad neid, aga nagu võib-olla see füüsiline vägivald nagu ei kajastu nii palju, kui nagu tegelikult see sõnaline, see vaimne.*“ Füüsilise vägivalda kajastus sotsiaalmeedias küll eksisteerib, kuid selle nähtavus sotsiaalmeedias on piiratud, kas siis platvormide reeglite või kasutajate valikute tõttu.

Lisaks tõi üks osaleja välja hoiakud, millega füüsilist vägivalda sotsiaalmeedias sageli käsitletakse. Esines sageli suhtumist, kus ohvrit peetakse vastutavaks juhtunu eest, mis võib vähendada valmisolekut vägivaldajuhtumite avalikustamiseks ja raskendada arutelu nende ümber: *„Igal pool on, öeldakse ikkagi, et kui füüsilise vägivaldaga, siis öeldakse, et ise olid lollid, et sinna läksid või ise olid lollid, et kokku said või midagi.*“ Nii füüsilise vägivalda kui ka teiste väärkohtlemise liikide kajastamisel võib sotsiaalmeedia võimendada ohvrit süüdistavaid hoiakuid, mis takistavad empaatial tekkimast. Kuigi võõrastelt saadud toetuse puudumine on juba iseenesest kahjulik, eksisteerib veelgi suurem oht, et ohvrite tugivõrgustiku liikmed – näiteks pereliikmed või sõbrad – võivad samuti sellist süüdistavat või mittetoetavat suhtumist väljendada (PettyJohn, 2022). Füüsiline vägivald on visuaalselt šokeeriv, kuid see ei pruugi saada sama laiast tähelepanu kui vaimne vägivald, mis sotsiaalmeedias osalejate sõnul rohkem levib.

Intervjuude käigus tõi mitmed noored esile, et võrreldes füüsilise vägivaldaga levib kajastus vaimsest vägivaldast sotsiaalmeedias märksa sagedamini. See väljendub tihti mõnitamises ja verbaalselt ründamises, näiteks videodes: *„Ükskord jäi TikTokis mulle üks video silma, kus mees karjus oma naise peale ja ise filmis seda, söimates teda lolliks ja paksuks.*”

Noored märkisid, et viimastel aastatel on vaimse vägivalda juhtumite kajastus sotsiaalmeedias märgatavalt sagenenud: *„Viimasel ajal on hästi palju ka seda niisugust vaimset väärkohtlemist.*“ Samas nenditi, et ühiskonnas ei käsitleta vaimset vägivalda alati võrdselt füüsilisega, kuna selle tõsidust ei pruugita täiel määral mõista: *„Nagu ei peeta päris probleemideks, need vaimse.. vaimsed väärkohtlemised. Ei arvata, et see on võib-olla päris sama kui ikkagi sinine silm või midagi...*“ Toodi välja seisukoht, kus vaimset vägivalda ei peeta „päris probleemiks“ ning see jääb sageli tähelepanuta. Üks osaleja tõi välja, et just seetõttu peaks meedia ja sotsiaalmeedia seda nähtust rohkem kajastama: *„Kuna seda vaimset vägivalda võib-olla on reaalselt näha niimoodi ühiskonnas vähem, siis seda nagu peab kajastama kuidagi sotsiaalmeedias rohkem.*“

Intervjueeritavad tõid esile, et seksuaalne väärkohtlemine on nende arvates üks sagedamini sotsiaalmeedias kajastatavatest ja kõneainet pakkuvatest väärkohtlemise vormidest. „Peamiselt jah, ongi see seksuaalne noh, ikkagi, ma arvan, kõige rohkem see seksuaalne nagu vägivald.“ Lisati, et sotsiaalmeedias kajastatakse sageli ka seksuaalse ahistamise juhtumeid: „Kindlasti kajastuvad ka need niisugused seksuaalse ahistamise teemad ka.“ Sotsiaalmeedias on seksuaalne väärkohtlemine üks enim käsitletavaid teemasid. Tugevat kinnitust pakub #MeToo liikumise näide, mis pälvis suurt ülemaailmset tähelepanu - 2017. aastal levis viraalseks muutunud #MeToo sotsiaalmeedia kampaania, kus kannatanud rääkisid oma kogemustest seoses seksuaalse väärkohtlemise ja ahistamisega ja jagasid seda peamiselt sotsiaalmeedia platvormidel (Andalibi jt, 2018).

Seksuaalse väärkohtlemise käsitlemist sotsiaalmeedias peeti intervjuus osalejate sõnul aga emotsionaalselt keeruliseks, kuna sellega kaasnevad süüdistused ja ühiskondlikud eelarvamused. Negatiivsete reaktsioonide nägemine igapäevase sotsiaalmeedia kasutamise käigus võib suurendada enesesüüdistamist ning omakorda süvendada traumaga seotud sümptomeid ohvrite seas (PettyJohn, 2022). Mõned osalejad juhtisid tähelepanu sellele, et meeste seas kipub esinema rohkem sõnavõttu, eriti juhtudel, kus ohvriks on naine: „Mehed pigem kergemini nagu ütlevad, et see ei ole nagu päris ikkagi võib-olla niimoodi olnud ja et ma ei tea, naine ise tahtis, provotseeris või mis iganes.“

### **3.6 Moraalne paanika ja valeinfo**

Intervjuude põhjal selgus, et sotsiaalmeedias levib palju valeinfot. Wu jt 2018. aasta uuringu kohaselt on sotsiaalmeedia avatus ja ajakohasus suuresti hõlbustanud valeinformatsiooni loomist ja levitamist. Noored väljendasid, et sotsiaalmeedias leviv info võib mõjuda moonutatult ja ülepaaisutatult, andes sündmustest pildi, mis ei pruugi vastata tegelikkusele.

„Loedki ja noh, sulle tundubki, et see ongi nagu reaalsus, kuigi noh, tegelikult see võib olla nagu reaalsusest kaugel.“

Üks osaleja viitas sellele, et sotsiaalmeedia keskkond soodustab teemade ja arvamuste ülepaaisutamist, mis võib mõjutada avalikku hoiakut. „Saab ju nii palju nagu üle paaisutada

*mingeid arvamusi ja noh, tekitadagi jah, mingit noh, ongi, et kas konkreetselt mingite isikute või noh, erakondade vastu suunatud mingeid... nagu tekste noh.*“

Reaktsioonide intensiivsus võib veelgi suurened, kui juhtumid puudutavad avaliku elu tegelasi või kuulsusi, kelle ümber kujuneb kiiresti laialdane avalik huvi:

*„Eriti veel, kui on nagu kuulsuste või nagu avaliku elu tegelaste jagatud need.“* Info levib digiajastul kiiresti, pärinedes erinevatest allikatest, sealhulgas kuulsuste avaldatud arvamustest, mis võivad sotsiaalmeedia abil kergesti laialdast tähelepanu pälvida (Firdaus jt, 2023).

Valeinfo levikut, peeti sotsiaalmeedias lihtsaks ja kiiresti eskaleeruvaks. Mõned vastajad viitasid sellele, et mõni sisu võib olla teadlikult välja mõeldud, eesmärgiga saada tähelepanu: *„Sotsiaalmeedias on see, et nagu mõni info võib täiesti totaalselt vale olla, et saada lihtsalt tähelepanu, sest mõned lihtsalt mõtlevadki mingit lood välja.“* Levitamise aluseks pole sageli mitte info tõepärasus, vaid selle haaravus või löövus (Chen, 2013).

Lisaks märgiti, et sageli selgub hiljem, et esialgsed süüdistused ei pruugi vastata täielikult tõeale või on kontekstist välja rebitud: *„Väga tihti tuleb tegelikult lõpuks välja, et see inimene, ma ei tea, näiteks ei olnudki süüdi... täiesti valesüüdistused või oli asi natuke kuidagi teistmoodi.“* Ka Walsh 2020. aasta uuringust selgus, et sotsiaalmeedia kujundab ümber keskkonda, milles moraalipaanikad tekivad.

Osalejad juhtisid tähelepanu ka sellele, et valeinfo levik ja info kontrollimatus suurendavad moraalse paanika võimalikkust. Lihtne ligipääs ja kasutusmugavus, info leviku kiirus ning raskused valeinfo parandamisel muudavad soovimatu teabe kontrollimise äärmiselt keeruliseks ülesandeks (Muhamed & Mathew, 2022). Seega, tänapäeva sotsiaalmeedia võimaldab lugude kiiret levitamist ilma faktikontrolli või õiget konteksti pakkumata: *„Valeinfo on hästi kerge tulema sotsiaalmeedias...tänapäeval kuidagi sa saad seda lugu nii kergelt jagada, see ei ole kuidagimoodi kontrollitud.“*

Sotsiaalmeediat nähakse keskkonnana, kus väärkohtlemisega seotud teemad võivad kiiresti eskaleeruda laiemateks ühiskondlikeks reaktsioonideks, millel ei pruugi alati olla faktilist alust. Aïmeur jt 2023. aasta uuringust selgus, et valeinfo kiire levik sotsiaalvõrgustikes muudab nende usaldusvärsuse hindamise sotsiaalmeedias keeruliseks ja probleemseks.

Kuigi esialgselt oli töö üks osa ja ka intervjuukava teemaplokk üles ehitatud moraalse paanika vaatest, siis töö käigus ilmnis, et intervjuudes kõlanud näidetest ei tulnud välja moraalset paanikat, vaid räägiti valeinfost ja selle levikust ning fookus muutus töö käigus.

### 3.7 Mõjuisikute roll väärkohtlemise kajastamisel sotsiaalmeedias

Intervjuudes peeti mõjuisikuid ja avaliku elu tegelasi oluliseks osaks väärkohtlemise teemade kujundamisel sotsiaalmeedias. Neid nähakse sageli eeskujudena, kelle käitumist, hoiakuid ja väärtusi jäljendatakse. „*Sisuloojad ju tegelikult on ka need, keda nagu noored kõige rohkem jälgivad ja noh, kelle moodi nad tahavad olla.*“ Sotsiaalmeedias nähtava sisu kasvav mõju kujundab aina enam meie maailmatunnetust ja suhtlusviise, eriti noorte seas (Dean & Davidge, 2023).

Nende suur jälgijaskond ja kõrge usaldusväärsus noorte silmis muudavad nad mõjukaks arvamuslimidriks, kelle väljaütlemised võivad mõjutada inimeste hoiakuid: „*Neil on palju jälgijaid, ehk siis kui nemad ütlevad midagi ja need inimesed ilmselt põhjusega jälgivad neid, siis see kindlasti aitab, et nende sõnum levib palju rohkem.*“

Mõjuisikute lood võivad innustada ka teisi oma kogemusi jagama, pakkudes eeskuju ja normaliseerides teemade käsitlemist, mida sageli peetakse tabuks: „*Kui nagu ikkagi niisugune, noh, keegi avaliku elu tegelane või mingisugune suur influencer, kes jagab oma mingeid lugusid, julgeb seda teha, siis julgevad seda rohkem kui teised.*“ Dean & Davidge 2023. aasta uuringust ilmnis asjaolu, et sotsiaalmeedias levival positiivsel sisul ning sisuloojatel võib olla oluline hariduslik roll, pakkudes noortele väärtuslikku teavet näiteks suhete ja seksuaalsuse kohta ning aidates kujundada nende hoiakuid.

Sisuloojate käsitletavat teemat, sealhulgas ka väärkohtlemisega seotud lood võivad mõjutada seda, millele noored tähelepanu pööravad või millest nad julgevad rääkida. Kui sisulooja tõstatab mõne ühiskondliku teema, võib see vaatajat innustada ise sama teema üle diskuteerima: „*Mingid ongi suunamudijad... teevad noh, mingid erinevad, ma ei tea, lähenemised... noh, siis ilmselgelt sa hakkad ise selle teema peale mõtlema.*“

Osalejad olid arvamusel, et mõjuisikute seotus väärkohtlemise juhtumitega võib jälgijate suhtumist mõjutada, kuna mõjuisikute puhul ei tajuta neid enam lihtsalt võõrastena, vaid kujuneb välja side ja usaldus. Kui süüdistused on suunatud populaarsete isikute vastu, võivad fännid reageerida kaitsepositsioonilt: „*Kui näiteks on mingid väga suured fännid sellel nii-öelda siis, keda süüdistatakse, siis seal võib-olla tuleb lihtsalt see niisugune oma huvi nagu seda inimest nii-öelda kaitsta mängu.*“

Noored tajuvad sageli isiklikku seost sisuloojatega, mis muudab nende edastatavad sõnumid mõjukamaks kui näiteks traditsiooniliste autoriteetide omad: „*See on jälle see mingi connection influkatega.*“ Mõjuisikute tegevus võib rolli mängida ka selles, kuidas noored üldiselt eeskujusid tajuvad. „*Sa kuulad võib-olla neid rohkem kui ala oma vanemaid või õpetajaid.*“ Just noored on tihti kõige vastuvõtlikumad sotsiaalmeedias levivatele sisulistele mõjutustele (Dean & Davidge, 2023).

Mõned osalejad tõid näidetena välja konkreetseid juhtumeid, mida nad on sotsiaalmeedias märganud. Kõige rohkem mainiti Tanel Padari ja tema ekskaasa Lauren'i lugu, kus mõjuisikute omavaheline konflikt tõi esile väärkohtlemise teema:

„*Tanel Padari ja Lauren, et seal ka päris tugevalt tuli välja see, et see oli sihuke vaimne vägivald või terror... inimesed nagu hakkasid võib-olla vaatama näiteks seda Tanel Padarit siis teise pilguga pärast seda natuke.*“

Ühelt poolt võimaldavad mõjuisikud tõsta teadlikkust erinevatel teemadel, kuid teisalt võivad nad oma suure nähtavuse ja nende fännide emotsionaalse seotuse tõttu kaasa tuua kallutatust.

### **3.8 Soolised ja rühmapõhised erinevused väärkohtlemise kajastamisel sotsiaalmeedias**

Intervjuudes toodi välja, et kuigi sotsiaalmeedias räägitakse väärkohtlemise juhtumitest järjest enam, keskendub suurem osa kajastusest naissoost ohvritele, samas kui meesohvrid jäävad sageli varju. Üks osaleja rõhutas, et ka meestega seotud juhtumeid esineb, kuid need ei saa sama palju tähelepanu: „*Aga ma ikka olen kuulnud ka selliseid lugusid, kus ka mees on nagu niisugune ohver olnud.*“ Teine osaleja märkis, et mehed võivad kogeda vägivalda nii lähisuhetes kui ka sõprussuhetes, kuid nendest ei räägita kuigi palju: „*Ma usun, et tegelikult ikkagi niisuguseid mehi ka on, kellel nagu võib-olla naine on liiga mingi, terroriseeriv... või siis võivad ka olla ka mingid sõprussuhted.*“

Toodi korduvalt välja, et väärkohtlemise kajastus sotsiaalmeedias on valdavalt suunatud naistega seotud juhtumitele. Osalejad märkisid, et naiste suunaline halvustamine, ahistamine ja muu väärkohtlemine on sagedasem nii teemakajastustes kui ka kommentaarides:

*„Väärkohtlemist pigem nagu naiste suunas, jaa... naiste suunas selline halvustamine või ahistamine.“* Sarnane arusaam kajastus ka teistes vastustes: *„Naiste suhtes on seda, jaa, rohkem.“*

Osalejad on seisukohal, et sotsiaalmeedia kuvab naisi väärkohtlemise ohvritena märksa nähtavamalt kui mehi. „Ideaalohvri“ kontseptsiooni kohaselt väärrib ohver ühiskondlikku toetust vaid siis, kui ta vastab viiele tunnusele: on nõrk või haavatav, oli ohvristamise hetkel kaasatud kõnealusesse tegevusse, ei kannu süüd oma ohvristamises, teda kahjustas selgelt tuvastatav ründaja ning ohver ei tundnud süüdlast isiklikult (Whiting jt, 2019). Kui seda vaadelda koos „meesohvri“ käsitlusega, võib tekkida küsimus, kas liigne keskendumine ühele rühmale võib jätta teiste kogemused tahaplaanile, isegi kui need on samuti tõsised ja vajavad tähelepanu.

Üks osalejatest tunnetas, et kajastus on kaldu „ühe poole“ kasuks, viidates naisohvrite suuremale nähtavusele: *„Mingi naisi kajastatakse nii palju, et miks mingi mehi ei kajastata... võib-olla see on nagu ühe poole kaldu veidi.“* Selles mõttes peegeldub tajutavat soolist ebavõrdsust väärkohtlemise kajastuses ning viitab võimalusele, et meessoost ohvrid võivad tunda end mitte piisavalt tõsiseltvõetavana.

Mitmed vastajad tõid välja, et sotsiaalmeedias jäävad vähemusgrupid väärkohtlemise kajastustes sageli tagaplaanile, kuigi nende kogemused võivad olla sama tõsised.. Mainiti, et erivajadustega inimesed, eakamad ja vaesemates oludes elavad inimesed saavad harva sotsiaalmeedias nähtavust: *„Allasurutud grupid või mingisugused, noh, näiteks ma ei tea, puuetega inimeste mingisugused teemad väga tähelepanu ei saa.“* Samas märgiti, et just nende teemade esiletoomine oleks oluline samm teadlikkuse suurendamise suunas: *„Ma arvan, et selliseid teemasid võiks rohkem kajastada.“*

Sotsiaalmeedia kaldub keskenduma laialdasemalt kajastatud lugudele, kuid vähemusgruppide juhtumid jäävad tihtipeale puudutamata.

## KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärk oli tundma õppida noorte tõlgendusi reaalses elus toimuva väärkohtlemise kajastamisest sotsiaalmeedias.

Kajastus sotsiaalmeedias ei loo väärkohtlemise probleemi nullist, vaid toob esile juba olemasolevad juhtumid ja kitsaskohad. Kajastused jagunevad peamiselt kaheks: isiklikeks kogemuslugudeks ning teadlikult suunatud sotsiaalmeediakampaaniateks, mille eesmärk on levitada teadlikkust ja juhtida ühiskonna tähelepanu väärkohtlemise teema tõsidusele. Osalejad märkisid, et seksuaalse ja vaimse väärkohtlemise kajastus on sotsiaalmeedias nähtavam kui füüsilise väärkohtlemise oma. Väärkohtlemise kajastamisel sotsiaalmeedias esineb soolist kallutatust, peamine fookus on naissoost ohvritel, samal ajal kui meessoost ohvrite ja vähemusgruppide kogemused jäävad sageli varju.

Kajastused jõuavad noorteni peamiselt läbi tuttavate jagatu ning isiklik side sisu jagajaga mõjutab oluliselt info vastuvõttu. Viidati sotsiaalmeedia polariseerivale mõjule ning sellele, et arvamused võivad kujuneda emotsionaalse, mitte faktilise aluse põhjal. Samuti täheldati, et väärkohtlemise teemad võivad muutuda pealiskaudseks või isegi meelelahutuslikuks sisuks, mis vähendab noorte silmis teema tõsidust.

Noored tajuvad mõjuisikuid eeskujude ja arvamusiidritena, kelle arvamusi kuulatakse. Märgiti, et vahepeal kuulatakse mõjuisikuid rohkemgi kui õpetajaid või vanemaid. Nende suur jälgijaskond annab neile võimaluse jõuda kiiresti suure auditoriumini ja mõjutada avalikku arvamust. Toodi välja, et teiseks oluliseks ja usaldusväärseks mõjugrupiks on noorte endi tuttavad. Nende kogemusi ja arvamusi usaldatakse sageli rohkem, kuna need pärinevad inimestelt, kellega ollakse pidevalt kontaktis ja kellega on tihti peale loodud juba tugevam usalduslik side.

## SUMMARY

This bachelor's thesis explores how abuse is portrayed on social media, based on the experiences and perceptions of young people. The study focuses on the impact of platforms like Facebook, Instagram, and TikTok in shaping youth attitudes toward abuse, particularly through experience-sharing stories and awareness campaigns.

The theoretical framework covers different types of abuse (physical, psychological, and sexual), the dynamics of social media, the role of influencers, the spread of misinformation, and the concept of moral panic.

The portrayal of abuse on social media does not create the problem from scratch, but rather brings existing cases and issues to light. Representations can be broadly divided into two categories: personal experience stories and purposefully directed awareness campaigns that aim to increase public understanding and highlight the seriousness of abuse.

Participants noted that sexual and psychological abuse are more visible on social media than physical abuse. There is also a gender bias in the portrayal of abuse, with the primary focus on female victims, while the experiences of male victims and minority groups often remain overlooked.

Abuse-related content typically reaches young people through posts shared by people they know, and a personal connection to the person sharing the content significantly influences how the information is received. Participants pointed to social media's polarizing effect, noting that opinions are often shaped more by emotion than by facts. It was also observed that abuse-related topics can sometimes become superficial or even entertainment-like content, which undermines the seriousness of the issue in the eyes of young people.

Young people perceive influencers as role models and opinion leaders whose views are taken seriously—sometimes even more so than those of teachers or parents. Their large follower base allows influencers to quickly reach wide audiences and shape public opinion. Young people perceive influencers as role models and opinion leaders whose views are taken seriously—sometimes even more so than those of teachers or parents. Their large follower base allows influencers to quickly reach wide audiences and shape public opinion. At the

same time, another highly trusted source for young people is their own peers whose opinions and experiences are often considered even more relatable and credible due to the direct personal connection.

## Kasutatud allikad

Adekoya, H. O., & Olaseinde-Fayomi, O. B. (2021). A textual analysis of audience responses to social media framing of domestic violence against men. *SAU journal of management and social sciences*, 5(2), 213-221. [https://www.researchgate.net/profile/Omowumi-Olaseinde/publication/353295683\\_A\\_Textual\\_Analysis\\_of\\_Audience\\_Responses\\_to\\_Social\\_Media\\_Framing\\_of\\_Domestic\\_Violence\\_against\\_Men/links/60f1ad3f16f9f313008b4ce7/A-Textual-Analysis-of-Audience-Responses-to-Social-Media-Framing-of-Domestic-Violence-against-Men.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Omowumi-Olaseinde/publication/353295683_A_Textual_Analysis_of_Audience_Responses_to_Social_Media_Framing_of_Domestic_Violence_against_Men/links/60f1ad3f16f9f313008b4ce7/A-Textual-Analysis-of-Audience-Responses-to-Social-Media-Framing-of-Domestic-Violence-against-Men.pdf) Vaadatud 29.04.2025.

Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30. <https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-023-01028-5> Vaadatud 3.05.2025.

American Psychological Association. (2025). *Sexual assault and harassment*. <https://www.apa.org/topics/sexual-assault-harassment> Vaadatud 11.03.2025.

Andalibi, N. (2020). Disclosure, privacy, and stigma on social media: Examining non-disclosure of distressing experiences. *ACM transactions on computer-human interaction (TOCHI)*, 27(3), 1-43. <https://doi.org/10.1145/3386600>

Andalibi, N., Haimson, O. L., De Choudhury, M., & Forte, A. (2018). Social support, reciprocity, and anonymity in responses to sexual abuse disclosures on social media. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 25(5), 28-35. <https://doi.org/10.1145/3234942>

Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library hi tech news*, 37(4), 7-12. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/lhtn-01-2020-0001/full/html> Vaadatud 2.05.2025.

Barry, C. T., Briggs, J. M., Briggs, S., & Sidoti, C. (2022). *Reasons for adolescents' social media use: Relations with mental health and self-perception*. *International*

*Journal of Social Media and Online Communities*, 14(1), 1–15.  
[https://www.researchgate.net/publication/364612772\\_Reasons\\_for\\_Adolescents'\\_Social\\_Media\\_Use\\_Relations\\_With\\_Mental\\_Health\\_and\\_Self-Perception](https://www.researchgate.net/publication/364612772_Reasons_for_Adolescents'_Social_Media_Use_Relations_With_Mental_Health_and_Self-Perception) Vaadatud 11.03.2025.

Berdahl, J. L., & Raver, J. L. (2011). *Sexual harassment*.  
<https://psycnet.apa.org/record/2010-06019-018> Vaadatud 22.04.2025.

Bresciani, S., & Schmeil, A. (2012). Social media platforms for social good. In *2012 6th IEEE International Conference on Digital Ecosystems and Technologies (DEST)* (pp. 1-6). <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/6227944> Vaadatud 11.03.2025.

Caers, R., De Feyter, T., De Couck, M., Stough, T., Vigna, C., & Du Bois, C. (2013). Facebook: A literature review. *New media & society*, 15(6), 982-1002.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444813488061>

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1). doi: 10.1080/15456870.2015.972282  
[https://web.archive.org/web/20190713114940id\\_/http://my.ilstu.edu:80/~ctcarr/research/CarrHayes\\_2015.pdf](https://web.archive.org/web/20190713114940id_/http://my.ilstu.edu:80/~ctcarr/research/CarrHayes_2015.pdf) Vaadatud 11.03.2025.

Chen, X., & Sin, S. C. J. (2013). ‘Misinformation? What of it?’ Motivations and individual differences in misinformation sharing on social media. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 50(1), 1-4.  
<https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/meet.14505001102> Vaadatud 02.05.2025.

Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>

Cohen, S. (1972) *Folk Devils and Moral Panics*.

Davis, M. (2021). Social media key factor behind rise in youth violence, experts warn. *The Independent*.  
<https://www.independent.co.uk/news/uk/social-media-violence-london-croydon-phd-b19>

[84798.html](#) Vaadatud 03.05.2025.

Dean, K., & Davidge, S. (2023). Influencers and attitudes: how will the next generation understand domestic abuse?. <https://apo.org.au/node/324632> Vaadatud 03.05.2025.

Eltaher, F., Gajula, R. K., Miralles-Pechuán, L., Crotty, P., Martínez-Otero, J. M., Thorpe, C., & McKeever, S. (2024). *Protecting Young Users on Social Media: Evaluating the Effectiveness of Content Moderation and Legal Safeguards on Video Sharing Platforms*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2505.11160> Vaadatud 18.05.2025.

Eurostat. (2024). Young people in the EU – 2024 edition. <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240801-1>

Fallis, D. (2015). What is disinformation?. *Library trends*, 63(3), 401-426 <https://muse.jhu.edu/article/579342> Vaadatud 03.05.2025.

Firdaus, F. A., Kamila, A. D., & Saufa, A. F. (2023). Digital Literacy: How Generation Z's Made a Choice Decision Based on Celebrities' Opinions in Social Media. *Literatify: Trends in Library Developments*, 162-174. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/literatify/article/view/42713> Vaadatud 4.05.2025.

Galasso, M., Abad, D., Almanza, M., Melde, C., Cobbina, J. & Heinze, J. (2020). *Youth Perspectives on Gangs, Violence, and Social Media in a High Crime City*. Teoses C. Melde & F. Weerman (toim), *Gangs in the Era of Internet and Social Media*. Springer [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-47214-6\\_7](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-47214-6_7) Vaadatud 22.04.2025

Haas, R. (2017). Developing Social Media Campaigns for Domestic Violence Awareness Month. *Domestic Violence Awareness Project, National Resource Center on Domestic Violence*, 8. [https://vawnet.org/sites/default/files/assets/files/2017-08/NRC DV\\_TAG-SocialMedia-August2017.pdf](https://vawnet.org/sites/default/files/assets/files/2017-08/NRC DV_TAG-SocialMedia-August2017.pdf) Vaadatud 29.04.2025.

Haridus- ja Noorteamet. (2023). *Noorte infovajaduste ning kohaliku ja riikliku tasandi noorteinfo kvaliteedi ning kättesaadavuse analüüs: Küsitlusuuringu aruanne*. <https://api.hp.edu.ee/sites/default/files/2024-03/Noorte%20infovajaduste%20ning%20kohaliku%20ja%20riikliku%20tasandi%20noorteinfo%20kvaliteedi%20ning%20k%C3%A4ttesaadavuse%20anal%C3%BC%C3%BCs.pdf> Vaadatud 22.04.2025.

Herrman, J. (2019). How TikTok is rewriting the world. *The New York Times*, 10, 412586765-1586369711. <https://res.tigerge.cn/20200713/%E8%A1%A5%E5%85%85%20How%20TikTok%20Is%20Rewriting%20the%20World.pdf> Vaadatud 28.04.2025.

Johansson, T. (2000). Moral panics revisited. *Young*, 8, 22 - 35. <https://doi.org/10.1177/110330880000800102>.

Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2017). Advances in social media research: Past, present and future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531–558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y> <https://link.springer.com/article/10.1007/s10796-017-9810-y> Vaadatud 11.03.2025.

Kassi, Y., Sakmaf, M. S., & Suryana, A. (2024). Navigating Influencer Liability on Social Media: Balancing Profits and Legal Risks. *Sinergi International Journal of Law*, 2(3), 231-246. <https://journal.sinergi.or.id/index.php/law/article/view/173> Vaadatud 02.05.2025.

Kaufman, M. R., Dey, D., Crainiceanu, C., & Dredze, M. (2021). #MeToo and Google Inquiries Into Sexual Violence: A Hashtag Campaign Can Sustain Information Seeking. *Journal of interpersonal violence*, 36(19-20), 9857–9867. <https://doi.org/10.1177/0886260519868197>

Khan, S. I., & Aas, H. A. R. (2019). Academic Performance, Social Media Effects, and Learning of College Students: Evidence of Positive Influence in Erbil City. *Journal of Research on the Lepidoptera*, 50(4).

Kivisalu, K.-L. (2019). *#MeToo movement in Estonia: A frame analysis* (Master's thesis, University of Tartu, Johan Skytte Institute of Political Studies). University of Tartu

Library. <https://dspace.ut.ee/handle/10062/68655> Vaadatud 3.04.2025.

Laherand, M.-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: OÜ Infotrükk. <https://dspace.ut.ee/server/api/core/bitstreams/c733aed7-977a-4438-8485-c8ac2057c7b1/content> Vaadatud 11.03.2025.

Leola, A. (2023). *Lähisuhtevägivalla korduvate juhtumite analüüs Põhja prefektuuris* (Doctoral dissertation, Sisekaitseakadeemia). <https://digiriul.sisekaitse.ee/bitstream/handle/123456789/3047/Leola.%20Aveli.pdf?sequence=1> Vaadatud 03.05.2025.

Maailma Terviseorganisatsioon. (2025). *Sexual violence*. Global Database on Violence. <https://apps.who.int/violence-info/sexual-violence/> Vaadatud 20.04.2025.

Maailma Terviseorganisatsioon. (2024). *Child maltreatment*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/child-maltreatment> Vaadatud 20.04.2025.

Mahoney, J. (2011). *Types of abuse*. *Nursing Clinics of North America*, 46(4), 385–390. <https://doi.org/10.1016/j.cnur.2011.08.005> Vaadatud 11.03.2025.

Mazursky, N., Tener, D., Nadan, Y., & Aviram, Z. (2025). “Tell Me”: Disclosing Sexual Abuse by Survivors from the LGBTQ+ Community via Social Media. *Behavioral Sciences*, 15(4), 435 <https://www.mdpi.com/2076-328X/15/4/435> Vaadatud 2.05.2025.

McCashin, D., & Murphy, C. M. (2023). Using TikTok for public and youth mental health—A systematic review and content analysis. *Clinical child psychology and psychiatry*, 28(1), 279–306. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13591045221106608> Vaadatud 18.04.2025.

Mengü, M., & Mengü, S. (2015). Violence and social media. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 1(3), 211–228. <https://athensjournals.gr/media/2015-1-3-4-Mengu.pdf> Vaadatud 20.05.2025.



<https://doi.org/10.22364/bjmc.2022.10.3.14>

Praxis. (2020). *Laste ja noorte seksuaalse väärkohtlemise uuring*. Justiitsministeerium. [https://www.kriminaalpoliitika.ee/sites/krimipoliitika/files/elfinder/dokumendid/laste\\_ja\\_noorte\\_seksuaalse\\_vaarkohtlemise\\_uuring\\_2020\\_euk.pdf](https://www.kriminaalpoliitika.ee/sites/krimipoliitika/files/elfinder/dokumendid/laste_ja_noorte_seksuaalse_vaarkohtlemise_uuring_2020_euk.pdf) Vaadatud 20.04.2025.

PettyJohn, M. E. (2022). *Understanding the Impact of Sexual Assault Related Social Media Content on Survivors: An Exploratory Sequential Mixed Methods Study*. Michigan State University. [https://d.lib.msu.edu/etd/50314#:~:text=supporting\\_victims.%20Findings%20from%20the](https://d.lib.msu.edu/etd/50314#:~:text=supporting_victims.%20Findings%20from%20the) Vaadatud 3.05.2025.

Rachmad, Y. E. (2023). *Social Media Influence Theory*. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/119088191/THEORY\\_2023\\_016\\_NEW-libre.pdf?1729646711=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DSocial\\_Media\\_Influence\\_Theory.pdf&Expires=1747736128&Signature=SECuKVer16Nyvy~R4~-Zyk99jHAP3qpBpOH-bTfd3vkN~OK~ICXNnW1k~aFBI6YjqwVypREr6yKPn7K8yysrllGKwlNOFzplFSD5JutQakOqE3nbFhybVcO6ycxzAHqdOsr6TLT-8i6U1RKxFez0BcLERCG1d88-iybp1fgrVZ7H7Nur9guLS7i6e9~1pC8Uql93j1NhghxjlkuyySN0KHEmtcHO0vE5OXeqJ-KE83SwBU9guCA8Yn0KTDmZKMFYNs88lvcJpVScYhcnOMC3h~LvVHrpZf~RkTe2h8YOJ5Rwl5BZMHTPJYqfU59TzRuEy54BS0XNGbCfXISv2yFMGA\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJL0HF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/119088191/THEORY_2023_016_NEW-libre.pdf?1729646711=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DSocial_Media_Influence_Theory.pdf&Expires=1747736128&Signature=SECuKVer16Nyvy~R4~-Zyk99jHAP3qpBpOH-bTfd3vkN~OK~ICXNnW1k~aFBI6YjqwVypREr6yKPn7K8yysrllGKwlNOFzplFSD5JutQakOqE3nbFhybVcO6ycxzAHqdOsr6TLT-8i6U1RKxFez0BcLERCG1d88-iybp1fgrVZ7H7Nur9guLS7i6e9~1pC8Uql93j1NhghxjlkuyySN0KHEmtcHO0vE5OXeqJ-KE83SwBU9guCA8Yn0KTDmZKMFYNs88lvcJpVScYhcnOMC3h~LvVHrpZf~RkTe2h8YOJ5Rwl5BZMHTPJYqfU59TzRuEy54BS0XNGbCfXISv2yFMGA__&Key-Pair-Id=APKAJL0HF5GGSLRBV4ZA) Vaadatud 19.05.2025.

Radell, M. L., Abo Hamza, E. G., Daghistani, W. H., Perveen, A., & Moustafa, A. A. (2021). *The Impact of Different Types of Abuse on Depression*. *Depression research and treatment*, 2021, 6654503. <https://doi.org/10.1155/2021/6654503>

Rozgonjuk, D., Täht, K., Sinivee, R., & Murumaa-Mengel, M. (2023). *Sotsiaalmeedia kasutamise seosed vaimse tervisega. Eesti inimarengu aruanne 2023: Vaimne tervis ja heaolu* (lk 159–170). <https://inimareng.ee/wp-content/uploads/2023/07/EIA-2023-OK.pdf> Vaadatud 19.04.2025.

Saar, J. (2010). *Kurjad konstandid ja Eesti*, Akadeemia, 22(6), 1155-1180.

Schwab-Reese, L., Renner, L. M., Quang, D., Carlyle, K., Nair, I., Chase, K., & DeMaria, A. L. (2024). "If I Stay Silent, It Doesn't Help Anyone": Understanding How People Use TikTok to Talk About Sexual Violence. *Violence against women*, 10778012241279106. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/10778012241279106>

Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International journal of computer applications technology and research*, 5(2), 71-75. <https://jogamayadevicollege.ac.in/uploads/1586197536.pdf> Vaadatud 19.05.2025.

Sotsiaalkindlustusamet. (2024). *Elanikkonna hoiakud ja teadlikkus seksuaalvägivallast*. <https://sotsiaalkindlustusamet.ee/sites/default/files/documents/2024-04/Elanikkonna%20hoiakud%20ja%20teadlikkus%20seksuaalv%C3%A4givallast.pdf> Vaadatud 29.04.2025.

Sponcil, M., & Gitimu, P. (2013). *Use of social media by college students: Relationship to communication and self-concept*. *Journal of Technology Research*, 4(1), 37-49. <https://shorturl.at/OdHTr> Vaadatud 29.04.2025.

Statistikaamet. (2023). *Infotehnoloogia leibkondades 2023*. <https://stat.ee/et/uudised/infotehnoloogia-leibkondades-2023> Vaadatud 29.04.2025.

Statistikaamet. (2023). *Seni suurim ja terviklikum suhteuring paljastab: Eesti inimene kogeb enim vägivalda just paarisuhtes*. <https://stat.ee/et/uudised/seni-suurim-ja-terviklikum-suhteuring-paljastab-eesti-inimene-kogeb-enim-vagivalda-just-paarisuhtes> Vaadatud 29.04.2025.

Tervise Arengu Instituut. (2020). *Eesti kooliõpilaste tervisekäitumine rahvusvahelises vaates: HBSC uuringu 2017/2018. õppeaasta tulemused*. <https://www.tai.ee/et/valjaanded/eesti-kooliopilaste-tervisekaitumine-rahvusvahelises-vaates> Vaadatud 21.04.2025.

TikTok.(2025.).*Content violations and bans*. TikTok Support. <https://support.tiktok.com/en/safety-hc/account-and-user-safety/content-violations-and-b>



[KfpZuKtvckFIcSIU7TpfVcX~tUiKyX6thaa0SY8LvwfHzHOxP6h6vM03U87MlvmxTTUc25UE-GQ-tH46Q4l-BPdS9kRLM6E7K7iLr5QpLb2rWG6Ro8zTxT6Fevx4YJEmpeXWnD~-U44Bg5ejxLSogma9UQu6gHLUv4m3t1cYP0lLyh3xfzmZbb6FAvp~vwsLVRJy~hS5jDA\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://doi.org/10.1177/1367877920912257) Vaadatud 29.04.2025.

Walsh, J. P. (2020). Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction. *International Journal of Cultural Studies*, 23(6), 840-859. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1367877920912257> Vaadatud 23.03.2025.

Wang, C. C. (2020). Fake news and related concepts: Definitions and recent research development. *Contemporary Management Research*, 16(3), 145-174. <https://cmr-journal.org/article/view/20677> Vaadatud 3.05.2025.

Whiting, J. B., Olufuwote, R. D., Cravens-Pickens, J. D., & Banford Witting, A. (2019). Online blaming and intimate partner violence: A content analysis of social media comments. <https://scholarsarchive.byu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5134&context=facpub> Vaadatud 17.04.2025.

Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on psychological science*, 7(3), 203-220. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1745691612442904> Vaadatud 3.05.2025.

Woolard, A., Paciente, R., Munro, E., Wickens, N., Wells, G., Ta, D., ... & Lombardi, K. (2024). #TraumaTok—TikTok Videos Relating to Trauma: Content Analysis. *JMIR Formative Research*, 8(1), e49761. <https://doi.org/10.2196/49761>

Wu, L., Morstatter, F., Carley, K. M., & Liu, H. (2019). Misinformation in social media: definition, manipulation, and detection. *ACM SIGKDD explorations newsletter*, 21(2), 80-90. [https://kdd.org/exploration\\_files/8\\_CR.10.Misinformation\\_in\\_social\\_media\\_-\\_Final.pdf](https://kdd.org/exploration_files/8_CR.10.Misinformation_in_social_media_-_Final.pdf) Vaadatud 3.05.2025.

Youth Endowment Fund. (2024). *70% of teens see real-life violence on social media*,

*reveals* *new* *research.*  
<https://youthendowmentfund.org.uk/news/70-of-teens-see-real-life-violence-on-social-media-reveals-new-research/> *Vaadatud 18.05.2025.*

Zohouri, M., Darvishi, M., & Sarfi, M. (2020). Slacktivism: A critical evaluation. *Journal of Cyberspace Studies*, 4(2), 173-188. [https://jcss.ut.ac.ir/article\\_93911.html](https://jcss.ut.ac.ir/article_93911.html)  
*Vaadatud 3.05.2025.*

# LISAD

## Lisa 1. Intervjuu kava

### 1. Sotsiaalmeedia roll väärkohtlemise kajastamisel

- Milliseid sündmusi oled sotsiaalmeedias näinud, mis räägivad väärkohtlemise juhtumitest?
- Millised teemad kipuvad enim tähelepanu saama (nt seksuaalne ahistamine, koolivägivald, koduvägivald)?
- Missuguseid erinevusi on näha väärkohtlemise kajastamisel erinevatel platvormidel ?

### 2. Noorte arusaamad ja reaktsioonid väärkohtlemise kajastusele

- Kuidas sina või sinu sõbrad tavaliselt reageerivad, kui näete sotsiaalmeedias postitusi väärkohtlemise kohta?
- Millistel juhtudel oled märganud, et inimesed kahtlevad ohvri sõnades või süüdistavad teda antud olukorras- mis võib sellist reaktsiooni põhjustada?
- Mismoodi muudavad sotsiaalmeedia postitused noorte suhtumist väärkohtlemisse?
- Milline mõju on noortel endil sellele, kuidas sotsiaalmeedias väärkohtlemist tajutakse?

### 3. Meediaraamistus

- Milliseid väärkohtlemise tüüpe oled märganud, mida sotsiaalmeedias normaliseeritakse- miks see nii on?
- Kuidas mõjutavad populaarsed sisuloojad ja avaliku elu tegelased väärkohtlemise kajastamist sotsiaalmeedias?
- Milliseid sotsiaalmeedias loodud kampaniaid oled näinud, mis tõstavad teadlikkust väärkohtlemise probleemist- kui tulemuslikuks pead sellist lähenemist?

### 4. Sotsiaalmeedia kui lahenduse või probleemi osa

- Milliseid juhtumeid oled märganud, kus sotsiaalmeedia kaudu avalikuks tulnud väärkohtlemise lugu on toonud kaasa reaalseid muutusi ühiskonna suhtumises või

käitumises?

- Kuidas suhtud väärkohtlemisega seotud postituste jagamise või kommenteerimismillised tegurid mõjutavad sinu otsust seda teha või mitte teha?
- Millist rolli mängivad sotsiaalmeedia algoritmid selles, millised lood jõuavad suurema publikuni?
- Kuidas võiks sotsiaalmeediat paremini kasutada väärkohtlemise ennetamiseks ja teadlikkuse tõstmiseks?

## **5. Moraalne paanika ja väärkohtlemise kajastamine sotsiaalmeedias**

*Moraalne paanika tekib siis, kui ühiskonnas reageeritakse teatud nähtusele või probleemile liialdatud hirmu ja ärevusega, sageli meedia mõjul. See võib viia stereotüüpide ja eksitavate narratiivide kujunemiseni ning mõjutada avalikku arvamust ja poliitilisi otsuseid.*

- Millised juhtumid põhjustavad ühiskonnas väga tugevaid ja emotsionaalseid reaktsioone- millised ei ole saanud tähelepanu?
- Kuidas mõjutab sotsiaalmeedia moraalset paanika tekkimist väärkohtlemise teemadel, näiteks liialdatud või valeinfoga lugude levikut ning tugevaid vastandumisi ja konflikte kommentaariumides?
- Kuidas mõjutab sotsiaalmeedia teadlikkust väärkohtlemise probleemidest – näiteks kas see aitab tõsta teadlikkust või võib vahel ka juhtumeid liialdada või vale kuvandi luua?

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

Mina, Anett Sammalkivi ,  
(*autori nimi*)

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

“Väärkohtlemise kajastus sotsiaalmeedias noorte kogemuste alusel” ,  
(*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja(d) on Merle Linno ,  
(*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.

Anett Sammalkivi

**25.05.2025**