

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Angela Kits

**Tumedad osaluspraktikad normi rikkuvate Eesti TikToki
mõjuisikute ja nende auditooriumite näitel**

Bakalaureusetöö

Juhendajad: Maia Klaassen, MA

Kaarel Lott, MSc

Tartu 2024

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD.....	6
1.1. Sotsiaalsed normid ja struktuurid	6
1.2. Sotsiaalmeedia ja TikTok	8
1.3. Sotsiaalmeediakasutus Eestis	11
1.4. Mõjuisikud ja mikrokuulsused	12
1.5. Tumedad osaluspraktikad.....	15
1.6. Auditooriumi motivatsioonid normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel.....	17
2. UURINGU EESMÄRK JA UURIMISKÜSIMUSED.....	19
3. VALIM JA MEETOD	20
2.2. Valim	20
2.3. Andmekogumismeetodid.....	24
2.4. Analüüsimeetod.....	27
4. TULEMUSED.....	30
4.1. Tumedad osaluspraktikad, normivastane käitumine ja TikToki reeglite eiramine Eesti normi rikkuvate TikToki mõjuisikute laivides.....	30
4.1.1. Tumedad osaluspraktikad normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute laivides...30	
4.1.2. Sotsiaalsete normide ja TikToki reeglite vastane käitumine normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute laivides.....	36
4.2. Auditooriumi motiivid mõjuisikute jälgimisel, tähelepanekud, tõlgendused ja tajutud tumedad osaluspraktikad nende loodud sisus.....	42
4.2.1. Populaarseimad normi rikkuvad Eesti TikToki mõjuisikud ja nende jälgijate harjumused sisu tarbimisel	42

4.2.2.	Normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute jälgijate motiivid, tähelepanekud ja tõlgendused mõjuisikute jälgimisel	45
4.2.3.	Normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute auditooriumi tajutud tumedad osaluspraktikad ja normivastane käitumine mõjuisikute loodud sisus	47
5.	JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON.....	54
5.1.	Vastused uurimisküsimustele	54
5.2.	Diskussioon	57
5.3.	Meetodi- ja valimikriitika ning soovitused edasisteks uuringuteks	61
5.4.	Uurijaeetika	64
	KOKKUVÕTE	67
	Summary.....	69
	KASUTATUD KIRJANDUS	71
	LISAD	79
	Lisa 1. Bakalaureusetöö valimite kujunemine.....	79
	Lisa 2. Ankeetküsimustik	80
	Lisa 3. Uuringus osalemise üleskutse sotsiaalmeedias.....	87
	Lisa 4. Uuringus osalemise üleskutse TikTakis	88
	Lisa 5. Vaatlusandmete kodeerimisjuhend.....	89
	Lisa 6. Ankeetküsimustiku vastuste kodeerimisjuhend.....	90

SISSEJUHATUS

Minu bakalaureusetöö käsitleb tumedate osaluspraktikate avaldumist TikTakis. Tumedad osaluspraktikad (ingl *dark participation*) on Quandt jt (2022) järgi üksikisikutele ja ühiskonnale kahju tekitav nähtus, mille alla loetakse vihakõne, valeinfo ja vandenõuteooriate levitamist. Seevastu seostavad Westlund jt (2021: 209) tumedaid osaluspraktikaid ka veebipõhise ahistamise ning meediamanipulatsiooniga. Al-Rawi ja Kim (2023) aga määravad tumedate osaluspraktikate hulka trollimise ning häbistamise. Tumedad osaluspraktikad kahjustavad sotsiaalmeedia kasutajaid, suurendades näiteks muuhulgas psühholoogilise stressi, ärevuse ja depressiooni riski (Campell *et al*, 2012; Wang *et al*, 2011; Baiden ja Tadeo, 2020; Thacker ja Griffiths, 2012).

Uurin normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute ja nende auditooriumite omavahelist verbaalset suhtlust ning selles esinevaid tumedaid osaluspraktikaid. Oma töös kasutan mõistet „normi rikkuvad mõjuisikud“, mis tähistavad teadlikult sotsiaalseid norme rikkuvate tegevuste jagamist sotsiaalmeedias pildi, video või otseülekande teel. Normi rikkuvaks tegevuseks on minu töö puhul näiteks alkoholi tarbimine ja selle jagamine sotsiaalmeedias, vihakõne, solvamine, diskrimineerimine või ropendamine (vt ptk 1.5 ja ptk 4).

Seni on Eestis uuritud häbistamisgruppide, vihakõne, valeinfo ja tühistamiskultuuri levikut sotsiaalmeedias (Lott, 2020; Muuli, 2021; Pung, 2022; Tuul, 2019; Tammet, 2017), kuid auditooriumi ja mõjuisikute rolli nende tumedate osaluspraktikate rakendamisele pole mulle teadaolevalt Eesti uuringutes veel käsitletud. Sestap pean oluliseks, et see tühimik saaks täidetud ning saaksime paremini aimu, milliseid tumedaid osaluspraktikaid auditooriumi ja mõjuisiku omavahelises kommunikatsioonis tuvastada saab. Veel enam on oluline antud tühimik täita, kuna puudub teadmine, kas ja millist rolli mängib tumedate osaluspraktikate levik sotsiaalmeedias auditooriumi käitumisel ja sotsiaalmeedia sisu tarbimisel. Tuleb aga tõdeda, et seesuguseid mõjuisikuid, kelle laivides toimub nii sõimamine, vihakõne kui mõjuainete tarvitamine, tegutseb Eesti TikToki maastikul palju ja neid tekib aina juurde. Siiani on aga selgusetu, mis on inimeste motiivid mõjuisikute jälgimisel ja toetamisel. Oma töös püüan seda selgitada ja põhjustele jälile jõuda. Samuti ei ole Eestis mulle teadaolevalt uuritud TikTakis leviva kahjuliku sisu erinevaid vorme ning esinemisi, kuid käsitletavat teemat on detailsemalt avatud Levila artiklis „Eesti täiskasvanute TikTok“ (Pärnits, 2023). Mikk Pärnits on Eesti kirjanik, tõlkija ja kultuurikriitik, kes aasta jooksul TikToki laive tegi ning teisi Eesti TikTakis tegutsevaid isikuid jälgis – nähtud eriskummalisi sõnavõtte ja tegemisi ta artiklis kirjeldabki. Tooksin siinkohal välja ühe värvika katke kõnealuselt artiklist, mis illustreerib kõige paremini, mis Eesti TikToki maastikul toimub –

„33-aastane propellermütsiga töötu mees istub peale keskööd üksinda vaatajate poolt kinni makstud hotellitoas ja karjub umbjoobe seisundis kaamerasse, kuidas ta on härra ning teda solvanud laiverid on kõõlused, kõnts. Seda õhtut vaatab reaajas tuhandeid inimesi. Selle vältel jookseb talle kontole raha. Väike raha, aga kuu peale tuleb ikka midagi kokku. Suuremad summad kantakse otse pangakontole. Ta on töötu, kes käib taksoga restoranis ning nädalas paar korda brändiriideid šoppamas. Poeskäiku striimimise ajal teeb keegi tsätis nalja, et ega mees endale kuldketti ei tahaks. Ei taha, ühmatakse vastu ning seiklus jätkub. Kuid kuldkett poleks võimatu saavutus.“ (Pärnits, 2023).

Selleks, et kirjeldada normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute jälgimise motiive ja laivides levivaid tumedaid osaluspraktikaid, viisin läbi kaheosalise uuringu. Uuringu esimeses etapis vaatlesin 14 päeva jooksul TikToki laive. Kaheksa mõjuisiku laivist moodustus 213 kõnelõigu ja 688 kommentaariga andmekogum, mis sisaldasid tumedate osaluspraktikate tunnuseid või käisid TikToki reeglite või sotsiaalsete normide vastu. Teises etapis viisin läbi küsitluse, millele vastas kokku 126 isikut, kelle hulgas 60 isikut jälgivad ja tarbivad normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute sisu või on nendest mõjuisikutest kuulnud. Oma töös võtan fookuse tumedatele osaluspraktikatele – lisaks on ka TikToki reeglite ning normide vastane käitumine ja kõne heaks täienduseks, kuna aitavad laiemat konteksti mõista.

Bakalaureusetöö esimeses peatükis tutvustan töö teoreetilisi ja empiirilisi lähtekohtasid: annan ülevaate sotsiaalsetest normidest ja struktuuridest, sotsiaalmeediast ja TikTokist, sotsiaalmeediakasutusest Eestis ning mõjuisikutest ja mikrokuulsustest. Lisaks kirjeldan tumedate osaluspraktikate tunnuseid ja avan mõisteid nagu häbistamine ning vihakõne. Samuti annan ülevaate normi rikkuvate mõjuisikute võimalikust auditooriumist ning nende motiividest mõjuisikute jälgimisel. Teises peatükis püstitan bakalaureusetöö eesmärgi ja sõnastan uurimisküsimused. Kolmandas peatükis tutvustan uuringu valimeid ja nende kujunemist, kirjeldan andmekogumis- ja analüüsimeetodeid. Neljandas peatükis esitan bakalaureusetöö tulemused vastavalt püstitatud uurimisküsimustele. Viimases sisulises peatükis teen järeldused ja analüüsin töö olulisemaid leide. Lisaks toon välja meetodi- ja valimikriitika ning annan soovitusi edasisteks võimalikeks samalaadseteks uuringuteks. Samuti käsitlen töös olulisel kohal olevat eetilist raamistikku.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Selles peatükis tutvustan peamisi teoreetilisi ja empiirilisi lähtekohti: kuidas avalduvad sotsiaalmeedias sotsiaalsed normid ja struktuurid, milliseks on kujunenud sotsiaalmeedia kasutamine ja mis ohukohti peidab endas üks populaarseimad sotsiaalmeediaplatforme TikTok. Lisaks kirjeldan, milline näeb välja sotsiaalmeediakasutus Eestis ja teen ülevaate, millised on erinevad tumedad osaluspraktikad, kuidas need sotsiaalmeedias normi rikkuvate mõjusikute ja nende auditooriumi omavahelises suhtluses avalduda võivad.

1.1. Sotsiaalsed normid ja struktuurid

Sotsiaalmeediat võib käsitleda kui keskkonda, milles kehtivad oma reeglid, tavad ja struktuurid. Sinna on kogunenud inimesed eri ühiskonnagrupidest, luues teatavad normid, mille järgi kasutajad käituma peaksid. Näiteks võib sotsiaalmeedias pidada normaalseks oma isiku varjamist, mida vahetus suhtluses on aga pea võimatu saavutada. Samuti on sotsiaalmeediasse postitatud info salvestatav, jagatav ning taasloodav, mis aga erineb võrguvälisest suhtlusest, kus iga hetk on kordumatu ning salvestatav vaid teatud viisidel – lisaks on sotsiaalmeedias jagatav info avalik ja kättesaadav. Giddensi (1984: 25) strukturatsiooniteooria kohaselt on ühiskond dualistlik struktuur, mis oma normide ja reeglitega ühelt poolt võimaldab inimeste tegutsemist, teisalt piirab neid. Clinardi (1998: 10) järgi on normid ühiskonnaliikmete ootused, mis reguleerivad, kuidas grupiliikmete omavahelised suhted toimima ning inividid seejuures käituma peaksid. Normid varieeruvad ka ühiskonnas vastavalt sellele, kuidas grupiliikmed neid aktsepteerivad ning edasi kannavad (Clinard, 1998: 10; Lemley, 1998: 1267).

Grupiliikmed õpivad, omandavad ja kannavad norme järjest edasi ning võtavad seejuures omaks vaid need normid, mis on neile juba tuttavlikud (Clinard, 1998: 10). Lisaks ei taju inividid teatud grupi või ühiskonna toimimist enda moodi, vaid nende maailmataju on suuresti mõjutatud nende grupi tõekspidamistest, tavadest ja reeglitest (*ibid.*). Sotsiaalmeedia platvormide kontekstis võib gruppe käsitleda ka kui kindla sisulooja auditooriumi või loodud kommuuni liikmeid. See on minu uuringu eesmärki silmas pidades oluline, kuna eri mõjusikute jälgijad lähtuvad kergelt erinevatest normidest ja tavadest, mis mõjusik ise on oma kommuuni või auditooriumi jaoks loonud ja paika pannud ning mille tema auditoorium on omaks võtnud.

Seevastu muutub normide järgimine ja grupiliikmete haldamine seda keerulisemaks, mida suuremaks need grupid muutuvad (Lemley, 1998: 1268). Nimelt võib gruppide suurenemine tuua kaasa näilise indiviidi anonüümsuse, mistõttu taju sotsiaalsetele normidele, piirangutele ja reeglitele hakkab hääbuma ja neist ollakse rohkem alati üle astuma (*ibid.*). Sotsiaalmeedia on seetõttu normivastase käitumise uurimise kohana sobiv, kuna platvormide kasutajate hulk on suur ning lisaks näilisele anonüümsusele on kasutajatel võimalik oma identiteeti ka varjata või võltsida. Minu uuringu kontekstis on gruppide suurenemise ja normidest üleastumise fenomeni oluline silmas pidada, kuna see illustreerib, miks ka normi rikkuvad mõjusikud oma tegude tagajärgi ehk niivõrd ei teadvusta. Sama võib väita ka nende mõjusikute jälgijate kohta, kellel on erinevalt jälgitava isikuga oluliselt lihtsam oma identiteeti varjata ning ka tagajärgi silmas pidamata oma tegevuses tumedaid osaluspraktikaid kanda.

Tumedaid osaluspraktikaid võib käsitleda kui normivastast käitumist, lähtudes sotsiaalmeedias kehtestatud arusaamisest ning omaks võetud normidest, mille alla kuuluvad nii platvormide ametlikud reeglid kui erinevates sotsiaalmeedia kogukondades omaks võetud normid (Muddiman, 2017). Lisaks kommentaariumites toimuvale normivastasele käitumisele, nagu trollimine, vihakõne levitamine ja häbistamine, võib normist üleastumisteks lugeda ka aususe või faktide esitamisega seotud käitumisnormide vastu eksimist – näiteks valeuudiste, desinformatsiooni ning vandenõuteooriate levitamist (Lazer *et al.*, 2018; Bennett ja Livingston, 2018; Wardle ja Derakhshan, 2017; Kaiser, 2017).

Giddensi (1984) strukturalistliku teooria järgi suunavad inimeste käitumist neid ümbritsevad struktuurid, mille kohaselt võib TikToki algoritmi käsitleda kui sotsiaalset struktuuri, mille eeldusteks on, et inimeste käitumine ei sõltu ainult inimestest endast ning ühiskond ei sõltu ainult inimestest. Sotsiaalmeedia struktuuride raames on inimeste käitumine piiratud – sotsiaalmeedias on piiravaks keskkonnaks platvormide algoritmid, erinevate gruppide reeglid ning platvormi enda reeglid. Just TikToki algoritmi toimimine teeb platvormil toimuva väga huvitavaks, kuna kasutaja näeb just seda sisu, mis talle ette söödetakse, seejuures algoritmi rolli täheldamata (Schellewald, 2021: 1439). See aga võimaldab järeldada, et kasutaja ise ei pruugi täheleegi panna, kui juhuslikult näiteks häbistavale või alandavale sisule peatuma jäädes sellesarnased videod edaspidigi korduma hakkavad, võimaldades tumedaid osaluspraktikaid rakendavatel mõjusikutel kõlapinda saada.

1.2. Sotsiaalmeedia ja TikTok

Sotsiaalmeedia muutub iga aastaga üha populaarsemaks, mida näitab ka 2024. aasta statistika, mille järgi on sotsiaalmeedias 5,04 triljonit kasutajat maailmas – see moodustab veidi üle 60% kogu maailma rahvastikust (Kemp, 2024a). Siinkohal on aga oluline rõhutada, et iga sotsiaalmeedia kasutaja taga ei pruugi olla üks inimene, mistõttu võib ka statistika olla moonutatud. Sotsiaalmeediat kasutab ligi 84% maailma täisealisest elanikkonnast ning veidi üle poole (53,5%) kasutajatest on mehed (*ibid.*). Küll aga on oluline välja tuua, et kuna alla 16-aastaste sotsiaalmeediakasutajate kohta ei saa infot koguda, ei ole võimalik alaealiste sotsiaalmeediakasutust kaardistada ega täie kindlusega öelda, kui suure osa kogutud statistikast moodustavad alaealised isikud, kes sotsiaalmeedia kontol oma vanuse kohta eksitavat infot on andnud. Kui võtta fookus Euroopale, kasutab Põhja-Euroopas sotsiaalmeediat 81,7% elanikkonnast, Ida-Euroopas 70,4%, Lääne-Euroopas 80,2% ja Lõuna-Euroopas 74,8% sealsest täisealisest elanikkonnast (*ibid.*). Võrreldes Euroopa näitajad teiste maailma osadega, ollakse sotsiaalmeedia kasutamise poolest esikohal.

Kõige populaarsemad sotsiaalmeediaplattformid 2024. aasta andmetel on Facebook, YouTube ja WhatsApp. Järgnevad Instagram, TikTok ja Wechat (*ibid.*). Seevastu on 16-64-aastaste aktiivsete sotsiaalmeedia kasutajate lemmik plattform hoopis Instagram (*ibid.*). Sellele järgneb WhatsApp, Facebook, WeChat ja TikTok (*ibid.*). Võrreldes 2023. aastaga on sotsiaalmeedia kasutajate arv suurenenud 266 miljoni võrra – seevastu on sotsiaalmeedia igapäevane kasutamise aeg hakanud hoopiski vähenema (5,5% aastas) (*ibid.*). Sellist muutust seostatakse asjaoluga, et kasutajad otsivad platvormidelt pigem kvaliteetset sisu ja on järjest kriitilisemad selle osas, mida nad tarbivad (*ibid.*). Viimane on minu uuringu seisukohalt oluline, kuna on vastuolus minu uuringu fookuses olevate mõjuisikute sisuga.

Üheks viimase kümnendi kiiremini kasvavaks sotsiaalmeedia platvormiks on TikTok, mida on praeguseks alla laaditud üle 4,1 miljardi korra (Dean, 2024). TikTok on sotsiaalmeediaplattform, mis loodi 2016. aastal Hiinas, kus on see tuntud ka Doyin nime all – plattform lansseeriti 2017. aasta septembris (*ibid.*). Võrreldes 2018. aasta andmeid 2020. aastaga, suurenes TikToki kasutajate arv 1157,76% (*ibid.*). TikTok on kättesaadav 158 riigis, kuid on täielikult keelatud Nepalis, Pakistanis ning Afganistanis (ETtech, 2024). Samuti on TikToki platvormi keelatud kasutada riigiametnikel Ameerika Ühendriikides, Indias, Austraalias, Belgias, Kanadas, Prantsusmaal, Uus-Meremaal, Ühendkuningriigis ja Euroopa Liidu Komisjoni liikmetel tulenevalt võimalikust ohust riigisaladuste lekkimiseks (*ibid.*).

TikToki enda sõnul on nende missioon inspireerida loovust ja tuua inimestele rõõmu, võimaldades kasutajatel luua, jagada ja tarbida lühivideote vormis sisu (TikTok's DSA Transparency Report, 2023: 2; Schellewald, 2021: 1437). TikTok teeb teiste sotsiaalmeedia platvormide seas eriliseks selle ainulaadne algoritm ning toimimismehhanism. Erinevalt teistest platvormidest jääb TikToki hetkel vaadatav video automaatselt korduma, seni kuni kasutaja ise järgmise video peale liigub (Schellewald, 2021: 1439). Seejuures on TikTok soovitusalgoritm loodud arvestama kasutaja personaalseid eelistusi ja käitumist, kuvades kasutajale platvormi „For You Page“il ehk personaliseeritud soovitude lehel lõputult sisu, mida algoritm kasutaja varasema käitumise – postituste meeldimise, jagamise, kommenteerimise, salvestamise ja vaatamise – järgi sobivaks peab (Schellewald, 2021: 1438). TikTok täisealistel kasutajatel on alates 2021. aastast võimalik soetada reaalse valuuta eest TikTok enda raha ehk münte, mille eest saab osta virtuaalseid ehk platvormisisesid liikuvate ikoonide kujul kingitusi, mis ei ole tagastatavad ega rahaks või müntideks ümber vahetatavad (TikTok Mündieeskiri, 2022). TikTok sõnul on kingituste saatmine mõnele sisuloojale viis näitamaks oma tunnustust ja poolehoidu (*ibid.*). Küll aga ei kanta kingituste saatmisega kohe raha kingi saajale üle – loeb kingituste tüüp ja arv, mis kalkuleeritakse ümber vastavalt kasutaja populaarsusele (*ibid.*). See TikTok laiendus võimaldab ka brändidega koostööd mitte tegevatel sisuloojatel platvormil tegutsedes otsesest tulu teenida.

Enamasti otsitakse TikToki naljakaid videoid või muud meelt lahutavat sisu, samas jälgitakse seal ka brände ja tooteid, hoitakse end kursis viimaste uudistega, suheldakse pere ja sõpradega ning jagatakse ise pilte ning videoid (Kemp, 2024a). TikTok on ühiskonnas tuntud kui eeskätt noorema generatsiooni seas populaarne sotsiaalmeedia platvorm, mille kasutajatest 1,218 miljardit on vanuses kuni 18 eluaastat (Dean, 2024). Lisaks nähakse TikToki pigem „lapsiku“ ja „jabura“ meelelahutusplatvormina (Roose, 2018). Lõbusa ja kiiresti tarbitava sisu taga peidab end aga TikTok tumedam pool. TikTok unikaalsed omadused ja algoritmid muudavad selle teiste sotsiaalmeedia platvormide seas eriti problemaatiliseks (Weimann ja Masri, 2020).

Sellel põhjal märgib TikTok, et nende prioriteet on kommuuni heaolu ning ohutus, mistõttu töötab platvormil üle 40 tuhande spetsialisti, kes kasutajate ohutuse tagada püüavad (TikTok's DSA Transparency Report, 2023: 2). TikTok teenuse tingimustes (TikTok Terms of Service, 2023) on kirjas, et kasutaja loodud sisu ei tohi:

- rikkuda kellegi teise inimõigusi;
- kujutada kuritegu või ohtlikku tegevust, mis võib põhjustada tõsiseid vigastusi, surma, enesevigastamist või anda selleks juhiseid;

- levitada kahjulikku väärinfot, mis näiteks õhutab vihkamist, eelarvamusi või mis eksitab valimistel või muudes ühiskondlikes protsessides;
- sisaldada mis tahes liiki ähvardamist või mis hirmutab või ahistab teisi;
- mõnitada, alandada, häbistada, hirmutada või vigastada teisi;
- olla rõve, pornograafilist või seksuaalset materjali propageerivad;
- olla vaenulik või vaenu õhutav;
- sisaldada või propageerida vägivalda või diskrimineerimist rassi, etnilise päritolu, rahvusliku kuuluvuse, usutunnistuse, kihtide, seksuaalse sättumuse, soo, seksuaalse identiteedi, raske haiguse, puude, immigrandi staatuse või vanuse alusel;
- sisaldada muul viisil kahjulikku sisu, näiteks sisu, mis põhjustab füüsilist, vaimset või moraalselt kahju alaealistele.

TikToki digitaalteenuse seaduse läbipaistvuse raportis märgitakse, et 2023. aasta septembris eemaldati platvormilt ligi 4 miljonit ühikut sisu (TikTok's DSA Transparency Report, 2023). Kusjuures kasutajad ise märkisid 35 000 videot sobimatuks (*ibid.*). Kahjuliku tegevuse ning ohtlike sõnumite levik võib viidata sellele, et TikTok hoolimata oma „missioonist pakkuda auditooriumile ohutut kohta aja veetmiseks“ (*ibid.*) ei ole siiski suutnud kasutajate heaolu ning turvalisust tagada. Jätkuvalt võib TikToki varjukülgedel leida paremäärmuslike kontode ja terroristide tegevust, kes õhutavad muuhulgas rassismi, natsionalismi, fašismi, LGBTQ-vastasuse ja šovinismi ideoloogiaid (Hoffman ja Ware, 2020). Lisaks leiab TikTokist pornograafilise sisuga videoid, aga ka kuritegelike sõnumite ja loomade väärkohtlemist pooldavat sisu (Weimann ja Masri, 2020). 2019. aastal raporteeriti TikTakis, et seal levivad terroristirühmituse ISIS (ingl *The Islamic State of Iraq and Syria*) grupeeringu videod (Feuer, 2019), milles esinevad ISIS-e sõdurid relvade ja laipadega ning üles on laaditud ka videoid inimeste maha löömistest (Wells, 2019). Minu töö kontekstis on eelnevalt väljatoodud oluline just seetõttu, et nii paremäärmuslike sõnumite ja vägivaldse sisu kui ka normi rikkuvate mõjuisikute kõlapind ning mõju on võimalik tänu TikToki soovitusalgoritmidele, mis võimaldavad platvormil sisu loojatel jõuda just neile sobiv auditoorium ja pooldajad.

Lisaks paremäärmuslikele ja terroristlikele sõnumitele levib TikTakis aktiivselt ka vihakõne, mis on pahatihti suunatud teisest rassist või religioonist isikute ja gruppide pihta, kutsudes üles neid hävitama ja kahjustama (Cox, 2018). Tänu TikToki „*For You*“ lehele ei pea kontodel olema tuhandeid jälgijaid, et minna oma videotega viraalseks, mistõttu saab levida ka pahatahtlik sisu, millele satutakse juhuslikult (Weimann ja Masri, 2020). TikToki läbipaistvuse raportis tuuakse

välja, et kõige rohkem eemaldati platvormilt 2023. aasta septembri kuu jooksul sisu, mis eksis tundlike ja vaid täiskasvanutele sobivate teemade, reklaamireeglite, noorte turvalisuse ja heaolu reeglite ning ühiskonna turvalisuse reeglite vastu (TikTok's DSA Transparency Report, 2023: 9). TikToki kasutajad ise on kõige enam raporteerinud finantskuriteoga seotud, ahistavat või ähvardavat, privaatsust rikkuvat ning viha õhutavat sisu (TikTok's DSA Transparency Report, 2023: 12).

Samas on Westlund (2021: 212) märkinud, et ükskõik kui head kavatsused platvormi loojatel ja tehnoloogia ettevõtetel ka kasutajate heaolu, turvalisuse ning privaatsuse huvides ka poleks, leiavad inimesed siiski alati viise, kuidas platvormil tumedaid osaluspraktikaid (vt ptk 1.4) enda huvide ja motiivide jaoks rakendada. Kirjeldatud olukord on minu bakalaureusetöö seisukohast oluline, kuna illustreerib tõsiasja, et TikToki reeglitest ja tingimustest olenemata saavad nii kahjustavad, viha õhutavad, terroristlikud kui ka paremäärmuslikud ideoloogiad ja sõnumid siiski väga edukalt levida ja sel moel endale toetajaid ning vaatajaid koguda. Kahjustavate, terroristlike ja paremäärmuslike sõnumite levikut ei ole Eesti mõistes aga võimalik hinnata, kuna sellekohane statistika puudub ning uuringuid kahjulike sõnumite leviku kohta Eestis läbi viidud pole. Oma töös keskendun seetõttu tumedate osaluspraktikate, sealhulgas kahjustava ja viha õhutava sisu levikule Eesti TikTokis.

1.3. Sotsiaalmeediakasutus Eestis

Varem on sotsiaalmeediakasutust Eestis uuritud eelkõige seoses noorte interneti ja meedia tarbimise harjumustega (vt Siibak, 2020; Murumaa-Mengel ja Siibak, 2019) ning seoses ettevõtete ja riigiasutustega (vt Pauskar, 2012; Aalep, 2019; Rebane, 2016; Tetsmann, 2020; Kostabi, 2013). Küll aga ei ole lähemalt uuritud eestlaste sotsiaalmeediakasutust TikToki või sealse kogukonna vaatest, sealhulgas ei ole tumedatele osaluspraktikatele sotsiaalmeedias erilist tähelepanu pööratud. Kuigi üle maailma suureneb sotsiaalmeedia kasutajate hulk iga aastaga (Kemp, 2024a), on Eestis hakanud see näitaja vähenema (Kemp, 2024b). Seda enam on oluline uurida erinevatel sotsiaalmeedia platvormidel toimuvat ka Eesti kontekstis.

2024. aasta andmetel kasutab Eesti 1,32 miljonist elanikust veidi alla 80% sotsiaalmeediat (Kemp, 2024b). Siinkohal tuleb jällegi meeles pidada, et ühe isiku kohta võib olla sotsiaalmeedias registreeritud mitmeid kasutajakontosid ning iga konto taga ei pruugi füüsilist isikut olla – see tähendab, et kontod on loonud ka robotid ning programmid (ingl *bot*) –, mistõttu võivad ka esitatud

andmed tegelikkusest mõnevõrra erineva (*ibid.*). Eestlaste seas on jätkuvalt populaarseimaks sotsiaalmeedia platvormiks Facebook, mida kasutab 2024. aasta andmeil ligi 10 000 kasutajat vähem kui 2023. aasta alguses (*ibid.*). Eestlaste seas populaarsuselt teist sotsiaalmeedia platvormi Instagrami kasutab ligi 473 100 Eesti inimest – ka seal on kasutajate arv langenud (*ibid.*).

Minu töö fookuses olev TikTok Eesti top 10 populaarseima platvormi hulka aga ei kuulu (Kemp, 2024b). Samas selgub Eesti telekomoperaatori Elisa avaldatud 2022. aasta statistikast, et võrreldes 2021. aasta andmetega on TikToki kasutusnumbrid tõusnud ligi 140%, suutes pakkuda konkurentsi ka YouTube'i platvormile (Elisa, 2022). 2024. aasta alguses oli TikToki 396 000 täisealist Eesti kasutajat (Kemp, 2024b). TikToki puhul ei ole võimalik koguda alaealistega seonduvaid andmeid (*ibid.*), mistõttu ei ole ka võimalik hinnata, kui palju 13-18-aastaseid (k.a) noori seda platvormi kasutab või kui suure osa statistikast moodustavad valeandmetega kasutajakontod. Pean oma uuringu kontekstis Eesti mõistes TikTokki siiski oluliseks platvormiks, kuna see on muutumas üha populaarsemaks ning selles levivale kahjulikule sisule on juurdepääs ka alaealistel.

Sarnaselt ülejäänud maailmale kaasnevad ka Eestis sotsiaalmeedia kasutusega erinevad probleemid ja ohud. Lisaks sotsiaalmeedias ringlevatele valeuudistele ja häbistavale ning viha õhtutavale sisule on üheks murekohaks ka kasutajate vaimne tervis, mida aga peetakse kohati meedias ülepaisutatud probleemiks (Rozgonjuk *et al*, 2023). Ühe võimaliku sotsiaalmeedia negatiivse mõjuna inimese vaimsele tervisele on välja toodud sotsiaalse võrdluse momenti – kasutaja kõrvutab oma oskusi, omadusi ja arvamusi teistega, et sedasi oma minapilti täiustada (*ibid.*). Uuringute kohaselt võrdlevad inimesed end enamasti kellegi endast edukamaga, mis võib aga tekitada negatiivseid emotsioone ja seega heaolu halvenemist (Gugushvili *et al*, 2020). Minu uuringu kontekstis pakub mulle huvi, kas normi rikkuvate mõjuisikute jälgijad tunnevad teatavat heameelt, positsioneerides mõjuisikud endast sotsiaalselt allapoole ning kas selline võrdlusmoment võib olla teatavaks motivaatoriks normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel.

1.4. Mõjuisikud ja mikrokuulsused

Mõjuisikud, teisisõnu ka „suunamudijad“, „Instagrammerid“, „YouTuberid“ või „bloggerid“ on Abidini (2015:1) järgi igapäevased internetikasutajad, kes omavad tavakasutajatest märgatavalt suuremat jälgijaskonda. Turundusvaldkonnas käsitletakse mõjuisikut kui interneti mikrokuulsust, kelle võimuses on oma tegevusega mõjutada oma auditooriumi ostukäitumist (Solis, 2016: 4).

Mõjuisikuga teevad tasustatud koostööd erinevad brändid, kes läbi mõjuisiku oma tooteid või teenuseid müüa soovivad, mistõttu ei pruugi mõjuisiku jagatud arvamus ning kogemus reklaamitavast tootest või teenusest objektiivne olla (Bladow, 2018; De Veirman *et al*, 2017).

Oma töös käsitlen ma tavapärastest suunamudijatest erinevaid mõjuisikuid, kes tegelevad sotsiaalsete normidega vastu minevate tegevustega – näiteks tarbivad laivides alkoholi, tubakatooteid ja keelatud mõjuaineid, teevad vihakõnet ja söimavad oma vaatajaid ning teisi mõjuisikuid – ja püüavad sellega oma jälgijate tähelepanu. Kuna varasemates uuringutes ei ole sotsiaalsetest normidest üle astuvate ja sotsiaalmeediaplatvormide reegleid rikkuvate mõjuisikute kohta eraldi mõistet välja pakutud, on minu hinnangul oluline eristada neid tavapärastest sisuloojatest, pakun välja mõiste „normi rikkuvad mõjuisikud“. Need normi rikkuvad mõjuisikud koguvad oma normivastase käitumisega ka annetusi, mis on tavapäraste mõjuisikute teenimisvõimalustest samuti erinev.

DataReportalis avaldatud Simon Kemp'i uuringu (2024a) andmetel on maailma TikTok'i mõjuisikutest suurima jälgijaskonnaga Khabane Lame, kelle kontot jälgib 161,6 miljonit kasutajat. Talle järgnevad Charli D'Amelio (151,7 mln), Bella Poarch (93,9 mln) ja MrBeast (92,6 mln). Kõik välja toodud mõjuisikud loovad enda kontodele põhiliselt meelelahutuslikku sisu, mis on ka üheks peamiseks põhjuseks, miks TikToki kasutatakse. Eestis tegutsevate tuntud mõjuisikute jälgijaskonna numbrid on maailma mastaabis muidugi väikesed, kuid meie elanikkonna suurust arvestades siiski olulised. Eesti suurima jälgijaskonnaga TikTok'i mõjuisik on Trannot (472,3 tuhat jälgijat) (Promoty koduleheküljel, i.a). Samuti omavad suurt jälgijaskonda tiktokkerid, nagu Roosabanaanine (161,4 tuhat), Maria Rannaväli (144,9 tuhat) ning Martenraud (137,2 tuhat) (*ibid.*). Välja toodud mõjuisikute sisu on samuti pigem meelelahutuslik. Lisaks sellele teenivad nad sotsiaalmeedia abil elatist, tehes muuhulgas koostööd mõne brändi või ettevõttega. Antud teadmine on minu töö mõistes oluline, kuna tekitab hea võrdlusmomenti populaarsete Eesti mõjuisikute ja töö fookuses olevate normi rikkuvate mõjuisikute vahel. Seda eelkõige auditooriumi suuruse, loodud sisu temaatika ja eesmärgi kontekstis.

Siinkohal on aga oluline pöörata tähelepanu asjaolule, et mõjuisikuid, kes teevad brändidega koostööd või püüavad oma tegevusega jälgijate ostukäitumist mõjutada, ei saa võrdsustada nende mõjuisikutega, kes on minu töö fookuses. Nimetan viimaseid siiski mõjuisikuteks, kuna ka nende tegevusel on tahes tahtmata mõju nende jälgijatele, küll aga ei ole see mõju seotud ostuotsuse kujundamisega ega ole ühegi ettevõtte eesmärgile orienteeritud, vaid nende tegevusel on potentsiaalne mõju normide ja arusaamade kujundamisel. Lisaks on oluline mõista asjaolu, et minu

töö keskmises olevald normi rikkuvad mõjuisikuid ei saa otsesõnu käsitleda kui avaliku elu tegelasi, mida aga saab teha teiste, muuhulgas eelnevalt välja toodud mõjuisikute, teisisõnu ka suunamudijate (ingl *influencer*) ning sisuloojate puhul. Erinevalt tavapärastest mõjuisikutest ei tegutse normi rikkuvad mõjuisikud mõne brändi või ettevõttega koostöös, vaid jagavad sarnaselt traditsioonilistele mõjuisikule sotsiaalmeedia vahendusel auditooriumiga enda igapäevaelu ja mõtteid, seejuures tulu teenides. Tihti ei ole jagatud sisu aga TikToki teenuse tingimustega (TikTok Terms of Service, 2023) kooskõlas, mistõttu võib see vaatajaid häirida, solvata või muudmoodi kahjustada (vt ptk 1.5).

2023. aasta mais avaldatud Levila artiklis kirjeldab Pärnits, milliseks on kujunenud Eesti täiskasvanute TikToki maailm. Tema läbiviidud vaatlusest selgub, et nii mõnestki „töötust alkohoolikust ja eluheidikust“ on saanud mõjuisikud, kes oma elu igapäevaselt TikTok laivides näitavad (Pärnits, 2023). Pärnits on märkinud, et tema vaatluse all olevad Eesti TikToki skeenel tegutsevad mõjuisikud on justkui „Võsareporterit“ ning „Eestlaste kolmnurga“ kontingent – seejuures on mõjuisikud saanud luua endale sisuliselt isikliku kanali, millele jälgijaid koguda (*ibid.*). Pärnitsa läbi viidud osalusvaatlus annab mõista, miks saab normi rikkuvaid mõjuisikuid tavapärastest sisuloojatest erineva ühiskonnagrupina käsitleda.

Mõjuisikute kõrval võib eraldi sisuloojatena käsitleda ka mikrokuulsuseid. Mikrokuulsused (ingl *microcelebrity*) on sotsiaalmeedia keskkondade kasutajad, kes loovad sotsiaalmeedia platvormidele sisu eesmärgiga luua endast isikupärane ja autentne kuvand, tihtipeale on sellisteks isikuteks just blogijad (Siibak, 2020: 22). Mikrokuulsused püüavad erinevaid meetodeid kasutades koguda endale „sotsiaalset, kultuurilist või majanduslikku kapitali“ ja saada seeläbi mingi vähemuse või kultuuri osa tunnustust (*ibid.*). Nende jälgijaskonna jaoks on mikrokuulsused aga arvamusiidriteks ning mõjutajateks, mistõttu on nende kohta kasutusele tulnud ka väljend „suunamudija“ (*ibid.*). Võrreldes mikrokuulsuseid minu töö fookuses olevate normi rikkuvate mõjuisikutega, on nende teatavaks sarnasuseks eesmärk luua endast mingi kuvand ning koguda endale mõne ühiskonnagrupi tunnustus.

Normi rikkuvate mõjuisikute eripära on ka tumedate osaluspraktikate rakendamine enda auditooriumiga suhtluses. Hinnang „tume“ ei ole siinkohal minu isiklik arvamus, vaid on tuletatud varasematest uuringutest, kus kasutatakse mõistet „*dark participation*“ ehk tõlkes tumedad osaluspraktikad, mis tähendab sotsiaalsete normide vastast käitumist, mille hulka kuuluvad näiteks trollimine, vihakõne levitamine, häbistamine ja alandamine, desinformatsioon ja valeinfo

levitamine ning vandenõuteooriad ja meediamanipulatsioon (Al-Rawi ja Kim, 2023; Quandt *et al*, 2022; Westlund *et al*, 2021).

1.5. Tumedad osaluspraktikad

Quandt jt (2022) on kirjeldanud tumedaid osaluspraktikad kui üksikisikutele ja ühiskonnale üldist kahju tekitavat nähtust, mille alla loetakse vihakõne (vt ptk 1.5.1), valeinfot ja vandenõuteooriaid. Seevastu on Westlundi jt (2021: 209) järgi tumedate osaluspraktikatega seotud veel ka veebipõhine ahistamine ning meediamanipulatsioon. Al-Rawi ja Kim (2023) määravad tumedate osaluspraktikate hulka lisaks trollimise ehk näiteks teise kasutaja tegevuse kritiseerimise, tema häbistamise (vt ptk 1.5.1) või endast välja viimise. Sellised praktikad ohustavad aga sotsiaalmeedia kasutajate heaolu üle maailma, suurendades psühholoogilise stressi, ärevuse, depressiooni ja enesetapumõtete riski (Campell *et al*, 2012; Wang *et al*, 2011; Baiden ja Tadeo, 2020; Thacker ja Griffiths, 2012).

Empiirilised uuringud on näidanud, et tumedad osaluspraktikad on seotud nartsissistlike, sadistlike ja psühhopaatiliste isiksuseomadustega (Chabrol *et al*, 2009; Buckles *et al*, 2014). Lisaks on leitud, et internetitrollid naudivad nii teiste otsest kahjustamist kui ka selle kõrvaltvaatajana jälgimist, mille põhjuseks võib olla igavus, enda lõbustamine või kättemaks (Thacker ja Griffiths, 2020). Üheks motiveerivaks teguriks teiste inimeste kahjustamisel on ka kahjurõõm (saksa „*schadenfreude*“) (Cikara, 2015) ehk olukord, kus isik saab kasu ja tunneb heameelt teise inimese ebaõnnestumisest (Smith *et al*, 2009). Kahjurõõm on seotud enesehinnangu, alavääristamise, kadeduse ja pahameelega teise inimese suhtes (Feather *et al*, 2013). Antud töö kontekstis huvitab mind, mis just Eesti TikToki normi rikkuv mõjuisikuid ja nende auditooriumi tumedaid osaluspraktikaid kasutama ajendab. Välismaises kirjanduses on samuti veel vähe teada tumedate praktikate harrastajate motivatsioonide kohta (Baccarella *et al.*, 2018; Quandt *et al.*, 2022; Westlund, 2021), mille parendamisse loodan enda tööga panuse anda.

Järgnevalt toon eraldi välja tumedad osaluspraktikad, mida enda uuringus vaatlen, ja nende võimalikud negatiivsed mõjud. Lisaks selgitan tumedate osaluspraktikatega seotud termineid ja nende kasutamist. Minu töö fookuses olevad tumedad osaluspraktikad on häbistamine ja vihakõne.

Häbistamine

Veebipõhine avalik häbistamine on protsess, mille käigus laetakse foto, video või teksti vormis häbistava, taunitava ja halvaks panu saava teguviisi jäädvustus sotsiaalmeediaplatformile üles, et suurendada häbistatava isiku häbitunnet avalikkuse ees (De Vires, 2015: 2055). Internet ja sotsiaalmeedia on avalikule häbistamisele eriti soodsaks pinnaseks, kuna võimaldab häbistavat sisu spetsiaalselt otsida, lõputult kopeerida, jagada ja kustutada (Boyd, 2010). Veebipõhise häbistamise eesmärk võib olla seejuures ühe konkreetse indiviidi taunitava käitumise esiletõstmine (Finley ja Johnson, 2019) või laiema grupi ühine häbistamine (Trice *et al*, 2019).

Braithwaite (1989) jagab häbistamise mõiste kaheks: reintegratiivne ja desintegratiivne häbistamine. Reintegratiivne häbistamine väljendab olukorda, mil grupi poolt häbistatu võetakse peale ajutist halvaks panu kogukonda tagasi (*ibid.*). Seevastu desintegratiivse häbistamise korral heidetakse häbistatu grupist välja ning toimub seega ühiskonna lõhenemine, kusjuures sel puhul on heidiku naasmine ühiskonda ebatõenäoline (*ibid.*). Häbitunnet peetakse üheks tugevamaks ja olulisemaks tundeks, mis võib inimeses tekitada emotsionaalset valu ja süütunnet (Garvey, 1998), mõjutades kogu inimese enesekäsitlust (Spatz, 2002). Häbitunne tekib inimeses juhul, kui teadustatakse oma tegevuse või selle tagajärje naeruväärsust või ebakohasust (De Vires, 2015: 2054). Häbistamise kasutamist karistusena peetakse julmaks, ebainimlikuks, alavääristavaks teoks, mistõttu ei peeta seda alati õigeks (Garvey, 1998). Seevastu on Youngi (2007) järgi häbistamine üheks viisiks, kuidas sotsiaalseid norme ja inimeste käitumismustreid reguleerida ja kontrollida. Samuti mõjutavad need indiviidi igapäevaseid harjumusi ja põhiväärtusi (Asch, 1955).

Seevastu on Murumaa-Mengel ja Lott (2023) märkinud, et viimasel ajal on veebikeskkonnas täheldada lisaks varasematele sanktsioneerivatele häbistamisliikidele aga meelelahutusliku häbistamise levikut. Meelelahutuslikul eesmärgil häbistamine tähendab häbistamist ainuüksi häbistamise pärast (*ibid.*) Meelelahutusliku häbistamise puhul on fookuses pigem häbistaja ise, kuivõrd häbistatav – häbistaja saab oma tegevusest naudingut, kogub toetust ja saab võimaluse kuuluda mingisse gruppi (*ibid.*). Minu uuringu kontekstis pean häbistamist kui tumedat osaluspraktikat oluliseks, kuna ka selle meelelahutuslik pool võib olla üks põhjustest, miks normi rikkuvaid sisuloojaid jälgitakse.

Vihakõne

Vihakõne sotsiaalmeedias viitab olukorrale, kui mõnd gruppi või indiviidi tema rassi, päritolu, religiooni, seksuaalse sättumuse või muude tegurite pärast avalikult rünnatakse (Rodríguez *et al*,

2022). Parekh (2006) määratleb aga vihakõnet kui kõnet, mille üks eesmärk on mingi grupp või indiviid hävitada. Lisaks vihakõnele (ingl *hate speech*) saab tumedate osaluspraktikate raames rääkida ka solvavast kõnest (ingl *offensive speech*). Siiski on need kaks tumedat osaluspraktikat teineteisest veidi erinevad. Solvava kõne all peetakse silmas normide vastast käitumist või rünnakut mõne indiviidi vastu, mida saab käsitleda ka kui küberkiusamist või trollimist (Quandt *et al*, 2022: 2). Vihakõne all mõistetakse aga rünnakut indiviidi vastu põhinedes tema kollektiivsel või sotsiaalsel identiteedil (Tajfel ja Turner, 1986). Siinkohal on oluline märkida, et vihkamise õhutamine on Eesti Põhiseaduse § 12 lõike 2 järgi keelatud ja karistatav (Eesti Vabariigi põhiseadus § 12; 1992).

Euroopa Komisjoni (Reynders, 2022) andmetel on sotsiaalmeedias põhiliseks vihakõne ajendiks romade vastasus (ingl *anti-gypsyism*), ksenofoobia ja seksuaalne orientatsioon. Veel levib sotsiaalmeedias näiteks antisemitismi, moslemi-vastasuse, rassilise, religioosse ja soopõhise sisuga vihakõne (*ibid.*) Võrreldes sama uuringu 2021. aasta andmetega on vihakõne levik sotsiaalmeedia platvormide teatel suurenenud vaid TikTakis, kuigi suurima hulga vihakõnega seotud teadetest sai Facebook (*ibid.*). Kasutajate raporteeritud viha õhutavast sisust eemaldas TikTok vaid 60,2% (*ibid.*), mis on samuti ajendiks, miks keskendun oma töös just TikTakis toimuvale.

1.6. Auditooriumi motivatsioonid normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel

Tumedaid osaluspraktikaid rakendavate sotsiaalmeedia mõjuisikute auditoorium on senini kaardistamata. Samuti ei ole uuritud normi rikkuvate mõjuisikute jälgimise motivatsiooni auditooriumi vaatest. Seetõttu keskendun oma töös Eestis läbi viidud uuringule, mis on käsitlenud olemuselt pealtnäha sarnaseid auditooriume ja normi rikkuvate mõjuisikute loodud sisuga võrreldavat sisu – tõsielutelevisioon (ingl *reality TV*) ja rämpstelevisioon (ingl *trash TV*). Samuti püüan selgitada üldiselt massimeedia kasutamise motivatsioone.

Eesti televisioonis väldanud tõsielusaate „Võsareporter“ kohta tehtud uuringu tulemusena selgus, et antud saate vaataja paigutab end 10-astmelisel ühiskonna hierarhia redelil keskmiselt madalamale tasemele (Velsker, 2012). Seevastu „Võsareporter“ mittevaatajad paigutasid end keskmiselt kõrgematele astmetele (*ibid.*), ehk seadsid end sotsiaalselt teistest kõrgemale. Uuringu andmetel on „Võsareporter“ vaatajad eelkõige mehed, madalama haridustasemega isikud ning pigem keskealised või vanemad. „Võsareporter“ vaatajaid motiveerib saadet vaatama eelkõige

isiklik huvi saates kajastatud teemade ja isikute vastu (*ibid.*). Samuti motiveerib vaatajaid saates esitatavate reaalseste olukordade ja igapäevaeluliste probleemide lahendamise (*ibid.*). Veel enam toodi välja, et saate vaatajatele pakuvad huvi sealsed „eriskummalised ja veidrased saate tegelased või lõbusad ja põnevad teemad ja situatsioonid“ (*ibid.*). Minu uuringu kontekstis on eelnev teadmine oluline, kuna võib aidata mul mõista ja analüüsida Eesti normi rikkuvate TikToki mõjuisikute vaatajate motivatsiooni. Veel enam pakub mulle huvi, kuidas on võimalik paigutada vaadeldavate normi rikkuvate mõjuisikute auditoorium mingisse ühiskonnagruppi.

Auditooriumi motivatsiooni normi rikkuvate mõjuisikute jälgimises võib seostada ka tasude ja tarvete kontseptsiooniga (Katz, Blumler, Gurevich, McGuire, Mendelsohn, Rosegren, 1974). Antud teooria uuem käsitlus püüab selgitada meediatarbivate motiivide kujunemist ühiskondlikust ja psühholoogilisest raamistikust lähtuvalt (*ibid.*). Selle käsitluse kohaselt on meedia kasutamisel kolm põhilist eesmärki: (1) meedia pakutav sisu, (2) meedia jälgimine iseenesest, (3) sotsiaalne faktor (*ibid.*). Rosengreni järgi teeb inimene valiku mõne meediakanali kohta esmaselt pakutava sisu alusel ning viimaseks motiiviks meedia tarbimisel on tekkinud vajaduse rahuldamine (*ibid.*). Normi rikkuvate mõjuisikute jälgijate vaatest võib seega eeldada, et auditooriumile pakub rahuldust mõjuisikute pakutav sisu ning nende jälgimine iseenesest. Samuti võib normi rikkuvate mõjuisikute jälgimine täita mingit sotsiaalset eesmärki.

Võttes eeskujuks Ruggiero (2000) välja toodud omadused, mis kirjeldavad just *online*-keskkonna ja meediatarbija vahelist suhet, võib samuti leida potentsiaalseid motiive, miks inimesed normi rikkuvaid mõjuisikuid jälgivad. Ruggiero on välja toonud kolm olulist punkti, miks inimene *online*-meediat tarbib: (1) interaktiivsus, (2) demassifikatsioon, (3) asünkroonsus (*ibid.*). Need tunnused viitavad kasutaja aktiivsemale rollile kommunikatsioonis, võimaldades seda protsessi ise kontrollida ning võimaluse valida, millal sotsiaalmeedias pakutavat sisu tarbida (*ibid.*). Välja toodud tunnused viitavad eelkõige sotsiaalmeedia kasutamisele üldiselt, kuid võivad sellegipoolest aidata mõista, miks inimesed normi rikkuvaid mõjuisikuid jälgivad.

2. UURINGU EESMÄRK JA UURIMISKÜSIMUSED

Minu bakalaureusetöö eesmärk on kirjeldada, milliste ühikonnagruppide liikmeid Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumis esineb. Kuna Eestis ei ole varem TikToki normi rikkuvate mõjuisikute ja nende auditooriumi eripärasid ega omavahelist kommunikatsiooni uuritud ning vaadeldavale inimgrupile on keeruline ligi pääseda, ei ole võimalik teha põhjanevaid järeldusi ega üldistusi üldpopulatsiooni kohta. Veel enam püüan teada saada, mis on minu töö fookuses olevate mõjuisikute auditooriumi motiivid nende isikute jälgimisel.

Samuti on minu töö eesmärk teada saada, milliseid tumedaid osaluspraktikaid kasutavad Eesti TikToki normi rikkuvad mõjuisikud ja nende auditoorium omavahelises suhtluses. Lisaks pakub mulle huvi, kuidas auditooriumi liikmeid normi rikkuvate mõjuisikute sisu tõlgendavad ja mis tähelepanekuid nad teevad. Võttes arvesse, et samalaadset uuringut nii spetsiifilise kogukonna kohta Eestis varasemalt läbi viidud ei ole, otsustasin seada uuringule võimalikult laia fookuse ja esitada kaks põhilist uurimisküsimust ning ühe lisaküsimuse:

1. Milliseid tumedaid osaluspraktikaid on märgata Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute ja nende auditooriumi omavahelises kommunikatsioonis?
2. Mis on inimeste motiivid Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel ja nende loodud sisu tarbimisel?
 - 2.1. Kuidas tõlgendavad Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmed tarbitavat sisu ja milliseid tähelepanekuid nad seejuures välja toovad?

3. VALIM JA MEETOD

Oma töös kasutasin kombineeritult kvalitatiivsete ja kvantitatiivsete uurimismeetodite lähenemisi, et kaardistada TikToki laivides esinevaid tumedaid osaluspraktikaid ning analüüsida mõjuisiku ja auditooriumi omavahelist suhtlust. Kvalitatiivse uurimuse eesmärk on mõista inimeste käitumist, motiive ja tajuda nende mõttemaailma (Õunapuu, 2014: 52). Kvantitatiivne uurimus aga kirjeldab ja seletab mingit nähtust (Õunapuu, 2014: 55), mis on oluline ankeetküsitluse andmete töötlemisel. Kvalitatiivsete ja kvantitatiivsete andmete analüüsimiseks kasutan standardiseeritud temaatilist kontentanalüüsi, mis on sillaks kvalitatiivsete ja kvantitatiivsete meetodite vahel (Kalmus, 2015) ning kvalitatiivset sisuanalüüsi, mis võimaldab uurida tekstide sisu, piirdumata vaid sõnade loendamise (Kalmus jt, 2015). Selles peatükis kirjeldan, kuidas moodustasin valimid ja mil viisil andmekogumise läbi viisin. Lisaks tutvustan andmeanalüüsimeetodeid.

2.2. Valim

Minu bakalaureusetöö vaatlleb kaht valimit (Lisa 1): vaadeldud mõjuisikute laivides ilmunud kommentaarid (N=688) ja mõjuisikute kõnekatted (N=213) ning ankeetküsitlusele vastanutest välja kujunenud valim (N=60). Oma bakalaureusetöö laivide valimi moodustasin sihipärase valimi põhimõtteid järgides. Täpsema fookuse ja oluliste andmeteni jõudmiseks määrasin valimile ka teatavad piirangud. Õunapuu (2014: 143) järgi valib uurija sihipärase valimi liikmed ise välja „lähtudes oma teadmistest, kogemustest ning eriteadmistest mõne grupi kohta“. Sihipärane valim koosnes välja valitud TikToki mõjuisikutest, kelle suhtlusviisi ja auditooriumi kommentaare uurin vaatluse teel (vt ptk 3.2).

Oma esimese valimini jõudmiseks viisin läbi proovivaatluse ning lähtusin osaliselt ka Mikk Pärnitsa (2023) artiklis „Eesti täiskasvanute TikTok“ välja toodud mõjuisikutest. Enne proovivaatlust ja sellele järgneval nädalal treenisin loodud TikToki varikonto algoritme. Algoritmide treenimine tähendab TikToki soovitusalgoritmidele mulle sobivate ja huvi pakkuvate kontode nii-öelda ette söötmist. Esmalt hakkasin jälgima Pärnitsa artiklis (Pärnits, 2023) välja toodud TikToki kontosid ja seejärel nende jälgijaid, kes ka sarnast sisu toodavad. Samuti hakkasin jälgima erinevaid kontosid, kes on erinevate normi rikkuvate mõjuisikute sisu salvestusi oma kontodel edasi jaganud ehk taasesitanud. Esialgu sattus minu huviorbiiti 16 mõjuisikut, kelle tegevust ja kontosid mõne päeva jooksul jälgisin ja analüüsisin, et saada aru, millist sisu nad loovad ja kui tihti laive teevad. Jälgimise alla sattus esialgu ka neid mõjuisikuid, kes uuringu

planeerimise faasis olid aktiivsed TikToki laivide tegijad, kuid antud uuringu vaatlusperioodi jooksul ühtegi laivi ei teinud. Seetõttu jäid nemad tulemustest välja. Kokku sattus vaatlusperioodi jooksul valimisse 49 laivi kaheksalt mõjuisikult.

Kuigi vaatlusperioodi jooksul sattus minu avalehele ka teisi huvikriteeriumile vastavaid normi rikkuvaid mõjuisikuid, ei suurendanud ma valimit. Valimi suurendamine poole vaatlusperioodi pealt oleks tekitanud andmete ebavõrdse jaotumise. Oma uuringu esimese valimi moodustamisel, nende tegevuse jälgimisel ning salvestamisel lähtusin uuringu eetilisest raamistikust, et vältida võimaliku kahju teket nii vaadeldud mõjuisikutele kui nende laivides kommenteerinud jälgijatele (vt ptk 5.4). Järgnevalt on välja toodud vaadeldavate mõjuisikute kontode andmed ja neile viitavad koodid (Tabel 1):

Tabel 1. Vaadeldavate mõjuisikute kontode andmed.

Kood	Jälgijate arv 31.03.2024	Konto meeldimiste arv 31.03.2024	Laivide arv vaatlusperioodi jooksul	Keskmine laivi vaatajate arv (laivi vaadeldava osa tipphetkel)
1	22 600	4 574	8	216
2	15 100	19 300	3	112
3	10 800	1 689	8	215
4	21 800	19 900	4	833
5	16 400	14 100	4	486
6	1 233	57	4	219
7	18 200	125 200	7	171
8	8 155	2 945	11	224

Ankeetküsitluse valimi (N=60) moodustasin mittetõenäosusliku valimi põhimõtetel. Uurisin TikToki kasutajaid, kellel on olnud kokkupuuted vaadeldavate mõjuisikutega. Kuna selle populatsiooni suurus ei olnud teada ja neile oli keeruline ligi pääseda, pidin ankeetküsitluse levitamiseks kasutama paindlikumaid meetodeid (vt ptk 3.2), mis on ka üheks mittetõenäosusliku valimi tunnuseks (Õunapuu, 2014: 142). Selle valimini jõudmisel ja liikmete uurimisel lähtusin

uuringu eetilisesest raamistikust (vt ptk 5.4), mistõttu ei olnud mul võimalik ilma kellelegi kahju tekitamata jõuda antud aja piires üldpopulatsioonile üldistatava valimini.

Loodud ankeetküsitlusele vastas kokku 126 isikut. Kitsendatud valimisse (N=60) ehk uuringu küsimustikule vastajate mulle huvipakkuvasse osasse kuuluvad vähemalt 18-aastased (k.a) Eesti elanikud, kes (1) on normi rikkuvatest mõjuisikutest kuulnud, kuid ei jälgi neid, (2) on paar korda normi rikkuvate mõjuisikute laive näinud, (3) jälgivad normi rikkuvaid mõjuisikuid regulaarselt.

Läbi viidud uuringus osalejate sotsiodemograafiliste andmete võrdluses kujunesid välja teatud inimgrupid, kes Eestis tegutsevate normi rikkuvate TikToki mõjuisikute tegevusega kursis on. Tabelis 2 olen välja toonud kõik ankeetküsitlusele vastanud isikute ja mulle huvi pakuva osa jaotuse, et anda paremini aimu, milliseid ühiskonnagruppide liikmeid potentsiaalselt normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumis esineda võib.

Küsitlusele vastanud normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute auditooriumi liikmete (N=60) seas oli kõige rohkem naisi (87%). Vanuserühmade lõikes oli kõige rohkem esindatud 20-29-aastased (72%) ja 30-39-aastased (15%) isikud. Samuti võib eeldada, et normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumisse kuuluvad ka 18-19-aastased, 40-49-aastased ja 50-59-aastaseid isikud, kuna ka nemad on minu valimis esindatud.

Kuigi TikToki reeglite järgi võivad platvormil kontot omada ka vähemalt 13-aastased isikud (TikToki Kogukonna juhised, 2023), siis uuringu jaoks kogusin andmeid vaid täisealistelt isikutelt (vt ka ptk 5.4), kuna platvormi reeglite kohaselt on vaid alates 18-aastastel isikutel võimalik saata sisuloojatele laivide ajal kingitusi või raha (*ibid.*) ning proovivaatluse käigus selgus, et ka vaadeldavad normi rikkuvad mõjuisikud on ise oma laividele seadnud kas 18+ või 21+ vanusepiirangud. Tihtipeale blokeerivad mõjuisikud või nende moderaatorid reeglite vastu eksivad kontod ise ära. Siiski on võimalik, et nii alla 18- või ka alla 21-aastased isikud kasutavad TikToki võltskontosid, et esitleda end tegelikkusest vanemana ja pääseda tänu sellele mõjuisikute laividele ligi.

Haridustaseme poolest esines küsitlusele vastanud normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmete seas kõige enam bakalaureusekraadi omavaid (või seda omandavaid) isikuid (43%), mis tuleneb eelkõige küsitluse levitamise kohast (vt ptk 5.3). Samas võib eeldada, et normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi hulka kuuluvad ka magistrikraadiga (või seda omandavad) isikud, kuna küsitlusele vastanud normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmetest moodustas see inimgrupp 30%. Lisaks on valimis esindatud ka keskharidust omavad (või seda omandavad) ning kutseharidust omavad (või seda omandavad) isikud.

Valimisse kuuluvatest isikutest 67% omab töökohta. Kõige rohkem on nende seas lihttöölisi (30%) ning spetsialiste (16%). Samas on valimis esindatud ka ettevõtjad (5%) ning keskastmejuhid (5%). Seetõttu võib eeldada, et nendes inimgruppides on samuti normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmed esindatud.

Tabel 2. *Küsitlusele vastanute (sh mõjuisikute potentsiaalse auditooriumi) jaotus sotsiodemograafiliste tunnuste lõikes.*

Näitaja	Kategooria	Arv (N=126)	Protsent (%) üldkogumist (N=126)	Arv (N=60)	Kui suure osa moodustab mõjuisikute auditooriumi liikmetest (%) (N=60)
Sugu	Naine	103	82	52	87
	Mees	22	18	8	13
	Muu	1	1	0	0
Vanus	18-19	6	5	4	7
	20-29	92	73	43	72
	30-39	20	16	9	15
	40-49	6	5	3	5
	50-59	2	2	1	1
Emakeel	eesti keel	125	99	59	98
	vene keel	1	1	1	2
Haridustase	Keskharidus (või omandamisel)	23	18	12	20
	Kutseharidus (või omandamisel)	6	5	4	7
	Bakalaureus või sellega võrdsustatud haridus (või omandamisel)	66	52	26	43
	Magister või sellega võrdsustatud haridus (või omandamisel)	31	25	18	30

Töökoha olemasolu	Jah	83	66	40	67
	Ei	43	34	20	33
Ameti positsioon	Ei tööta	43	34	20	33
	Spetsialist	33	26	17	16
	Tippspetsialist	3	2	0	0
	Lihttööline	18	14	11	30
	Ettevõtja	11	9	3	5
	Keskastmejuht	8	6	3	5
	Tippjuht	1	1	1	2
	Assistent	4	5	1	2
	Muu	5	6	4	7

Nagu eelnevalt mainitud, on minu töö fookuses olevate normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumile raske ligi pääseda, mistõttu ei ole võimalik uuringu käigus valimisse sattunud isikute profiili normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi profiilile üldistada (vt ka ptk 5.3).

2.3. Andmekogumismeetodid

Uurimuse jaoks andmete kogumiseks kasutasin kaht erinevat andmekogumise meetodit, seda kahes uurimuse etapis. Uurimuse esimeses etapis viisin läbi täielikult mittesekkuva vaatluse valimisse kuuluvate Eesti TikToki tumedate mõjuisikute laivides. Kogusin andmeid 14 päeval ajavahemikul kell 20.00-21.00. Antud ajavahemik kujunes välja proovivaatluse käigus, mil oli märgata, et just sel ajal teevad mulle huvi pakkuvad mõjuisikud kõige rohkem laive. Vaatluse alla sattusid need mõjuisikud, kes samal ajal laivülekanget tegid, kuid ühel päeval jälgisin kuni nelja mõjuisikut, iga laivi kuni 15 minutit. Kokku vaatlesin 14 päeva jooksul 49 laivi.

TikToki laivides tehtavat vaatlust peetakse tõhusaks meetodiks traditsiooniliste välitööde ja vaatluste kõrval, kuna säästab oluliselt uurija aega (Liu *et al*, 2022: 1778). Sellegipoolest võimaldab see uudne vaatlusmeetod inimeste käitumise põhjuslikkust uurida samaväärselt traditsioonilistele välitöödele ja vaatlustele (*ibid.*). Tänu TikToki laivide vaatlemisele sain oma

uuringus korrata vaadelda ja koguda andmeid laivi läbiviiva mõjuisiku suhtlusviisi ja kõne kohta, aga ka laivi vaatajate ja kommenteerijate kohta.

Vaatluse ajal tein märkmeid ja salvestasin laive, et vajadusel andmed üle kontrollida. Vaatluse käigus kogusin minimaalsuse printsiipi järgides vaid andmeid, mis aitaksid mul kirjeldada tumedate osaluspraktikate esinemist mõjuisikute ja nende auditooriumi omavahelises suhtluses (vt ptk 5.4), sealhulgas normivastase käitumise tunnuseid ja TikToki reeglite vastase käitumise tunnuseid. Kui laivis kirjeldatud tunnuseid ei esinenud, siis ma infot ka ei salvestanud. Salvestasin ja kirjeldasin uuringus vaatluse põhjal tumedate osaluspraktikate tunnuseid: (1) manipuleerimine, (2) ahistamine, (3) kritiseerimine, (4) valeinfo/eksitava info levitamine, (5) õhutamine vägivallale, (6) vihakõne, (7) alandamine, häbistamine, solvamine.

Lisaks vaatlesin laivides toimuvale sotsiaalsete normide vastase käitumise tunnuseid: (1) alkohoolsete jookide tunnustega vedelike tarvitamine, (2) keelatud mõjuainete tarvitamine, (3) seksuaalne kõne või seksuaalse sisuga info jagamine, (4) enda või teiste laivis osalejate füüsiline vigastamine, (5) esemete lõhkumine, viskamine, (6) ropendamine. Siinkohal lähtusin ankeetküsimustiku vastustest, kus toodi välja ebatavalisi või sobimatu käitumise tunnuseid, mida fookuses olevate normi rikkuvate TikToki mõjuisikute laivides nähtud on. Kuigi alkohoolsete jookide tarvitamine iseenesest sotsiaalsete normide vastu ei eksi, on alkoholi, nagu ka teiste mõjuainete tarbimine TikToki laivides keelatud, kuna sellisel tegevusel võib olla negatiivne mõju noortele vaatajatele (TikToki kogukonna juhised, 2023). Samuti tõid küsitlusele vastanud normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmed välja, et alkoholi ja teiste mõjuainete tarbimine TikToki laivides on nende jaoks ebasobiv ning häiriv (vt ptk 4).

Eraldi käsitlesin tunnuseid, mis viitavad TikToki reeglite vastasele käitumisele: (1) alaealistele füüsilist, vaimset või moraalselt kahju tekitav või sellega seotud kõne, (2) vägivalla, vaenu, diskrimineerimise õhutamine (rassi, päritolu, soo, puude vms tunnuste alusel), (3) rõveda, pornograafilise või seksuaalse sisu propageerimine, (4) ähvardamine, hirmutamine, ahistamine, (5) viha õhutamine, (6) kahjuliku väärinfo levitamine, (7) enesevigastamiseks juhiste andmine või sellega seotud kõne, (8) kellegi teise vigastamine, surma, enesevigastamise põhjustamine või sellele viitamine, (9) kellegi teise inimõiguste rikkumine, (10) vaenulikkus või vaenu õhutamine, (11) mõnitamine, alandamine, solvamine. Samas jätsin ma võimaluse ka selleks, kui vaatluse käigus ilmneb teisi seni kirjeldamata tumedaid osaluspraktikaid või normivastase käitumise tunnuseid (vt ptk 4.2). Andmeid jäädvustades eristasin, kas mõjuisiku kõne oli suunatud kommentaatori, teise laivis osalenud mõjuisiku või laivis mitte osaleva mõjuisiku pihta. Kuigi

tumedad osaluspraktikad sarnanevad paljuski sotsiaalsete normide ja TikToki reeglite vastane käitumise tunnustega, on siiski oluline normi ja reeglite rikkumised eraldi välja tuua, et saada laivides toimuva kohta selgem ja detailsem ülevaade. Samuti aitab erinevate tunnuste käsitlemine mõista, kuidas mõjuisikud ja nende jälgijad omavahel suhtlevad ning mis võivad olla seesuguse sisu tarbimise motiiviks.

Laivide kommentaaride vaatlemise puhul võtsin arvesse kõik kommentaarid, mis sisaldasid samuti eelpool välja toodud tumedate osaluspraktikate, normivastase käitumise ja TikToki reeglite vastase käitumise tunnuseid. Vaatluse alla sattusid kõik vaatlusperioodi jooksul ilmunud laivide kommentaarid, mida laivi moderaatorid ilmumise hetkeks veel eemaldada jõudnud polnud ning jäädvustasin ka need kommentaarid, mis hiljem siiski moderaatorite poolt eemaldati. Andmeid jäädvustades eristasin, kas kommentaar oli suunatud vaadeldava mõjuisiku, teise kommentaatori, kolmanda laivis mitte osaleva mõjuisiku või teise laivis osalenud mõjuisiku pihta.

Uuringu andmekogumise teises etapis lõin Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumini jõudmiseks ankeetküsimustiku (Lisa 2), milles sisalduvad küsimused aitavad mul mõista mõjuisikute jälgijate motiive, tähelepanekuid, tõlgendusi ja emotsioone seoses normi rikkuvate TikToki mõjuisikute jälgimisega. Samuti oli ankeetküsimustiku eesmärk saada aimu, milliseid erinevate ühiskonnagruppide liikmeid vaadeldavate mõjuisikute auditooriumi seas potentsiaalselt esineda võivad.

Ankeetküsimuse tutvustuses teavitasin potentsiaalseid vastajaid, et kõik andmed ja vastused on anonüümsed ning konfidentsiaalseid, ehk vastuseid ei ole ühelgi viisil võimalik vastaja identiteediga seostada. Samuti ei kogunud ma ankeetküsimustikuga isikute e-maili aadresse, kuid jätsin selleks neile endile soovi korral võimaluse. Küsimuste ja probleemide korral suunasin vastajad pöörduma minu poole e-maili tiktokuuring@gmail.com kaudu (vt ka ptk 5.4). Ankeetküsimustikku hoidsin avatuna 19. märtsist 10. aprillini 2024.

Levitasin ankeetküsimustikku mitmel erineval platvormil. Esiteks jagasin seda enda Facebooki ja Instagrami kontodel, kust seda ka edasi jagati. Otsustasin küsimustikku esiteks just oma enda sotsiaalmeedia kontodel jagada, kuna teadsin, et mõni minu Facebooki sõber ja Instagrami kontode jälgija on normi rikkuvatest mõjuisikutest kuulnud või jälgib neid. Facebooki lõin postituse uuringus osalemise üleskutsega, kus originaalpostitust jagati 7 korral. Potentsiaalselt jõudis üleskutse minu Facebooki postituse kaudu 282 kasutajani. Enda kahele Instagrami kontole kujundasid *story*'d üleskutse ja küsimustiku lingiga (Lisa 3). Kokku jõudis üleskutse minu

Instagrami kontode kaudu potentsiaalselt 562 kasutajani. Instagrami kontodel tegin ma ka kaks korduskutset.

Teiseks sain pakkumise levitada üleskutset ja küsimustikku Tartu Ülikooli sotsiaalteaduste valdkonna üliõpilaste infokirjas 28. märtsil. Üliõpilaste infokirja kaudu levis minu üleskutse potentsiaalselt umbes 6200 inimeseni. Kahjuks selgus, et kasutatud jagamisviiside kaudu ei levi minu uuringu üleskutse piisavalt nendeni, kes regulaarselt uuringu fookuses olevaid mõjuisikuid jälgiks, laivides kommenteeriks või mõjuisikuid rahaliselt toetaks.

Eesmärgiga jõuda võimalikult paljude potentsiaalsete normi rikkuvate mõjuisikute jälgijateni, lõin TikTok'i konto @tiktok.uuring ja lõin sinna nädala jooksul kolm videot (Lisa 4) koos küsimustikuni viiva QR-koodiga ning kolme *story*'ga, üleskutsega inimesi uuringus osalema. Videotega kogusin 380 vaatamist. Kuna TikTok'i algoritmid QR-koode sisaldavaid videosid ei toeta, levisid tehtud üleskutsed oodatust väiksema auditoriumini. Loodud konto alt postitasin ka ühe kommentaari 4. aprillil loodud videole, kus üks Eesti muusik mulle huvi pakkuvate mõjuisikute teema püstitas. Seda enam, et tema postitust kommenteeriti üle 130 korra ja jagati üle 500 korra, pidasin kasulikuks see võimalus ära kasutada. Samuti reageerisin postituse all olevatele kommentaaridele, millega tõin sealsed inimesed oma kontot vaatama ja küsimustikule vastama. Kuna aga puudub statistika, kui palju inimesi just TikTok'i videote kaudu küsimustikule vastas, ei saa ma seda ka hinnata. Küsimustikule vastas 10. aprilliks kokku 126 inimest.

Kuna käsitlen uuringus küllaltki riskantset ja varem põhjalikumalt uurimata teemat ja vaatlen mõjuisikuid, kes tegelevad oma laivides muuhulgas seaduse- ning inimõiguste vastase tegevusega (nt mõjuainete tarvitamine, vägivald, vihakõne), jälgisin hoolega uurijaetika põhimõtteid (vt ptk 5.4). Pidasin muuhulgas vajalikuks lisaks küsimustikule vastanute turvalisusele tagada ka iseenda turvalisus ning heaolu. Nii küsimustikus, videotes kui TikTok'i konto kirjelduses ei maininud ma seega enda nime ega näidanud enda päris nägu, vaid kasutasin selleks spetsiaalset AI-filtrit.

2.4. Analüüsimeetod

Uurimuse esimeses etapis vaatluse käigus kogutud andmeid analüüsisin standardiseeritud temaatilise kontentanalüüsi põhimõtetel. Standardiseeritud temaatiline kontentanalüüs võimaldab analüüsida vaid tekstis selgesõnaliselt väljendatud sisu ning jätab tähelepanuta ridade vahelt loetava või vihjatava sisu (Berelson, 1954: 489; Kalmus, 2015). Samuti on kontentanalüüs seni üks enim kasutatud analüüsimeetodeid TikTok'i uurimises (Ammar *et al*, 2020; Carson, 2021;

Herrick *et al*, 2021). Valimisse sattunud kommentaare ning vaadeldava mõjuisiku kõne kodeerisin lähtudes tumedatest osaluspraktikatest ja nende tunnustest, TikToki teenuse tingimustes (TikTok Terms of Service, 2023) sätestatud sobimatutest ja keelatud tegevustest ning nende tunnustest ning sotsiaalsete normide vastase käitumise tunnustest.

Esiteks koostasın kodeerimisjuhendi ja teostasın proovikodeerimise. Kodeerimisjuhendis vaatlesın erinevate kategooriate tunnuseid. Esiteks mõjuisiku konto ja laivide regulaarsusega seotud tunnused – mõjuisiku jälgijate arv, meeldimiste arv, laivide arv vaatlusperioodi jooksul ja keskmine vaatajate arv laivides. Teiseks vaatlesın laivides toimuvat, määrasın vaadeldavad tunnused ning salvestasın mõjuisiku kõne. Kolmandaks vaatlesın kommentaare ja neis esinevaid tunnuseid. Teise etapina kodeerisin 14 päeva jooksul kogutud materjali vastavalt ette nähtud tunnustele. Viimaseks analüüsisın ja esitlesın kodeeritud andmeid ning tegin neist kokkuvõtte, millest annan ülevaate tulemuste peatükis.

Kategooriad lõin nii deduktiivse kui ka induktiivse lähenemise põhimõtetel. Kalmus jt (2015) järgi võimaldab deduktiivne lähenemine toetada juba olemasolevat teooriat, samas kui induktiivne lähenemine võimaldab uurijal võtta arvesse uusi ja seni kirjeldamata tunnuseid. Esiteks lõin koodide kategooriad ning koodid deduktiivse lähenemise põhimõtete järgi loetud kirjanduse ja olemasolevate tumedate osaluspraktikate, TikToki kogukonna reeglite (2023) ning sotsiaalsete normide teooria põhjal. Lisasın kodeerimisjuhendisse ka proovivaatluse ajal tehtud märkmete põhjal koodi ning ankeetküsimustiku küsimustega seotud koodi. Kuna tumedate osaluspraktikate esinemist ei ole Eesti TikToki mõjuisikute laivides varasemalt uuritud, oli oluline lisaks deduktiivsele lähenemisele panna rõhk ka induktiivsele meetodile, kuna pole teada, millised tumedad osaluspraktikad lisaks teoorias kirjeldatutele laivides ilmnedavad võivad. Seega jätsın kodeerimisel võimaluse uute vaatenurkade ja nüansside lisamiseks kogutud vaatlusandmete põhjal, mida esindab induktiivne lähenemine.

Loodud kodeerimisjuhendi (Lisa 5) esimene kategooria grupp kirjeldab kõne allikat. Teine grupp kirjeldab kõne sihtmärki. Kolmas grupp kirjeldab tumedate osaluspraktikate esinemist, neljas grupp sotsiaalsete normide ja viies grupp kirjeldab TikToki reeglite eiramise tunnuseid mõjuisiku kõnes. Induktiivse lähenemise põhimõttel lisandus ühe tunnusena „mõjuisiku tekstis soo või seksuaalse identiteedi põhjal solvamine, alandamine või selle põhjal solvavate väljendite kasutamine“.

Ankeetküsitluse vastuseid analüüsisın standardiseeritud temaatilise kontentanalüüsi ning kvalitatiivse sisuanalüüsi põhimõtetel. Standardiseeritud kontentanalüüs võimaldab nii-öelda

tõlkida tekstid „kvantitatiivsete näitajate keelde“ (Kalmus, 2015). Standardiseeritud kontentanalüüs on ka sobiv meetod ankeetküsitluse avatud küsimuste vastuste kodeerimiseks (*ibid.*). Kontentanalüüsi tulemuseks on tekstis esinevate tunnuste esinemissagedused, mis võimaldab saada selge kokkuvõtte uuritavast tekstist (*ibid.*). Antud meetodi eeliseks on võimalus varasematele uurimustele ja käsitletud teooriatele tuginedes luua teksti huvipakkuvatest tunnustest süsteem juba enne uuringu ja analüüsi teostamist (*ibid.*). Kvalitatiivset sisuanalüüsi kasutatakse seevastu tekstide sisu ja selle tähenduste uurimiseks (Kalmus jt, 2015). Lisaks lubab kvalitatiivne sisuanalüüs „analüüsida ka latentset sisu, st võtta arvesse ridade vahele peidetut ehk kodeerida teksti autori vihjeid, kavatsusi ja eesmärke ning mitmeste konnotatsioonide erinevaid tõlgendamisvõimalusi“ (*ibid.*).

Ankeetküsimustiku vastuste kodeerimiseks kasutasin induktiivselt deduktiivset lähenemist. See tähendab, et kõigepealt lugesin ma küsimustiku vastused läbi ning lõin selle alusel koodid. Seejärel lisasin koode teooriale ja vaatlusandmetele tuginedes tumedate osaluspraktikate tunnustele, et tekitada võrdlusmoment ankeetküsimustikule vastanud mõjuisikute auditooriumi tähelduste ja vaatluse tulemuste vahel. Ankeetküsimustiku vastuste analüüsimiseks lõin kodeerimisjuhendi (Lisa 6), mis sisaldab ankeetküsimustikul põhinevaid kategooriaid.

4. TULEMUSED

Käesolevas peatükis annan ülevaate uuringu käigus selgunud tulemustest. Läbi viidud uuring kulges paralleelselt kahes osas, kuid esitan sellegipoolest tulemusi kokkuvõtvalt ja vastavalt uurimisküsimuste järjekorrale. Esiteks annan vaatlusetapi põhjal ülevaate, milliseid tumedaid osaluspraktikaid on märgata Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute ja nende auditooriumi kommunikatsioonis. Teiseks kirjeldan ja selgitan, mis on inimeste motiivid Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel ja nende loodud sisu tarbimisel. Seejuures toon välja, kuidas Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmed tarbitavat sisu tõlgendavad ja milliseid tähelepanekuid teevad.

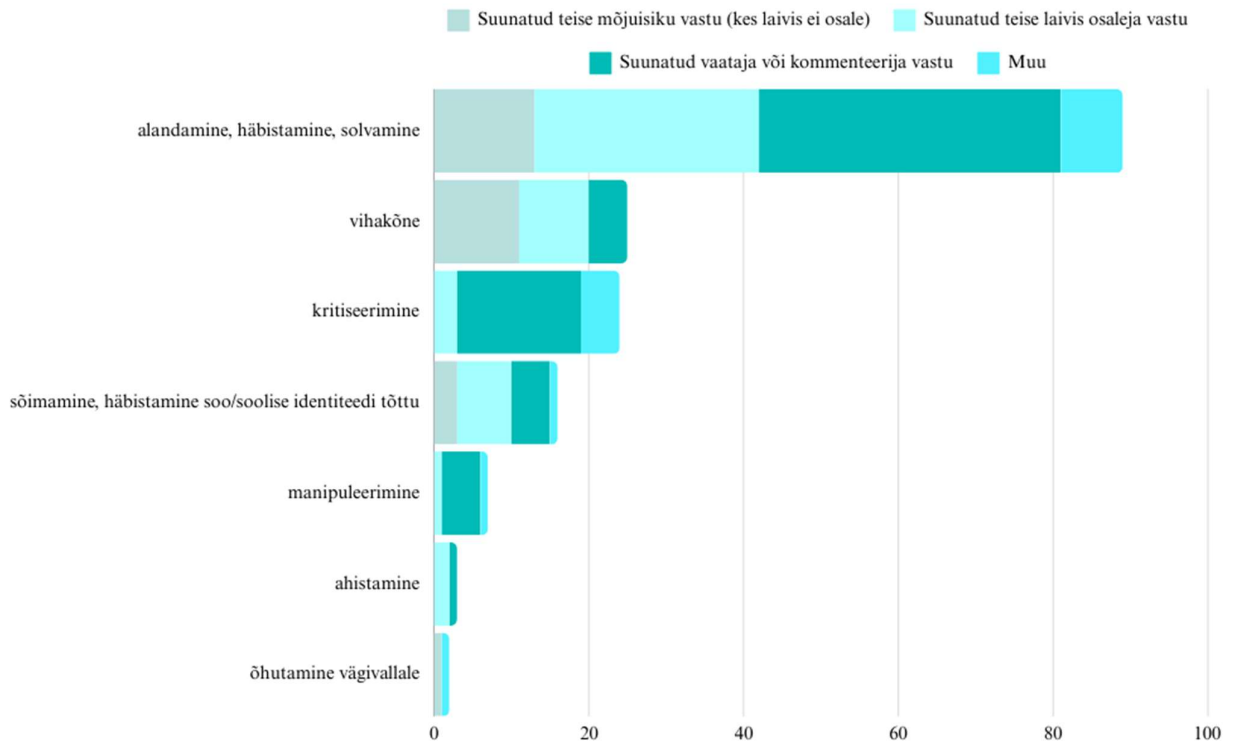
4.1. Tumedad osaluspraktikad, normivastane käitumine ja TikToki reeglite eiramine Eesti normi rikkuvate TikToki mõjuisikute laivides

Uuringu raames läbi viidud laivide vaatluse käigus kogutud andmete analüüsi tulemusel selgusid põhilised tumedad osaluspraktikad, mis mõjuisikute ja nende auditooriumi omavahelises kommunikatsioonis esinesid. Lisaks tumedatele osaluspraktikatele kogusin andmeid ka selle kohta, kui vaadeldav mõjuisik või kommenteerijad laivi ajal TikToki reegleid ning sotsiaalseid norme rikkusid. Samuti on oluline teada, milliseid sotsiaalseid norme eiratakse ja TikToki reegleid rikutakse, et saada paremini aru auditooriumi motiividest, mõtetest ja emotsioonidest mõjuisikute jälgimisel (vt ptk 4.3). Kokku kuulus vaatluse alla 49 laivi 213 kõnekatket (N=213). Selles peatükis välja toodud tekstilõikude näidete järel olev number tähistab vaadeldud normi rikkuva mõjuisiku koodi. Samuti on kõigi isikute nimed asendatud tärnidega, et kaitsta nende heaolu (vt ka ptk 5.4).

4.1.1. Tumedad osaluspraktikad normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute laivides

Tumedate osaluspraktikate – alandamine, häbistamine, vihakõne, vägivaldale õhutamine, kritiseerimine, manipuleerimine, ahistamine, valeinfo levitamine ja diskrimineerimine – tunnuseid esines vaadeldud laivide jooksul mõjuisikute kõnes 166 korral. Siinkohal on oluline märkida, et vaadeldud laividest (N=49) vaid ühel juhul ei esinenud mõjuisiku kõnes ega kommentaarides tumedate osaluspraktikate tunnuseid ega muud normivastast. Joonisel nr 1 annan ülevaate

tumedate osaluspraktikate esinemissagedusest normi rikkuvate mõjuisikute kõnes. Lisaks on jooniselt näha, kellele tumedaid osaluspraktikaid sisaldav sõnum suunatud oli.



Joonis 1. Tumedate osaluspraktikate esinemine mõjuisiku kõnes (N=213).

Enim toimus laivides mõjuisiku poolt kellegi alandamist, häbistamist ja solvamist, mida võib lugeda ka solvavaks kõneks (89 korral). Kirjeldatud tegevuse võis ära tunda erinevate solvavate väljendite või söimusõnade kasutamise järgi. Tihtipeale esitati oma negatiivset hoiakut ja halvustavat suhtumist kellegi elustiili, mineviku, otsuste, välimuse või muu selge tunnuse kritiseerimise kaudu. Kõige tihedamini (39 korral) oli seesugune tegevus suunatud laivi vaatajate ja kommenteerijate vastu. Samuti oli solvav kõne pahatihti suunatud teiste laivis osalejate vastu (29 korral). Paljuski omistati alandamise või solvangu ohvrile mingeid ebameeldivaid omadusi või nimetusi. Tihti käis alandamise, häbistamise ja solvamisega kaasas ka ropendamise. Järgnevalt välja toodud näites võib näha nii söimu- kui roppsõnade kasutamist, lisaks minevikus toimuva kritiseerimist ja inimese selget maha tegemist:

„Türa nutad seal “Märgatud Eestis” Taavi Libele et naine jättis maha ja läks eksi juurde tagasi. Aiii Taavi ma tahan oma nutikella tagasi. Oma 20eurist nutikella tahan tagasi. Türa kui hale sa mees oled nahhui. Türa kuradi tross raisk. Sina sitt ei tee mitte munnigi.“ (5)

Lisaks täheldasin kahes vaadeldud mõjuisiku laivis häbistamist ka pilastava pildi ehk halvustava meemi kujul. Nimelt oli laivi tegev mõjuisik oma videole kinnitanud häbistava pilapilti teisest samuti TikTakis tegutsevast mõjuisikust. Pildiga solvati ja häbistati isikut tema välimuse eripära, kõõrdsilmsuse pärast. Pildile oli lisatud ka tekst: „*See 1 vend peale iga pidu. 1 silm vaatab kuuseoksa teine padjaotsa*”. Olukorrale lisas tõsidust ka see, et laivi tegev mõjuisik viitas pidevalt esitatud pilapildile, kommenteerides mitmel korral pildil kujutatud isikut ja korrates seal olevat teksti.

Laivides levis olulisel määral ka vihakõne (25 korral). Vaadeldavates laivides esines palju teise isiku ründamist, solvamist ja alandamist tema sotsiaalse või kollektiivse identiteedi pärast, mis on vihakõne tunnusteks (vt ptk 1.6.2). Tihti oli vihakõne suunatud teise mõjuisiku või laivis osaleja vastu. Allpool välja toodud tekstikatkest võib näha, kuidas mõjuisik teist isikut verbaalselt ründab, rängalt mitmel korral solvab ja alandab, seda nii finantsolukorra, seksuaalse identiteedi kui ka välimuse teemadel:

„A sul on pohhui. Kuradi pealagi endal sihuke... Pane täksiga tuld peale veel endale bljät. Kuradi dibla putsu raisk. Oi bljät. Sa oled lihtsalt rott ju. Türa raha kopikaidki sul pole. Raha sul sitale ei ole mitte munnigi. Sa võid munnini imeda kuradi piider nahhui. Sa võid mu munnini imeda siis ma võin sulle raha kanda kuradi piider nahhui, kuradi pederast. Rõve piider oled ikka. Käi putsu siit nahhui.“ (3)

Kuigi vägivallale õhutavat kõnet esines vaadeldud laivides vaid üksikutel kordadel (2 korral), on see siiski oluline, sest selline kõne võib isikule põhjustada otseselt nii vaimset kui füüsilist kahju. Samuti on seesugune vägivallale õhutamine isiku jaoks väga alandav ning solvav. Vägivallale õhutavas kõnes esines nii vigastamisele viitavat kõnet, aga ka otsest tapmisahvardust. Kuigi seesugusel kõnel ei pruugi olla otseseid tagajärgi, mis seaksid kõne sihtmärgi ohtu, on vägivallale õhutamine siiski ohtlik, seadusevastane ja taunitav tegevus. Järgnevas kõnekatkes on näha, kuidas mõjuisik õhutab teisi vägivallale ja ohvri tapmisele – kirjeldatakse peksmist ja tulirelvaga tapmist:

„Eino sellisele inimesele ei ole vaja peksa anda, on vaja kuul pähe lasta. Putsi raisk. Mis peksa anda putsu raisk, kuul pähe lasta putsu raisk.“ (3)

Pidevalt esines mõjuisiku kõnes ka kritiseerimist, kus halvustati kellegi tegevust, arvamust või sõnavõttu (24 korral). Kritiseerimine oli paljudel juhtudel kombineeritud ka solvangute, sõimu ja alandamisega. Pahatihti kaasnes kritiseerimisega ka ropendamine. Järgnevas kõnekatkes kritiseerib mõjuisik laivi kommenteerinud isiku sõnavõttu. Lisaks solvab mõjuisik neid jälgijaid, kes tema tegevust potentsiaalselt jäädvustada ja halvustada kavatsevad:

*„Ütled siin mulle et tantsi tantsi. A tule tantsi ise laivis. Mis sa arvad et saad screenitada siin vä. Ja siis panete üles et kuradi *** siin tegi remonti ja värki. **Kuradi debiloidid nahhui noh.**“ (7)*

Laivides esines kolmel korral ka ahistavat kõnet ja käitumist. Ahistava kõne määratlemine virtuaalse suhtluse korral oli eriti keeruline, kuna TikTok laivis puudub füüsiline mõõde. See-eest säilib seal aga emotsionaalne mõju ahistatavale. Seetõttu võtsin ahistava kõne eristamiseks kasutusele loogika, et kui sarnane tegevus või kõne oleks isiku jaoks ahistav võrguvälises suhtluses, on see ahistav ka virtuaalse suhtluse korral. Kuna aga ahistamine on iga inimese jaoks individuaalne, on selle tunnuse analüüsimine küllaltki subjektiivne. Kõigil kordadel oli ahistav kõne suunatud kas laivis osalenud või laivi jälginud naisterahva vastu. Enamasti oli ahistav kõne seotud seksuaalse kõnega ja sisaldas ka solvanguid. Allpool välja toodud kõnekatkest võib näha, kuidas mõjuisik teist naisterahvast seksuaalse kommentaariga ahistas. Lisaks esineb välja toodud kõnekatkes ka solvang naisterahvaste vastu üldiselt:

*„Türa sul udar lendab välja ju. **Näed tule ma katsun su udarat. Türa kõige jubedamad naised on kõige ülbemad ka veel.**“ (5)*

Manipuleerivat kõnet esines laivides 7 korral. Enamasti püüdsid mõjuisikud manipuleerimise, sealjuures mõnitamise, solvamise ja alandamise, abil teiselt laivis osalejalt või laivi vaatajalt raha ning tasulisi TikToki kingitusi välja pressida. Allpool välja toodud manipuleerivas kõnes kasutas mõjuisik poolehoiu strateegiat, püüdes oma fänne talle raha saatma panna. Kõnekatkest võib välja lugeda, et need, kes talle raha ei saada, enam tema poolehoiu ehk fänni staatuse osaliseks ei saa:

*„Tahaks minna tahaks minna peole, **tehke 20€ dona**, mutt tuleb järgi viib Pärnu ja toob tagasi ka. **Mis mul polegi fänne vä, mis te tuututate siin niisama vä. Teistel kõik kuradi võileivad ja pudrunõud kõik makstakse kinni.** Aga ei vahet ei ole, ega sellest midagi ei sünni.“ (7)*

Samuti ilmnes vaatluse käigus, et küllaltki levinud on kellegi sõimamine, alandamine, solvamine või tema vastu vihakõne tegemine isiku soo, seksuaalse identiteedi/orientatsiooni tõttu (16 korral). Tihti kasutati sõimusõnadena homoseksuaale solvavaid väljendeid. Järgnevalt välja toodud kõnekatkes kasutab mõjuisik samuti seksuaalvähemusi solvavaid väljendeid, lisaks neid solvates ja sõimates:

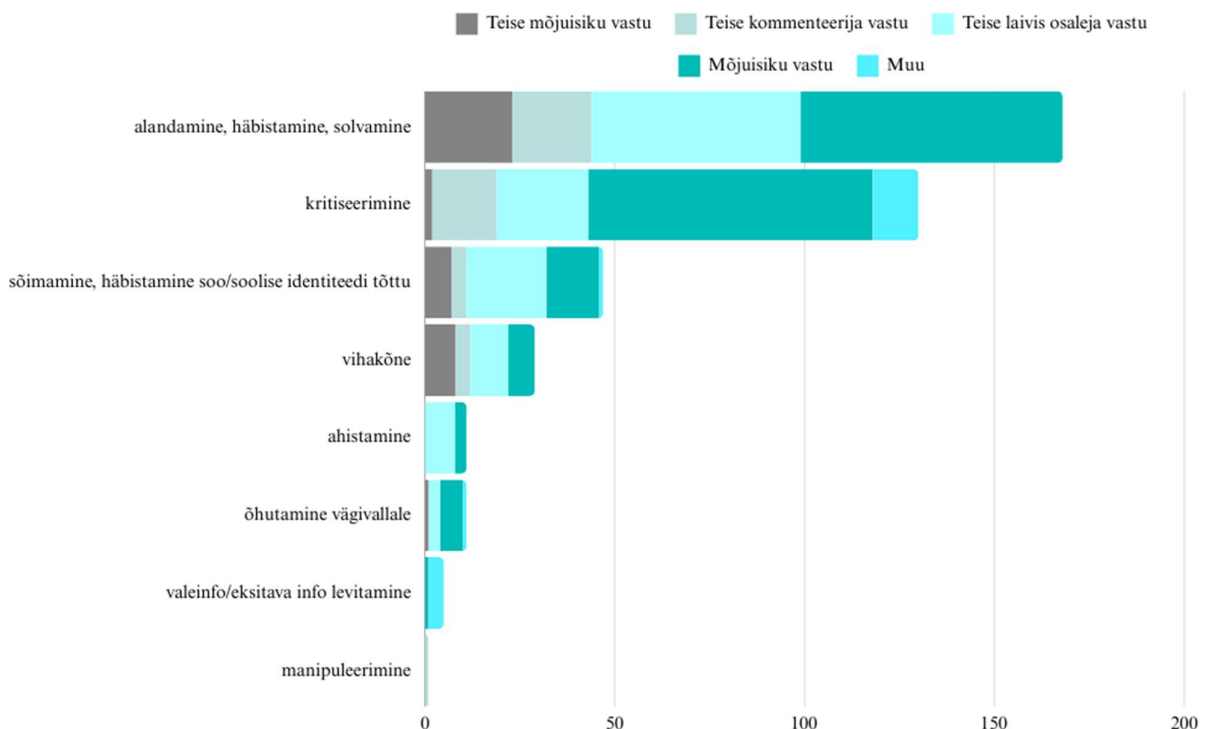
„Ta võib ühe silmaga mind ju vaadata, aga teisega vaatab seda kuuseoksa. Seda kuuse latva! Oi bljät, kuradi dibiloid nahhui. Suka bljät. Mine parem kuradi sinna Laulasmaa

spaasse. Mine nende **pederastidega** koos, **pederastidega** koos. Türa dibla putsi. **Pederastidega** koos mullivannis, mullivannis, mullivannis. **Pededega** koos mullivannis. Oi bljät. Täis petuhh putsi raisk.“ (3)

Tihti solvati, sõimati ning alandati eriliselt naisi. Levinud olid erinevad sõimusõnad, mis väljendasid pahameelt või omasid negatiivset konnotatsiooni naiste elukommete, välimuse, suhtlusstiili või intelligentsuse kohta. Näiteks sõimati naisi sõnade ja fraasidega nagu „lits“, „lehm“, „loll luud“, „lita“, „emis“, „kabõõla“ (vn *кобыла* ehk mära). Järgnevas kõnekatkes võib täheldada naisterahva poole suunatud sõimu juures ka seksuaalset ja ahistavat kõnet:

„Kuradi dibla raibe. Kuradi **loll luud** raibe. Näed kolm null said putsi minult. **Ime munn**i, käi putsi siit raibe. Kuradi vana pederast. **Ime munn**i.“ (3)

Lisaks mõjuisikutele kasutasid tumedaid osaluspraktikaid ka laivi kommenteerijad. Kokku tuvastasin vaatluse käigus tumedate osaluspraktikate tunnuste esinemist laivi kommentaarides (N=688) 405 korral, millest enim (161 korral) olid need suunatud laivi tegeva mõjuisiku vastu. Joonisel 2 on ülevaade tumedate osaluspraktikate esinemise sagedusest kommentaariumis ja sellest, kelle vastu need suunatud olid.



Joonis 2. Tumedate osaluspraktikate esinemine laivide kommentaarides (N=688).

Nagu jooniselt näha, esines laivi kommentaariumis sarnaselt mõjuisiku kõnele kõige rohkem alandamist, häbistamist ja solvamist, kokku 172 korral. Kõige rohkem oli solvav kõne suunatud laivi tegeva mõjuisiku vastu (69 korral). Tihtipeale sisaldas solvav kõne ka ropendamist või seksuaalset kõnet. Järgnevalt välja toodud kommentaaris tehakse solvang mõjuisiku kodu kohta, lisaks mõnitatakse seda, et mõjuisik suitsetab:

„rõve sitapeldik ikka, koni ka ees“

Laivide kommentaariumis esines ka palju kritiseerimist (130 korral), mis oli samuti kõige enam suunatud mõjuisiku vastu. Paljudel juhtudel kritiseeriti näiteks mõjuisiku alkoholi- ja tubakatoodete tarbimist, välimust, tegevusi, sõnavõttu või otsuseid. Lisaks käis kritiseerimise juurde mitmel korral ka ropendamine. Allpool esitatud kommentaaris kritiseerib laivi vaataja mõjuisiku alkoholitarbimist, eriti kuna väidab, et mõjuisik teeb seda olles lapseootel:

*„*** rase ja türa joob“*

Vaatluse käigus ilmes ka kommentaaride puhul tõsiasi, et laivi vaatajate seas on levinud isiku sugu või seksuaalset identiteeti halvustavad väljendid ning sellekohased sõimusõnad nagu „pederast“, „pede“, „omasooihar“, „piider“, „lits“, „eit“, „kabõõla“, „vitt“, „emis“ (47 korral). Enamasti sõimati ning alandati eelnevalt välja toodud väljenditega teisi laivis osalevaid mõjuisikuid või neid, kes parasjagu laivis ei osalenud. Näiteks solvab kommentaator mõjuisikut, kasutades seksuaalset vähemust solvavat väljendit:

„tra sa enda ette räägid pede“

Samuti levis kommentaarides aktiivselt vihakõne, mida esines vaatluse jooksul 29 korral. Vihakõne oli enamasti suunatud teise vaataja või mõjuisiku pihta. Tihti kasutati vihakõne sihtmärgi kohta erinevaid solvavaid ja alandavaid sõnu või solvati isikut erinevate nimetustega. Järgnevalt välja toodud kommentaaris kasutab kommentaator solvavat väljendit kindla sisulooja kohta ja esitab ka selle isiku nime, mistõttu võib antud kommentaari käsitleda ka vihakõnena:

*„vastik vörd on see räppar ***“*

Ahistamist esines laivide kommentaarides 11 korral. Kõik ahistavad kommentaarid olid seotud naissoost mõjuisikute keha ja välimusega või sisaldasid seksuaalseid kommentaare. Kuna ahistamine on iga inimese jaoks individuaalne, on siin ahistamise kirjeldamine ja analüüsimine subjektiivne. Allpool toodud kommentaaris kõnetab kommentaator laivis osalevat isikut ebasündaal viisil, mis võib antud isiku jaoks ahistav olla:

„Laske udar vabaks!“

Kommentaaries esines vägivaldale õhutavat kõnet kokku 11 korral. Enamasti õhutati vägivalda kasutamist teise mõjuisiku vastu. Olgugi et tekstis esinev vägivaldale õhutamine ei pruugi tähendada reaalset ohtu mingile kindlale isikule, on sellegipoolest oluline seesugused juhtumid välja tuua, kuna vägivaldale õhutav kõne on sellegipoolest alandav ja solvav. Allpool välja toodud kommentaari õhutatakse ühe kindla isiku vastu vägivald kasutama:

„kõõrakale tuleb peksa anda“

Valeinfo levitamist võis laivides täheldada 4 korral. Enamasti oli esitatud eksitav info seotud mõjuainete tarvitamise, haiguste ja nende raviga. Esitatud valeinfo võib olla kahjulik tagajärg selle vastuvõtjal, eriti kuna mõnedel juhtudel on tegemist inimese tervist puudutava infoga. Järgnevalt välja toodud kommentaari puhul kutsub kommentaator üles ravimitest ja ravist loobuma, nimetades seda järgmiseks probleemiks, mitte lahendust muredele:

„ärge sööge üldse ravimeid. see pole lahendus vaid järgmine probleem“

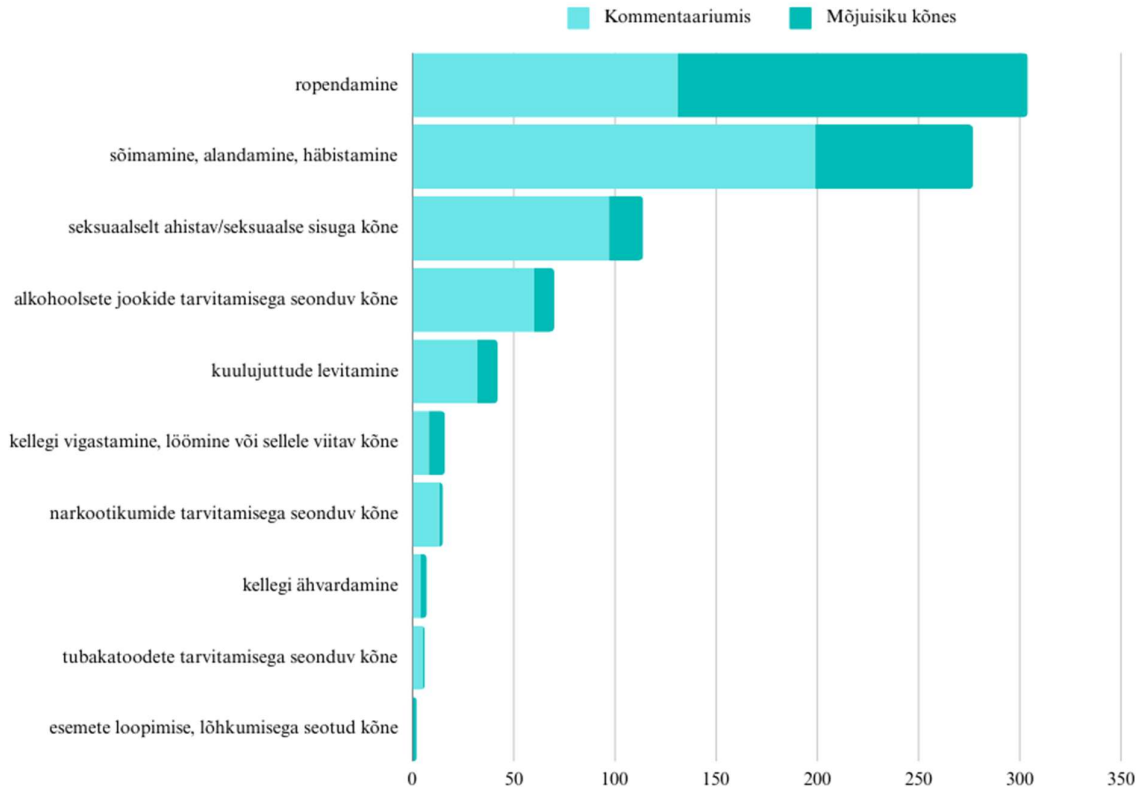
Manipuleeriva sisuga kõnet esines laivi kommentaarides vaid ühel korral. Allpool välja toodud kommentaari puhul nõuti teiselt laivi vaatajalt mingi tegevuse eel rahalist ülekannet mõjuisikule. Kuigi tegemist ei pruugi olla otsese rahanõudega, on seesugune manipuleeriv tekst siiski mõjuv:

*„@*** 30€ arvele enne“*

Nagu saadud tulemustest selgus, ei rakenda tumedaid osaluspraktikaid mitte ainult normi rikkuvad mõjuisikuid, vaid seda teevad aktiivselt ka nende jälgijad.

4.1.2. Sotsiaalsete normide ja TikToki reeglite vastane käitumine normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute laivides

Lisaks tumedatele osaluspraktikatele esines vaadeldud laivides ka sotsiaalseid norme eiravat ja TikToki reegleid (vt ptk 1.2) rikkuvat käitumist ning kõnet. Nagu varem mainitud, kattuvad kirjeldatud tegevused omavahel osaliselt või täielikult. Sellegipoolest on oluline norme eirava kõne ja käitumise tunnuseid ning TikToki reegleid eiravaid tegevusi tumedatest osaluspraktikatest ja selle tunnustest eristada, et saada normi- ja reeglitevastase käitumise ning tumedate osaluspraktikate kasutamise kohta täpsem ja kirjeldavam ülevaade. Joonisel 3 on välja toodud vaadeldud TikToki laivides esinenud sotsiaalseid norme rikkuva kõne ja käitumise tunnused mõjuisiku tekstis ning laivi kommentaarides.



Joonis 3. Sotsiaalseid norme eirava kõne ja käitumise tunnused mõjuisiku kõnes ning kommentaarides.

Kokku esines vaadeldud kommentaaride (N=688) seas sotsiaalseid norme eirava kõne ja käitumise tunnuseid 549 korral. Sotsiaalsete normide vastase käitumise tunnuste seas kerkis eriti esile rohke ropendamine, mida esines mõjuisikute kõnes 171 korral. Oluline on siinkohal märkida, et loendatud ei ole mitte erinevaid ebatsensuurseid väljendeid ja sõnu eraldi, vaid neid sisaldavaid kõnekatkeid. Enamasti kasutati ebatsensuurseid väljendeid ühe kõnekatke jooksul rohkem kui ühe korra. Allpool toodud kõnekatkes kasutab mõjuisik rohkeid ebatsensuurseid väljendeid ning solvab nendega teist laivis osalevat mõjuisikut:

*„Türa mida ma räägin siin **nahhui**. Ole vait **nahhui**. Türa oled piider jah **nahhui**. Oi **pljät**. Vana **mun** **nahhui**. Mida sa haugud siin **nahhui** nah **nahhui** nah **suka nahhui pljät raisk**.“ (1)*

Samuti esines nii mõjuisiku kõnes kui vaatajate kommentaarides ropendamist ja sõimamist, alandamist ning häbistamist. Enamasti toimus sõimamine, sealhulgas ebatsensuursete väljendite kasutamine vastastikku mõjuisikute ja laivi vaatajate vahel. Juhul kui laivis osales ka mõni teine

isik, sai nii mõjuisiku kui vaatajate sõimu ja roppuste osaliseks see isik, kellega koos laivi tehti. Allpool välja toodud kommentaaris sõimab vaataja samas laivis osalevat teist isikut ja kasutab tema solvamiseks ka ebatsensuurset väljendit:

„vittu ausalt, puudega inimesed tuleks tiktokist hävitada.“

Järgnevalt välja toodud mõjuisiku kõnekatkes esineb aga nii sõimamist, ropendamist kui ka häbistamist rohkem kui ühel korral. Mõjuisik kasutab laivi vaataja solvamiseks ja sõimamiseks nii ebatsensuurseid väljendeid kui ka erinevaid halvustavaid ja alandavaid fraase:

*„Kuule sina *** *** **raisk** mind segab mind segab **raisk nahhui** noh. Mind segab **raisk nahhui** noh. Sa kuradi *** *** **käi oma kuradi ütlemistega kuu peale raisk** noh. **Mähi omale ümber kaela raisk nahhui**. Tee omale tattoo otsaette **raisk nahhui raisk nahhui**. **Putsi käi raisk nahhui**. **Haige raisk nahhui noh**. Järgi ei jäta lähed ka blokki. Mulle aitab **raisk nahhui**. Koos naisega lendate blokki **raisk nahhui**. Mulle aitab **raisk nahhui** noh. Kui sina mõtled nii, see ei tähenda et mina pean nii mõtlema! Ja nii ongi noh. Saad aru mees vä?“ (1)*

Samuti levis laivides laialdaselt nii seksuaalse sisuga kui ka seksuaalselt ahistavat kõnet (114 korral). Antud uuringus käsitlen seksuaalse sisuga info levitamist kui kolmanda isiku intiimse tegevusega seotud info või kuulujutu levitamist. Seksuaalne kõne on seevastu otseselt teise isiku vastu suunatud seksuaalselt ahistav kõne. Nii seksuaalset kõnet kui seksuaalse sisuga info levitamist esines nii mõjuisikute tekstis kui vaatajate kommentaarides. Allpool välja toodud kommentaaris on laivi vaataja kõnetanud laivi tegevat mõjuisikut potentsiaalselt seksuaalselt ahistaval moel, kirjeldades seksuaalset tegevust ja suunates kõne teise isiku poole:

*„hakkad **munni** veel **imema**“*

Järgnevaks näiteks toodud mõjuisiku kõnelõigus võib seksuaalset kõnet tuvastada mitmel erineval korral. Esiteks kirjeldab mõjuisik enese seksuaalselt rahuldamist ja halvustab seeläbi laivi vaatajat. Lisaks kirjeldab mõjuisik seksuaalakti laivi vaataja lähedasega, mis on nii alandav, solvav kui ka ebatsensuurne käitumine:

*„Kuradi jobi putsi ilged kuradi tagujad ise putsi vanad jobid putsi. **Türa teki all toksite seent seal türa**. Kuradi jobid putsi nahhui. Te olete jobid nahhui!! Türa pange kinni ärge mölisege siin nahhui bljät. Kuradi tatid nahhui putsi raisk. **Hahahaha sina kuradi troll ma hakkam su ema nikkuma nahhui**. Kuradi tatt nahhui raisk. **Hakkan su ema nikkuma putsi raisk**. Kuradi jobi putsi raisk. **Hakkan sinu ema nikkuma!**“ (3)*

Laivides esines 70 korral ka alkoholsete jookide tarbimisega seonduvat kõnet, millest saab järeldada, et laivides tõesti ka alkoholi tarvitati. Tihtipeale kritiseerisid või solvasid vaatajad seetõttu ka mõjuisikuid. Kuigi alkoholi tarvitamine iseenesest ei ole normivastane käitumine, on selle tegevuse jäädvustamine TikToki laivides esiteks nii reeglitevastane kui ka vaatajaid häiriv, nagu selgus ankeetküsitluse tulemustest. Alljärgnevalt välja toodud kommentaarid esitab laivi vaataja mõjuisikule retoorilise küsimuse seoses alkoholi tarbimisega. Seejuures võib tajuda teatavat halvaksapanu seesuguse tegevuse kohta, kuna isik kasutab solvavaid väljendeid ja tema sõnavõtt on ründav:

*„nohhh raisk raibe **hakkad jälle jooma ve**“*

Välja toodud mõjuisiku kõnekatkes viitab mõjuisik alkoholi tarbimisele mitmel korral, kritiseerides seejuures iseenda tegevust:

*„Türa kas mul pole midagi. **Putsi ainult üks õlle on alles. Üks õlle ja ongi asi ilus. Ongi päev õhtal. Putsi kell ka juba kuradi kolmveerand kümme. Türa kuidas ma ikka nii õli olen putsu raisk. Ma ei suuda nahhui. Kuradi ise mõtlesin et joon natukese ja lähen ära tuppä. Hui ka ma pean ikka alati kõik kuradi lõpuni jooma nahhui. Türa no mingi kuradi alkohoolik.**“ (3)*

Kuulujuttude levitamist esines laivides kokku 42 korral. Enamasti oli kuulujuttude näol tegemist mõjuisiku või kolmanda isiku kohta käivate juttudega. Kuna kellegi poolt esitatud kolmanda isiku kohta käiva info tõesust ei ole võimalik kontrollida, käsitletakse seesuguste väidete esitamist kuulujutu levitamisenä. Tihti olid kuulujutud seotud kellegi eraeluga, levitades nii seksuaalse kui ka vägivaldse sisuga infot. Järgnevalt välja toodud kommentaarid kirjeldab laivi vaataja, kuidas mingis ringkonnas levivad kolmanda isiku kohta mingid kindlad väited:

*„rakvere vahel **rüügiti et ta paneb kõiki kitse, need kes põlvitama panid ta kunagi läks ka kohe menti**“*

Alljärgnevalt välja toodud mõjuisiku tekstikatkes võib näha, kuidas mõjuisik väidab, et kuulujutu fookuses olev isik on sooritanud tapmiskatse ning lisaks nimetab ta antud isikut pedofiiliks ja kirjeldab tema käitumist alaealiste suhtes. Kuna mõjuisiku esitatud info tõepärasust ei ole võimalik kontrollida, võib seesugust kõnet käsitleda kuulujutuna:

*„Näe ma teen reklaami. Tal reklaami vaja. Sellele vanale jobile teen reklaami nahhui putsu raisk. Kes on kuradi vana kits, vana kits, vana kits! **Kes on tapnud inimese, võinoh pole tapnud, aga on kaheksateist noa hoopu andnud inimesele selja taga. Ma teen talle***

reklaami, reklaami, reklaami. See sama inimene on vana pedofiil. Türa. Virutab kuueteist aastastele tüdrukutele raisk. Bljät. Piider bläjt. Suka bljät. Pedofiil raisk. Teen reklaami sellele kuradi kabjale raisk. Las ta munn nahhui läheb uuesti avaldust tegema raisk. Mingu uuesti kuradi avaldust tegema kurdi pedofiil nahhui. Sa oled pedofiil bljät, pedofiil bljät, pedofiil bljät! Kuradi dibla putsu raisk. Kuradi pedo bljät.“ (3)

Lisaks võis vaatluse käigus täheldada kellegi vigastamisele või löömisele viitavat kõnet nii mõjuisiku tekstis kui kommentaarides (16 korral). Enamustel juhtudel oli seesugune kõne suunatud mõjuisiku pihta, kes parasjagu laivis ei osalenud või laivi tegevalt mõjuisikult kommenteerija pihta. Alljärgnevalt välja toodud kommentaaris kutsub laivi vaataja üles kindla isiku vastu vägivalda kasutama.

*„*** labakäega ööbikuid kuulama vana nolk“*

Järgmiseks välja toodud mõjuisiku kõnekatkes kirjeldab mõjuisik soovi kellegi vigastamise suhtes. Antud juhul on selle põhjuseks tajutud ebasobiv kommentaar:

„Türa ma loodan et keegi lööb su pea lõhki raisk lolli kommentaari eest.“ (8)

Narkootikumide tarvitamisega seonduvat kõnet esines vaadeldud laivides 15 korral. Sellegipoolest ei viidanud ükski kirjeldatud tunnust sisaldav mõjuisiku kõne sellele, et laivis narkootikumide tarvitatud oleks. Kommentaaride puhul oli enamasti tegemist tekstiga, mis viitas sellele, et narkootikumide siiski tarvitatakse või on seda tehtud minevikus. Küll aga esitati mõjuisiku kõnes paaril korral arvamust narkootikumide tarvitamise osas, ka seda pigem narkootikumidest hoidumise võtmes. Näiteks viidati alljärgnevas kommentaaris sellele, et laivis osalev isik on narkootikumide mõju all:

„eit jumala aines“

Seevastu selgitas allpool välja toodud kõnekatkes mõjuisik näiteks seda, miks tema narkootikumide tarvitamist ei soovita. Seda suunatult isikutele, kes mõnd ravimit tarvitavad:

„Türa mina küll ei soovita mitte kellelgi raisk kes haige on narkootikumide tarvitada ega juua nah.“ (8)

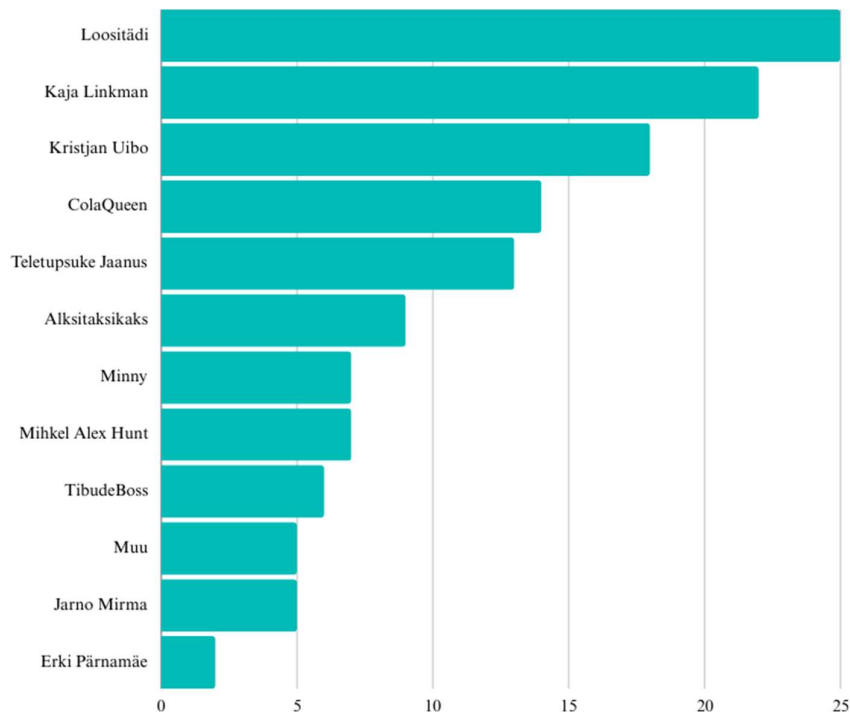
Vähemal korradel esines laivis ka kellegi ähvardamisega (7 korral), tubakatoodete tarbimisega (6 korral) ja esemete loopimise või lõhkumisega (2 korral) seotud mõjuisiku kõnet ja vaatajate kommentaare.

4.2. Auditooriumi motiivid mõjuisikute jälgimisel, tähelepanekud, tõlgendused ja tajutud tumedad osaluspraktikad nende loodud sisus

Uuringu käigus läbi viidud küsitluse vastanute seast välja kujunenud valimi (N=60) vastuste põhjal annan selles alapeatükis ülevaate Eesti ebatavaliste TikToki mõjuisikute auditooriumi motiividest, tähelepanekutest ja nende tajutud tumedatest osaluspraktikatest mõjuisikute jälgimisel. Samuti analüüsin normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmete seisukohti ja tähelepanekuid mõjuisikute sisu osas. Kujunenud valim jagunes kaheks: (1) isikud, kes küsitluses välja toodud mõjuisikuid ei jälgi, kuid on nendest ühel või teisel moel kuulnud (N=32) ja (2) isikud, kes vähemalt üht küsitluses välja toodud mõjuisikutest jälgib (N=28).

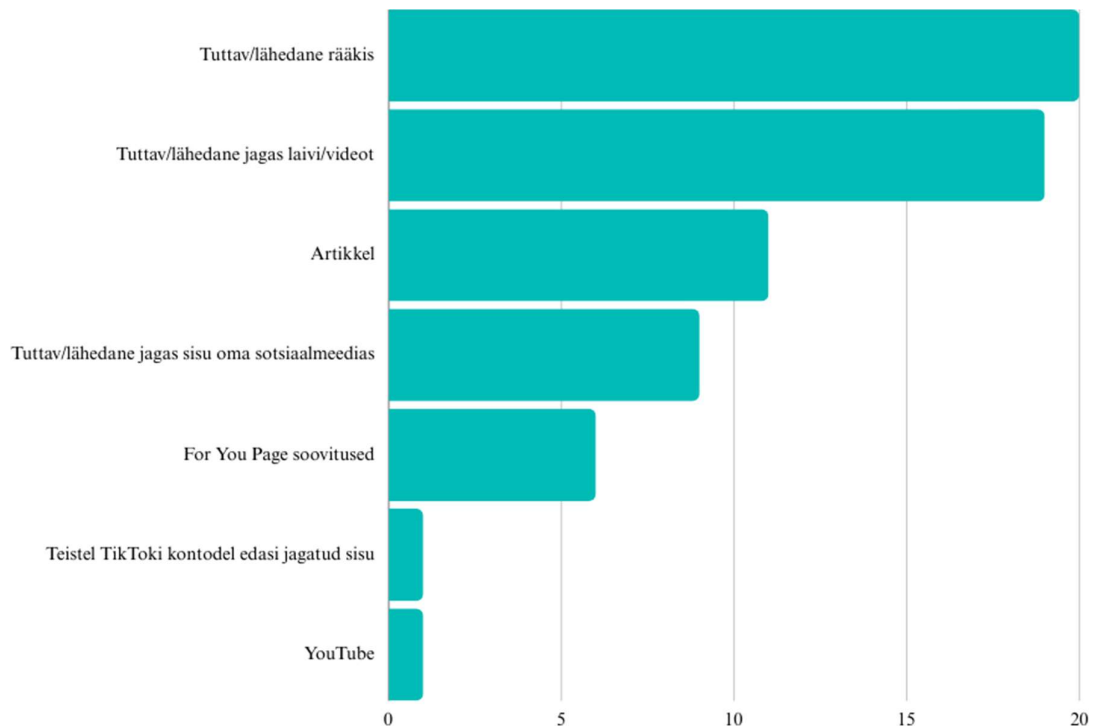
4.2.1. Populaarseimad normi rikkuvad Eesti TikToki mõjuisikud ja nende jälgijate harjumused sisu tarbimisel

Järgnevalt annan ülevaate mõjuisikutest, keda küsitlusele vastanud isikud jälgivad (Joonis 5). Vastanute seast jälgib kõige enam inimesi (25) Loositädi kontot. Järgnevad Kaja Linkman (tuntud ka kui Nunnupal), Kristjan Uibo, ColaQueen, Jaanus Meidla (tuntud ka kui Teletupsuke Jaanus). Valimi seast alla 10 inimese jälgib mõjuisikuid nagu Alksitaksikaks, Minny, Mihkel Alex Hunt, TibudeBoss, Jarno Mirma ja Erki Pärnamäe. Samuti jälgitakse TikToki kontosid, nagu Janar Koddo, Rastade Perekond ja Porgandi Beebi.



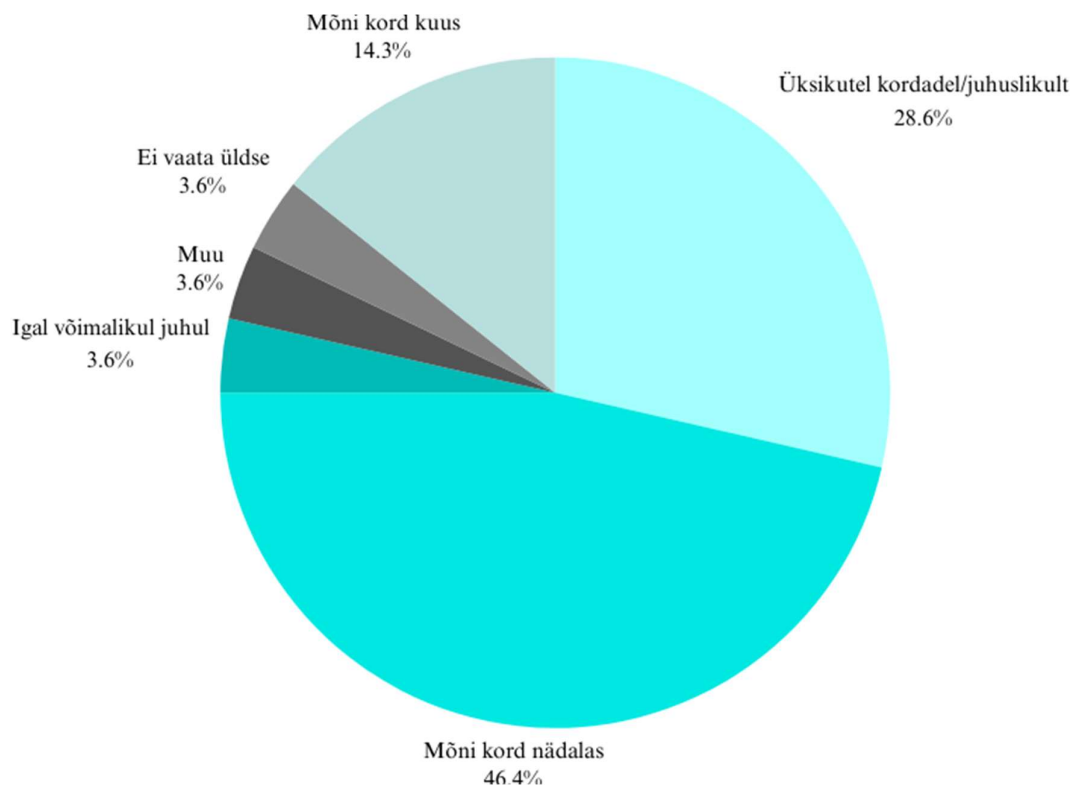
Joonis 5. Eesti ebatavalised TikTok'i mõjusikud ja nende jälgijate arv küsitluse vastuste ($N=39$) põhjal.

Küsitlusele vastanud isikud ($N=32$), kes eelnevalt välja toodud mõjusikuid ei jälgi, kuid on nendest siiski kuulnud, on saanud vastava info põhiliselt oma lähedastelt ja tuttavatelt, kes on mõjusikutest rääkinud või neile laive ja videosid jaganud (Joonis 6). Küsitlusele vastanud on lisaks tuttavate jutule või jagatud videotele ja laividele kuulnud normi rikkuvatest TikTok'i mõjusikutest ka ajakirjanduslike artiklite (11 korral) ning sotsiaalmeedias jagatud postituste (9 korral) kaudu. Samuti on inimesed käsitlenud mõjusikutest teada saanud TikTok'i soovitusalgortimide toimimise tagajärjel ehk näinud videoid ja/või laive oma TikTok'i *For You Page*'il ehk personaliseeritud soovituste lehel (vt ka ptk 1.2). Lisaks on mõjusikute sisu nähtud ka teistel TikTok'i kontodel, mis ebatavaliste mõjusikute sisu edasi jagavad. Ühel juhul toodi vastustes välja ka You Tube'i sisulooja Istoprocent, kes oma kanalil TikTok'i ebatavaliste mõjusikute sisu jagab ning kommenteerib ja tänu millele käsitlenud mõjusikute kohta teada on saadud.



Joonis 6. Kanalid, mille kaudu Eesti normi rikkuvate TikTok'i mõjuisikute mittejälgijad nendest kuulnud on.

Küsitlusele vastanutest välja kujunenud valimist veidi alla poole (46%), kes uuringu fookuses olevaid ebatavalisi TikTok'i mõjuisikuid jälgivad (N=28), vaatavad nende laive mõnel korral nädalas (Joonis 7). 29% vastanutest vaatab mõjuisikute laive vaid üksikudel kordadel või satuvad neid vaatama juhuslikult. Veidi üle 14% vaatab laive mõnel korral kuus. Vastanutest üksikud ei vaata laive üldse või tarvivad neid muul moel, näiteks vaatavad laivide salvestusi või lühikokkuvõtteid. Küsitlusele vastanute seast vaid üks isik vaatab võimalusel kõiki jälgitavate normi rikkuvate mõjuisikute laive.



***Joonis 7.** Eesti normi rikkuvate TikToki mõjusikute laivide vaatamise sagedus küsitluse vastuste põhjal.*

Kuna minu läbi viidud küsitlusele vastas vaid väike osa normi rikkuvate Eesti TikToki mõjusikute auditooriumist, ei saa teha põhjapanevaid järeldusi auditooriumi harjumuste kohta mõjusikute loodud sisu tarbimisel. Küll aga saab väita, et minu uuringus osalesid vaid üksikud normi rikkuvate mõjusikute fännid, kelle jaoks on nende sisu tarbimine igapäevane tegevus.

4.2.2. Normi rikkuvate Eesti TikToki mõjusikute jälgijate motiivid, tähelepanekud ja tõlgendused mõjusikute jälgimisel

Küsitlusele vastanud Eesti normi rikkuvate TikToki mõjusikute jälgijate (N=28) motiivid seesuguse sisu tarbimisel on küllalt erinevad. Joonisel 8 on esitatud enim välja toodud põhjused ja eesmärgid, miks mõjusikute laive ja/või videoid vaadatakse. Kõige enam (17 korral) seostati mõjusikute sisu tarbimist meelelahutusega – ka kirjeldas üks vastanu, et tema jaoks on mõjusikute jälgimine piinlikuks meelelahutuseks.

Samuti toodi kaheksal juhul välja, et normi rikkuvate mõjusikute jälgimine ja sisu tarbimine rahuldab nende huvi. Näiteks tõi üks vastanutest (M1) välja, et lisaks meelelahutuslikule faktorile on tarbitavas sisus ka mingi šokifaktor ning see rahuldab teatavat huvi:

M1: „*Huvi rahuldamiseks ja meelelahutuseks – sisu on mingisuguse šokifaktoriga.*“

Vastanute seast viis isikut on märkinud, et jälgib fookuses olevaid mõjuisikuid ja nende loodud sisu pelgalt ajaviiteks või käivad mõjuisikute laivid neil mingi muu tegevuse taustal.

Samuti on viiel korral kirjeldatud mõjuisikute jälgimise põhjusena soovi nende maailma mõista ja saada teada, millest seesuguses ühiskonnagrupid räägitakse. Lisaks usub üks vastanutest (N3), et seesuguse inimgrupi käitumise mõistmine on tema töö jaoks avalikus sektoris vajalik teadmine:

N3: „*Puhas meelelahutus, cringe sisu, tahan teada millest see ühiskonnagrupp räägib, mis tõekspidamisi omavad jne (avaliku sektori töö jaoks teinekord väga vajalik teada sellise inimgrupi käitumisi).*“

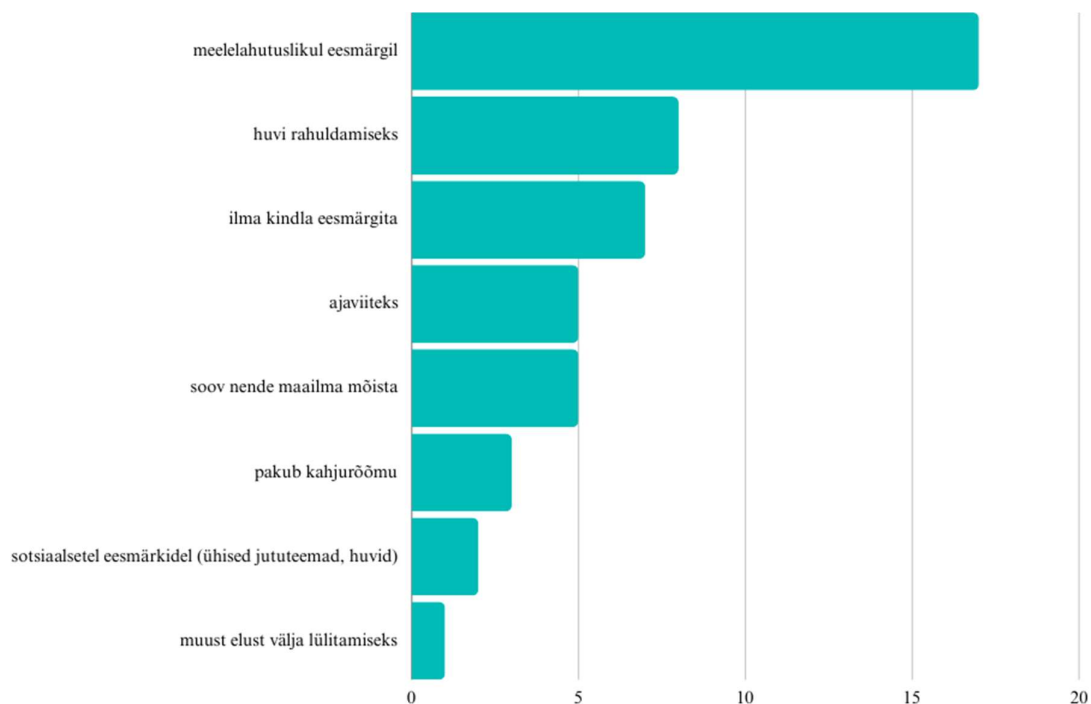
Kuigi kahjurõõmu kui mõjuisikute jälgimise motiivi küsitlusele vastanud otseselt välja ei toodud, võis selle fenomeni tunnuseid – rõõm ja heameel kellegi teise ebaõnnestumisest või kahjust – siiski kolmel juhul märgata. Samuti võib kahjurõõmu tajuda olukordades, kus nähtud tegevus tekitab vaatajas positiivseid kui ka negatiivseid tundeid samal ajal, samas lõpuks jääb domineerima siiski positiivne emotsioon. Ühel juhul toodi ka välja välja, et seda, kuidas inimene ennast rahva eest maha teeb on ühteagu nii naljakas kui ka kurb vaadata.

Sotsiaalsetel eesmärkidel tarbib nende sisu kolm vastajat. Isikud on välja toonud, et mõnede tuttavatega on normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel tekkinud ühised jututeemad või huvid. Näiteks on üks vastaja (N5) välja toonud, et kui laivides toimub midagi valjakat, siis vaadatakse seda sõbraga koos. Samuti on tekkinud sõpradega mõjuisikute väljaütlemiste kohta siseringi naljad:

N5: „*Puutun kokku nende sisuga Tiktok laivides. Sellist tüüpi mõjuisikute sisu vaadates meenuvad facebooki grupid nagu: Märgatud Eestis, Eestlaste kolmnurk jne. Nendes gruppides oli levinud livestreamide tegemine. Nüüd tundub, et see sisu on Tiktoki kolinud. Nende laivides vahest juhtub naljakaid/kentsakaid/meelt lahutavaid hetki. Vahest on naljakas kellegi sõbraga neid vaadata. tobedatest väljaütlemistest, mida laivides kõlada on, tekivad sõpradega sisenaljad. Arvan, et nendes laivides tuleb ette ka rohkelt meemimaterjali, mistõttu seda sisu ka tarbin.*“

Ühel juhul märgiti, et laivide vaatamine aitab muust elust välja lülitada. Vastaja (N6) tõi välja, et kuna üldjuhul toimub laivides midagi jaburat, on sellist sisu hea muu tegevuse taustaks tarbida:

N6: „*TikTok on peamiselt väljalülitamiseks muust maailmast. Siis on hea lihtsalt taustaks kuulata, kuna üldjuhul toimub midagi jaburat, mis naerma ajab.*“



Joonis 8. Küsitlusele vastanute motiivid Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel.

Siinkohal on taaskord oluline rõhutada, et kuna minu läbi viidud uuringu valimisse sattus vaid väike osa normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute auditooriumist, ei ole võimalik täielikult mõista, mis on inimeste motiivid normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel. Samuti ei ole ükski minu uuringus osalenud isik normi rikkuvaid mõjuisikuid rahaliselt toetanud. Seetõttu ei ole jätkuvalt teada, mis motiveerib jälgijaid mõjuisikutele raha annetama või kingitusi tegema.

4.2.3. Normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute auditooriumi tajutud tumedad osaluspraktikad ja normivastane käitumine mõjuisikute loodud sisus

Küsitlusele vastanud Eesti normi rikkuvate TikToki mõjuisikute jälgijatest (N=28) pea 90% on täheldanud mõjuisikute laivides viha õhutamist, solvamist ja häbistamist. Kõige rohkem toodi välja lihtsalt mõjuisiku või vaatajate solvamist ja mõnitamist (14 korral). Samuti toodi välja solvangute ja kriitika tegemist mõjuisiku või teise laivis osaleja välimuse kohta (3 korral), mida märkis ka üks küsitlusele vastanu (M2):

M2: „Olen näinud kritiseerimist laivi tegemise ja raha kogumise üle, küsimusi nagu "mis teed selle rahaga siis?", labasemaid suvaliste solvavate sõnade kommenteerimist ja välimuse kommenteerimist“

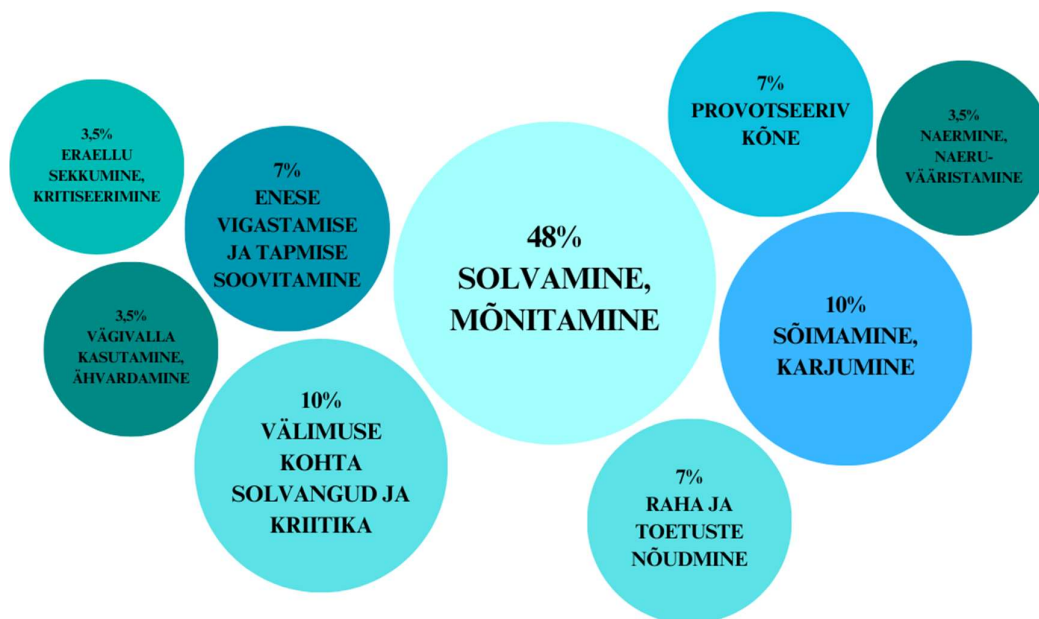
Lisaks täheldasid kaks küsitlusele vastanut enesevigastamise ja tapmise õhutamist vaadatud laivides. See tulemus annab aimu, et laivides õhutatakse vaenu ja viha lisaks vähemusgruppidele ka üksikisikute vastu.

Samuti on kaks vastanut täheldanud normi rikkuvate mõjuisikute provotseerimist vaatajate poolt. Üks küsitlusele vastanud mõjuisikute jälgija (N8) märkis, et laivide kommentaariumis öeldakse asju, et ajada mõjuisik endast välja:

N8: „Livede kommentaariumid on alati kohutavad. Öeldakse asju, et inimesi endast välja ajada. Eriti Uibsi puhul, sest ta on vaimselt haige inimene.“

Veel enam on laivi vaatajad täheldanud sõimamist ja karjumist. Lisaks sellele vägivalla kasutamist ja ähvarduste tegemist. Seejuures tõi üks vastanu välja, et on näinud laivis kellegi peksmist ja ähvardamist. Antud tulemis illustreerib tõsiasja, et kuigi vägivalla kasutamine ja sellele õhutamine on TikTakis keelatud, on laivides toimuv siiski tihti kontrolli alt väljas.

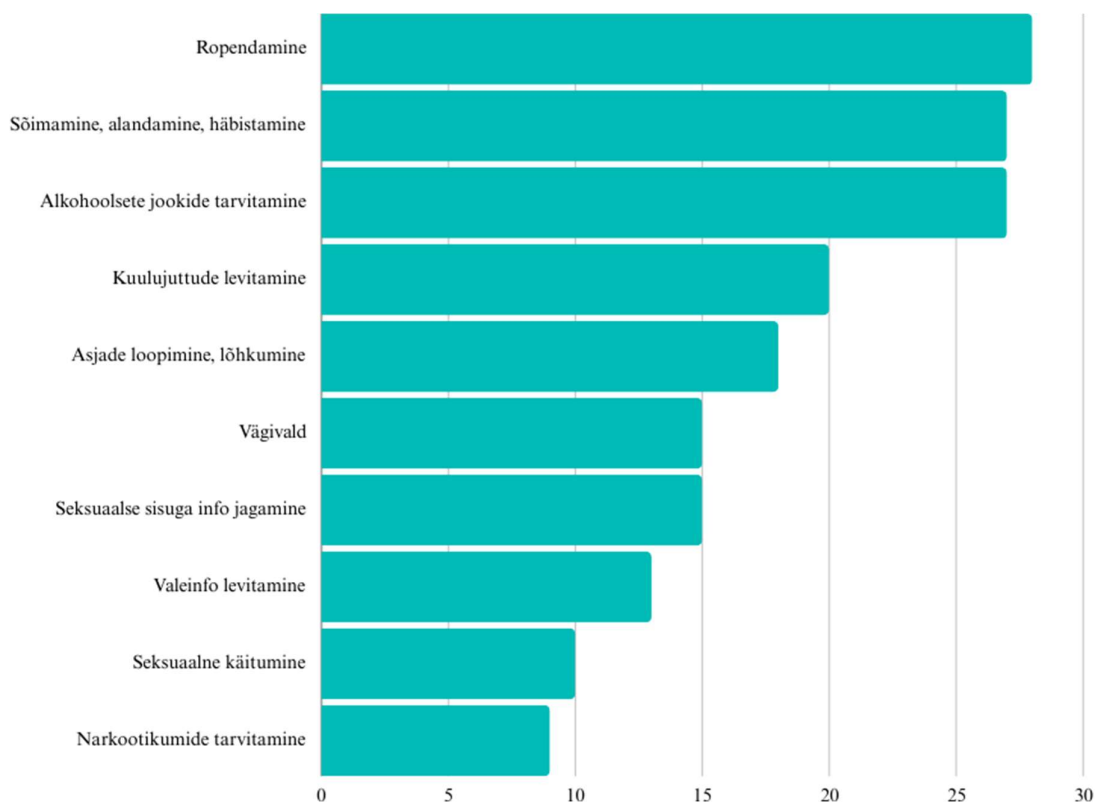
Lisaks toodi üksikutel juhtudel välja, et mõjuisikute laivides sekkutakse teiste eraellu ja kritiseeritakse raha ning toetuste kerjamist. Samuti on tähele pandud naeruvääristavat suhtumist ja kõnet nii mõjuisikute kui vaatajate poolt. Alloleval joonisel nr 9 on kokkuvõtvalt välja toodud enam levinud viha õhutamise, solvamise ja häbistamise viisid, mida küsitlusele vastanud mõjuisikute jälgijad välja on toonud.



Joonis 9. Mõjuisikute jälgijate välja toodud viha õhutamise, solvamise ja häbistamise teemad laivides

Kuna tumedate osaluspraktikate kontseptsioon iseenesest võib asjatundmatule inimesele jääda selgusetuks, uurisin küsitluse käigus, mida ebatavalist ja/või sobimatut on TikTokis normi rikkuvate mõjusikute jälgijad nende laivides täheldanud (Joonis 10). Kõik küsimustikus ette antud valikuvariandid on tumedate osaluspraktikate või sotsiaalsete normide vastase käitumise tunnused.

Kõige enam toodi välja ropendamist (28 korral), söimamist, alandamist, häbistamist (27 korral) ja alkohoolsete jookide tarvitamist (27 korral). Lisaks on tihti märgatud kuulujuttude levitamist (20 korral), asjade loopimist ja lõhkumist (18 korral). Samuti on mõjusikute jälgijad täheldanud TikTokis laivides füüsilise vägivalla kasutamist (15 korral), seksuaalse sisuga info jagamist (15 korral) ning valeinfo levitamist (13 korral). Veel on märgatud seksuaalset käitumist (10 korral) ja ka narkootikumide tarvitamist (9 korral). Lisaks tõi üks vastaja välja ka laivides pideva suitsetamise.



Joonis 10. Ebatavaliste mõjusikute jälgijate märgatud ebatavaline või sobimatu käitumine mõjusikute laivides.

Küsitluses palusin mõjusikute auditooriumi liikmetel (N=60) kirjeldada, mis emotsioone ja mõtteid nende jälgitavad normi rikkuvad TikTokis mõjusikud neis tekitavad – vastasid nii need,

kes mõjuisikuid TikTakis jälgivad, kui ka need, kes on neist kuulnud või nendega seotud sisu mujal tarbinud (Joonis 11).

Kõige rohkem (23 korral) toodi välja pahameelt, vastumeelsust ja vastikustunnet nende mõjuisikute ja nende loodava vastu. Näiteks kirjeldab üks küsitlusele vastanu (N10), kes küsimustikus välja toodud normi rikkuvaid mõjuisikuid ei jälgi, et tema hinnangul ei tohiks seesugustel mõjuisikutel olla platvormi ega võimalust raha teenida:

N10: *„Ebameeldivust ja piinlikkust. Mõtlen, et sellistel inimestel ei tohiks olla platvorm ning miks inimesed annavad oma raha neile.“*

Palju toodi välja ka, et mõjuisikud tekitavad kurbust ja kahjutunnet (16 korral). Üks küsitlusele vastanud isik (N11), kes samuti minu töö fookuses olevaid mõjuisikuid ei jälgi, märgib, et seesugune sisu muudab neid kurvaks. Samuti lisab ta, et kahju on lastest, kellel on seesugusele sisule kontrollimatu ligipääs, mistõttu võib nähtav sisu kujundada nende normitaju:

N11: *„kurb on, aga tegelikult on kogu aeg sellised inimesed olemas olnud, nüüd nad saavad sotsmeedias oma olemasolu lihtsalt laiemalt teadvustada. kahju on lastest ka, kel kontrollimatu ligipääs internetile, näevad neid inimesi ja ehk hakkavadki mõtlema, et nii on norm ja ok elada“*

Samuti toodi välja piinlikkustunnet (13 korral) ja segadust ning arusaamatust seesuguse sisuloome osas (11 korral). Lisaks kirjeldavad mõned küsitlusele vastanud mõjuisikute jälgijad, et seesugused mõjuisikud ja nende sisu tekitab piinlikku tunde eestlaseks olemise suhtes ja võivad välismaailma jaoks luua eestlastest negatiivse kuvandi.

Mõnedel juhtudel kirjeldasid küsitlusele vastanud ka ebamugavustunde tekkimist (6 korral). Üks küsitlusele vastanud mõjuisikute jälgija (N13) toob lisaks ebamugavustundele välja ka negatiivsete emotsioonide tekkimise:

N13: *„Negatiivseid emotsioone, ebamugavaid tundeid seoses sellega, et mõtled, kuidas inimesed sellist elu elavad, pigem häirib mind.“*

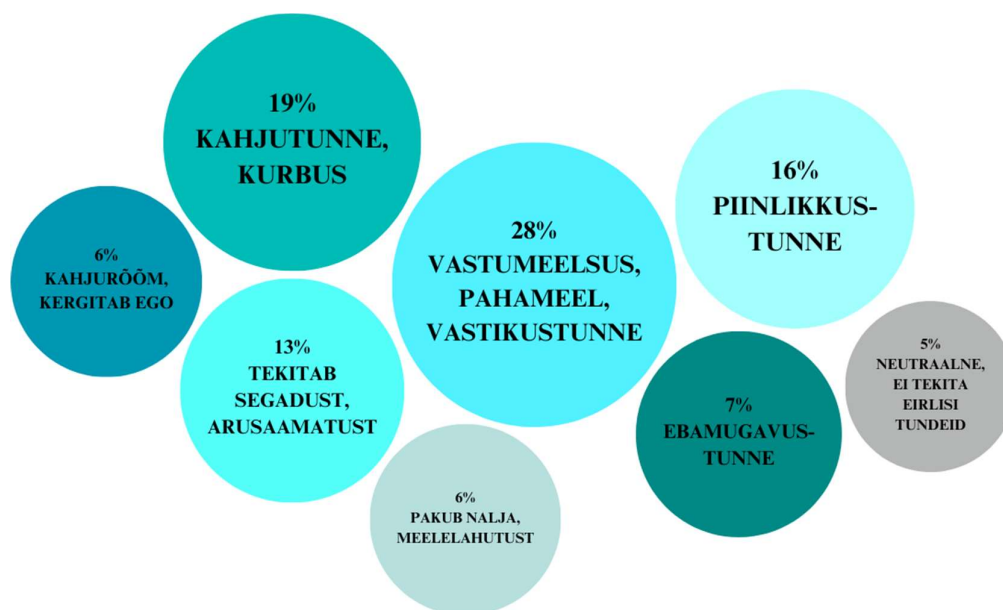
Lisaks toodi välja, et mõjuisikute laivid ja loodud sisu pakub nalja ja meelelahutust (5 korral). Üks küsitlusele vastanud mõjuisikute jälgija märgib, et lisaks naljale, tekitab seesugune sisu temas kurbi ja piinlikuid tundeid. Samuti peab ta, et selliste mõjuisikute tegevust on imekspandavaks.

Samuti tunnistasid mõned küsitlusele vastanud, et normi rikkuvad mõjuisikud ja nende loodud sisu tekitab neis head tunnet iseenda osas. Lisaks kirjeldati, et seesugune sisu tekitab vaatajates nii

kurbasid, piinlikke kui ka häid emotsioone üheaegselt, mida võib tõlgendada kahjurõõmuna. Näiteks selgitas üks vastanu, kes on mõjuisikutest kuulnud, et seesugused sisuloojad ja nende laivid tekitavad oma elu osas hea tunde.

Vaid üksikutel juhtudel ei tekitanud küsitlusele vastanute seas normi rikkuvate mõjuisikute sisu erilisi tundeid. Samuti ei osanud mõned küsitlusele vastanud mõjuisikutest midagi arvata.

Alloleval joonisel nr 11 on välja toodud protsentuaalne jaotus vastavalt esinemissagedusele, kuidas küsitlusele vastanud Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmed nende loodud sisu osas esinevaid tundeid ja mõtteid kirjeldavad.



Joonis 11. Emotsioonid ja mõtted, mida normi rikkuvad TikTok mõjuisikud nende auditooriumi liikmetes tekitavad.

Küsitlusele vastanud Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmete seas ei ole laivides kommenteerimine väga levinud. 28 vastanust vaid kolm isikut kommenteerib aeg-ajalt laivides. Enamasti tõid vastajad välja, et küsivad laivis midagi mõjuisiku elu kohta või vastavad tuttavate kommentaaridele. Keegi vastanutest ei ole aga kommentaarides neid mõjuisikuid solvanud või alandanud.

Kuigi vastanute seas on vaid üksikud isikud tundnud, et käsitletud mõjuisiku tegevus või kõne solvab neid ennast, on see siiski oluliseks teguriks antud töö puhul. Kahel juhul märgiti, et tuntakse häbi, kuna välismaal käies jääb mõjuisiku tegevusest mulje, et kõik eestlased on nendega samasugused. Ühel juhul märgiti, et mõjuisiku tegevus tekitab häbitunde eestlaseks olemise pärast.

Näiteks märkis üks vastaja (N16), et kui mõjuisikud on käinud välismaal ja rääkinud seal oma päritolust, tekitab see tunde, nagu solvataks eestlasi üldiselt, kuna mõjuisikute tõttu võib eestlastest kujuneda väär arvamus:

N16: „*Välismaal käies ja kuulutades, et on Eestist, siis tekib tunne, et solvavad ka üldist arvamust rahvusest.*“

Jälgitavate ebatavaliste mõjuisikute laive, sisu või jäädvustusi sellest – kuvatõmmiseid, salvestusi, teistel kontodel esitatud laivide eredamaid hetki – on oma sõpradele või enda sotsiaalmeedia kontodel edasi jaganud veidi üle 64% vastanutest. Enamikel juhtudel põhjendati sisu edasi jagamist nalja ja meelelahutuse pakkumisega oma sõpradele või sotsiaalmeedia jälgijatele. Samuti toodi välja, et jagamise eesmärk on sõpru millestki huvitavast teavitada või mõjuisikute tegemisi neile tutvustada. Veel märgiti, et videoid jagatakse edasi ühiste jututeemade ja huvide pärast. Näiteks kirjeldas üks küsitlusele vastanu (N17) väga värvikalt, et kui üks mõjuisik tegi midagi naljakat ja ebasüüdat, tundis ta, et pidi sellest kuvatõmmise tegema:

N17: „*Kui Kaja tõmbas persse paljaks siis seda oli vaja screenshottida*“

Küsitluse vastuste seast ei ole keegi uuringu fookuses olevaid normi rikkuvaid mõjuisikuid rahaliselt ega muul viisil – näiteks saatnud kingitusi, toitu – toetanud. Seejuures toodi paaril korral välja, et mõjuisikute rahalist toetamist peetakse taunitavaks või halvustatavaks tegevuseks. Näiteks kirjeldas üks vastanutest (N18), et talle jääb mõistmatuks, miks mõjuisikute jälgijaid rahalisi toetusi jagavad. Seejuures lisas ta, et toetuste kogumine alkoholi tarvitavate inimeste jaoks tekitab küsitavuse, miks üldse ise tavainimesena vaeva näha, kui TikToki saab niisama ka toetusi koguda:

N18: „*Mulle tekitab küsimust, et miks inimesed annavad neile raha, oleksid nad normaalsed inimesed, aga nad joovad ainult. Nt Kajale koguti kokku Egiptuse reisi raha ja siis tekkis mul tunne, et miks ma üldse vaeva näen, kui nad saavad nii lihtsalt asju ning vaatavad ka nii lihtsalt “toetavad”. Hullumeelne*“

Küsitluse vastustest jäid kõlama mõned erilised tunnused, kirjeldused ja sõnad, millega Eesti normi rikkuvaid TikToki mõjuisikuid ja nende sisu kirjeldati. Allpool sõnapilves (Joonis 12) on need märksõnad välja toonud. Kõige rohkem kasutati küsitluse vastustes sõnu „idiodid“, „rumalad“, „šokeeriv“ ja „kohutav“. Samuti võrreldi normi rikkuvate mõjuisikute tegutsemist „Võsareporter“ ja „Märgatud Eestis“ saadetega ning „Eestlaste Kolmnurga“ kommuuniga.

MEEMIMATERJAL
IDIOODID
VÕSAREPORTERHALE
RUMALAD
EESTLASTE KOLMNURK
CRINGE ŠOKEERIV
ÜLIPINNLIK RÕVE
ABSURDNE KOHUTAV
MÄRGATUD EESTIS

Joonis 12. Märksõnad, millega küsitlusele vastanud isikud TikTok'i normi rikkuvaid mõjuisikuid ja nende loodud sisu kirjeldasid.

Auditooriumi poolt välja toodud ebatavaliste mõjuisikute tegevuse kirjeldus annab uurimusele lisaks vaatluse käigus kogutud objektiivsele andmestikule ja veidi subjektiivsema vaate. See aitab mõista ebatavaliste mõjuisikute rolli oma auditooriumile normide ning arusaamade tekkimisele. Lisaks illustreerivad eelpool välja toodud märksõnad jälgijate suhtumist jälgitavasse mõjuisiku loodud sisusse ja inimesse endasse, mis lisab tulemustele omakorda tõepärasust ja võimalust lihtsamini mõista, millist sisu ebatavalised mõjuisikud oma kontodel toodavad.

5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Selles peatükis vastan töö teises peatükis püstitatud uurimisküsimustele ning arutlen tumedate osaluspraktikate esinemise üle normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute ja nende auditooriumi omavahelises kommunikatsioonis laiemalt. Lisaks toon välja uurimismeetodi ja valimi puudused ning uurimuse kriitika. Samuti avan oma bakalaureusetöö eetilise raamistiku ning eetiliste probleemide ületamiseks tehtud tegevused. Viimaks annan soovitusel edasisteks samalaadseteks uuringuteks.

5.1. Vastused uurimisküsimustele

Minu bakalaureusetöö eesmärgiks oli esmalt kirjeldada, milliseid tumedaid osaluspraktikaid ja normivastase käitumise ning TikToki reeglite vastase tegevuse tunnuseid Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute laivides esineb. Samuti tahtsin saada aimu, miks inimesed hoolimata normi rikkuvate mõjuisikute normivastasest ja teisi kahjustavast käitumisest neid mõjuisikuid siiski jälgivad. Lisaks soovisin kaardistada, milliseid ühiskonna liikmeid potentsiaalselt Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumis esineb. Järgnevalt annan vastused oma töös püstitatud uurimisküsimustele. Teist ja kolmandat uurimisküsimust käsitlen koos, kuna need on omavahel tugevalt seotud ja saadud tulemused täiendavad üksteist.

Milliseid tumedaid osaluspraktikaid on märgata Eesti TikToki ebatavaliste mõjuisikute ja nende auditooriumi omavahelises kommunikatsioonis?

Uuringu käigus läbiviidud vaatlustulemuste ja loodud ankeetküsitluse vastuste põhjal saab järeldada, et erinevad tumedad osaluspraktikad Eesti TikToki ebatavaliste mõjuisikute ja nende auditooriumi omavahelises kommunikatsioonis tõepoolest esinevad. Oluline on siinkohal rõhutada, et vaadeldud laividest (N=49) vaid ühel juhul ei esinenud ühegi tumeda osaluspraktika tunnust. Seda nii mõjuisiku kõnes ega kommentaariumis. Sellest saab järeldada, et tumedad osaluspraktikad on ebatavaliste TikToki mõjuisikute laivides pigem tihti esinev ja levinud nähtus, mitte üksikjuhtum.

Kõige enam on märgata nii vaatlusandmete kui ka ankeetküsimustiku vastuste põhjal laivides toimuvat häbistamist, solvamist ja sõimamist. Antud juhul on oluline märkida, et kõige rohkem

solvavat, häbistavat ja alandavat kõnet esines mõjuisikute ja vaatajate omavahelises suhtluses. See tähendab, et solvavat kõnet esines enim justnimelt mõjuisikult vaatajatele ja vastupidi võrreldes laivis mitteosalevatele mõjuisikutele, teisele laivis osalenud mõjuisikule või teisele kommentaatorile suunatud kõnega. Kui võtta arvesse küsimustiku vastuste seas levinud tähelepanekud, kus toodi välja, et laivide kommentaarides toimub pidev mõjuisiku provotseerimine, võib järeldada, et kommentaarides toimuv tihe solvamine ja häbistamine oli just meelelahutusliku eesmärgiga.

Samas esines olulisel määral solvavat kõnet ja sõimamist teise laivis osalenud mõjuisiku vastu, seda nii laivi vaatajate kui laivi tegeva mõjuisiku poolt. Levinud olid olukorrad, kus vaadeldav mõjuisik kaasas oma laivi ka teise mõjuisiku. Kusjuures enamikl juhtudel ei olnud tegemist mõjuisiku sõbra või teda toetava isikuga – enamasti kaasati laivi isik, kellest seati end nähtavalt kõrgemale. Siinkohal on võimalik järeldada, et vaadeldav mõjuisik kogus kaasatud isiku alandamise, solvamise ja häbistamisega oma vaatajatelt „plusspunkte“, kuna kaasas häbistamisesse ka oma vaatajad. Isegi kui teine laivi kaasatud isik vaadeldud mõjuisiku kommentaare ei näe, ja vastupidi, tundusid mõjuisiku kommentaariumis esinevad solvangu ja häbistav kõne laivi tegev mõjuisikut toetavad ja innustavad. Seega on laivides toimuv häbistamine eelkõige meelelahutuslik, kuivõrd korralekutsuv.

Kuigi vihakõne on Eesti Vabariigi põhiseaduses sätestatud kui keelatud ja karistatav tegevus (Eesti Vabariigi põhiseadus § 12; 1992), on see Eesti normi rikkuvate TikToki mõjuisikute laivides siiski väga levinud nähtus. Vihakõne ohvriks oli vaadeldud laivide puhul enamasti teine laivis osalenud isik või kõrvaline mõjuisik, kes parasjagu laivis ei osalenud. Nagu ka eelnevalt käsitletud solvamine, häbistamine ning alandamine, oli ka vihakõnes oluline roll vaatajate ning mõjuisiku omavahelisel „koostööl“ – vaatajad innustasid ja õhutasid mõjuisikut kellegi suhtes vihakõnet tegema ning osalesid selles ka ise. Ka siin võib järeldada, et vihakõne eesmärk oli end sotsiaalselt vihakõne sihtmärgist kõrgemale tõstmine. Pahatihti oli vihakõne seotud isiku välimuse, puude või soo ja seksuaalse sättumusega. Kogutud andmete ja mõjuisikute auditooriumi välja toodud tunnuste põhjal võib väita, et viha oli suunatud justnimelt naiste ja seksuaalvähemuste vastu. Kusjuures välja toodud inimgruppide vastu toimus vaenulik kõne eraldi ka kommentaariumis, ilma et laivi tegev mõjuisik oleks seda algatanud. Samas võib seesugust kõnet soodustavate laivide tegemist juba iseenesest pidada vihakõne algatamiseks.

Mis on inimeste motiivid Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel ja nende loodud sisu tarbimisel? Kuidas tõlgendavad Eesti TikToki normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liikmed tarbitavat sisu ja milliseid tähelepanekuid nad seejuures välja toovad?

Läbi viidud uuringu põhjal saab väita, et inimesed jälgivad Eesti TikToki normi rikkuvaid mõjuisikuid eelkõige meelelahutuslikel eesmärkidel. Lisaks on inimeste soov rahuldada teatavat huvi ning mõista mõjuisikute ja nende jälgijaskonna maailma. Samas soovivad mõned küsitlusele vastanud muutusi ja tunnevad seesuguse tegevuse vastu pahameelt. Veel enam kirjeldasid küsitlusele vastanud ühtaegu nii heameelt kui ka kurbust jälgitavate mõjuisikute ja nende sisu osas, mis viitab aga kahjurõõmule. Lisaks sellele on mõnede auditooriumi liikmete jaoks TikToki normi rikkuvate mõjuisikute sisu tarbimine pelgalt aja veetmise või maailmast välja lülitamise viis.

DataReportali andmetel on põhilisteks sotsiaalmeedia kasutamise põhjusteks muuhulgas lähedaste ja sõpradega ühenduse hoidmine, vaba aja veetmine, uudiste jälgimine, enda elu jagamine, teiste eluga kursis olemine (Kemp, 2024a). Veel enam, kõrvutades ankeetküsimuste vastuseid sotsiaalmeedia kasutamise põhjustega, saab järeldada, et inimesed jälgivad ja tarbivad Eesti normi rikkuvate TikToki mõjuisikute sisu peamiselt meelelahutuslikel, isiklike suhete, jälgimise ja personaalse identiteedi eesmärgil.

Samuti saab ühe olulise motivaatorina normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel tuua kahjurõõmu. Kuigi ükski läbi viidud küsitlusele vastanud selgesõnaliselt kahjurõõmu ei väljendanud, oli selle tunnuseid siiski näha. Cikara (2015) ja Smith jt (2009) järgi on kahjurõõm olukord, kus isik tunneb heameelt teise isiku ebaõnnest. Samuti mõjutab kahjurõõm oluliselt isiku enesehinnangut (*ibid.*). Seevastu toodi välja halenaljakaid olukordi ja kahjutunde tekkimist, mis muutus mõnel juhul naljakaks. Veel enam lisati mõnel juhul, et jälgitud mõjuisikud ja nende sisu tekitavad iseenda elu suhtes hea tunde ja kergitavad ego. Sageli võrreldakse end sotsiaalmeedias sotsiaalselt ülespoole, ehk isikus tekitab teise inimese edu pigem negatiivseid emotsioone (Rozgonjuk *et al*, 2023), kuid antud tulemuste põhjal näib, et see trend on muutumas. Inimesed naudivad teiste kannatusi ja veidrusi, mis omakorda tõstab nende enesehinnangut.

Ühe huvitava aspektina võib seejuures lisada, et vaadeldavates laivides esines teatav seaduspära – mida rohkem mõjuisik kedagi sõimas, alandas, solvas, häbistas, vihakõne tegi ja sealjuures ropendas, seda rohkem vaatajaid ka laivil oli. Laivid, milles esinev mõjuisik oli rahulik või jutustas niisama oma vaatajatega, ei saanud sama suure tähelepanu osaliseks. Just seetõttu saab järeldada, et lisaks eelnevalt välja toodud sisu tarbimise põhjustele jälgitakse ebatavalisi mõjuisikuid ka kahjurõõmu nautimise pärast.

Mõnel juhul võrreldi Eesti normi rikkuvate TikTok'i mõjuisikute sisu ka saatetega „Võsareporter“ ja „Märgatud Eestis“ ning varasemalt populaarse sotsiaalmeedia kogukonna Eestlaste Kolmnurk sisuga. Samuti saab normi rikkuvate mõjuisikute sisu kõrvutada Velskeri (2012) uuringus välja toodud põhjustega, miks inimesed „Võsareporterit“ jälgivad. Nimelt toodi uuringus välja, et vaatajaid motiveerib „Võsareporterit“ jälgima eelkõige isiklik soov ja huvi saates kajastatud teemade ning isikute osas, lisaks pakub saates kajastatavate reaalsete olukordade ja igapäevaeluliste probleemide lahendamine vaatajatele teatava äratundmisrõõmu ning võimaluse saateosalistega suhestuda (*ibid.*). Veel enam pakkus vaatajatele huvi saates esinevad „eriskummalised ja veidrat saate tegelased“ (*ibid.*). Seetõttu võib järeldada, et kui inimesed, jälgisid varem „Võsareporterit“ ja „Märgatud Eestis“ saatetes või Eestlaste Kolmnurga kogukonnas toimuvat, saavad nüüd sama sisu tarbida TikTok'i vahendusel. Samuti on motiivid jälgimiseks jäänud samaks. Üldiselt võib öelda, et Eesti ebatavaliste TikTok'i mõjuisikute jälgimise osas kehtib ütlus „tsirkust ja leiba“ – inimesed naudivad saadud meelelahutust ning täidavad seejuures oma sotsiaalsed vajadused.

Uuringus osalenud normi rikkuvate Eesti TikTok'i mõjuisikute auditooriumi liikmed tõid tähelepanekutena välja, et tihtipeale toimub laivides mõjuisiku tahtlik provotseerimine. Isikut solvatakse, sõimatakse või alandatakse ning jäädakse seejuures tema reaktsiooni ootama. Samuti panid paljud küsitlusele vastanud tähele, et eelkõige kritiseeritakse mõjuisiku välimust, elukombeid või tehakse kommentaare tema eraelu kohta. Mõnedel juhtudel märkisid uuringus osalejad, et isegi kui nad ise jälgivad käsitletud mõjuisikuid, ei saa nad aru, miks mõjuisikutele raha kogutakse ja nad näiteks reisile saatetakse. Veel enam toodi paaril korral välja, et normi rikkuvate mõjuisikute käitumine tekitab jälgijates tunde, et neil on piinlik olla mõjuisikutega samast rahvusest.

5.2. Diskussioon

Normi rikkuvate TikTok'i mõjuisikute fenomen on isenesest huvitav nähtus. Seesugused „tavapäraest“ mõjuisikutest või sisuloojatest erinevad sotsiaalmeedia tegelased on koondunud justkui täiesti oma maailmasse, luues kogukonna või subkultuuri, kus normide rikkumine on tavapärane, vihakõne ja solvangute jagamine tunnustatav ning vähemusgruppide materdamine täiesti normaalne. Võiks isegi öelda, et mõjuisikute endi ja nende auditooriumi jaoks kehtivad ülejäänud ühiskonnast täiesti erinevad normid ja reeglid, rikkudes seeläbi tavaühiskonna norme –

kusjuures teevad mõjuisikud seda täiesti teadlikult. Seesuguse tegevusega on neil isikutel võimalus üldsusest eristuda ja tänu sellele toetajaid koguda. Nagu ka läbi viidud vaatluse käigus selgus, oli laividel, kus kedagi jõhkralt alandati või solvati palju rohkem vaatajaid kui nendel laividel, kus mõjuisik lihtsalt oma vaatajatega jutustas.

Küll aga ei ole selline ebatavaline ja kohati vastuoluline sisu sugugi uus nähtus. Nagu ka uuringus osalenud mõjuisikute jälgijad välja tõid, sarnaneb Eesti TikTakis leviv sisu kohati „Võsareporter“ ja „Märgatud Eestis“ saadetega ning Facebooki kogukonnas Eestlaste kolmnurk leviva sisuga. Kusjuures on mõned uuringus käsitletud mõjuisikud oma tegevusega just viimasest alustanudki. Samuti on nii „Võsareporter“ kui ka normi rikkuvate mõjuisikute jälgimise motiivid küllaltki sarnased, nagu ka uuringu tulemustest selgus. TikTok on andnud nendele normi rikkuvatele isikutele ja vastuolulise sisu tootjatele uue keskkonna, kus toetajaid koguda. Kuna see platvorm on eriti kasutajasõbralik ja ligipääsetav, levib jagatav sisu massideni. Seda enam, et platvormil toimuvat on keeruline jälgida, saavad isikud vabalt toimetada, kartmata oma tegevuse tagajärgi. Samuti annab TikTok neile võimaluse raha teenida.

Vaadeldes normi rikkuvate mõjuisikute laive ja analüüsid küsitlusele saadud vastuseid, jäi siiski selgusetuks, miks mõjuisikute jälgijad neid rahaliselt toetavad. Nagu vaatluse käigus selgus, jagatakse lisaks rahale mõjuisikutele ka kingitusi. Seejuures leidis ka küsitlusele vastanud mõjuisikute auditooriumi liikmete seas neid, kes kirjeldasid arusaamatust, miks nii paljud inimesed mõjuisikuid toetavad, et viimased isegi reisile minna saavad. Kusjuures kõik küsitlusele vastanud mõjuisikute jälgijad väitsid, et nemad ei ole ühelgi moel mõjuisikuid toetanud. Võimalik, et mõjuisikute toetajate jaoks on seesugune ebatavaline ja kohati šokeeriv sisu suurema väärtusega, mistõttu on nad valmis jälgitavale isikule raha saatma. Mikk Pärnits (2023) tõi oma artiklis „Eesti täiskasvanute TikTok“ välja: „Ehkki tavameedia kutsub laivis annetusi paluvaid inimesi kerjusteks, ei ole see tõsi. Laiverid pakuvad vastu enda elu demonstreerimist, mis on paljusid juba niikuinii jälgima tõmmanud. Seega on loogiline küsida sarnase või parema sisu eest vaatajatelt vabatahtlikke annetusi. Kas loll on see, kes küsib, või see, kes annab?“ – kui brändidega koostööd teevad suunamudijad teenivad oma elatist mingi toote või teenuse reklaamimisega, mängivad normi rikkuvad mõjuisikud oma vaatajatega justkui tsirkust. Mida veidram tekst, jaburam nali, räigem solvang või suurem alkoholikogus, seda rohkem jälgijaid – ja ehk ka raha annetajaid – mõjuisikul on. Ühe vaadeldud laivi jooksul väitis mõjuisik, et ta mängib TikTakis spetsiaalselt lolli, kuid on väljaspool striimimist väga intelligentne ja rahulik. Kuna see platvorm on eriti kasutajasõbralik ja ligipääsetav, levib jagatav sisu massideni.

Üheks murettekitavamaks asjaoluks on, et selline vastuoluline ja kohati räige sisu levib kontrollimatult ka väga noorte vaatajateni. Kuigi alla 18-aastaste TikTok kasutajate kohta ei ole võimalik statistikat koguda (Kemp, 2024a), võib siiski eeldada, et platvorm on populaarne eelkõige noorte seas. Lisaks võib oletada, et sotsiaalmeedias on oma vanuse kohta valetamine väga levinud – eesmärk on pääseda ligi sisule, mis muidu jääks isiku vanuse tõttu kättesaamatuks. Isegi kui normi rikkuvad Eesti TikTok mõjuisikud on oma laivülekannetele kehtestanud vanusepiirangud, võib eelpool kirjeldatule toetudes väita, et ka alaealistel on normi rikkuvate mõjuisikute sisule ligipääs sellegipoolest olemas. Seda enam paneb mõtlema, mis mõju on sellisel räigel ja sotsiaalseid norme eiraval sisul noorte normitajule.

Tumede osaluspraktikate ja normivastase sisu levikut on aga keeruline piirata. Ühest küljest peaksid sellise sisu eemaldamisega tegelema TikTok moderaatorid, teisalt on sisu eestikeelne ja levib nii-öelda Euroopa ääremaal, mistõttu ei pruugi see probleem nii olulisena näida. Samuti seab sisu modereerimisel takistusi laivi ajutine loomus, sest hiljem ei pruugi olla võimalik tõendada, mis laivis täpsemalt toimus. Seetõttu jääb problemaatiline sisu kontrollimatult levima, jõudes järjest uute inimesteni ja mõjutades potentsiaalselt ühiskonna normitaju. Tõsi, laivides näidatavat kontrollib tehisintellekt, seega näiteks kui suitsupakk või viinapudel jäävad sildiga kaamera poole, on tõenäoline, et laiv pannakse kinni. Küll aga on mõned töös käsitletud normi rikkuvad mõjuisikud kaasanud laividesse moderaatorid. Nende ülesandeks on enamasti jälgida, et laivi ei satuks vastavalt laivi reeglitele alla 18- või 21-aastased kasutajad. Lisaks eemaldavad moderaatorid mõnel juhul kommentaarid, mis laivi tegevat mõjuisikut solvavad või ründavad. Samuti on moderaatorite võimuses soovimatuid jälgijaid blokeerida või vaigistada (ingl *mute*). Selline laivide modereerimine on aga ühepoolne ning aitab tagada vaid mõjuisiku heaolu – kuid ka see pole väga levinud. See, mida mõjuisik oma vaatajatega jagab, jääb aga ilma kontrollita.

Antud uuringu puhul oli minu jaoks kõige suuremaks konfliktiks see, et normi rikkuvaid mõjuisikuid jälgivad ka naised. Paneb mõtlema, miks jälgivad naised isikuid, kes tarvitavad erinevaid mõjuaineid ja solvavad rängalt eelkõige just naissugu ja seksuaalvähemusi. Kas tõesti on siin mängus tugev kahjurõõmu emotsioon ja nii-öelda sotsiaalporno nautimise fenomen, või on tegu millegi sügavama ja psühholoogiliselt seletatavaga?

Lisaks kujunes üheks oluliseks arutelukohaks, kuidas mulle huvi pakkuvaid mõjuisikuid nimetada. Esialgu käsitlesin uuringu fookuses olevaid isikuid „tumede mõjuisikutena“ – see nimetus tulenes eelkõige tõsiasjast, et käsitletud isikud rakendasid oma auditooriumiga suheldes tumedaid

osaluspraktikaid. Siinkohal tekkis aga mitu vastuolu. Esiteks selgus, et tumedad osaluspraktikad on levinud lisaks mõjuisikutele ka nende auditooriumi seas. Teiseks on sõnal „tume“ eesti keeles teatav negatiivne konnotatsioon, mis aga tekitab mulje, nagu käsitletud mõjuisikud midagi positiivset oma kontol ei jagagi. Üheks võimaluseks oli nimetada antud töö fookuses olevaid isikuid „mikrokuulsusteks“, kuid ka siin tekkis mõningane vastuolu. Nimelt ei loo mulle huvi pakkuvad isikud samalaadset sisu, nagu seda teevad blogijad, kelle kohta mikrokuulsuse mõiste eelkõige käib. Samuti pakkusin esialgu välja käsitletud isikute nimetamiseks mõiste „ebatavalised mõjuisikud“. Siinkohal puudus aga üheselt mõistetavus, mida tähendab „ebatavaline“. Eesti keele seletava sõnaraamatu (2009) järgi on ebatavaline „ebaharilik, mitte tihti esinev, tavatu“, kuid selliselt võib kirjeldada mistahes nähtust, mis pole igapäevaselt kogetav või nähtav. Kuna uuringu käigus selgus, et isikud murravad oma tegevusega sotsiaalseid norme, kujunes nende kirjeldamiseks välja mõiste „normi rikkuv mõjuisik“. Siinkohal kerkis kahtlus, kas on õige seesuguseid isikuid kutsuda mõjuisikuteks, või peaks nende kohta ütlema „sisuloojad“ või „trollid“. Kuna aga mõned käsitletud isikud oma kontodele igapäevaselt muud sisu peale laivide ei loo, ei jäänud „sisulooja“ mõiste kasutusse. Samuti ei vastanud käsitletud isikute tegevus „trollide“ tunnustele, millest üheks olulisemaks on isiku anonüümsus. Isikute kirjeldamiseks jäi seega kasutusele sõna „mõjuisik“, kuna nende tegevusel on teatav mõju nii jälgijate käitumisele, normitajule kui ka heaolule.

Veelgi keerulisem on ligi pääseda normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumile. Seda esiteks juba seetõttu, et TikTokis on võimatu kontrollida isiku sugu või vanust. Seetõttu ei ole võimalik tuvastada, kui suure osa normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumist moodustavad tegelikult alaealised, kes end laivi vaatamiseks oluliselt vanemaks valetavad. Veel enam tulevad alaealiste uurimisel mängu erinevad reeglid ja nõuded, mille täitmist tuleb karmilt jälgida. Simon Kemp (2024a) juhtis oma raportis tähelepanu tõsiasjale, et pole kontrollitav, kui suur osa sotsiaalmeedia kasutajate statistikast tegelikult eksitav on – alla 13-aastaste isikute kohta pole võimalik infot koguda, kuid on teada, et sotsiaalmeedias on levinud oma vanuse kohta valetamine.

Isegi kui mingil moel oleks võimalik tuvastada, kes normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumisse kuuluvad, tekib järgmine probleem – kuidas panna neid uuringus osalema. Nagu ka mõned minu uuringus osalenud mõjuisikute jälgijad välja tõid, on normi rikkuvate mõjuisikute jälgimine nende jaoks piinlikuks meelegaletamiseks. Seejuures ei jäänud ühestki vastusest kõlama, et mõjuisikute tegevust tunnustataks. Tõenäoliselt ei oleks mulle huvi pakkuvate mõjuisikute fännid aga valmis uuringus osalema, kuna nad toetavad normi rikkuvate mõjuisikute tegevust ning elavad ka ise

nende maailmas. Küll aga on just mõjuisikute toetajaskond nii käesoleva uuringu kui ka tulevaste puhul kõige huvipakkumaks grupiks.

Minu töö puhul on metodoloogiliselt huvitav, kuidas pääseda ligi niivõrd erilise subkultuuri liikmetele. Normi rikkuvate mõjuisikuteni pääsemise muudab keeruliseks TikToki algoritmide mehhanism – TikToki algoritmid valivad, milliseid kontosid nad esimesena näitavad. Samuti on sellise küllaltki vastuolulise huvigrupi uurimise puhul oluline vältida kellelegi põhjendamatu kahju tekitamist. Kuidas aga seda saavutada, jõudes seejuures olulise valimini, ongi metodoloogiliselt kõige huvitavam. Kõige selle juures tuleb jääda eetiliseks, et vältida võimaliku mainekahju tekitamist nii vaadeldud mõjuisikutele kui ka nende auditooriumi liikmetele. Seetõttu ei ole ka mina oma uuringus välja toonud ühegi mõjuisiku nime, kelle laive vaatlesin. Küll aga märkisin ära need isikud, keda küsitlusele vastanud jälgivad, et saada paremini aru võimalikust subkultuurist.

Tõenäosusliku valimini jõudmisel seab taaskord takistuse ka TikTok ise. Nimelt ei ole võimalik näiteks küsitluse linki – mida ma ise teha soovisin – TikToki laivi kommentaarides jagada. Samas saab seda teha oma TikToki konto *bio*'s, kuid selleks peab kontol olema vähemalt 1000 jälgijat. Antud uuringu küsimustiku jagamiseks kasutasin ma QR-koodi, kuid ka selle levikut platvormi algoritmid ei toeta. Üheks võimaluseks on kutsuda mõjuisikuid ise üles küsimustikku jagama ja innustama oma auditooriumi liikmeid uuringus osalema, mis on aga kõige ebatõenäolisem. Eriti seetõttu, et antud uuring käsitles pigem laivide negatiivseid külgi ja mõjuisikute mõju. Võimalik, et juhul kui uuritavad tegurid oleksid neutraalsed või sisaldaksid lisaks negatiivsetele aspektidele ka positiivset poolt, oleks mõni isik valmis uuringu levikusse panustama. Samas ei tundu ka see variant väga tõenäoline. Seetõttu on sellise esmakordse uuringu läbiviimine küllaltki ebamäärane ja ettenägematu.

5.3. Meetodi- ja valimikriitika ning soovitus edasisteks uuringuteks

Oma bakalaureusetöö puhul arvan, et vaatluste käigus kogutud materjal on piisav, kuna annab vajaliku ülevaate Eesti normi rikkuvate TikToki mõjuisikute laivides toimuva osas. Samuti aitavad vaadeldud kommentaarid mõista mõjuisikute jälgimise motiive ja auditooriumi ning mõjuisiku omavahelises suhtluses esinevaid tumedaid osaluspraktikaid.

Üheks puuduseks laivide vaatlemisel TikTokis on selle kiiresti muutuv keskkond. Minu vaatlusperioodile eelneval ja vaatlusperioodile järgneval ajal (ajaline erinevus kolm nädalat) oli juba toimunud vaadeldava grupi puhul märkimisväärseid muutusi. Taolise vaatluse tegemise juures on probleemiks mõjuisikute enda elus toimuvad muutused. Näiteks ei tarvitanud vaatlusperioodi jooksul üks mõjuisik kordagi alkoholi. Samas oli tumedaid osaluspraktikaid märgata sama mõjuisiku laivides proovivaatluse ja vaatlusperioodile järgneval ajal, mil sattusin mõjuisikute konto nimesid kontrollides laivile, kus kõnealusele mõjuisikule jälgijate poolt politsei kutsuti, kuna tema tervisele oli alkoholi tarvitamisest potentsiaalne oht. Samuti esines juhuslikult nähtud laivis sõimamist, ropendamist, solvamist ja vihakõne. Kuna aga selleks ajaks oli vaatlusperiood läbi, oleks olnud ebaetiline see üksik laiv valimisse lisada. Edasiste samalaadsete uuringute puhul oleks üheks probleemi lahendavaks võimaluseks koguda normi rikkuvate TikToki mõjuisikute kohta andmeid tunduvalt pikema perioodi jooksul. Samuti soovitaksin luua mitu erinevat TikToki varikontot, et jõuda algoritmi treenimise kaudu võimalikult paljude huvi pakkuvate mõjuisikuteni.

Vaatluse osas võib ühe probleemina tuua ka vaatluse läbiviimise aja. Kuigi proovisin proovivaatluse jooksul määrata aja, mil mõjuisikud kõige aktiivsemalt laive teevad, ei pruugi valitud ajaaken siiski parim olla. Samuti jäi vaatluse alt välja muul ajal laivides toimunu. Samas ei oleks olnud füüsiliselt võimalik üksinda TikTokis toimunud laive 24 tunni vältel jälgida. Siin saab määravaks ka tõsiasi, et mõjuisikud tegid enamikel juhutel laive samal ajal, mistõttu ei olnud võimalik määrata, mis hetkel mingi mõjuisiku laivi vaatlema asuda, et saada just mulle kõige huvipakkuvad andmed. Samuti jäid seetõttu vaatlusest välja need mõjuisikud, keda proovivaatluse ajal jälgisin, kuid uuringu läbiviimise hetkedel laivi ei teinud. Edasiste uuringute puhul soovitaksin vaatluse ajad kindla süsteemi järgi ära jaotada ning teha seda tihedama intervalliga. Samuti soovitan suurendada ühe laivi vaatlemise aega, et vähendada võimaliku olulise informatsiooni tähelepanuta jätmist.

Oma töös ei käsitlenud ma valeinfo levikut TikToki laivides, kuna valimisse sattunud laivide käigus valeinfot ei ilmnenu. Sellegipoolest selgus läbi viidud küsitluse tulemustest, et mõjuisikute jälgijad on valeinfo levikut laivides siiski täheldanud. Olenemata vaadeldud mõjuisikute auditooriumi suuruselt, võib seal toimival olla potentsiaalne mõju auditooriumi maailmatajule ning viraalseks muutudes mõjutada ka enda auditooriumisse mittekuuluvate kasutajate taju. Seetõttu on oluline, et samalaadsetes uuringutes edaspidi käsitletak lisaks

hääbistamisele ja vihakõnele ka valeinfo tahtlikku ja tahtmatut levitamist ning vandenõuteooriate levitamist subkultuurides ja filtrimullides.

Teiseks suuremaks puuduseks taolise uuringu tegemisel TikTokis on platvormi algoritmide personaliseeritus. See tähendab, et isegi kui treenisin proovivaatluse ajal ja sellele eelneval ning järgneval perioodil oma varikonto soovitusalgoritme, ei jõudnud ma vaatlusperioodi alguseks sellegipoolest kõigi minu valimisse sobivate normi rikkuvate mõjuisikuteni. Seetõttu ei ole võimalik vaadeldud ebatavaliste mõjuisikute põhjal olulist üldistust teha. See tähendab, et valimi asjakohasus on algoritmiline ning muutuv – nii nagu ei ole tuvastatav, mille alusel ja mis ajahetkel algoritm uuringu mõistes huvi pakkuvaid kontosid näitab, on ka mõjuisikute populaarsus, toetajate ja vaatajate arv pidevas muutumises. Siinkohal soovitaksin edasiste samal teemal tehtavate uuringute puhul hajutada vaatlusperiood võimalusel näiteks ühe või kahe kuu peale. See annaks võimaluse saada ülevaatlikke ja võimalikult tõetruusid andmeid vaadeldavate mõjuisikute ja nende auditooriumi omavahelise suhtluse kohta.

Minu bakalaureusetöö suurimaks puuduseks võib pidada uuringu käigus läbi viidud küsitluse valimit. Vastuseid kogunes 126, kuid neist vaid 48% moodustasid mulle huvi pakuva valimi, millest omakorda 47% oli mõne normi rikkuva mõjuisiku jälgija TikTokis. Seetõttu ei olnud võimalik antud uuringu käigus kogutud sotsiodemograafilisi andmeid üldpopulatsioonile ehk normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumile üldistada. Seda enam on edasiste samalaadsete uurimuste tegemine vajalik, et saada põhjalik ülevaade, kes normi rikkuvaid mõjuisikuid jälgib ja neid rahaliselt toetab.

Samuti ei olnud võimalik teha põhjapanevaid järeldusi normi rikkuvate mõjuisikute jälgimise motiividest. Seepärast on teema edasine uurimine väga vajalik. Samalaadsete uurimuste puhul oleks mõistlik alustada ankeetküsitluse levitamisega vähemalt 2-3 kuud enne andmete analüüsimiseks planeeritud aega. Sel moel oleks võimalik jõuda potentsiaalselt rohkemate inimesteni. Samuti soovitaksin leida viisi, kuidas loodud küsimustikku või uuringut TikTokis eetilisel ja reeglitekohaselt levitada. Veel enam oleks üheks võimalikuks uurimisviisiks huvi pakkuvate mõjuisikute endiga suhtlemine ja näiteks nende intervjuerimine. Sama meetodit võib rakendada ka mõjuisikute auditooriumi liikmetega.

5.4. Uurijaeetika

Kuna minu bakalaureusetöö teemat ei ole varem uuritud ning käsitletav keskkond ja vaadeldavate isikute ning nende tegevuse analüüsimine on riskantne, on eriti oluline hoiduda eetilistest rikkumistest. Oma töös järgisin eriliselt uurija eetika põhimõtet, mille kohaselt ei tohi uurimus ja selle tulemused kellelegi kahju tekitada. Toon järgnevalt välja andmete kogumise, analüüsimise ja tulemuste esitamise jooksul tehtud tegevustest ja eetiliselt olulistest kohtadest:

1. Vaadeldud mõjuisikute ning kommentaatorite nime ja andmeid ei avaldata.

Oma uuringu läbiviimise ja tulemuste esitamise käigus tegin endast kõik, et mitte põhjustada vaatluse all olevatele mõjuisikute ja nende laivi kommenteerijatele kahju. Seetõttu ei avaldanud ma ühegi vaadeldud mõjuisiku nime ega ka sugu. Meetodi peatükis on välja toodud mõjuisikute kontode andmete tabel samuti anonüümne. Tulemustes esitatud näited seon mõjuisikuga ära vaid talle määratud koodiga, mis on samuti meetodi peatüki tabelis välja toodud. Eesti TikTok'i normi rikkuvate mõjuisikute kogukonna potentsiaalsed liikmed on esitatud vaid peatükis 4.2.1, kuid sellest hoolimata ei ole ma välja toonud, keda ma küsitlusele vastanute seas populaarseimatest normi rikkuvatest mõjuisikutest oma töös vaatlén. Lisaks tõid uuringus osalejad ise välja, keda nad TikTokis jälgivad ja kelle sisu on nende arvates ebatavaline – seetõttu on mõjuisikute nimistus ka neid isikuid, keda ma oma uuringus ei käsitleanud.

Samuti ei avaldanud ma mõjuisikute laivides kommenteerinud isikute kasutajanimedid. Lisaks kaitsesin vihakõne ning solvangute ohvriks saanud isikute nimesid. Seda enam, et vaatluse alla sattunud mõjuisikud ja kommentaatorid ei olnud läbi viidud uuringust teadlikud, oli nende isiku ja hea nime kaitsmine eriti oluline.

2. Vaadeldud inimesed ja kogukonnad on mõistetud kontekstist lähtuvalt ja terviklikult.

Uuringu andmete kogumise, analüüsimise ja tulemuste esitamisel jälgisin, et ei tekiks olukorda, kus mõni repliik või näide oleks kontekstist välja kistud. Seetõttu sõnastasin alati näidete ja vaadeldud tunnuste juurde selgituse.

3. Küsitlusele vastanute isikuandmete kaitse ja uuringus osalemise vabatahtlikkus.

Oma uuringus ei kogunud ega avaldanud ma läbi viidud küsitlusele vastanute nimesid ega e-maili aadresse. Sellegipoolest andsin vastanutele võimaluse mulle oma e-maili aadress jätta, kui nad on nõus, et vajadusel on mul võimalik vastuste täpsustamiseks nende poole pöörduda. Ka neid e-maili

aadresse ei avaldanud ma oma töös. Ankeetküsitlusele vastamine oli täielikult vabatahtlik. Samuti andsin vastajatele täpsed suunised, kuidas probleemide ja küsimuste korral minu poole pöörduda saab. Lisaks kinnitasin, et kõik andmed on anonüümsed ja konfidentsiaalsed.

4. Kaitsesin uurijana enda identiteeti ja tagasin enda heaolu.

Nagu eelnevalt töös välja tõin, ei avaldanud ma uuringu ankeetküsimustikus ega selle levitamiseks loodud TikToki kontol oma nime ega identiteeti. Enda näo ja hääle varjamiseks kasutasin TikToki enda AI-filtreid. Sellise otsuse tegin toetudes AoIR-i (*Association of Internet Researchers*) eetikajuhistele. AoIR-i eetikajuhiste järgi on üha enam oluline lisaks uuritavate subjektide ja informantide kaitsmisele kaitsta ka uurijat ennast (the Association of Internet Researchers, 2020: 11). Eriti oluline on uurija kaitse uuringute puhul, kus uuritakse vägivaldseid või muul moel riskantseid inimgrupe, või nad on potentsiaalsed vihakõne, ähvarduste ja muu taolise tegijad (*ibid.*). Kuna minu uuringule eelneva proovivaatluse ja algoritmi treenimise käigus selgus, et mõni mulle huvi pakkuv mõjuisik on potentsiaalselt vägivaldne ning enamikes vaadeldud laivides levis ka vihakõne, oli antud uuringu puhul minu kui uurija identiteedi kaitsmine asjakohane.

Minu nime oli uuringu andmete kogumise faasis võimalik seostada vaid küsitluse levitamise kaudu Instagramis ja Facebookis, kuid tundes nende platvormide algoritme, oli võimalus, et minu nimi koos uuringuga vaadeldavate mõjuisikuteni jõuab, väga väike.

5. Isiklik positsioneerimine vaadeldavate mõjuisikute suhtes.

Oma bakalaureuse töö mõistes pean oluliseks tuua välja isikliku positsioneeringu uuringu käigus vaadeldud mõjuisikute suhtes. Vaatlusalused mõjuisikud sattusid valimisse (1) Pärnitsa artikli „Eesti täiskasvanute TikTok“ (Pärnits, 2023) ja (2) TikToki algoritmide treenimise põhjal. Minul isiklikult puudusid täielikult varasemad teadmised või kokkupuuted vaadeldavate mõjuisikute ja nende sisuga, mistõttu saan kinnitada, et valim, andmete kogumine, analüüsimine ning tulemuste esitamine lähtuvad objektiivsuse printsiibist.

6. Vulgaarsuste, sündsusetute, ebaviisakate, labaste ja solvavate sõnade esitamine bakalaureusetöö tulemustes.

Olen teadlik, et minu bakalaureusetöö tulemustes esitatud näited ja välja toodud repliigid sisaldavad paljuski vulgaarseid, sündudetuid, ebaviisakaid, labaseid ja solvavaid sõnu ning väljendeid. Sellegipoolest pidasin oluliseks seesugused väljendid töös alles jätta. Sellise otsuse langetasin tuginedes online-diskursusele „E-bile“, mis on mõeldud solvangute esilekutsumiseks, mida on enamikel juhtudel ebamugav lugeda, kuna solvangud lähevad tavaliselt vastuollu tsiviilse

akadeemilise diskursuse normidega (Jane, 2015). Seetõttu võivad akadeemikud pidada solvangute ning vulgaarsuste tsiteerimist ja avaldamist ebasobivaks ning ignoreerida vaatluse all olevaid väljendeid (*ibid.*). Mistõttu on aga minu töös solvangute ja vulgaarsuste analüüsimine olulisel kohal, pidasin vajalikuks labasusi ja roppusi sisaldavad kõnelõike tsiteerida ja avaldada, kuna need illustreerivad kõige paremini vaadeldud mõjuisikute ja nende vaatajate suhtlusstiili ning võimaldavad tuvastada solvanguid, alandamist ning vihakõne.

KOKKUVÕTE

Minu bakalaureusetöö keskendus tumedate osaluspraktikate levikule Eesti TikTakis. Täpsemalt oli minu eesmärk tuvastada, millised tumedad osaluspraktikad esinevad normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute ja nende auditooriumi omavahelises suhtluses. Samuti püüdsin selgitada, mis on auditooriumi motiivid normi rikkuvate mõjuisikute jälgimisel ja milliseid ühiskonna liikmeid auditooriumi seas esineb. Eesmärkide saavutamiseks kasutasin standardiseeritud kontentanalüüsi ja kvalitatiivset sisuanalüüsi, mille abil analüüsisin 49 TikToki laivi ning viisin läbi küsitluse, millele vastasid 60 normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumi liiget.

Normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute ja nende auditooriumi omavahelises suhtluses esineb kõige enam tumeid osaluspraktikaid nagu solvamine, alandamine, kritiseerimine, vihakõne ja häbistamine. Kusjuures selgus, et enamasti oli tegemist meelelahutusliku häbistamisega. Samuti esines laivides ahistamist, vägivallale õhutamist, eksitava info jagamist ja manipuleerimist. Quandt jt (2022) järgi kuuluvad tumedate osaluspraktikate sekka muuhulgas valeinfo ning vandenõuteooriad, kuid läbi viidud vaatluse käigus ma neid ei tuvastanud. Kuna tumedate osaluspraktikate kontseptsioon on tavainimesele pigem tundmatu, uurisin läbi viidud küsitluses mõjuisikute auditooriumi liikmetelt, mida ebataavalist või sobimatut on nad TikToki laivides märganud. Kõige enam esines ka vaatajate sõnul laivides solvamist, alandamist ja häbistamist. Muuhulgas tõid vastajad välja, et on laivides täheldanud valeinfo levitamist.

Kuna normi rikkuvate mõjuisikute üheks tunnuseks on teadlik normivastane käitumine, käsitlesin eraldi sellele viitavate tunnuste esinemist TikToki laivides. Läbi viidud vaatluse ja küsitluse käigus selgus, et kõige rohkem esineb vaadeldud normi rikkuvate TikToki mõjuisikute laivides ropendamist ja sõimamist. Laivides on levinud ka seksuaalselt ahistava või seksuaalse sisuga kõne. Lisaks tõid uuringus osalejad välja, et laivides esineb pidevalt alkoholi tarvitamist ning märgatud on ka narkootilise ainete tarvitamist. Samuti selgus, et laivides esineb kuulujuttude levitamist, kellegi vigastamist ja asjade lõhkumist, ähvardamist ning vägivallale õhutamist. Tumedad osaluspraktikad kahjustavad sotsiaalmeedia kasutajate heaolu, suurendades muuhulgas depressiooni ja enesetapumõtete riski (Campell *et al*, 2012; Wang *et al*, 2011; Baiden ja Tadeo, 2020; Thacker ja Griffiths, 2012). Minu uuring tulemuste põhjal võib väita, et käsitletud normi rikkuvate mõjuisikute laivid suurendavad potentsiaalselt depressiooni ja enesetapumõtete riski mõjuisikute jälgijate seas, kuna nii vaatluse kui ka küsitluse tulemustel selgus, et mõjuisikud ja

laivi vaatavad õhutavad pidevalt kedagi enesetappu sooritama või kutsuvad üles kellegi vastu vägivalda kasutama.

Kuna minu uuringu ühele valimile, mõjuisikute auditooriumile, oli keeruline ligi pääseda, ei ole võimalik väita, kes normi rikkuvaid Eesti TikToki mõjuisikuid jälgivad. Küll aga selgusid uuringu tulemusel mõned inimgrupid, kelle liikmed potentsiaalselt normi rikkuvate mõjuisikute auditooriumis esinevad. Lisaks 20-29-aastastele oli minu uuringu valimis suures osas esindatud ka 30-39-aastased isikud, aga ka 18-19-, 40-49- ja 50-59-aastaseid isikuid, mistõttu võib eeldada, et nendes vanuserühmades on normi rikkuvate mõjuisikute jälgijaid esindatud. Kuna aga nende osakaal valimis oli väike, ei ole võimalik täpsemalt väita, kui levinud on nendes vanuseklassides normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute jälgimine. Kõige konfliktsemaks saadud tulemuste juures oli, et normi rikkuvaid mõjuisikuid jälgivad suures osas naised, hoolimata laivides toimuvast naiste ja seksuaalvähemuste solvamisest ja häbistamisest.

Normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikute üheks põhiliseks jälgimise motiiviks on minu uuringu tulemuste põhjal meelelahutuslik aspekt. Samas jälgivad uuringus osalejad käsitletud mõjuisikuid ka näiteks huvi rahuldamiseks, ajaviiteks või eesmärgiga nende maailma mõista. Lisaks selgus, et mõne mõjuisiku jälgija jaoks pakub nende sisu tarbimine teatud kahjurõõmu – ühtaegu tuntakse nii positiivseid kui ka negatiivseid tundeid. Veel enam väljendasid mõned uuringus osalejad, et normi rikkuvate mõjuisikute jälgimine kergitab nende ego või paneb neid hästi tundma, mis on ka üheks kahjurõõmu tunnuseks (Cikara, 2015; Smith *et al*, 2009). Siinkohal võib välja tuua, et kui muidu võrreldakse sotsiaalmeedias end sotsiaalselt ülespoole (Rozgonjuk *et al*, 2023) – ehk kellegagi võrreldes tajutakse enesehinnangu langust – siis läbi viidud uuringu tulemusel võib väita, et see trend on muutumas.

Minu bakalaureusetöö on üks esimesi, mis käsitleb Eesti TikToki toimuvat ja seal levivaid tumedaid osaluspraktikaid ning antud teema puhul on veel palju tühimikke, mida on võimalik uurida. Põhjalikumalt võiks analüüsida käsitletud TikToki mõjuisikute auditooriumi, et luua parem mõistmine, kes ja miks sellist vastuolulist sisu tarbivad. Lisaks võiks uurida sellise sisu mõju alaealiste normitajule, et kaardistada võimalikud ohud. Huvitav oleks viia läbi ka intervjuud normi rikkuvate Eesti TikToki mõjuisikutega, et saada paremini aimu nende tegutsemise motiividest.

Summary

The Dark Participation of Transgressive Estonian TikTok Creators and Their Audiences

My work focused on the spread of dark participation practices on Estonian TikTok. Specifically, my aim was to identify the types of dark participation practices present in the interactions between transgressive Estonian TikTok creators and their audiences. I also sought to explain the motivations of the audience for following transgressive creators and to identify which societal groups are represented among the audience. To achieve these objectives, I used standardized content analysis and qualitative content analysis, analyzing 49 TikTok live streams and conducting a survey answered by 60 members of the transgressive influencers' audience.

In the interactions between transgressive Estonian TikTok creators and their audiences, the most common dark participation practices were insults, humiliation, criticism, hate speech, and shaming. It was revealed that most of the shaming was entertainment-oriented. Live streams also featured harassment, incitement to violence, sharing misleading information, and manipulation. According to Quandt et al. (2022), dark participation practices include misinformation and conspiracy theories, but these were not observed during the conducted study. Since the concept of dark participation practices is relatively unknown to the average person, I asked the influencers' audience members in the survey about any unusual or inappropriate behavior they had noticed in TikTok live streams. According to the respondents, the most common behaviors in the live streams were insults, humiliation, and shaming. Additionally, some respondents noted the presence of misinformation.

As one of the characteristics of transgressive creators is deliberate deviant behavior, I separately examined the presence of such behaviors in TikTok live streams. Both observation and survey results showed that the most common behaviors in the live streams of transgressive TikTok influencers were swearing and cursing. Sexual harassment or sexually explicit language was also common. Furthermore, respondents highlighted frequent alcohol consumption in the live streams, with instances of drug use also being observed. The live streams also featured gossiping, causing injuries, property damage, threats, and incitement to violence. Dark participation practices harm the well-being of social media users, increasing the risk of depression and suicidal thoughts (Campbell et al., 2012; Wang et al., 2011; Baiden & Tadeo, 2020; Thacker & Griffiths, 2012). Based on the results of my study, it can be argued that the live streams of the discussed

transgressive influencers potentially increase the risk of depression and suicidal thoughts among their followers, as both observation and survey results indicated that influencers and viewers frequently encourage someone to commit suicide or incite violence against someone.

Due to the difficulty of accessing one of my study samples, the influencers' audience, it is not possible to determine who exactly follows the transgressive Estonian TikTok creators. However, the study results revealed some groups of people who are potentially present in the audience of transgressive influencers. In addition to 20-29-year-olds, my study sample also largely included 30-39-year-olds, and there were individuals aged 18-19, 40-49, and 50-59, suggesting that these age groups may be represented among the followers of transgressive influencers. However, due to the small sample size, it is not possible to determine the prevalence of norm-violating influencer followers in these age groups. The most conflicting result was that a significant portion of the followers of transgressive creators are women, despite the insults and shaming of women and sexual minorities in the live streams.

The primary motivation for following transgressive Estonian TikTok creators, according to my study results, is entertainment. However, the participants also follow these influencers out of curiosity, as a pastime, or to understand their world. Additionally, for some followers, consuming this content provides a sense of *schadenfreude* – they experience both positive and negative feelings simultaneously. Moreover, some study participants expressed that following transgressive influencers boosts their ego or makes them feel good, which is a characteristic of *schadenfreude* (Cikara, 2015; Smith et al., 2009). Here, it can be noted that while social media users typically compare themselves upwards (Rozgonjuk et al., 2023) – experiencing a drop in self-esteem when comparing themselves to others – the results of my study suggest that this trend might be changing.

My bachelor's thesis is one of the first to address what happens on Estonian TikTok and the dark participation practices that prevail there. There are still many gaps in this topic that can be explored. A more thorough analysis of the discussed TikTok influencers' audience could create a better understanding of who and why consumes such controversial content. Additionally, it would be valuable to study the impact of such content on the norms of minors to map potential dangers. Conducting interviews with transgressive Estonian TikTok influencers would also be interesting to gain better insight into their motivations.

KASUTATUD KIRJANDUS

Abidin, C. (2015). Communicative ♥ intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 8(11). doi:10.7264/N3MW2FFG

Al-Rawi, A., ja Kim, T. (2023). Journalists' Views and Management of Dark Participation. *Communication Studies*, 74(2), 97 - 112. doi:<https://doi.org/10.1080/10510974.2023.2169730>

Ammar, L., Alhamarna, H., AlWawi, Y., ElSayed, Y., & Harb, H. (2020). Analysis of the representation of the 2019 Lebanese protests and the 2020 Beirut explosion on TikTok. *KIU Interdisciplinary Journal of Humanities and Social Sciences*, 1(3), 53–72.

Asch, S. E. (1955). Opinions and Social Pressure. *Scientific American*, 193(5), 31–35.

Baccarella, V.C., Wagner, T.F., Kietzmann, J.H., McCarthy, I.P. (2018) Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. *European Management Journal*, 36(4), 431–38. doi:<https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.07.002>.

Baiden, P., Tadeo, S.K. (2020). Investigating the association between bullying victimization and suicidal ideation among adolescents: evidence from the 2017 youth risk behavior survey. *Child Abuse Negl*, 102(5):104417. doi: 10.1016/j.chiabu.2020.104417

Bennett, W. L. ja Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>

Berelson, B. (1954). Content Analysis. G. Lindzey (Toim), *Handbook of Social Psychology. Vol. 1: Theory and Method* (lk 488–522). Cambridge: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.

Bladow, L. E. (2018). Worth the click: why greater ftc enforcement is needed to curtail deceptive practices in influencer marketing. *William & Mary Law Review*, 59(3), 1123-[viii].

Boyd, D. (2010). Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Taylor and Francis, 39–58.

Braithwaite, J. (1989). Crime, shame and reintegration. New York: Cambridge University Press. _

- Buckels, E.E., Trapnell, P.D., Paulhus, D.L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*, 64, 97-102. doi: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016>
- Campbell, M., Spears, B., Slee, P., Butler, D., Kift, S. (2012). Victims' perceptions of traditional and cyberbullying, and the psychosocial correlates of their victimisation. *Emot Behav Difficulties* 2012, 17(3), 389-401, doi: 10.1080/13632752.2012.704316
- Carson, D. (2021). A content analysis of political discourse on TikTok. Student Research Submissions. https://scholar.umw.edu/student_research/415
- Chabrol, H., Van Leeuwen, N., Rodgers, R., Séjourné, N. (2009). Contributions of psychopathic, narcissistic, machiavellian, and sadistic personality traits to juvenile delinquency. *Pers Individ Differ*, 47(7), 734–739. doi: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2009.06.020>
- Cikara, M. (2015). Intergroup Schadenfreude: motivating participation in collective violence. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 3, 12-17. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2014.12.007>.
- Clinard, M. B., Meier, R. F. (1998). *Sociology of Deviant Behavior* (10. väljaanne). New York: Harcourt Brace College Publishers
- Cox, J. (2018). TikTok Has a Nazi Problem. *Motherboard*, 18. detsember 2018. Kasutatud 26.12.2023, https://www.vice.com/en_us/article/yw74gy/tiktok-neo-nazis-white-supremacy
- De Veirman, M., Cauberghe, V., Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828. doi:<https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>
- De Vries, A. (2015). The use of social media for shaming strangers: young people's views. In *Proceedings of the 48th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*. 2053-2062. doi:<https://doi.org/10.1109/HICSS.2015.245>
- Dean, B. (2024). *TikTok Statistics You Need to Know in 2024*. *Backlinko*, 12. detsember 2023. Kasutatud 23.04.2024, <https://backlinko.com/tiktok-users#tik-tok-user-growth-rate-statistics>
- Eesti keele seletav sõnaraamat. (2009). *ebatavaline*. Kasutatud 20.05.2024, <https://eki.ee/dict/ekss/index.cgi?Q=ebatavaline>

Eesti Vabariigi põhiseadus (28.06.1992). *Riigi Teataja*. Kasutatud 20.04.2024, <https://www.riigiteataja.ee/akt/115052015002>

Elisa. (2022). TikTok näitab Eestis meeletut populaarsuse kasvu ja sööb YouTube'i turuosa. *Geenius. Diktor*, 1. veebruar 2022. Kasutatud 28.12.2023, <https://diktor.geenius.ee/blogi/elisa-blogi/tiktok-naitab-eestis-meeletut-populaarsuse-kasvu-ja-soob-youtubei-turuosa/>

ETtech. (2024). From India to US, here's a list of countries that have banned TikTok. *The Economic Times:tech*. 14. märts 2024. Kasutatud 22.04.2024, <https://economictimes.indiatimes.com/tech/technology/from-india-to-us-heres-a-list-of-countries-that-have-banned-tiktok/articleshow/108489347.cms?from=mdr>

Feather, N., Wenzel, M., McKee, I. (2013). Integrating multiple perspectives on schadenfreude: The role of deservingness and emotions. *Motivation and Emotion*, 37, 574-585. doi:<https://doi.org/10.1007/S11031-012-9331-4>.

Feuer, W. (2019). TikTok Removes Two Dozen Accounts Used for ISIS Propaganda. *CNBC*, 21. oktoober 2019. Kasutatud 26.12.2023, <https://www.cNBC.com/2019/10/21/tiktok-removes-two-dozen-accounts-used-for-isis-propaganda.html>

Finley, L., & Johnson, M. (2019). Sexual misconduct, callout culture and the possibility of redemption. *Journal of Peace Education and Social Justice*, 13(2), 117–133.

Franzke, A. S., Bechmann, A., Zimmer, M., Ess, C. ja the Association of Internet Researchers (2020). *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0*. <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>

Garvey, S. P. (1998). Can Shaming Punishments Educate? *University of Chicago Law Review*, 65(3), 733-794.

Giddens, A. 1984. *The Constitution of Society Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Blackwell/Polity Press.

Gugushvili, N., Täht, K., Rozgonjuk, D., Raudlam, M., Ruiter, R., Verduyn, P. (2020). Two dimensions of problematic smartphone use mediate the relationship between fear of missing out and emotional well-being. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 14(2). doi:<https://doi.org/10.5817/CP2020-2-3>.

Herrick, S. S. C., Hallward, L., & Duncan, L. R. (2021). 'This is just how I cope': An inductive thematic analysis of eating disorder recovery content created and shared on TikTok using

- #EDrecovery. *International Journal of Eating Disorders*, 54(4), 516–526. <https://doi.org/10.1002/eat.23463>
- Hoffman, B. ja Ware, J. (2020). Incels: America's Newest Domestic Terrorism Threat. *Lawfare*, 12. jaanuar 2020. Kasutatud 26.12.2023, <https://www.lawfaremedia.org/article/incels-americas-newest-domestic-terrorism-threat>
- Jane, E.A. (2015). Flaming? What flaming? The pitfalls and potentials of researching online hostility. *Ethics Inf Technol* 17, 65–87 (2015). <https://doi.org/10.1007/s10676-015-9362-0>
- Kaiser, J. (2017). Public Spheres of Skepticism: Climate Skeptics' Online Comments in the German Networked Public Sphere. *International Journal of Communication*, 11(2017): 1661–1682. DOI: 1932–8036/20170005
- Kalmus, V. (2015). Standardiseeritud kontentanalüüs. *Sotsiaalse Analüüsi Meetodite ja Metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 22.04.2024, <https://samm.ut.ee/kontentanalyyis/>
- Kalmus, V., Masso, A., Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. *Sotsiaalse Analüüsi Meetodite ja Metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 22.04.2024, <https://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyyis/>
- Katz, E., Blumler, J.G. ja Gurevich, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. Blumler, J.G. ja Katz, E. (toim.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (19–31). London: Sage.
- Kemp, S. (2024a). Digital 2024: Global Overview Report. *DataReportal*, 31. jaanuar 2024. Kasutatud 5.04.2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Kemp, S. (2024b). Digital 2024: Estonia. *DataReportal*, 23. veebruar 2024. Kasutatud 22.04.2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-estonia>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benker, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M, Menczher, F., Metxger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J. ja Zittrain, J. L. (2018). The Science of Fake News: Addressing Fake News Requires a Multidisciplinary Effort. *Science*, 359(6380): 1094–1096. DOI: [10.1126/science.aao2998](https://doi.org/10.1126/science.aao2998)
- Lemley, M. A. (1998). The law and economics of internet norms. *Chicago-Kent Law Review*, 73(4), 1257-1294

Lott, K. (2020). *Häbistamine kui meelelahutus: ülevaade Facebooki häbistamisgruppide ja gruppide modministraatorite perspektiiv*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.

McGuire, W.J. (1974). Psychological Motives and Communication Gratifications. Blumler, J.G. ja Katz, E. (toim.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (167–196). London: Sage.

Mendelshon, H. (1974). Some Media Policy Implications of Uses and Gratifications Paradigm. Blumler, J.G. ja Katz, E. (toim.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (303–317). London: Sage.

Muddiman, A. (2017.) “Personal and Public Levels of Political Incivility.” *International Journal of Communication* 11: 3182–3202.

Murumaa-Mengel, M. ja Lott, K. (2023). Recreational shaming groups of Facebook: Content, rules and modministrators’ perspectives. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 29(4), 944-961. doi:10.1177/13548565231176184

Muuli, L.M (2021). *Misogüünset sisu paljastavad Instagrami kontod: häbistamise, moderaatorite ja auditooriumite viis tüüpi*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.

Parekh, B. (2006). Hate speech. Is there a case for banning? *Public Policy Research*, 12(4), 213-223. doi: 10.1111/j.1070-3535-2005.00405.x

Promoty kodulehekül. (i.a). Eesti TikToki ja Instagrami sisuloojad, kelle auditoorium asub Eestis. Kasutatud 7.01.2024, <https://app.promoty.io/discovery>

Pung, B.-M. (2022). *Eesti teismeliste sotsiaalmeediakasutajate hoiakud seoses avaliku häbistamise ja nn „tühistamiskultuuriga“*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.

Pärnits, M. (2023). Eesti täiskasvanute TikTok. *Levila*, Mai 2023. Kasutatud 23.04.2024, <https://www.levila.ee/raadio/eesti-taiskasvanute-tiktok>

Quandt, T., Klapproth, J., ja Frischlich, L. (2022). Dark Social Media Participation and Well-Being. *Current Opinion in Psychology*, 45(101284). doi: 10.1016/j.copsyc.2021.11.004.

- Reynders, D. (2022) *Countering illegal hate speech online. 7th evaluation of the Code of Conduct*. European Commission. [Factsheet - 7th monitoring round of the Code of Conduct.pdf \(europa.eu\)](#)
- Rodriguez, A., Chen, Y., Argueta, C. (2022). FADOHS: Framework for Detection and Integration of Unstructured Data of Hate Speech on Facebook Using Sentiment and Emotion Analysis. doi: 10.1109/access.2022.3151098
- Roose, K. (2018). TikTok, a Chinese video app, brings fun back to social media. *The New York Times*. 3. detsember 2018. Kasutatud 28.12.2023, <https://www.nytimes.com/2018/12/03/technology/tiktok-a-chinese-video-app-brings-fun-back-to-social-media.html>
- Rosengren, K.E. (1974) Uses and Gratifications – A Paradigm Outlined. Blumler, J.G. ja Katz, E. (toim.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (269–285). London: Sage.
- Rozgonjuk, D., Täht, K., Sinivee, R., Murumaa-Mengel, M. (2023). Sotsiaalmeedia kasutamise seosed vaimse tervisega. M. Siisak (toim). *Eesti inimarengu aruanne 2023. Vaimne tervis ja heaolu* (262-271). Tallinn: SA Eesti Koostöö Kogu.
- Ruggiero, T.E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37.
- Schellewald, A. (2021). Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography. *International Journal of Communication*, 25. veebruar 2021. Kasutatud 1.01.2024, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16414>
- Siibak, A. (2020). Digipõlvkonnast sotsiaalmeedia põlvkonnaks. Põlvkondlikku enesemääratlust kujundavad trendid Eesti noorte internetikasutuses. *Methis Studia humaniora Estonica*, 26(2):17-34. DOI: 10.7592/methis.v21i26.16908
- Smith, R., Powell, C., Combs, D., Schurtz, D. (2009). Exploring the When and Why of Schadenfreude. *Social and Personality Psychology Compass*, 3, 530-546.doi: <https://doi.org/10.1111/J.1751-9004.2009.00181.X>.
- Solis, B. (2016). *The Influencer Marketing Manifesto: Why The Future of Influencer Marketing Starts With People And Relationships Not Popularity*. Tapinfluence.

- Spatz, M. (2002). Shame's revival: An Unconstitutional Regression. *University of Pennsylvania Journal of Constitutional Law*, 4(4), 827-849.
- Tajfel, H., Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. *Psychology of Intergroup Relations*, 7(24), 276-293. doi:<https://doi.org/10.4324/9780203505984-16>
- Tammet, C. (2017). *Väljendusvabaduse probleeme on-line meedias*. Magistritöö. Tartu Ülikool, õigusteaduskond.
- Thacker, S., Griffiths, M.D. (2012). An exploratory study of trolling in online video gaming. *Int J Cyber Behav Psychol Learn (IJCBPL)*, 2(4), 17-33. doi: 10.4018/ijcbpl.2012100102
- TikTok's DSA Transparency Report 2023. (2023). TikTok. <https://www.tiktok.com/transparency/en/dsa-transparency/>
- TikTok's Terms of Service (August 2023). *TikTok*. Kasutatud 2.01.2024, <https://www.tiktok.com/legal/page/eea/terms-of-service/en>
- TikToki Kogukonnajuhised (Märts 2023). *TikTok*. Kasutatud 22.04.2024, <https://www.tiktok.com/community-guidelines/et-et/>
- TikToki Mündieeskiri (Juuni 2022). *TikTok*. Kasutatud 22.04.2024, <https://www.tiktok.com/legal/page/global/coin-policy-eea/et>
- Trice, M., Potts, L., Small, R. (2019). Values versus rules in social media communities: how platforms generate amorality on reddit and Facebook. *Digital Ethics*. New York: Routledge.
- Tuul, O. (2019). *Vabadus solvata: filosoofiline uurimus vihakõnest ja sõnavabaduse piiridest, miks solvamine ei ole kohane alus sõnavabaduse piiramiseks*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, filosoofia osakond.
- Velsker, L. (2012). *Telesaade „Võsareporter“: vaatajate tõlgendusi*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.
- Wang, J., Nansel, T.R., Iannotti, R.J. (2011). Cyber and traditional bullying: differential association with depression. *J Adolesc Health*, 48. 415–417. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.07.012>
- Wardle, C. ja Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Strasbourg: Council of Europe Report.

Weimann, G., & Masri, N. (2020). Research note: Spreading hate on TikTok. *Studies in Conflict & Terrorism*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027>

Wells, G. (2019). Islamic State's TikTok Posts Include Beheading Videos. *The Wall Street Journal*, 23. oktoober 2019. Kasutatud 26.12.2023, <https://www.wsj.com/articles/islamic-states-tiktok-posts-include-beheading-videos-11571855833>

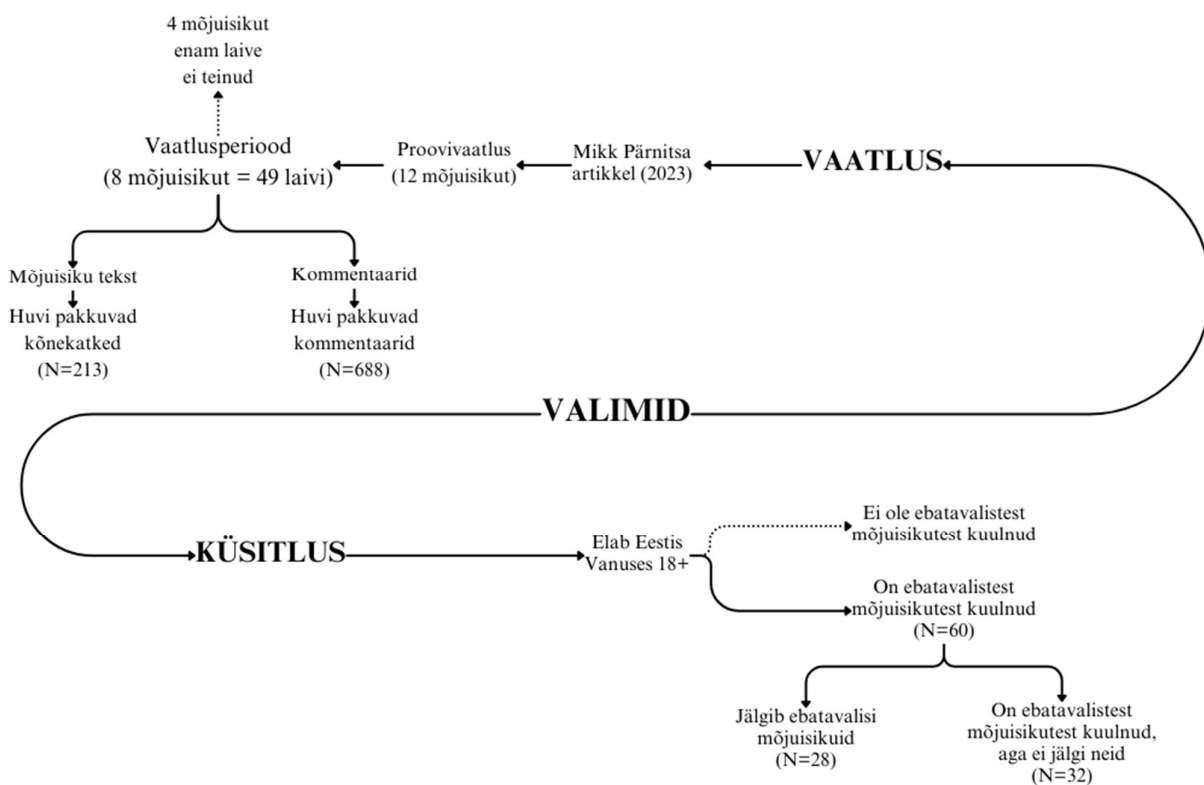
Westlund, O. (2021). *Advancing Research into Dark Participation. Media and Communication. Dark Participation in Online Communication: The World of the Wicked Web*, 9(1), 209-214.

Õunapuu, L. (2014). *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. Tartu: Tartu Ülikool.

Young, H.P. (2007). Social Norms. *Economics Series Working Papers*, 307. University of Oxford, Department of Economics.

LISAD

Lisa 1. Bakalaureusetöö valimite kujunemine



Joonis 13. Bakalaureusetöö valimite kujunemise skeem.

Lisa 2. Ankeetküsimustik

Sissejuhatus

Tere!

Olen Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala tudeng. Oma lõputöös uurin Eesti TikTok'i ebatavalisi mõjusikuid, kes loovad sisu, mis läheb vastuollu TikTok'i reeglitega või ületab sotsiaalseid norme. Vaatamata sellele on neil tuhandeid jälgijaid ja nad teenivad oma tegevusega ka raha.

Küsimustikule on oodatud vastama kõik vähemalt 18-aastased Eesti elanikud olenemata nende sotsiaalmeedia kasutamise harjumustest või kontodest. Oodatud on vastused ka neilt, kes TikTokki ei kasuta!

Minu uurimuse eesmärk on:

- Mõista, kuidas ebatavalised mõjusikud oma TikTok'i live-eesrites suhtlevad;
- Saada aru, miks inimesed neid mõjusikuid jälgivad ja toetavad;
- Saada ülevaade ebatavaliste TikTok'i mõjusikute jälgijaskonna profiilist.

Küsimustikule vastamiseks kulub umbes 10 minutit. See hõlmab küsimusi Teie kogemuste ja TikTok'i sisu tarbimise kohta. Kõik vastused on konfidentsiaalsed ja anonüümsed. Teie isikuandmeid ei avaldata.

Kui Teil on küsimusi, võtke minuga ühendust meiliaadressil tiktokuuring@gmail.com

Suur aitäh Teie panuse eest!

Tabel 3. Küsimustik

Küsimus	Vastusevariandid
Sugu	Naine Mees Muu (täidetav lahter)
Vanus	18-19 20-29

	30-39 40-49 50-59 60-69 70-79 80+
Emakeel	eesti keel inglise keel vene keel Muu (täidetav lahter)
Haridustase	Keskharidus (või omandamisel) Kutseharidus (või omandamisel) Bakalaureus või sellega võrdsustatud haridus (või omandamisel) Magister või sellega võrdsustatud haridus (või omandamisel) Doktor või sellega võrdsustatud haridus (või omandamisel)
Kas Te töötate hetkel?	Jah Ei
Mis positsioonil Te töötate?	Ei tööta hetkel Tegevjuht CEO Tippjuht Keskastmejuht Assistent Tippspetsialist Spetsialist Lihttööline Olen ettevõtja Muu (täidetav lahter)
Kas Te kasutate TikTokki?	Jah Ei

<p>Milliseid mõjuisikuid või kontosid Te TikTakis jälgite?</p>	<p>Oma sõpru, tuttavaid, pereliikmeid</p> <p>Tavalisi Eesti inimesi</p> <p>Eesti mõjuisikuid ja sisuloojaid</p> <p>Brände (toodete/teenuste pakkujaid)</p> <p>Eesti avaliku elu tegelasi (nt näitlejaid, telenägusid, muusikuid, sportlasi, poliitikuid jne)</p> <p>Välismaiseid sisuloojaid</p> <p>Välismaiseid avaliku elu tegelasi (nt näitlejaid, telenägusid, muusikuid, sportlasi, poliitikuid jne)</p>
<p>Keda Te järgnevatest Eesti ebatavalistest TikToki mõjuisikutest jälgite (oled nende follower või jälgid lihtsalt nende tegemisi)?</p>	<p>@alksitaksikaks (AlksiTaksiKaks)</p> <p>@erkixerkix281/@kallis1982/@erkiarnam2 (Erki Pärnamäe)</p> <p>@hannaliisakalinin (Loositädi)</p> <p>@j2mejalg66/@j2mejalg2 (J2mejalg)</p> <p>@jaanuskana47/@jaanusk47 (Jaanus Kana/TibudeBoss)</p> <p>@jarnomirma (Jarno Mirma)</p> <p>@markminyster/@mikhundu30/@mihkelalexhund (miku/Mihkelalexhunt)</p> <p>@nunnupal (👉 Ellujääja 👉) ehk Kaja Linkman,</p> <p>@pisikevahe/@annelymstiline (Minny)</p> <p>@teletupsukejaanus10 (Teletupsuke Jaanus)</p> <p>@uips33 (Kristjan Uibo 🙌)</p> <p>@vee_valaja (ColaQueen 🍷)</p> <p>Ei jälgi kedagi väljatoodutest</p> <p>Muu (täidetav lahter)</p>
<p>Kui vastasite eelmisele küsimusele "ei jälgi kedagi väljatoodutest", palun täpsustage või valige sobiv vastus.</p>	<p>Jälgin teist sarnast mõjuisikut, kuid mitte eelnevalt välja toodud mõjuisikuid.</p> <p>Ei jälgi üldse selliseid mõjuisikuid.</p> <p>Jälgin kedagi eelmainitutest.</p>
<p>Palun vastake järgnevatele küsimustele mõeldes allolevatele mõjuisikutele!</p> <ul style="list-style-type: none"> • @alksitaksikaks (AlksiTaksiKaks) • @erkixerkix281/@kallis1982/@erkiparnamae2 (Erki Pärnamäe) • @hannaliisakalinin (Loositädi 🤔) 	

<ul style="list-style-type: none"> • @j2mejalg66/@j2mejalg2 (J2mejalg) • @jarnomirma (Jarno Mirma) • @jaanuskana47/@jaanusk47 (Jaanus Kana/TibudeBoss) • @markminyster/@mikhundu30/@mihkelalexhund (miku/Mihkelalexhunt) • @nunnupal (💖 Ellujääja 💖) • @pisikevaher/@annelymstiline (Minny) • @teletupsukejaanus10 (Teletupsuke Jaanus) • @uips33 (Kristjan Uibo 🙌) • @vee_valaja (ColaQueen 🍷) 	
<p>Kas Te olete midagi kuulnud eelnevalt välja toodud Eesti ebatavalistest TikToki mõjuisikutest?</p>	<p>Jah, olen kuulnud, Ei ole kuulnud</p>
<p>Palun vastake järgnevatele küsimustele mõeldes allolevatele mõjuisikutele!</p> <ul style="list-style-type: none"> • @alksitaksikaks (AlksiTaksiKaks) • @erkixerkix281/@kallis1982/@erkiparnamae2 (Erki Pärnamäe) • @hannaliisakalinin (Loositädi 😊) • @j2mejalg66/@j2mejalg2 (J2mejalg) • @jarnomirma (Jarno Mirma) • @jaanuskana47/@jaanusk47 (Jaanus Kana/TibudeBoss) • @markminyster/@mikhundu30/@mihkelalexhund (miku/Mihkelalexhunt) • @nunnupal (💖 Ellujääja 💖) • @pisikevaher/@annelymstiline (Minny) • @teletupsukejaanus10 (Teletupsuke Jaanus) • @uips33 (Kristjan Uibo 🙌) • @vee_valaja (ColaQueen 🍷) 	
<p>Mis kanalite kaudu Te välja toodud Eesti ebatavalistest TikToki mõjuisikutest kuulnud olete?</p>	<p>Tuttav või lähedane jagas mulle nende videot või laivi Tuttav või lähedane rääkis mulle nendest Lugesin nende kohta mõnest artiklist Tuttav või lähedane jagas neid puudutavat sisu avalikult oma sotsiaalmeedias Muu</p>

Mis emotsioone ja mõtteid need ebatavalised TikToki mõjuisikud Teis tekitavad?	Täidetav lahter
Palun põhjendage, miks Te eelmainitud mõjuisikuid jälgite (mis eesmärgil, mida nad Teile pakuvad)?	Täidetav lahter
Kui tihti Te nende mõjuisikute laive vaatate?	Vaatan igat võimalikku mõjuisiku(te) laivi Vaatan mõnd laivi nädalas Vaatan mõnd laivi kuus Vaatan vaid üksikuid /juhuslikke laive Ei vaata nende laive
Kui tihti Te nende mõjuisikute laivides kommenteerite?	Kommenteerin aktiivselt igas laivis Kommenteerin vaid üksikutel kordadel, Ei kommenteeri üldse
Kui Te kommenteerite nende mõjuisikute laivides, palun kirjeldage, mis Teid kommenteerima ajendab? Või mis on enamasti Teie kommentaaride eesmärk? Juhul kui Te laivides ei kommenteeri, palun kirjutage "ei kommenteeri".	Täidetav lahter
Kas Te olete oma kommentaarides neid spetsiifilisi mõjuisikut solvanud, alandanud?	Jah, olen Ei ole
Kui Te vastasite eelmisele küsimusele „jah, olen“, palun täpsustage nii palju kui mäletate.	Täidetav lahter
Kas Te olete tundnud, et välja toodud mõjuisiku tegevus solvab ja häbistab hoopis teid?	Jah, olen Ei ole
Kui Te vastasite eelmisele küsimusele „jah, olen“, palun täpsustage nii palju kui mäletate.	Täidetav lahter
Kas Te olete teiste laivis osalejate puhul täheldanud viha õhutamist, solvamist, häbistamist välja toodud mõjuisiku suhtes?	Jah, olen Ei ole
Kui Te vastasite eelmisele küsimusele „jah, olen“, palun täpsustage nii palju kui mäletate.	Täidetav lahter

Kas Te olete eelnevalt välja toodud mõjuisikute sisu või kuvatõmmiseid sellest oma sotsiaalmeedias või sõpradele jaganud?	Jah, olen Ei ole
Kui Te vastasite eelmisele küsimusele „jah, olen“, palun põhjendage.	Täidetav lahter
Mida ebatavalist ja/või sobimatut olete nende mõjuikute laivides täheldanud?	Ropendamist; Sõimamist, kellegi alandamist ja häbistamist; Kellegi kohta kuulujuttude levitamist; Vale info levitamist; Alkohoolsete jookide tarvitamist; Narkootikumide tarvitamist; Seksuaalse sisuga info jagamist; Seksuaalset käitumist; Asjade loopimist, lõhkumist; Kellegi teise löömist, vigastamist; Muu (täidetav lahter)
Mis tundeid ja/või mõtteid nende mõjuisikute loodud sisu ja/või laivid Teis tekitavad?	Täidetav lahter
Kas Te olete välja toodud ebatavalistele TikToki mõjuisikutele raha saatnud?	Jah, olen; Ei ole
Kas Te olete neid mõjuisikuid muul viisil toetanud, nt kingitusi teinud, asju annetanud, toitu saatnud?	Jah, olen; Ei ole
Juhul kui Te olete neid mõjuisikuid rahaliselt või mingil muul viisil toetanud, siis palun põhjendage, miks.	Täidetav lahter
Kui soovite veel midagi lisada, palun kirjutage siia. Samuti võite mulle kirjutada e-mailile tiktokuuring@gmail.com	Täidetav lahter
Võite soovi korral jätta siia oma e-maili aadressi, et saaksin vajadusel täpsustuste ja/või lisaküsimuste korral Teie poole pöörduda.	Täidetav lahter

Lisa 3. Uuringus osalemise üleskutse sotsiaalmeedias



The graphic is a vertical Instagram story with a black background. At the top left is the TikTok logo. To its right are the hashtags #uuring and #eestitiktok. Below these are three white text boxes with black text: 'Kasutad sotsmeediat?', 'TikTokist oled ka kuulnud?', and 'Äkki isegi omad TikToki kontot?'. Further down, there are two columns of text: 'Või jälgid isemoodi Eesti TikToki live (kuri)kuulsusi?' and 'Oled kuulnud midagi nimedest nagu Uips, Tibudeboss, nunnupal, Teletupsuke Jaanus...'. In the center, the text 'IGAL JUHUL' is in a white box, followed by two bullet points: '• Kui oled vähemalt 18-aastane' (in a pink box) and '• ja elad Eestis' (in a cyan box). Below this, a white box contains the text 'Vasta palun minu bakatöö uurimuse küsimustikule*!'. Underneath is the note '*anonüümne ja konfidentsiaalne'. At the bottom left is a white arrow pointing right towards a white button with the TikTok logo and the text 'KÜSIMUSTIK'. At the bottom right is a partial view of a smartphone with the TikTok logo on its screen.

#uuring #eestitiktok

Kasutad sotsmeediat?

TikTokist oled ka kuulnud?

Äkki isegi omad TikToki kontot?

Või jälgid isemoodi Eesti TikToki live (kuri)kuulsusi?

Oled kuulnud midagi nimedest nagu Uips, Tibudeboss, nunnupal, Teletupsuke Jaanus...

IGAL JUHUL

- Kui oled vähemalt 18-aastane
- ja elad Eestis

Vasta palun minu bakatöö uurimuse küsimustikule*!

*anonüümne ja konfidentsiaalne

KÜSIMUSTIK

Joonis 14. Uuringus osalemise üleskutse Instagrami story's.

Lisa 4. Uuringus osalemise üleskutse TikTakis

Hei!

Olen Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala tudeng ja kutsun sind vastama küsitlusele! Oma lõputöö raames uurin ma Eesti ebatavalisi TikToki mõjuisikuid ja nende auditooriumi. Küsitlusele on oodatud vastama kõik vähemalt 18-aastased Eesti elanikud.

Küsimustiku leiad siit järgmisest QR-koodist. Kui sa teed sellest screenshoti ja avad enda piltide galeriis, hoiad sellel sõrme peal, saadki küsimustiku avada!

Pea meeles, et kõik vastused ja andmed on anonüümsed ja konfidentsiaalsed ning neid ei avaldata. Samuti leiad sa küsimustikust täpsema info uuringu kohta. Ja kui sul endal tekib küsimusi, siis jäta siia alla kommentaar või kirjuta mulle sõnumitesse!

Aitäh Sulle!

Lisa 5. Vaatlusandmete kodeerimisjuhend

Tabel 3. Vaatlusandmete kodeerimisjuhend.

ALLIKAS	KÕNE SIHTMÄRK	TUMEDAD OSALUSPRAKTIKAD	SOTSIAALSETE NORMIDE VASTANE KÄITUMINE	TIKTOKI REEGLITE JA TINGIMUSTE VASTANE KÄITUMINE
Kommentaator	Kommentaator	alandamine, häbistamine	esemete loopimise, lõhkumisega seotud kõne	kellegi teise inimõiguste rikkumine
Mõjuisik	Mõjuisik	vihakõne	tubakatoodete tarvitamisega seonduv kõne	alaealiste füüsilise, vaimse või moraalse kahju tekitamine
1	Teine laivis osaleja	õhutamise vägivallale	seksuaalse sisuga info levitamine/seksuaalne kõne	ähvardamine, hirmutamine, ahistamine
2	Teine mõjuisik, kes laivis ei osale	kritiseerimine	kellegi ähvardamine	kahjuliku väärinfo levitamine
3		manipuleerimine	kuulujuttude levitamine	enesevigastamiseks juhiste andmine
4		ahistamine	narkootikumide tarvitamisega seonduv kõne	rõveda, pornograafilise või seksuaalse sisu propageerimine
5		valeinfo levitamine	alkohoolsete jookide tarvitamisega seonduv kõne	õhutada vaenu, diskrimineerimist, vägivalda (rassi, päritolu, soo jms tunnuste alusel)
6		soo või seksuaalse sättumuse põhjal solvamine, alandamine jms	ropendamine	vaenu õhutamise, vaenulik olemine
7			kellegi vigastamine, löömine või sellele viitav kõne	vihkamise õhutamise
8			sõimamine, alandamine, häbistamine	mõnitamine, alandamine, solvamine
				kellegi teise vigastamine, surma, enesevigastamise põhjustamine või sellele viitav kõne

Lisa 6. Ankeetküsimustiku vastuste kodeerimisjuhend

Tabel 4. Ankeetküsimustiku vastuste kodeerimisjuhend

SUGU	VANUS	HARIDUSTASE (või omandamisel)	MIS POSITSIONIL TÖÖTAB	KAS KASUTAB TIKTOKKI	KEDA VÄLJATOODUD MÕJUISIKUTEST JÄLGIB
Naine	18-19	keskharidus	lihttööline	jah	@alksitaksikaks (AlksiTaksiKaks)
Mees	20-29	kutseharidus	spetsialist	ei	@erkixerix281/@erkiparnam ae2 (Erki Pärnamäe)
Muu	30-39	bakalaureuse kraad	keskastmespetsialist	KEDA TIKTOKIS JÄLGIB	@hannaliisakalinen (Loositädi 🍷)
EMAKEEL	40-49	magistri kraad	tippspetsialist	oma sõpru, tuttavaid	@j2mejalg66/@j2mejalg2 (J2mejalg)
eesti keel	50-59	doktori kraad	ettevõtja	tavalisi Eesti inimesi	@jaanuskana47/@jaanusk47 (TibudeBoss)
vene keel	60+	TÖÖTAB/TÖÖTU	keskastejuht	Eesti mõjusikuid, sisuloojaid	@jarnomirma (Jarno Mirma)
inglise keel		töötan	tippjuht	brände	@markminyster/@mihkelalexh und (miku)
		ei tööta	assistent	Eesti avaliku elu tegelasi	@nunnupal (Ellujääja ehk Kaja Linkman)
			muu	välismaiseid mõjusikuid ja sisuloojaid	@pisikevahter/@annelymstiline (Minny)
KAS ON KUULNUD MIDAGI VÄLJA TOODUD MÕJUISIKUTEST	KUI TIHTI LAIVE VAATAB	MIDA EBATAVALIST JA SOBIMATUT ON LAIVIDES MÄRGANUD		välismaiseid avaliku elu tegelasi	@teletupsukejaanus10 (Teletupsuke Jaanus)
jah	igat võimalikku laivi	ropendamist	KAS ON TÄHELDANUD VIHA ÕHUTAMIST, SOLVAMIST, HÄBISTAMIST MÕJUISIKU SUHTES	muu	@uips33 (Kristjan Uiibo)
ei	mõnd laivi nädalas	sõimamist, alandamist	ei		@vee_valaja (ColaQueen)
	mõnd laivi kuus	kuulujuttude levitamist			Ei jälgi kedagi väljatoodetest
MIS KANALITE KAUDU ON NEIST KUULNUD	vaatab juhulikke, üksikuid	valeinfo levitamist	jah	KAS ON MÕJUISIKUID SOLVANUD	
tuttav või lähedane jagas videot/laivi	ei vaata nende laive üldse	alkohoolsete jookide tarb.	KAS ON MÕJUISIKUTELE RAHA SAATNUD	ei	
Tuttav või lähedane rääkis nendest	KUI TIHTI LAIVIDES KOMMENTEERIB	narkootikumide tarb.	ei	jah	
Luges nende kohta mõnest artiklist.	aktiivselt igas laavis	seksuaalse sisuga info jagamist	jah	KAS ON TUNNUD, ET MÕJUISIKU TEGEVUS SOLVAB TEDA ENNAST	
Tuttav või lähedane jagas neid puudutatavat sisu avalikult oma sotsiaalmeedias	üksikutel kordadel	seksuaalset käitumist/kõnet	KAS ON MÕJUISIKUID MUUL VIISIL TOETANUD	ei	
Muu	ei kommenteeri üldse	asjade loopimist, lõhkumist	ei	jah	
	KAS ON MÕJUISIKU SISU/JÄÄVUSTUSI SELLEST EDASI JAGANUD	kellegi teise vigastamist, löömist	jah		
	jah				
	ei				

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Angela Kits**,

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

Tumedad osaluspraktikad Eesti TikToki mõjuisikute ja nende auditooriumite näitel,

mille juhendajad on **Maia Klaassen** ja **Kaarel Lott**,

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

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

Angela Kits

21.05.2024