

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Kerli Soe

**Eesti OnlyFansi naissoost kasutajate kogemused erootilise ja
pornograafilise sisu loomisel**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Maria Murumaa-Mengel, PhD

Tartu 2022

TÄNUSÕNAD

Lõputöö kirjutamine oli mõningal määral väljakutse, sest teema on uudne ja selle uurimiseks on väga palju erinevaid võimalusi. Alustasin teema käsitlemist seminaritöös ning tööprotsessi ajal sain soovitusi väga paljudelt inimestelt. Esmalt tänan väga oma juhendajat Maria Murumaa-Mengelit suurepärase toetuse, professionaalselt põhjaliku juhendamise eest ning mõnusa huumorimeele säilitamise eest kogu protsessi vältel. Just tema andis töö valmimise ajal väga huvitavaid mõtteid ning on abistanud mind erinevate küsimustega. Samuti on Maria see, kes sundis mind väljuma oma mugavustsoonist ja nakatas mind oma entusiasmiga – ilma tema toetuseta ei oleks ma seda teemat uurima hakanudki. Minu tänusõnad lähevad ka Maia Klaassenile, kes jagas seminaritöö tagasisides nii kiidusõnu kui ka huvitavaid teemasid, mida bakalaureusetöös rohkem käsitleda.

Tänan ka enda retsensenti Sigrid Leppmetsa tähepanelike nõuannete eest ja hindamiskomisjoni liikmeid, kes juhtisid eelkaitsmisel tähelepanu töö nõrkustele ning teemadele, millele tuleks rohkem tähelepanu pöörata. Olen ääretult tänulik ka bakalaureusetöö valimis osalenud OnlyFansi sisuloojatele usalduse ja vastutulelikkuse eest. Minu tänusõnad lähevad ka Karl-Mattias Võsole, kes oli kogu bakalaureusetöö valmimise ajal minu kui töö autori mentaalne tugisammas.

SISUKORD

SISSEJUHATUS	5
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	8
1.1 OnlyFansi platvorm ja tuntumad kasutajad	8
1.2 Digitaalne intiimne avalikkus	10
1.3 Strateegiline enesepresentatsioon sotsiaalmeedias	12
1.4 Uurimisküsimused	16
2. VALIM JA UURIMISMEETODID	18
2.1 Valim	18
2.2 Andmekogumismeetod	20
2.3 Andmeanalüüsi meetod	21
3. TULEMUSED	23
3.1 OnlyFansi platvormi sisuloome põhimõtted	23
3.2 Strateegiad kommunikatiivse intiimsuse loomiseks	29
3.3 OnlyFansi kui platvormi võimalused ja riskid	33
3.4 Sisuloojate enesepresentatsiooni vastuvõtt teiste ühiskonnaliikmete poolt	36
4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	39
4.1 Järeldused	39
4.2 Diskussioon	43
4.3 Meetodi kriitika	45
4.4 Edasised võimalikud uurimissuunad	46
KOKKUVÕTE	48
SUMMARY	50
KASUTATUD KIRJANDUS	52
LISAD	62
Lisa 1: Värbamiskiri	62

Lisa 2: Intervjueeritavate nõusolekuvorm	64
Lisa 3: Intervjuukava	66
Lisa 4: Koodipuu	69
Lisa 5: Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks	70

SISSEJUHATUS

OnlyFans on sisuloome platvorm, mille eesmärk on ettevõtte enda sedastuse järgi (Onlyfans, i.a) ühendada erinevat sisu loovad inimesed ja „neid armastavad jälgijad”. Sisu, mida OnlyFansi kasutajad üldiselt postitavad, on suures osas erootiline ning sisaldab ka pornograafiat (Römmel, 2021). Platvorm loodi 2016. aastal, kuid hüppelise populaarsuse kasvu saavutas alles hiljem. Näiteks kui 2017. aasta jaanuaris oli OnlyFansi lehel registreeritud 120 000 kasutajat, siis neli aastat hiljem oli registreerunuid juba üle saja miljoni (OnlyFans, i.a). Kuigi puudub konkreetne statistika, mis tõestaks, et just ülemaailmne pandeemia muutis OnlyFansi lehe populaarseks, siis mitmete autorite sõnul (Friedman, 2021; Harder, 2021; López, 2022) aitas just COVID-19 pandeemia platvormi tuntusele ja kasutajaskonna kasvule kaasa.

Ajakirja *Journal of Porn Studies* kaastoimetaja ja Sunderlandi ülikooli professor Clarissa Smithi sõnul erineb OnlyFans teistest pornograafilise sisuga platvormidest, kuna siin on näha sisuloojate autentsust ja nende teisi isikuomadusi (López, 2020), mis justkui viitaks sellele, et OnlyFans täidab kindlat turunišši. Näiteks toimib teenus tasuliste kuupõhiste tellimuste (ingl *subscription*) toel ning see võimaldab sisuloojatel oma sisuga raha teenida, arendades samal ajal oma jälgijatega „suhteid isiklikul tasandil” (OnlyFans, i.a). Online-sisuloojate jaoks on digiplatvormid andnud mitmeid võimalusi oma auditooriumi liikmetega tugevate suhete loomiseks. Abidin (2015) on sellistele suhetele viidanud ka kui kommunikatiivsetele intiimsustele. Kuna OnlyFansi edukus ja peamine sissetulek tuleb just seksitöötajate pealt (Hern ja Waterson, 2021), siis on oluline defineerida, et lähtun oma töös McMillani jt (2018) arusaamast, kelle sõnul kuulub seksitöö hulka näiteks striptiis, erootiline tantsimine, pornograafia ja muu sarnane tegevus. Pornograafia puhul toetun Popovic (2011) definitsioonile, kelle sõnul on pornograafia seksuaalse sisuga materjal, mille eesmärk on selle tarbijat erutada ja pakkuda talle seksuaalset rahuldust. McDowalli (2008) arvates on erootika intelligentsem ja esteetilisem, samuti ei taotle see ilmtingimata seksuaalset erutust.

OnlyFansi platvormil toimuvat on varem küll mõningate uuringutega püütud mõtestada (nt Safae, 2021; van der Nagel, 2021; Rouse ja Salter, 2021 jt), kuid mitte väga süvitsi ega ulatuslikult ning Eestis puuduvad seda konkreetset platvormi käsitlevad uuringud sootuks. Eelnevalt on teatud osas minu teemaga piirnevaid uurimistöid tehtud näiteks pornograafilise

meediasisu ja selle tarbimise kohta (Karnö, 2016; Karama, 2017; Männiste 2019), sisuloojate ja mikrokuulsuste poolt kasutatavate tähelepanu pälvimise strateegiate kohta (Viru, 2019; Taal, 2021; jpt). Huvitavate uuringutena torkavad silma Katrin Tiidenbergi tööd sotsiaalmeedia- ja mikroblogimisplatvormi Tumblri kohta (Tiidenberg, 2019; Tiidenberg, 2021), mis oli justkui esimene sotsiaalne platvorm, kus eksisteerisid koos mitmekülgsed subkultuurid ja väga erinäoline sisu, nende hulgas pornograafiline sisuloome, mis esialgu polnud platvormil keelustatud ning mille tagajärjel arenes platvormil välja omaette seksuaalkultuur (Tiidenberg, 2021). Seitse aastat kestnud uuringust selgus, et seksuaalse sisuga Tumblris leidis erinevaid päevikuna peetud seksiblogisid. Nendes blogides kirjeldati oma vahekordade kogemustest ja unistustest, samuti leidis erootilisi pildi-galeriisid ja pornokogusid, kus esitati lühilõike pornofilmidest, fotosid ning ka seksuaalse sisuga GIF-e (Tiidenberg, 2021). Kuna seksuaalne sisu on järjest rohkem liikunud interneti ning sotsiaalmeediaplattformidele (Pilvre, 2022) ja vastupidiselt Tumblrile pole akadeemilisi töid konkreetselt OnlyFansi kohta veel ülemäära palju, lisaks on senised artiklid Eesti uudismeedias puudutanud peamiselt naissoost sisuloojaid (Mahlakas..., 2020; OnlyFansitar..., 2021), siis uuringi oma bakalaureusetöös esimese sammuna selle maastiku kaardistamisel just Eesti naissoost OnlyFansi sisuloojate kogemusi erootilise ja pornograafilise sisu tootmisel.

Minu bakalaureusetöö eesmärk on kvalitatiivsete individuaalintervjuude (N=10) abil mõista, millisena kirjeldavad OnlyFansi erootilist ja pornograafilist sisu loovad naiskasutajad platvormi sisuloome põhimõtteid ja milliseid strateegiaid kirjeldavad sisuloojad kommunikatiivsete intiimsuste loomiseks oma jälgijatega. Lisaks huvitab mind, milliseid võimalusi ja riske tajuvad sisuloojad OnlyFansi platvormi poolt ja millisena tajuvad nad erootilist ja pornograafilist sisu loovate naistena oma enesepresentatsiooni vastuvõttu teiste ühiskonnaliikmete poolt.

Bakalaureusetöö esimeses peatükis avan töö teoreetilisi lähtekohti ja selgitan digitaalset intiimset avalikkust ning selle kahte erinevat vaadet: digitaalne intiimsus kui sotsiaalne kapital ja kui töö (Dobson jt, 2018). Samuti räägin strateegilisest enesepresentatsioonist (Dobson ja Ringrose, 2016; Dobson jt, 2018; Tiidenberg ja van der Nagel, 2021 jt), sellega seotud probleemidest nagu digitaalne jalajälg (Girardin jt, 2008) ning tutvustan OnlyFansi platvormi ja selle tuntumaid kasutajaid (nt Osborn, 2021; Holland, 2020; jt). Seejärel annan ülevaate oma uurimisküsimustest, mis tuginevad suuresti ka seni tehtud uuringutel. Töö teises

peatükis põhjendan valimit ja andmekogumismeetodit ning selgitan, kuidas saadud andmeid analüüsin. Kolmandas peatükis toon välja peamised tulemused koos ilmestavate tsitaatidega ning neljandas osas järgnevad järeldused ja diskussioon. Lisaks leiab sellest peatükist ka meetodi kriitika ja soovitused edasisteks uurimissuundadeks. Töö lõpeb kokkuvõtte, kasutatud kirjanduse ning lisadega.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Järgnevalt annan ülevaate OnlyFansi platvormist ja selle tuntumatest kasutajatest, selgitan digitaalse intiimse avalikkuse (Dobson jt, 2018) mõistet ning kahte põhilist vaatenurka, kuidas digitaalset intiimset avalikkust käsitleda. Samuti pööran tähelepanu inimeste enesepresentatsioonile ja sellega seotud erinevatele probleemidele sotsiaalmeediaplattformidel. Teema paremaks mõistmiseks kirjutan ka digitaalsest jalajäljest ning ilmestan teooriat erinevate teemakohaste näidetega.

1.1 OnlyFansi platvorm ja tuntumad kasutajad

2022. aasta 2. jaanuari seisuga on OnlyFansi platvormil üle 150 miljoni kasutaja, kellest umbes 1,5 miljonit on sisuloojad (OnlyFans, i.a). Leht muutus populaarseks alles peale COVID-19 pandeemiat, sest oma töö kaotanud inimesed hakkasid otsima alternatiivseid võimalusi kodus raha teenimiseks (Friedman, 2021). Harder (2021) tõi populaarsuse kasvu argumentiks selle, et registreerunute arv 2019. aasta algusest (10 miljonit kasutajat) oli 2021. aasta oktoobriks kasvanud umbes 15 korda (150 miljonit kasutajat). Sarnaselt temaga on võrdlevat statistikat välja toonud ka Cooban (2021), kus ta väitis, et pandeemia eelselt oli kasutajaid 20 miljonit, siis aastaga kasvas see 120 miljonini. Ka Lópezi (2020) põhjal on alust arvata, et pandeemia aitas suuresti OnlyFansi populaarsusele kaasa. Autori sõnul registreerus alates 2020. aasta märtsist kuni artikli ilmumiseni (17. juuni, 2020) iga päev keskmiselt 200 000 kasutajat. Siiski ei saaks ka nende argumentide põhjal täie kindlusega väita, et ainult pandeemia selle populaarsuse hüppe põhjustas.

Möödunud aastal soovis OnlyFans seksuaalse sisu jagamist oma platvormil keelustada, kuna nende partneriteks olnud pangad ja makseteenuseid pakkuvad ettevõtted olevat neid selleks otsuseks survestanud (Morris, 2021). OnlyFansil oli probleeme ka investorite leidmisega, sest platvorm oli liialt seotud seksitöötajatega ning investoritel on seksitööstuse osas omad kõhklused (Barry, 2021). Kuna platvormi edukus ja peamine sissetulek tuleb just seksitöötajate pealt (Hern ja Waterson, 2021), tundsid OnlyFansi sisuloojad end reedetuna ning hakkasid planeeritud muudatuse vastu protestima (Barry, 2021; Harder, 2021). OnlyFansi asutajad mõistsid, et suur osa nende senistest töötajatest oleksid sunnitud

platvormilt lahkuma, mistõttu kaoks suurem osa kasumist ning kogu eelneva tõttu jättis OnlyFans muudatuse vastu võtmata (Barry, 2021).

Suures osas on OnlyFansi kasutajate postitatud sisu erootiline ning sisaldab pornograafiat (Römmel, 2021), kuid peale selle leidub seal ka meigikunsti- ja kosmeetika-teemalisi sisuloojaid (Beauty..., 2021; Makeup... 2021) ning kasutajaid, kes jagavad sisu treeningute ning elustiili teemadel (How..., 2019). Kuigi OnlyFans pole ise ametlikku statistikat teinud platvormi populaarsetest sisuloojatest, siis mitmete allikate põhjal on kõige kuulsamad ja populaarsemad kasutajad näiteks näitleja Bella Thorne ehk Annabella Avery Thorne, modell Blac Chyna ehk Angela Renée White, endine pornostaar Mia Khalifa, Ameerika räppar Tyga ehk Micheal Ray Nguyen-Stevenson ja pornostaar Bella Delphine (Influencer Marketing Hub, i.a; Osborn, 2021; Luxurylaunches, 2021).

Eelnevate allikate põhjal teenivad need välja toodud kuulsused OnlyFansis keskmiselt 2–8 miljonit dollarit kuus, millest OnlyFans võtab 20% endale (OnlyFans, i.a). Taoliste summade teenimine on ka pigem erand, sest tegu on väga populaarsete staaridega – nende kuupõhise tellimusega on liitunud mitukümmend miljonit inimest (Influencer Marketing Hub, i.a). Keskel läbi teenivad tuntumad OnlyFansi sisuloojad umbes 100 000 dollarit kuus ning kogu platvormi keskmine sisulooja teenib umbes 151 dollarit kuus (OnlyFans..., 2021b; Osborn, 2021), kuid Hollandi (2020) sõnul jääb üldiselt OnlyFansi sisuloojate ühe kuu mediaantasu 136 dollari juurde. Teisalt pole platvorm ise avaldanud ühtegi statistikat, mistõttu on keeruline hinnata, kas ja milline eelnevalt välja toodud sissetulekust on täpsem. OnlyFans pole ühtegi ametlikku statistikat välja toonud, kui suure hulga platvormi sisuloojatest moodustavad mehed või naised, küll aga on platvorm nentunud, et suurema hulga moodustavad naised, kes on vanuses 25–35 (OnlyFans..., 2021a).

Eestis on tuntumateks OnlyFansi sisuloojateks mootorrattur Sandra Roosme, Marimumm ehk Mariliis Küünarpuu, YouTube'i sisulooja Enni Brita Esna, end Eesti OnlyFansi ristiemaks tituleerinud Merylin Nau, YouTube'i sisulooja ja blogija Nele Kirsipuu (Mahlakas..., 2020) ning telesaatest „Kallid kalorid” tuntust kogunud Teele Loves Free ehk Helery Tökke (OnlyFansitar..., 2021). Oma sissetulekust platvormil Eesti sisuloojad eriti valjuhäälselt ei räägi, kuna paljuski on tegemist varjatud sissetulekuga. Kuigi on teada, et platvorm võtab 20% tuludest omale, siis Eesti maksusüsteemist lähtudes peaks iga sisulooja oma tulusid lisaks eraldi ka deklareerima (Raud, 2021). Ohukohana tuleb Eesti piires nentida ka seda, et

konflikt võib tekkida olukorras, kus sisuloojal on OnlyFansis püsiv sissetulek, kuid on Eesti Töötukassas registreeritud ka töötuna. Kuigi avalikkuses seni teadaolevalt taolisi juhtumeid pole olnud, siis pean seda meeles oma bakalaureusetöö empiirilist osa tehes.

1.2 Digitaalne intiimne avalikkus

Intiimsust on defineeritud väga erinevalt. Alustades vastastikusest enesekohase info avalikustamisest (Giddens, 1992), füüsilisest kiindumusest (Jamieson, 2011) ning lõpetades tänapäevase arusaamaga, kus intiimsust mõistetakse kui inimestevahelist füüsilist või emotsionaalset lähedust nende isiklikes suhetes (Brito ja Johnson, 2019). Intiimsus on oluline mõiste, kuna klassikaliselt on seksi ja seksuaalsust peetud ka intiimsesse sfääri kuuluvaks (Smith, 2022). Oma mõju intiimsuse kaasaegsete tähenduste kujunemisse on andnud nutitelefonid ja ka sotsiaalmeedia ajastu üldiselt (McGlotten, 2013; Dobson jt, 2018: 4). Dobson jt (2018) on selle jaoks kasutusele võtnud termini „digitaalne intiimne avalikkus” (ingl *digital intimate publics*), mille all mõistavad nad intiimset avalikkust ruumina, kus teatud veebikeskkonnas luuakse ühiseid maailmavaateid, aidatakse selle kasutajatel samastuda ja tekitada neis kuuluvustunnet. Intiimse avalikkuse teoreetiline raamistik aitab mõista, kuidas ning mis põhjustel võivad tekkida vaidlused ruumis, kus omavahel on segunenud avalik ja isiklik ruum (Dobson jt, 2018: 6).

Samas ei saa sotsiaalmeedia puhul unustada algoritme (Dobson jt, 2018), mis tekitab uusi paradokse seoses avaliku intiimsusega. Näiteks kuvab algoritmid inimestele vaid meelepärast sisu tema eelnevalt tehtud valikute põhjal, et pikendada kasutajate keskkonnas viibimist (Dobson jt, 2018; Kantar Emor, 2019). Samas on Dobson jt (2018) öelnud, et algoritmid lähtuvad ka passiivsetest sotsiaalmeedia kasutajatest ning nende eelistusest, kes ise aktiivselt platvormil ei postita, kuid kes annavad oma panuse algoritmide ülesehitusele, et suunata inimeste massilist tähelepanu. Eelneva põhjal on Dobson jt (2018: 9) digitaalset intiimsust vaadanud kahest aspektist: digitaalne intiimsus kui sotsiaalne kapital ja digitaalne intiimsus kui tööjõud.

Digitaalne intiimsus kui sotsiaalne kapital (Dobson jt, 2018) on oluline, sest võimaldab inimestel luua või hoida sotsiaalseid sidemeid ja emotsionaalset ühtekuuluvust teistega, saada

ja pakkuda tuge. Sotsiaalse kapitali all mõeldakse asjaolu, et kapital pole ainult majanduslik, vaid see moodustub inimeste ja nendevahelise suhtlusvõrgustiku pikaajasel tulemusel (Bourdieu, 1986). Nii näiteks on Hopkins ja Ryan (2014) uurinud, kuidas sotsiaalmeedia mängib rolli sotsiaalses integratsioonis ning seda eriti noorte, maapiirkondadest pärit inimeste puhul ja nad jõudsid järelduseni, et sotsiaalmeedias enda kohta isikliku info jagamine aitab liituda suurema kogukonnaga, luua usaldust ja tugivõrgustikke.

Dobson jt (2018) on digitaalse intiimsuse kui töö (ingl *labour*) all sisuliselt mõelnud kõigi internetikasutajate poolt tehtavaid erinevaid tegevusi, kes sotsiaalmeedias osalevad, sest kõik osapooled annavad oma panuse sotsiaalmeedia platvormide ärimudeli toetamiseks. Safaee (2021) uuringust selgus, et OnlyFans kui platvorm saab kasu seksitöötajate panustavast tööst, kuid samal ajal ei tegele lehekülg probleemidega, millega need kasutajad platvormil viibides kokku puutuvad. Näiteks ei taga OnlyFans oma töötajatele sotsiaal- ja pensionikindlustust ega paku töötajatele psühholoogilist tuge (Safaee, 2021). Autori uuringus osalenud intervjueeritavad tõid veel välja asjaolu, et platvormil tegutsedes seisavad kasutajad iga päev silmitsi piraatluse riskiga, kuid raha teenimise eesmärgil olid sisuloojad sunnitud sellega leppima (Safaee, 2021). Sisuliselt tähendab see seda, et kui OnlyFansi jälgijad peavad nende sisuloojate posituste nägemiseks maksma fikseeritud kuutasu, siis osa sisuloojate auditooriumist võib neid pahatahtlikult ja seadusevastaselt ilma rahata levitada kolmandatele osapooltele. Nii võivad sisuloojad ilma jääda küll vastavast rahalisest tasust, kuid lisaks võidakse nende paljastavaid fotosid pahatahtlikult ära kasutada. Sarnaseid juhtumeid on toimunud Eestis, kus OnlyFansi sisuloojate Helen Kõpu ja Nele Kirsipuu (Kohlmann ja Paju, 2021) fotod illegaalselt internetis lekkisid. 2020. aastal lekkisid ka sisulooja Enni Britta alastipildid interneti, mille tagajärjel pöördus neiu politseisse (Rammo, 2020).

Lisaks eelnevale on intiimsus kui töö ehk panus sotsiaalmeediasse tihtipeale tasustamata (Jarret, 2016), sest inividid soovivad sotsiaalmeedias eksisteerida pigem sotsiaalse tunnustuse vajadusest, keegi neile seal viibimise ja sageli ka sisu loomise eest tasu ei maksa. Intiimsuse olemasolu sotsiaalmeedia platvormidel ongi see, mis toetab nende keskkondade ärimudeleid. Tasuta tööjõust teenivad enim kasu sotsiaalmeediaplatvormide omanikeks olevad suurkorporatsioonid (Dobson jt, 2018). Andrejevic (2007) on täheldanud, et oluline on jälgida inividide privaatsust sotsiaalmeedias. Tema hinnangul rikuvad sotsiaalmeediaplatvormid inividide isiklikku teavet kogudes privaatsust, kuid lisaks käituvad nad ebaeetiliselt ka erinevalt kallutatud algoritmide loomisega, kuna nad võivad jätta infoväljast välja inimesi

nende rassi, klassi, soo või seksuaalsuse pärast (Dobson jt, 2018). Algoritmid võivad sotsiaalmeedias esile tõsta ka vägivalda- ja väärkohtlemisvorme, mis tekitavad teistes kasutajates ebamugavustunnet või lausa sunnivad neid sealt lahkuma (Dobson jt, 2018). Näiteks leidsid Müller ja Schwarz (2018), et Facebooki postitused, mis puudutavad negatiivseid emotsioone nagu hirm, levivad tänu algoritmidele sotsiaalmeedias palju paremini.

1.3 Strateegiline enesepresentatsioon sotsiaalmeedias

Just nagu on selgunud varasematest uuringutest (Viru, 2019; Taal, 2021 jt) kasutavad sotsiaalmeedia sisuloojad erinevaid enesepresentatsiooni strateegiaid. Goffman (1959) sõnul kasutatakse strateegiaid selleks, et esitleda end teistele võimalikult meelepärast. Eelnimetatud autor oli üks esimestest, kes leidis, et inividid saavad oma esmamulje tekitamisel läheneda strateegiliselt (Goffman, 1959). Tema sõnul võib sotsiaalset suhtlust võrrelda teatriga, kus on nii näitlejad, publik, “esilava” ja lavatagune ning mille igal osal on omad eripärad ja oma “roll” (Goffman, 1959). Peamiselt leidis Goffman (1959), et inividid osalevad sotsiaalsetes interaktsioonides verbaalsete ja mitteverbaalsete tegude kaudu, mille abil väljendatakse oma vaadet olukorrast ning läbi selle oma hinnangut selles osalejatele, eriti iseendale. Ka Cardoso ja Scarcelli (2021) uuringust selgus, et OnlyFansi sisuloojad tegelevad teadlikult oma eneseesitlusega.

Enesepresentatsiooni sotsiaalmeedias ja reaalses elus eristab asjaolu, et platvormi kasutajatel on täielik kontroll informatsiooni üle, mida nad endast avaldada soovivad (Krämer ja Winter, 2008). Näiteks saavad nad laadida üles fotosid, jagada oma muljeid, näidata isiklikku elu ja hoolivust (Huang, 2014) ehk tõsta esile aspekte, mis näitavad neid parimast küljest (Marwick, 2005). Näiteks on Rosenberg ja Egbert (2011) välja toonud neli peamist eneseesitluse strateegiat Facebooki näitel: manipuleerimine, enesereklaam, eeskujuks olemine ning kahjude kontroll. Nende sõnul kasutavad inimesed neid taktikaid, et luua endast läbi infoga manipuleerimise soositud mina-pilt, kuna nad tunnevad muret enda sotsiaalse sobivuse pärast sel platvormil (Rosenberg ja Egbert, 2011).

Cardoso ja Scarcelli (2021: 106) uuringust selgus, et OnlyFansi sisuloojate arusaamad platvormil enesepresentatsioonist jagunevad kaheks: need sisuloojad, kes tajusid end amatöörina, pidasid tähtsaks orgaanilise sisu tootmist ja oma jälgijaskonna suurendamist, kuid need, kes võtsid end kui professionaalset töötajat, tundsid muret ka turundusstrateegiatega ja väärtusliku sisu loomise üle. Sellest lähtudes puudutan ka Abidini (2018) poolt välja toodud mikrokuulsuse strateegiaid, mis eristavad sotsiaalmeedia sisuloojaid tavakuulsustest: sotsiaalmeedia sisuloojad ei pöördu mass-auditooriumi poole, vaid keskenduvad oma jälgijatega suhtlemisele; tähtsal kohal on iseenda autentsena esitlemine; jälgijaskonnas tekitatakse kuuluvustunnet ning nendega suheldakse aktiivselt; toimib aktiivse sisendi ja tagasiside küsimine jälgijatelt. Rouse ja Salter (2021: 11) on leidnud erinevusi ka OnlyFansi ja Instagrami sisuloojate suhtlemisel nende fännidega. Instagramis reageeritakse jälgijate toetusele nende sõnumitele lühikese vastuse või “meeldib” reageeringuga (ingl *like*), kuid OnlyFansis osaletakse afektiivsetes vestlustes ehk tänatakse fänne nagu oma lähedasi sõpru, näiteks tehakse seda “preemiate” ehk ekslusiivse ja ainulaadse sisu saatmisega (Rouse ja Salter, 2021: 11).

Erinevad allikad on tõstatanud ühe murekohana sotsiaalmeedia kontekstis inimeste enese-esitluse (Dobson ja Ringrose, 2016; Dobson jt, 2018; Tiidenberg ja Van Der Nagel, 2021). Intiimsuhted muudetakse sotsiaalmeedia platvormide kaudu nähtavaks ja antakse teatud mõttes ka veebikeskkonna omandisse (Dobson jt, 2018): kasutajad saavad oma konto ja sellega kaasnevad andmed kustutada, kuid panust platvormi kujundamisse seal oma intiimsuhete kujundamise kaudu tagasi võtta ei saa.

Enda presenteerimist veebiplatvormidel on uurinud ka Katrin Tiidenberg (2017). Autor toob raamatus näite, kuidas üks blogija postitas enda enesekindluse taastamiseks endast oma blogisse paljastavaid ja seksikaid fotosid (Tiidenberg, 2017). Enda enesekindluse taastamiseks ja sotsiaalmeedia poolt loodud ebareaalsetele iluideaalidele vastu protesteerimiseks (Lazuka jt, 2019; Cohen jt, 2020) on näiteks Instagramis loodud ka kehapositiivsuse liikumine (Cohen jt, 2019), mis on viimastel aastatel just üha suurenenud sotsiaalmeedia tarbimise tõttu muutunud taas aktuaalsemaks (Cohen jt, 2019).

Kehasse suhtumist ja erinevat arusaama kehalisusest on uuritud ka OnlyFansi sisuloojate puhul (Cardoso ja Scarcelli, 2021). Igal indiviidil on küll üks keha, kuid Cardoso ja Scarcelli (2021: 116) sõnul tõlgendavad OnlyFansi sisuloojad keha erinevalt, millest sõltub ka nende

sisuloome: ajateljena (milline kehakuju oli vs milline on kehakuju nüüd), platvormina (milliseid tunnuseid kehal saaks turundada), tehnoloogilise protsessi tulemusena (keha originaalfotol vs töödeldud fotol) ja üldise kehana, millesse on kas meigi abil sekkunud või kehana, mis on sättimata. Cardoso ja Scarcelli (2021) uuringust selgus ka, et sisuloome tegemine OnlyFansi on andnud nende endi kehadele uue väljavaate ja aidanud parandada üleüldist ellusuhtumist.

Lisaks Tiidenbergile (2017) ning Cardoso ja Scarcellile (2021) on ka Cohen jt (2019) tõdenud, et endast paljastavamate fotode lisamine sotsiaalmeediasse aitab aktsepteerida oma keha ja tõsta enesekindlust. Tiidenberg (2017: 258) on nentunud, et taoline enesepresenteerimine internetis on võimalik vaid tänu erinevate sotsiaalsete ja tehniliste tingimuste koosmõjule, st kuidas tajutakse platvormi ja kogukonna lubavusi. Näiteks on Instagrami keelatud postitada fotosid või videoid, mis on alasti, suguelunditest või muul moel liiga paljastavad (Instagram, 2021). Tiidenbergi (2017) sõnul soosivad mõningad platvormid just kehalist enesepaljastamist ning üheks selliseks platvormi näiteks on OnlyFans. Ka Rouse ja Saler (2021) leidsid oma uuringust, et sotsiaalmeediaplattformide seksuaalpoliitika on muutunud nii rangeks, et paljud autorite uuringus osalenud *cosplayerid* ehk inimesed, kes kehastusid kostüümide abil fiktiivseks tegelaseks (Volbrück, 2014), kui ka seksitöötajad, olid oma seni kasutusel olevad sisuloomeplatvormid asendanud OnlyFansiga.

Nii digitaalse intiimsuse kui enesepresentatsiooni puhul on olulise probleemina tajutud naiste alavääristamist, nende kehade kui objektide nägemist ja üldisemalt seksuaalsuse kaubastamist (Torlak, 2011). Traditsiooniliselt on feministid pidanud naiste seksualiseerimist reklaamides alandavaks ning need on esile kutsunud negatiivseid reaktsioone (Mackay ja Covell, 1997), kuid hilisemates uuringutes on täheldatud, et naiste seksuaalsus ja seksuaalne väljendus on kolmanda laine feministide jaoks julgem, naiste kui seksuaalsete kujutiste osas ollakse aktsepteerivamad (Choi jt, 2016). Näiteks võidakse väljakutsuvat riietumist vaadata kui positiivset naiselikku väljendusvabadust.

Ka OnlyFansi kohta on läbi viidud meediatekstide feministlikku sisuanalüüsi. Van der Nageli (2021) läbi viidud uuringu eesmärk oli mõista, kuidas inimesed näevad OnlyFansi ning kuidas meedia inimeste – eriti naiste ja mittebinaarsete inimeste – ideid kujundab ja esindab. Selleks uuris ta läbi 100 uudistartiklit, millest enamik olid ilmunud tabloidväljaannetes nagu Daily Stars ja Daily Mail, 100 esimest meemi (ingl *meme*) Google otsingust ning 100 postitust

OnlyFansi kodulehel olevast blogist (van der Nagel, 2021). Kogu meediatekstide sisuanalüüsi põhjal selgus, et meedia ja OnlyFansi enda blogi presenteeris platvormi kui naistele seksuaalse esitlemise ja kerge raha teenimise kohana ning meemide hulgas oli populaarne OnlyFansi naissisuloojate vastu suunatud misogüünia ehk naistevihkamine (van der Nagel, 2021). Tähtsa asjaoluna tõi van der Nagel (2021) veel välja asjaolu, et OnlyFans kui platvorm ei toetanud aktiivselt oma töötajaid ning minimaliseeris nende loomingulist panust platvormi: keelas erinevaid võimalusi sisuloomes ja süvendas täiskasvanute tööstusharus töötamise häbitunnet.

OnlyFansi puhul ei saa mööda vaadata ka digitaalse jalajälje (Girardin jt, 2008; Weaver ja Gahegan, 2019) kujunemisest ning selle võimalikest tagajärgedest, kuna platvormil avaldatakse isiklikku teavet. Digitaalne jalajälg on informatsioon, mida inimene on kogu oma elu jooksul enda kohta internetti maha jätnud (Weaver ja Gahegan, 2019), näiteks kuuluvad selle alla erinevad sõnavõetud meedias, kuid ka postitused, mida tehakse erinevatel sotsiaalmeediaplattformidel. Girardin jt (2008) sõnul võib maha jäetav digitaalne jalajälg olla nii aktiivne kui ka passiivne: esimesel juhul jätab kasutaja ise informatsiooni internetti, viimase puhul jagavad teiega seotud infot teised kasutajad.

Digitaalsest jalajäljest rääkimine on oluline, kuna nii passiivne kui ka aktiivne informatsioon on kõigile kättesaadav ning see jääb osaks inimese enesepresentatsioonist ja seda võidakse teiste inimeste suhtes kuritarvitada (Girardin jt, 2008). Näiteks võidakse läbi interneti paljastada inimeste sissetuleku allikas ning selle tagajärjel võidakse sattuda tööol erinevatesse probleemidesse. Stern (2021) andmetel kaotas Ameerika Ühendriikides naine oma medõe töökoha, sest tema kolleegid avastasid ta OnlyFansi konto ning platvormi ja seksitöötajate maine tõttu pandi ta ultimaatumi ette, kas kustutada konto või lahkuda töölt. Samuti on väga keeruline kustutada juba internetti postitatud sisu. Eesti OnlyFansi “ristiemaks” tituleeritud Merylin Nau on meedias tõdenud, et OnlyFansiga võib teenida suuri summasid (Petrova, 2021), kuid samuti öelnud, et kahetseb paljastavate piltide lisamist platvormile (“Rannamaja”..., 2019).

Hirmust saada oma töö juures või kogukonnas seksitöötajate “märk” külge on teatatud ka varasemates uuringutes. Wojcicki uuringust peegeldus asjaolu, et õige termini kasutamine on oluline (Wojcicki, 2022, viidatud McMillani jt, 2018: 1520 kaudu). Uuringus osalejad keeldusid kasutamast seksitöötaja terminit ja eelistasid sellele “ellujäämiseks töötaja”

terminoloogiat, sest sellega antakse ühiskonnaliikmetele märku, et naisel puudub alternatiivne sissetuleku teenimise võimalus ja rõhutatakse tema ebakindlat majanduslikku positsiooni (Wojcicki, 2022, viidatud McMillani jt, 2018: 1520 kaudu). Eelnevalt kirjeldatud hirm võib tuleneda ka asjaolust, et läbisegi samas kontekstis kasutatakse termineid “prostitutsioon” ja “seksitöö” ning kohati eelistatakse kasutada viimast terminit (McMillan jt, 2018: 1518). Autori sõnul eelistatakse “seksitöö” terminit “prostitutsioonile” just ajaloolistel põhjustel, kuid lisaks annab see erinevalt prostitutsioonist ühemõtteliselt märku ametialast ning loob aluse tööga seotud õigustele (McMillan jt, 2018: 1519).

1.4 Uurimisküsimused

Minu bakalaureusetöö eesmärk on mõista, millisena kirjeldavad Eesti OnlyFansi platvormil erootilist ja pornograafilist sisu loovad naiskasutajad platvormi sisuloome põhimõtteid ning milline on sealne suhtlus sisuloojate ja jälgijate vahel. Lisaks huvitab mind, milliseid strateegiaid kasutavad sisuloojad jälgijaskonna suurendamiseks ja kuidas tajuvad sisuloojad teiste ühiskonnaliikmete arvamust OnlyFansis tegutsemisest. Nagu töö alguses nenditud, on OnlyFansi ning selle sisuloojaid väga vähe uuritud, mistõttu lähtusin uurimisküsimuste püstitamisel peamiselt van der Nageli (2021) soovitudest.

Olen oma töös püstitanud neli peamist uurimisküsimust:

- 1. Millisena kirjeldavad OnlyFansi erootilist ja pornograafilist sisu loovad Eesti naiskasutajad oma sisuloome põhimõtteid?**
 - a. Milliseid privaatsuse kaitsmisega seonduvaid otsuseid ja tegevusi intervjueritud sisuloojad rakendavad?
- 2. Milliseid käitumise ja enesepresentatsiooniga seonduvaid strateegiaid kirjeldavad Eesti OnlyFansi naissoost sisuloojad kommunikatiivsete intiimsuste loomiseks oma jälgijatega?**
 - a. Millisena kirjeldavad sisuloojad ideaalset ja košmaarset jälgijat?
- 3. Milliseid võimalusi ja riske tajuvad OnlyFansi erootilist ja pornograafilist sisu loovad Eesti naised platvormi poolt?**

4. Millisena tajuvad Eesti OnlyFansi erootilist ja pornograafilist sisu loovad naised oma enesepresentatsiooni vastuvõttu teiste ühiskonnaliikmete poolt?

2. VALIM JA UURIMISMEETODID

Käesolevas peatükis annan ülevaate bakalaureusetöö empiirilises osas kasutatavast valimist ja meetoditest. Täpsemalt selgitan valimi moodustamise strateegiat, andmekogumis- ja andmeanalüüsimeetodit. Valimi peatükis toon välja valimi (N=10) moodustamise kriteeriumid, kirjelduse ja kriitika. Seejärel põhjendan, miks valisin kvalitatiivse lähenemise, millise täpsemalt ning kuidas andmeid hiljem analüüsida. Andmekogumismeetodi peatükk keskendub uuringustrateegia kirjeldamisele ja intervjuu ülesehitusele. Viimases peatükis tutvustan andmeanalüüsi meetodit ning kirjeldan kodeerimisprotsessi.

2.1 Valim

Soovisin oma bakalaureusetöös intervjuuerida eesti noori naisi, kes presenteerivad end OnlyFansi platvormil ja püüavad tähelepanu ning raha teenida erootilise ja pornograafilise sisuloomega. Tuginedes van der Nageli (2021) soovitusel intervjuuerida OnlyFansi sisuloojaid, siis seadsin oma bakalaureusetöös eesmärgiks leida vähemalt kümme täisealist eesti naist, kes on sellel platvormil vähemalt pool aastat tegutsenud, sest eeldatavasti on siis intervjueeritavatel tekkinud juba mõningane kogemus, kuidas platvorm ja sealne sisuloome töötab.

Minu töö puhul oli mõistlik kasutada sihipärast valimit (Rämmer, 2014), kuna valisin uurijana ise uuritavad välja, püüdes leida kõige tüüpilisemaid esindajaid. Kuna teadsin juba seminaritööd kirjutades, et plaanin teha bakalaureusetööd, siis koostas in oma alates septembrikuust nimekirja Eesti naissoost OnlyFansi sisuloojatest, kuhu lisasin lisaks OnlyFansi kontole ka nende muu sotsiaalmeediaplatformi konto või meiliaadressi. Nimekirja koostamisel leidsin sisuloojate kohta infot nii Eesti meediaväljaannetest, kuid lisaks otsisin aktiivselt tegutsevaid kasutajad ka Instagramist ja Twitterist. Kokku suutsin leida 34 Eestist tegutsevat naissoost sisuloojat, kelleni proovisin jõuda eelistatult läbi nende e-mailide, mida nad oma OnlyFansi kasutajakontol või seal mainitud teistel sotsiaalmeediakontodel välja olid toonud. Selle puudumisel kontakteerusin nendega peamiselt Twitteri abil, mis osutus kõige efektiivsemaks kanaliks, kuid mõne üksikuga lõin kontakti Instagramis. Lisaks sellele uurisin intervjueeritavatel ka nende kontakte, kes võiksid minu uuringusse sobida ehk proovisin

valimi laiendamiseks kasutada ka lumepallivalimit. Tagantjärele tean, et vähemalt kolme uuritavani jõudsin ma just kasutades seda meetodit. Sisuloojatega kontakteerumiseks koostas ka spetsiaalse värbamiskirja (vt Lisa 1) ning intervjuu alguses informeerisin neid ka nõusolekuvormist (vt Lisa 2) ja palusin selle ka allkirjastada.

Paremaks ülevaateks esitlen valimisse kuulunud sisuloojaid nende koodi, vanust ja OnlyFansis tegutsemisaega (Tabel 1).

Tabel 1. Ülevaade valimisse kuulunud naistest

Kood	Vanus aastates	Tegutsemisaeg OnlyFansis kuudes	Tegeleb või on tegelenud sisuloomega muul platvormil
O1_22_24	22	24	Jah
O2_30_24	30	24	Jah
O3_32_12	32	12	Ei
O4_19_12	19	12	Ei
O5_21_18	21	18	Ei
O6_20_11	20	11	Ei
O7_31_18	31	18	Jah
O8_19_10	19	10	Ei
O9_21_24	21	24	Ei
O10_20_18	20	18	Ei

Valimi koodid on loodud sisuloojate kogemuse põhjal. Näiteks kood O1_22_24 selgitab, et O on OnlyFansi sisulooja, number 1 näitab mitmendana teda intervjueriti, 22 on vanus ja number 24 näitab ümardatud tegutsemisaega kuudes. Lisaks lähtudes Safaee (2021) uuringust pean tabeli viimases veerus oluliseks välja tuua ka asjaolu, kas uuritav teenib või on varasemalt teeninud sisuloomega elatist ka mujal sotsiaalmeedia kanalites. Kõik tabelis esitatud andmed on kogutud intervjuu toimumise ajal ning need võivad töö avaldamise hetkeks olla muutunud.

2.2 Andmekogumismeetod

Oma lõputöös kasutasin andmekogumismeetodina kvalitatiivset lähenemist, täpsemalt tegin semistruktureeritud süvaintervjuusid OnlyFansi platvormil erootilist ja pornograafilist sisu loovate eesti noorte naistega. Intervjuu on vestlus, mis toimub kahe või enama inimese vahel ning see keskendub kindlale teemale (Brennen, 2013: 27). Kuna OnlyFans ja seal kujunevad käitumis- ja kommunikatsiooninormid on võrdlemisi uus ja vähe uuritud nähtus, siis poolstruktureeritud intervjuud võimaldasid mul luua ja järgida intervjuukava, kuid vajadusel küsida täpsustavaid küsimusi (Lepik jt, 2014; Lagerspetz, 2017: 140). Valisin intervjuu, kuna see on paindlik võimalus koguda verbaalseid andmeid, mille abil vahendatakse tundeid, mõtteid ja hoiakuid (Laherand, 2008: 177) ning antud juhul nägin, et see on parim võimalus andmete kogumiseks.

Viisin intervjuud OnlyFansi sisuloojatega läbi 2022. aasta veebruaris ja salvestasin need üles telefoni helisalvestusega. Ühe intervjuu pikkuseks oli keskmiselt üks tund ja viis minutit. Kuna tegu oli tundliku teemaga, viisin intervjuud läbi enamasti veebi teel. Sarnaselt Lottile (2020) ja Muulile (2021) soovisin, et sisuloojad tunneksid ennast mugavamalt, seega viisin intervjuud läbi uuritavale sobival meetodil, et minu kui uurija roll oleks võimalikult minimaalne sensitiivse teema käsitlemisel. Kokkuvõttes viisin kaks intervjuud läbi näost näkku, seitse intervjuud Zoomi teel ning ühe sisuloojaga kasutasin sünkroonset kirjalikku reaajas kirjutamise veebiintervjuu meetodit (Murumaa-Mengel, 2020). Kuigi reaajas veebi teel intervjuu läbiviimise miinuseks oli otsese kontakti puudumine intervjuueeritavaga, siis leidsin, et teema tundlikkus kaalub üles muud asjaolud. Iga intervjuu viisin läbi ühe intervjuueeritavaga ehk tegu oli individuaalintervjuuga (Lepik jt, 2014), et saaksin teemasid privaatselt arutada. Intervjuueerimisel rakendasin strateegiat, kus ma küsisin avatud küsimusi, millele järgnesid vajadusel täpsustavad küsimused ja seejärel teemaploki lõpus tegin intervjuueeritavale kokkuvõtva peegelduse.

Intervjuukava koostamisel lähtusin oma uurimisküsimustest ning koostasid teemaplokid: reaalne sisu loomise protsess, suhtlus jälgijatega, platvormi võimalused ja riskid ning teiste arvamuse tajumine. Küsimuste koostamisel võtsin arvesse ka seni ilmunud uurimistöödest saadud soovitusi (van der Nagel, 2021). Intervjuukava (Lisa 3) sisaldas 41 küsimust, millele

lisandusid vastavalt vajadusele ka lisaküsimused. Kavas kuvatud esialgsed uurimisküsimused (UK) modifitseerisid töö käigus, sest lõputöö fookus täpsustus protsessi jooksul.

2.3 Andmeanalüüsi meetod

Bakalaureusetöö jaoks läbi viidud intervjuude analüüsimiseks kasutasin kvalitatiivset temaatilist sisuanalüüsi meetodit, mille on välja töötanud Braun ja Clarke (2006). Valisin selle meetodi, kuna Kalmuse jt (2015) hinnangul sobib see vähe uuritud teemade analüüsimiseks. Täpsemalt kasutasin juhtumiülest ehk horisontaalset analüüsi, mille puhul oli vaatluse all korraga mitu analüüsivat juhtumit, et selgitada läbivaid teemasid või ilmnevaid mustreid (Kalmus jt, 2015). Temaatiline sisuanalüüsi meetod koosneb kuuest etapist (Braun ja Clarke, 2006): andmete identifitseerimisest, sh häältekstidena salvestatud intervjuude transkribeerimisest, esmaste koodide loomisest, nende jaotamisest kategooriate kaupa, vahepealsest analüüsist, seejärel lõplike teemakoodide loomisest ning juba andmete detailsemast kirjutamisest ja analüüsimisest. Temaatiline sisuanalüüs aitab mõista, kuidas OnlyFansi sisuloojad tõlgendavad erinevaid mõisteid.

Kõigepealt transkribeerisin tehtud intervjuud, seejärel kasutasin avatud kodeerimist (Laherand, 2008) ehk lahutasin teksti osadeks ja kodeerisin lausete kaupa, tehes vahepeal endale märkmeid ja lisades kohe koodi juurde ka ilmestavaid anonümiseeritud tsitaate. Esimesed paar intervjuud transkribeerisin käsitsi, et analüüsida paremini tehtud intervjuukava ning analüüsida ennast kui intervjuerijat kõrvaltvaataja pilguga. Järgmised intervjuud transkribeerisin veebilehe tekstiks.ee abil. Kodeerimiseks ja ka andmete analüüsimiseks kasutasin juba endale tuttavat programmi Microsoft Excel, sest soovisin kvalitatiivsete uuringute jaoks loodud tarkvara (MAXQDA) tundma õppimise arvelt aega kokku hoida. Kuigi algul tekkis palju koode, siis telgkodeerimise (Laherand, 2008: 287) abil lisandusid mitmed alakategooriaid. Avatud koodide seas oli ka *in vivo* koode ehk kasutasin võimalikult tekstilähedast sõnastust (Masso jt, 2014), näiteks “kiirelt rikkaks” ja “enesehinnangu tõusmine”.

Peamised kategooriad, mis tekkisid on näiteks “sisu loomine”, “suhtlus jälgijatega” ja “konto reklaamimine”. Telgkodeerimise (Laherand, 2008) abil tekkisid “suhtlus jälgijatega”

alamkategoriateks “kommunikatsioonistrateegiad”, “jälgijaskond” ja “ebamugavad kokkupuuted”. Minu loodud koodipuud on võimalik näha lisades (Lisa 4).

3. TULEMUSED

Selles peatükis esitlen intervjuudest kogutud olulisemaid tulemusi. Esimeses osas kirjeldan OnlyFansi erootilist ja pornograafilist sisu loovate kasutajate põhimõtteid, mida nad sisuloomes kasutavad, selleks vajalikke vahendeid, nende varasemaid kokkupuuteid erootilise ja pornograafilise sisu loomisega ning platvormile postitamisele eelnevat protsessi. Samuti toon välja, kust jooksevad intervjuueeritavate hinnangul privaatsuse kaitsmisega seotud piirid sisu tootmises. Järgmises alapeatükis selgitan, milliseid strateegiaid kasutatakse kommunikatiivse intiimsuse loomiseks. Täpsemalt annan ülevaate, kuidas OnlyFansi sisuloojad suhtlevad oma jälgijatega, milliseid strateegiaid selleks kasutatakse ning selgitan, milline on sisuloojate hinnangul ideaalne ja košmaarne jälgija OnlyFansis. Seejärel kirjeldan, milliseid sotsiaalmeediaplatforme ning strateegiaid kasutatakse OnlyFansi jälgijaskonna kasvatamiseks. Kolmandas alapeatükis toon välja, millisena tajuvad sisuloojad OnlyFansi kui platvormi võimalusi ja ohte, mis toetavad või takistavad nende sisuloomet. Viimases alapeatükis selgitan, millisena tajuvad sisuloojad teiste eestlaste arvamust OnlyFansist ning lisaks toon välja intervjuueeritavate kokkupuuted Eesti meediaga, hinnangud seal ilmunud artiklitest, mis on seotud OnlyFansiga, ning millistest temadest meedias ei räägita, kuid peetakse vajalikuks.

Käesolevas peatükis välja toodud tsitaadid on anonümiseeritud ning mõned terminid on välja võetud, et tagada intervjuueeritavatele ja nende isikliku eluga võimalikult suurel määral anonüümsus. Peatükis kirjeldatud alapeatükid lähtuvad püstitatud uurimisküsimustest.

3.1 OnlyFansi platvormi sisuloome põhimõtted

Intervjuudest selgus, et enamik naistest toodab sisu OnlyFansis oma nime ja näo alt, kuid kaks intervjuueeritavat teevad seda ilma näota ja fiktiivse nime alt. Need kaks intervjuueeritavat olid põhjenduseks toonud hirmu tuleviku osas, näiteks kardetakse, et nad ei leia tööturul tööd või et nende nime ja nägu identifitseeritakse vaid kui OnlyFansi sisuloojat.

O9_21_24: "Eesti on nii väike ja ma tean, et nagu see, et mina mõtlen, et ah, et see on nagunii mingi suvaline asi teha pornot või üldse julgeda näidata ennast nagu sellisest

haavatavas positsioonis. Siis ma näen, et nagu väga paljudel ei ole sarnane arvamus ja siis ma lihtsalt sellepärast, nagu iseenda kaitsmiseks valisin, et ma olen nagu pigem selline, et keegi ei saa aru, et see olen mina."

Kõik intervjueeritavad kasutavad sisu loomisel strateegiat, kus kuutasu eest näeb OnlyFansi ajajoonel vähemalt bikiinides ja/või pesus fotosid ja/või videoid ning rohkem sisu jagatakse privaatsetes vestlustes jälgijatega, kus küsitakse sisu saatmise eest lisaks eraldi tasu ning kus teenitakse rohkem raha. Seal saadetakse enamasti paljaid või särgita (ingl *topless*) pilte, kuid umbes pooled vastajatest ütlesid, et saadavad seal lisaks paljastele fotodele ja videotele ka pornograafilist sisu. Intervjueeritavad ei soovinud väga detailsemalt pornograafilise sisu loomisest rääkida, kuid peamiselt toodi esile eneserahuldamist ja erinevate seksuaalsete mänguasjade kasutamist.

Sisu toodetakse enamasti üksinda, mõnel korral on intervjueeritavad koostööd teinud ka teiste naissoost sisuloojatega, kuid neli intervjueeritavat tõid välja, et on tootnud või toodavad püsivalt sisu koos elukaaslasega. Sellisel juhul tõdeti, et näiteks privaatsetes vestlustes saadetakse videod vahekorraast on siiski läbimõeldud otsus ning selles osalevad mõlemad osapooled või vähemalt elukaaslane ilma näota. Lisaks rõhutati, et videod seksuaalvahekorraast on populaarsed jälgijate hulgas, mistõttu müüakse neid kallimalt kui teistsugust sisu, kuid intervjueeritavad hoidusid täpsemate summade nimetamisest.

O9_21_24: "See otsus, et üldse hakata seda koos seda sisu tootma juba alguses, et see kindlasti nagu tegi väga palju head meie suhtele. Sest et see on ikkagi nagu põnev ja nagu... mingil määral ma tean, et nagu talle meeldis just see, et sa müüid meie mingit intiimset hetke, aga sa tead, et tegelikult see on nagu ainult meie kahe vahel."

Küll aga tõid intervjueeritavad elukaaslasega sisu loomise puhul välja asjaolu, et sisuloome kui töö häiris ka suhteid intiimelus.

O9_21_24: "Oligi nagu see minu jaoks võib-olla kadus mingi hetk nagu see lõbu ära või noh, nagu... see tunne, et saad olla intiimne oma partneriga. Et see nagu asendus veits sellega, et see on nagu mingi minu töö olla intiimne mu partneriga."

Mõned üksikud intervjuueeritavad tõid ka välja, et lisaks fotodele ja videotele pakuvad nad jälgijatele muid teenuseid nagu müüvad enda kantud aluspesu, saadavad jälgija valitud sõnumiga hääsõnumeid ning pakuvad tüdruksõbra kogemust (ingl *girlfriend experience* ehk *GFE*). Tüdruksõbra kogemus on kohtumine, kus teenuse ostja ja osutaja on valmis pakkuma vastastikust seksuaalset naudingut ja teatud määral ka emotsionaalset intiimsust (Huff, 2011). Bernstein (2007) on tüdruksõbra kogemust nimetanud ka kaubanduslikuks kogemuseks, mis muudab piirid finantstehingu ja romantilise suhte vahel hägusaks. Kuigi tüdruksõbra kogemust pakutakse nii füüsiliselt kui ka virtuaalselt (Huff, 2011), siis OnlyFansi puhul tõidki intervjuueeritavad välja, et nemad piirduvad vaid virtuaalse suhtlemisega ning vajadusel mõningate paljastavate fotode saatmisega.

Sisu toodetakse platvormile enamasti ise ja omas kodus, kasutades selleks nutitelefoni (sh taimeri funktsiooni), peeglit ning lisaks ka mingit sorti valgustust, näiteks ringvalgust (ingl *ringlight*), eredat laualampi või spetsiaalset fotovalgustust. Mitmed sisuloojad tõid ka välja, et suureks abiks iseseisvalt pildistamisel on statiiv ja nutikell, mis ühildub nutitelefoni.

O2_30_24: "Mul on palju lihtsam lihtsalt ise need pildid ära teha ja seda ma teen ka nii, et.. panen statiivi otsa telefoni... panen kas peegli telefoni taha, et ma näeksin peegeldusest peeglist, et kuidas ma umbes välja näen või milline poos või nurk on hea... ja siis nutikellal vajutan taimerit. Ja siis võtan poosi ja niimoodi teen.. et nii on kõige parem."

Kuigi nii mõnigi vastajatest on käinud või käib fotosid tegemas fotograafi juures, sest nende hinnangul on see professionaalsem ja kunstilisem, siis peamise murekohana toodi välja autoriõiguseid fotode edasilevitamisel. Uurides sisuloojatelt, kes pole varem professionaalse fotograafi juures sisu tootnud, kas nad on seda valikut kaalunud, oldi üheselt eitaval seisukohal just usaldamatuse tõttu – kardetakse, et fotograaf võib toodetud materjali kasutada ebaotstarbeliselt või mitte aktsepteerida tema tehtud fotode pealt raha teenimist.

Intervjuudest selgus, et OnlyFansi postitatakse fotod ja/või videod, mis näitavad sisulooja kehaosi nende hinnangul kõige paremast nurgast. Mitmed intervjuueeritavad tõid ka välja, et lähtuvad OnlyFansi sisu postitamisel lihtsast põhimõttest: postitatakse seda paljastavat sisu, mida muud sotsiaalmeedia platvormide poliitika, peamiselt Instagram, postitada ei luba ning mis näitab sisuloojate hinnangul nende keha kõige paremas valguses.

Enne sisu postitamisele OnlyFansi eelneb ka fotode töötlemine, kus jagunetakse laias laastus kolmeks. Osa sisuloojaid tõi välja, et ei töötle oma fotosid üldse, sest ei võta seda asja nii tõsiselt ning teevad seda rohkem oma hobina. Teine grupp sisuloojaid kasutavad fotode töötlemisel erinevaid filtreid, mängivad valgusega ja vajadusel ühtlustavad naha ebaühtlusi nagu aknearmid või tselluliit. Ning kolmandasse gruppi kuuluvad sisuloojad töötlevad fotosid rohkem: eemaldavad identifitseeritavad detailid nagu tätoveeringud, vajadusel kohendavad kehaosasid ning lisavad esemeid.

O2_30_24: "Pildil juhtuvad sellised mikroliigutused nagu silmad kissis või topeltlõug vms, mida päriselus ei juhtu nii kergesti ja siis neid asju see [töötlemiseks vajalik rakendus] natukene vähendab seal."

Pooled intervjueeritavad pidasid OnlyFansi sisu loomise puhul oluliseks ka ärilist strateegiat, mille all tõlgendati nii hinnakirja ja kuutasu väljamõtlemist, fotode ette tegemist ja nende postitamise ajastamist ning oma piiride paika panemist. Üllataval kombel tõi vaid üks intervjueeritav strateegia puhul välja, et enne konto asutamist tegi ta OnlyFansi kohta põhjaliku eeltöö: vaatas teiste OnlyFansi sisuloojate kogemuste kohta YouTube'i videoid, uuris platvormi privaatsusreegleid ja mõtiskles tagajärgede üle.

O7_31_18: "Enne alustamist pead nagu teadma, et mis... nagu sisemised kokkulepped endaga tegema, et mis on sinu piirid, sest kui see virvarr hakkab pihta, siis sa võid nagu unustada ära, et mis sa nüüd siin... miks sa üldse seda tegema hakkasid, onju."

Sisu loomise puhul pidasin oluliseks uurida ka seda, milline on intervjueeritavate varasem kogemus taolises valdkonnas. Selgus, et pooltel sisuloojatest oli mingisugune kogemus olemas fotograafias, eksootilise tantsijana striptiisiklubis või Snapchatis noormeestele paljastavate fotode saatmise näol.

O6_20_12: "See on lihtsalt oled mingi 15 või 16 [-aastane] siis kutid küsivad mingi pilte, siis sa vaatad, kus on nii-öelda hea välja näed, mis nurga alt ja vaatab, kuidas nad reageerivad sellele, siis vastavalt sellele läheb kõik edasi."

Teismelisena noorte poiste käest saadud tähelepanu tõid veel mitu sisuloojat välja. Näiteks tundsid nad, et teismeeas saadud suure tähelepanu tõttu otsitakse tihtipeale ka hilisemas eas meeste poolt oma välimusele heakskiitu.

Kuna minu uurimisteema on üsna uudne, siis soovisin sisu loomise juures intervjueeritavatel uurida, mis motiveerib neid sellel platvormil sisu tootma.

O10_20_18: "Mul on võib-olla just see, mu enda enesehinnang on läinud nagu kõrgemaks kui ma saan tagasisidet, mis on ikkagi enamjaolt on positiivne onju. Et siis mul nagu ühtlasi enesehinnang tõuseb... Ma mõtlen nüüd, et reaalselt on inimesed, kes maksavad, et mind näha."

Kogemustest selgus, et peamine motivaator ja põhjus, miks platvormiga liituti, on raha, mida sisuloojad sellel platvormil teenivad ning mida nende hinnangul on pigem kerge teenida. Samuti selgus, et sisuloojaid motiveerib buduaarifotode tegemise protsess. Küll aga tõi suurem osa intervjueeritavatest välja, et sisu tegemine OnlyFansi ja sealsetelt jälgijatelt saadav tagasiside aitab tõsta enesehinnangut. Üllataval kombel tõid väga mitu intervjueeritavat ise sisu loomise põhjendustena välja asjaolu, et neid on varasemalt väärkoheldud, neil pole meessoost kaaslastega olnud head suhted või on lapsepõlves puudunud isa rolli täitev inimene.

Intervjueeritavate piirid sisuloomes olid väga erinevad. Kasutajad, kes toodavad rohkem erootilist sisu ehk nii pesus kui ka alasti, tõid välja, et neil on mentaalselt keeruline ja ebamugav teha sisu intiimpiirkonnast või eneserahuldamisest. Sisuloojad, kes toodavad rohkem pornograafilist materjali, tunnevad, et nende jaoks pole aktsepteeritavad mõned kindlad fetišid. Näiteks keeldutakse videotest, mis on seotud urineerimisega (nt ingl *watersports* ehk potis oleva uriini käega mängimine) ja valusast anaalseksist. Samuti keeldutakse teise inimese nime ütlemisest, kui filmitakse videot elukaaslasega vahekorras olles. Samas võib sisuloojate senise kogemuse põhjal öelda, et piirid muutuvad kiiresti ning kui algul tundus mõni tegevus vastumeelne või "rõve", siis ühel hetkel on ükskõik, sest seda võetakse kui tööd.

Töömahu osas jagunesid vastajad kaheks: pooled võtavad seda kui täiskohaga tööd, teine pool jällegi hobi või osalise tööna muu karjääri kõrvalt. Kuigi sissetulekust ei taheta väga rääkida,

siis töid intervjueeritavad välja, et täiskohaga töötades ei kulu neil 40 töötundi nädalas, vaid sellest pea poole vähem. Kümne intervjuu põhjal on sisuloojate keskmine palk umbes 1440 eurot kuus, mediaanpalk umbes 1000 eurot kuus. Küll aga tuleb siinkohal rõhutada, et sissetulek ja jälgijate arv on kuude lõikes väga erinev, mistõttu ei saa eelnevalt välja toodud andmeid võtta täieliku tõena. Samuti ei deklareeri pea enamik sisuloojatest oma OnlyFansi kontolt saadud tulusid ja mõni üksik on või on olnud varasemalt paralleelselt arvel ka Eesti Töötukassas, et tagada omale tervisekindlustus. Kõige selle kõrval tunnevad sisuloojad, et see aeg, mida nad OnlyFansi jaoks kulutavad, on võrdeline nende sissetulekuga või kompenseerib seda rohkemgi.

O4_19_12: "Ma arvan, et see on igati väärt seda selles mõttes, kui vaadata, et inimesed käivadki reaalselt nagu hommikul kaheksast viieni tööl ja teenivad mingisugune ütleme 1500–2000 eurot... et kui palju nagu tegelikult noh... mis see lähebki... 15 tundi läheb kuus pildistamiseks.. et see on nagu igati väärt seda."

Tuginedes intervjueeritavate senisele kogemusele, jagunesid hinnangud, kui kaua platvormil plaanitakse veel tegutseda, umbes kaheks: osa arvas, et soovivad platvormil või sellega seondult edasi areneda, näiteks luua rohkem sisu ja teenida rohkem kasumit. Teine osa intervjueeritavatest oli veendunud, et lõpetavad tegutsemise lähitulevikus ära, kuna platvorm on nende jaoks ammendanud.

O10_20_18: "Mul pole otseselt mingi sihti silme ees. Et ma arvan, nii kaua, kuni ma ära tüdinen, kuni ma enam ei viitsi, siis ma ei tee enam. Võib-olla oleneb sellest ka, et kui sa oled suhtes, siis on mingisugused... nagu piirid, mida sa pead kompama. Ütleme, et kui ma lähen suhtesse ja mu kutt ütleks mulle, et palun pane OF kinni, siis ma most likely [ehk suure tõenäosusega] teeksin seda."

Nii mõnigi intervjueeritud sisulooja nentis ka asjaolu, et see pole nende jaoks päris meelepärane töö, kuid see on hetkel ainus sobilik viis sissetuleku teenimiseks, mistõttu tuleb seda teha.

O2_30_24: "Eks ma ikka tunnen ennast halvasti, et ma ei tee mingit muud asja elus, mida ma reaalselt tahaks teha ja mis mind rohkem huvitaks. Samas on see täitnud seda

mu vajadust neid pilte teha ja töödelda ja õppida fotograafia ja pilditöötamise kohta. Et see maailm mulle väga meeldib."

Platvormi tuleviku osas olid sisuloojad ühel meelel: see liigub rohkem pornograafilise sisu ja "kodus toodetud porno" (ingl *homemade porn*) poole ning alasti piltide normaliseerumise poole. Intervjueeritavate senise kogemuse põhjal lisandub järjest rohkem juurde eestlastest OnlyFansi sisuloojaid ja üksikud intervjueeritavad pidasid seda ohuks, kuna konkurents turul suureneb.

3.2 Strateegiad kommunikatiivse intiimsuse loomiseks

Nagu alapeatükis 3.1 räägitud, siis peamiselt teenivad intervjueeritavad tasu privaatses vestluses jälgijatega. Intervjuudest selgus, et enamasti väljendub see tasu rahas, see tähendab, et makstakse läbi OnlyFansi. Paar sisuloojat kasutavad või on kasutanud ka Amazon Wish Listi ehk Amazoni soovinimekirja ning mõned üksikud on OnlyFansis saadetava sisu eest tasu saanud PayPal'i kaudu ja veebipoe Sheini riiete näol.

O5_21_18: "Mul on ka Amazon Wish List, üldiselt inimesed ei telli sealt, aga mul on mõned spetsiifilised subscriberid, kes teevad niimoodi, et nad küsivad, kas mul on näiteks mingit lelusid juurde vaja. Ja siis nad valivad välja mingi lelu sealt või küsivad, kas ma tahan midagi, tellivad ära ja siis ma saadan esimese video sellega OnlyFansis tasuta neile."

Intervjuude põhjal kasutavad vaid üksikud sisuloojad oma jälgijatega suhtlemiseks erinevaid läbi mõeldud kommunikatsioonistrateegiaid. Näiteks kasutavad mitmed sisuloojad "personaliseeritud" massisõnumi saatmist oma jälgijatele, eesmärgiga kutsuda neid lisatasu eest sõnumis olevat sisu ostma. Teiseks suhtlevad mõne sisulooja jälgijaskonnaga nende meessoost elukaaslane, sest intervjueeritavate sõnul ollakse ise liiga kergesti mõjutatav või antakse jälgijate manipulatsioonidele liiga kergekäeliselt järele ehk alandatakse privaatses vestluses saadetava sisuloome hinda, et jälgija oleks ostuga rahul.

O2_30_24: "Mina ei ole kunagi eriti meessoost isikutega hästi suhelnud. Meil on tekkinud tegelikult selline tööjaotus, et pildid teen mina, tööluse teen ka mina ja siis tema suhtleb jälgijatega, et vaatab mis nad tahavad. Et tema teab minu väärtust [fotode ja videote hinnastamise näol] paremini kui ma ise."

Sisuloojad kasutavad jälgijatega suhtlemisel eesti keelt, mõned üksikud suhtlevad ka lisaks inglise keeles. OnlyFansi jälgijatega kommunikeerimisel kasutatakse mitmeid võtteid: neid kutsutakse hellitavate hüüdnimedega nii eesti kui inglise keeles (nt "baby", "cutie" ja "armsake"), vesteldes kasutatakse flirtivaid emojisid, ollakse sõbralikult flirtiv ja suunav, kuid seksuaalset juttu ei räägita. Samu võtteid kasutavad ka nende sisuloojate elukaaslased, kes ise vestlusega ei tegele. Vestlused hoitakse sisuloojate poolt minimaalsena. Küll aga ei kasuta suhtes olevad sisuloojad sarnaseid sõnu, mida öeldakse oma elukaaslasele (nt "kallis" või "musi"). Selle kohta võiks öelda, et tegu on performatiivse intiimsusega.

O9_21_24: "Minu arust eesti keeles on kuidagi hästi nagu intiimne kasutada mingi "kullake", "tibu" või noh, mingid siukseid asju, et see oli minu jaoks võib-olla natuke nagu rõve, sest ma tean, et ma ütlen nagu oma mingi kutiga samu asju ja ma ei taha OnlyFansi mingile suvalisele vennale öelda nagu samu asju."

Selleks, et paremini mõista, milline on OnlyFansi sisuloojate suhtlus oma jälgijatega, oli oluline uurida, kui palju jälgijaid intervjueeritavatel keskmiselt on ning milline on nende jälgijaskond. Keskmise jälgijaskonna suurus on oluline, sest see mängib olulist rolli sisuloojate suhtlemisel nende jälgijatega: mida rohkem jälgijaid, seda aeganõudvam on suhtlus. Kuigi ükski sisuloojatest ei soovinud oma täpset jälgijaskonna suurust avaldada, olid nad nõus avaldama numbrilise vahemiku ning kõikide intervjuude põhjal võiks üldiselt öelda, et neil on platvormil umbes 50–150 jälgijat. Lisaks sõnasid kõik sisuloojad, et jälgijate arv kõigub pidevalt, mõnikord võib märgata teenuse nõudluse sesoonsust:

O3_32_12: "Üks tüdruk, kes veel teeb OnlyFansi, /.../, ütles, et see sõltub natukene hooajast ka, et kui jõulud on ära, siis jaanuar on täiesti vaikne ja jääb neid [jälgijaid] vähemaks..."

Sisuloojate hinnangul on nende peamine jälgijaskond anonüümsed ehk mitte oma nime all esinevad mehed, põhiliselt eestlased ning neid iseloomustab lähedus- ja suhtlemisvajadus.

Enamik intervjueeritavad tõi välja, et neid jälgivad ka üksikud naised ning mõned välismaalased, naiste puhul tajutakse, et nad soovivad oma konkurentide sisuloomega kursis olla. Vaid üks intervjueeritav tõi välja, et tema jälgijad on peamiselt pärit Austraaliast, Soomest, Ameerika Ühendriikidest ning seejärel alles Eestist. Intervjuudest kumas läbi ka asjaolu, et sisuloojad ei uuri oma jälgijatelt väga nende demograafilist infot, sest ei soovita oma jälgijates tekitada ebamugavustunnet.

O9_21_24: "Sest eks see nagu OF läheduse otsimine on tegelikult minu arust suht nagu kurb ja teeb mind nagu nukraks, et osadel ongi see ainus variant, kuidas nagu saada inimestega mingi suhelda, saada võib-olla mingit lähedust või mingit nagu noh... nagu mingit kinnitust, et nad on ka tahetud."

Intervjuudest kumas läbi ka asjaolu, et sisuloojatel on OnlyFansis tekkinud püsiv jälgijaskond, keda üldiselt isiklikult ei teata ning kes käituvad võrreldes muude sotsiaalmeedia platvormidega, palju viisakamalt.

O3_32_12: "Kuigi ma pean ütlema üks asi, mida ma olen hästi nagu täheldanud, on see, et OnlyFansi jälgijad on palju, palju viisakamad ja normaalsemad võrreldes näiteks nende Instagrami mingite suvajälgijatega, kes kirjutavad sulle mingisugust jura, näiteks lihtsalt "Aa nii ilus, tahaks sind täiega panna" või midagi nagu mingid sellised... et üldiselt OnlyFansis lihtsalt pillutakse komplimente nagu "Jee, ma loodan, et toodad veel mingit sisu", nagu noh... palju viisakam tekst"

Samas tõi ligi pooled sisuloojad intervjuudes esile, et nad tunnevad, et jälgijad suhtuvad nendesse kui madalamasse isikusse või lausa omandisse, sest nad tegutsevad OnlyFansi platvormil.

Intervjueeritavate ebameeldivate kogemuste ja kirjelduste põhjal kujunes välja ka košmaarse (Murumaa-Mengel, 2017) OnlyFansi jälgija persoona. Tehtud vestluste põhjal selgus, et košmaarne jälgija on manipuleeriv, ropendab, tekitab sisuloojas süümepiinasid, kannatamatu, solvab inimest isiklikult, ahistab inimesi veebi teel ja palub rääkida teemadel, mis paneb sisuloojaid end ebamugavalt tundma.

O5_21_18: "Ta tahtis, et ma räägiksin sellest, kuidas mind vägistatakse, et see on nagu natukene veider, aga samas jällegi mul on nagu see mõte, et okei, et kui sa nagu maksad piisavalt ja kui sind tõesti nagu erutab see mõte, siis ma pigem lasen sul maksta selle eest ja ma räägin sellest, kui see, et ma ei tea, sa lähed seda kuhugi praktiseerima, et see nagu veel vastikum mõte minu jaoks. /.../ Ma räägin alati, mis mul päriselt on juhtunud, seda ma tunnen, et kui ma olen ebasiiras, siis inimesed saavad aru sellest. Et see oli ebameeldiv, aga ma sain raha selle eest."

Kümne intervjuu põhjal töid vaid kaks intervjuueeritavat välja, et eelnevalt kirjeldatud negatiivsed kogemused mõjutavad või on varasemalt mõjutanud nende vaimset tervist.

O4_19_12: "Kui ma siiski tunnen nagu mingitel päevadel, et praegu mentaalne tervis ei ole just kõige paremas seisus, siis ma üritan ikkagi nagu OnlyFansist eemale hoida, sest et ka need sõnumid võivad nagu päris hinge minna."

Vastupidiselt košmaarsele jälgijale on OnlyFansi sisuloojate hinnangul ideaalne jälgija mees, kes on finantsiliselt stabiilne, et ta saaks privaatses vestluses tellida rohkem maksumüüri taga olevat sisu ja kes piirdub minimaalse vestlusega. Intervjuueeritavate senise kogemuse põhjal peab ideaalne jälgija olema austav ja mõistev, kui sisuloomega läheb planeeritust rohkem aega ning panema sisuloojat oma kehas hästi tundma. Üks intervjuueeritav rõhutas ka asjaolu, et meessoost jälgijal peaks olema kindlasti elukaaslane, et ta ei kiinduks liialt OnlyFansi sisuloojasse.

Intervjuudest selgus lisaks, et OnlyFansi sisuloojate jälgijad mõjutavad ka kasutajate sisuloomet, sest nende soovitude ja tagasiside põhjal otsustatakse, millist sisu rohkem toota. Valdava enamuse kogemustest lähtudes on OnlyFansi jälgijate tagasiside pigem alati positiivne. Umbes pooltele intervjuueeritavatest annavad nende jälgijad OnlyFansi privaatses vestluses saadetud sisule ka tagasisidet, mis väljendub pigem konstruktiivsete soovitude ja postituste ideede näol. Ajajoonele postitatud sisule väljendub jälgijate tagasiside meeldimiste (ingl *like*) ja toetava raha näol (ingl *tip*).

OnlyFansi konto levitamiseks ja reklaamimiseks kasutavad intervjuueeritavad põhiliselt sotsiaalmeediaplatvorme nagu Instagram ja Twitter. Instagrami puhul rõhutasid intervjuueeritavad, et seal on kindlad piirangud, kuidas ja mida postitada, osad nendest on

kokku puutunud ka Instagrami *shadowbaniga* (Geysler, 2021), mida võiks eesti keeles kutsuda variblokeeringuks, ehk platvorm on kasutajate sisu pidanud mitmel korral ebasobilikuks, mistõttu algoritmid teda väga ei näita, samuti ei teavita Instagram sisuloojat sellisest muutusest. Twitteris ei tunneta sisuloojad piire postituste tegemisel ning nad tunnevad, et Twitter pigem toetab OnlyFansis tegutsemist. Selle põhjenduseks töid mitmed intervjueeritavad esile asjaolu, et OnlyFansi lehele saab kontot luua ka läbi Twitteri kasutaja. Mõned nooremad intervjueeritavad kasutavad oma konto ja sisuloome reklaamimiseks ka Snapchati, mida peetakse teistest platvormidest kõige ebatavalisemaks.

O10_20_18: "Mul on Snapchat ikkagi üle kuue aasta.. nimi on selline, et on võimalik eristada, et see olen mina, ütleme, et kui sa teed Snapchatis screeni [ehk ekraanist kuvatõmmise], siis sul on ikkagi see nimi seal peal. Ja kui nagu Snapis läheb levima, siis see on nagu võib-olla veel ebatavalisem või nagu, et on nagu rohkem äratuntav."

OnlyFansi postituste reklaamimiseks kasutavad sisuloojad erinevaid strateegiaid. Peamine ja populaarseim on sisu lisamine kõikidele kasutusel olevatele sotsiaalmeediaplattformidele koos lingiga OnlyFansi lehele, kuna siis on huvi ja liiklus kõige suurem. Lähtudes sisuloojate kogemusest, toimib alati strateegia, kus Instagrami või Twitterisse lisatakse osaliselt kaetud kehast foto ning selle juurde klausel, et katmata keha on võimalik näha OnlyFansis.

Oluline on rõhutada, et kümnest intervjueeritavast kolm tegelevad või on varasemalt tegelenud sisuloome ka vähemalt ühel eelnevalt välja toodud sotsiaalmeediaplattformil, mistõttu andis see neile kindlasti eelise oma OnlyFansi konto reklaamimisel ja mõjutas erinevaid eelnevalt kirjeldatud strateegiaid.

3.3 OnlyFansi kui platvormi võimalused ja riskid

Platvormi sisuloojate senise kogemuse põhjal on veebileht turvaline koht, kus oma sisu avaldada ja raha teenida, kuna lehekülje enda huvides see, et sisuloome ei lekiks kuskile väljapoole, siis probleemide korral tegeleb veebilehe personal nendega väga kiirelt. Kasutajate hinnangul on OnlyFans mugav, paindliku ajagraafikuga, kuid puuduseks tuuakse

välja asjaolu, et sellel puudub rakendus (ingl *app*), mis teeks sisuloojatel oma jälgijatega suhtlemise palju mugavamaks.

O9_21_24: "OnlyFansis on see mugav, et sa saad postitusi ette schedulida [ehk ette ajastada], et sa ei pea nagu vähemalt kogu aeg nagu ise seal olema ja postitama."

Intervjuudest selgus ka asjaolu, et nad ei tunne, et OnlyFans piiraks kuidagi nende sisuloomet. Küll aga toodi välja asjaolu, et eesti keeles suheldes tuleb teatud sõnu kirjutada teistsugusel kirjepildil abil, kuna need võivad tähendada inglise keeles platvormil keelatud sõnu. Näiteks sõna "tegema" käändub mina-vormis "teen", kuid inglise keeles tähendab see sõna teismelist, mida keskkond kirjutada ei luba. Samuti toodi puuduliku kohana esile veebilehel puuduvat otsingumootorit või ajajoont, kust saaks leida teisi kasutajaid, sest hetkel tuleb sisulooja konto leidmiseks teada selle täpset nime ja kirjaku.

Kuigi sisuloojate hinnangul on OnlyFans turvaline platvorm endast paljastava sisu avaldamiseks, siis üle poolte intervjuueeritud naistest on kokku puutunud ka oma sisuloomet lekkimisega. Oma suurimaks kahjuks on nad nende juhtumite puhul pidanud just varalist kahju ehk saamata jäänud tulu. Üllataval kombel tõi üks intervjuueeritav välja, et tema sisu lekkimine oli justkui tasuta reklaam, sest peale seda juhtumit tuli talle juurde mitmeid püsijälgijaid. Nii mõnigi on pöördunud advokaadi poole ning saanud läbi selle abi ja kahjutasu. Küll aga tõi sisuloomet vargusega kokku puutunud naised esile asjaolu, et kuna platvorm on asutatud Ühendkuningriikides, siis pole Eestis peale advokaadi kuhugi mujale pöörduda ning nad tunnevad, et veebikonstaabel ja politsei ei saa sisuloomet varguse puhul väga abiks olla.

O8_19_10: "Mind otseselt nii ei huvita, sest ma ei karda lekkimist, aga ikka veidi tüütu... ühe korra oli küll, et mingile tundmatule lehele postitati minu ja ühe teise looja fotod aga need võeti paari minutiga maha sest ähvardasime politseiga. Mul on ka OnlyFansis kirjas legaalne teavitust, et jagamisel annan politseisse seega väga ei julgeta."

Paljud intervjuueeritavad tõi välja, et mitmed seksitöötajad (ingl *sex workers*), sh OnlyFansis sisuloojad, liiguvad muudele platvormidele ning nad on seda isegi kaalunud.

O5_21_18: "Sexworkerid vaikselt ise ka tegelikult saavad aru, et OnlyFans ei ole nagu see platvorm, mille peale tasub jätkata. Fansly peale on paljud üle läinud, ma ise olen ka Fansly peal rohkem nagu toetunud viimasel ajal."

Platvormi vahetuse põhjusena toodi välja peamiselt kahte lähiaja probleemi OnlyFansiga: porno keelamine ja probleemid Mastercardiga. Üldiselt ootavad OnlyFansi sisuloojad, et platvorm muutuks veelgi paindlikumaks, kuid täpsemaid ootusi esile ei osatud tuua. Samuti soovivad sisuloojad telefonirakenduse (ingl *app*) lisandumist, sest see teeks nende sõnul suhtlemise jälgijatega ja ka postitamise palju kasutajasõbralikumaks.

Intervjuudest selgus, et platvormi negatiivse aspektina tajutakse ebameeldivaid kokkupuuteid oma OnlyFansi jälgijatega. Näiteks ei mõisteta, et tegu on reaalse inimesega, mitte robotiga, kiputakse inimesesse kiinduma ja võtma OnlyFansi sisuloojaga vestlust kui sõprussuhet, kontakteerutakse ja ahistatakse muudel sotsiaalmeedia platvormidel ning soovitakse reaalses elus tuua kingitusi.

O10_20_18: "Mul üks jälgija oli ka Eestis natuke tuntum inimene, kes on mu [lähedase isiku nimi] väga hea sõber. Temaga oli selline kogemus, et ta hakkas mulle kirjutama [Facebooki] Messengeri. /.../ Ja siis hakkas nagu kirjutamagi suht ahistava sisuga tekste ja mingid oma fantaasiaid nagu, mis oli minu jaoks väga ebamugav, sest ma olin korduvalt öelnud nagu varem, et palun nagu, et kui sa tahad siukest teksti kirjutada, siis palun kirjuta see vähemalt OnlyFansi. Siis see on võib-olla nagu enam-vähem aktsepteeritav."

Ebameeldivate kokkupuudete hulka kuuluvad ka lubatud tasu maksmata jätmised ning isiklikud solvangud.

O10_20_18: "Ma panin suvel ühe pesu veidi või noh, topless pidi. Aga see ei olnud tehtud väga flattering nurga alt. Aga mul oli vaja midagi postitada. See oli too hetk, kui mul polnud absoluutselt motivatsiooni ja ma olin 20 kg raskem, et no las ta siis olla. Ja siis mulle kirjutati, et "Mis sa sõid ennast paksuks või et sa oled mingi rase.."'"

Peamiselt tundsid sisuloojad, et jälgijad kipuvad hägustama kliendi ja teenusepakkuja vahelisi piire. Sellel puhul töid OnlyFansi sisuloojad välja platvormi võimaluse blokeerida ebameeldiv inimene või vaigistada (ingl *mute*) temaga toimunud vestlus.

3.4 Sisuloojate enesepresentatsiooni vastuvõtt teiste ühiskonnaliikmete poolt

Enamike sisuloojate hinnangul on nende lähedased isikud OnlyFansis tegutsemist aktsepteerinud ja olnud toetavad. Erinevalt sõpradest, olid intervjueeritavate pereliikmed platvormil tegutsemise osas alguses vastumeelselt häälestatud, kuna arvati, et seal toodetakse vaid pornograafilist sisu. Lähedastega omavahel seal toodetavast sisust ei räägita, vaid üks intervjueeritav tõi välja, et tema pereliige soovitas platvormile konto registreerida ning vahel küsib emalt sisuloomega seotud tegevuste osas nõu. Intervjueeritavad, kellel on või on sisu tootmise ajal olnud elukaaslane, on samuti tajunud, et nendevaheline suhtlus on olnud toetav ja möödunud suuremate konfliktideta.

Mitmete sisuloojate vanemad pole tegelikult teadlikud, et nende tütar tegutseb OnlyFansis, seda just vanemliku muretsemise tõttu sissetuleku osas ja hirmu arvamuse või suhtumise muutuse osas.

O9_21_24: "Aga ma arvan, et kuna nad nagu ei mõista seda, seda OnlyFansi... seda mingit nagu raha eest mingite asjade tootmise asja, nagu ma võiksin neile öelda, et jah, et keegi ei saa kunagi teada, et see on mina... siis mingil määral nende silmis ikkagi minu nagu väärtus muutuks. Ja ma ei taha seda ja ma arvan, et neil ei ole nagu vaja seda teada."

Erinevalt lähedastest isikutest tajuvad intervjueeritud sisuloojad peamiselt ajakirjandusväljaannete ja sotsiaalmeedia põhjal, et eestlased veel ei aktsepteeri taolisel viisil sissetuleku teenimist. Nii mõnigi sisulooja tõi esile, et tema hinnangul on tihtipeale just mehed need, kes kommentaariumis OnlyFansi teemadel kritiseerivad.

O2_30_24: "See on minu arvates lihtsalt silmakirjalik suhtumine, et inimesed tahavad väljapoole näidata, et neile ei meeldi see OnlyFans, aga sisimas, igatahes meestele kohe kindlasti meeldib... paljud mehed tarbivad sellist sisu...."

Sisuloojad tajuvad, et eestlaste hinnangul tegutsevad OnlyFansis vaid rumalad inimesed, kes on vähemväärtuslikud ja soovivad kiirelt palju raha teenida. Samuti tajutakse, et eestlased on võtnud seisukoha, et OnlyFansis tegutsevad inimesed ei saa kunagi mujal oma maine tõttu töötada. Nii mõnigi intervjueeritavatest tajus, et OnlyFansist ja seksuaalsusega seonduvast laiemalt kardetakse rääkida.

Peaaegu kõigil intervjueeritavatel on isiklik kokkupuude ajakirjanikega või on neid mainitud mõnes Eesti meediaväljaandes. Sisuloojatega vesteldes selgus, et peamised kohad, kust OnlyFansiga seotud uudiseid loetakse, on kollase ajakirjanduse väljaannete Facebooki lehed, mille all toodi esile nii Elu24 kui ka Kroonikat. Üldiselt ei lähe sisuloojad eraldi ajakirjandusväljaandeid lugema. Mõned üksikud intervjueeritavad tõid ka välja asjaolu, et on OnlyFansiga seotud lugusid vaadanud Eesti telekanalitest. Loetud uudised ja postitused uudistest on sisuloojate hinnangul intrigeerivad ehk huvi tekitavad ning vähe leidub artikleid, mis on tõsiseltvõetavad. Üks intervjueeritav tõdes ka, et teda mõjutab OnlyFansi väline keskkond, mille hulgas tõi ta esile erinevaid meediaväljaandeid.

O2_30_24: "Et jälgijad ei mõjuta, aga just avalik arvamus, et kui ma olen inimestega rääkinud või loen kommentaare, et liiga [sisuloome solvav iseloomustus] laadne sisu või siis kui ma kunagi ajakirjanikuga rääkisin... ta ütles, et sinu ja [teine OnlyFansi sisulooja] [OnlyFansi jälgijad] kaovad üldse ära, kui te mingit nalja teete, et [ajakirjaniku hinnangul] jääb ikka tõeline porno. Et see on mind natukene mõjutanud ja hirmutanud. /.../ siis see panigi mõtlema, et kas ma tõesti pean tõelist pornot looma hakkama, mida ma tegelt teha ei taha."

Üle poolte intervjueeritavatest tunneb, et Eesti meedia presenteerib OnlyFansi platvormi ja selle sisuloojaid kui vähem väärtuslikke töötajaid, kes on rumalad ja soovivad kiiresti rikkaks saada. Lisaks toodi välja, et rõhutatakse sõnadele, milles peitub negatiivne alatoon ja mis tekitaks lugejates emotsioone, näiteks toodi palju esile keha müümist ja sissetulekutega seotud teemasid.

O10_20_18: "Minu meelest on see töö, nagu sa võid tegeleda täiskohaga OnlyFansiga, käia stripiklubis tööl või töötada mingi prostituudina... minu jaoks see pole nagu madalam või kuidagi nõmedam töö. Võib-olla see on nagu midagi, milles sa oled hea ja milles sa näed ennast rohkem teenimas kui mingi õpitud tööga, et nagu minu meelest ei ole nagu... me oleme võrdsed.. ei ole see, et nagu mingi IT-tehnik on jumal ja kui sa töötad stripiklubis, siis sa oled mingi mdea.. "

Uurisin OnlyFansi sisuloojate käest ka seda, milliseid teemasid meedia ei kajasta, kuid millest nad tunnevad puudust. Teemad jagunesid valdavalt kaheks: tarvis oleks rohkem selgitavat infot tehnilisest küljest nagu privaatsusseaded ja Eesti riigile maksude maksmine ning rohkem tuleks rääkida OnlyFansi ohtudest, et noored alustavad neiu oleksid võimalikult informeeritud sealsest tegutsemisest. Ohtude all töid sisuloojad esile nii sisu lekkimist internetti, kuid ka moraalset aspekti ehk et platvormil tuleb arvestada ka oma väärtustele vastupidise käitumisega.

4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Selles peatükis annan ülevaate kümne individuaalintervjuu käigus saadud tulemuste põhjal vastused oma bakalaureusetöös püstitatud uurimisküsimustele. Seejärel arutlen diskussiooni alapeatükis laiemalt, kuidas toimub OnlyFansi platvormil sisu loomine ja millisena tajuvad sisuloojad platvormil ja seda ümbritsevat suhtlust ning asetan selle laiemasse konteksti. Meetodi kriitika peatükis kirjeldan intervjuude tegemise ja kvalitatiivse sisuanalüüsi erinevaid külgi, samuti puudutan teema tundlikkust ja sellest tingitud intervjuude läbiviimise komplikatsioone. Peatükk lõppeb soovitustega, kuidas ja mida antud teemal edaspidi uurida võiks.

4.1 Järeldused

Teen peamised järeldused lähtuvalt uurimisküsimuste järjekorrast, samuti püüan kogutud andmeid võrrelda töös eelnevalt välja toodud teoreetiliste lähtekohtadega kui ka varasemate empiiriliste uuringutega.

Millisena kirjeldavad OnlyFansi erootilist ja pornograafilist sisu loovad Eesti naiskasutajad platvormi sisuloome põhimõtteid?

Sisuloomes rakendati põhimõtteid, kus vähemalt bikiniides ja/või pesus foto- ja videomaterjali toodetakse oma nime ja näoga, mida näeb fikseeritud kuutasu eest. Põhiliselt kasutati strateegiat, kus paljastavamad ning pornograafilist sisu said jälgijad privaatses vestluses tellida. Sisu tootmisel kasutati käepäraseid vahendeid nagu nutitelefon ja kodune valgustus ning fotode postitamisele eelnes ka fototöötlus, milles kohendati peamiselt naha ebatäiustusi ja lisati erinevaid valgustusefekte. Sisu loomise puhul pidasid naised oluliseks motivaatoriks raha, mida platvormil teenitakse – keskmine ühe kuu sissetulek oli umbes 1440 eurot. Samuti kinnitas minu uuring uut asjaolu: sisuloojad ei lähtu Eesti maksusüsteemist (Raud, 2021) ega deklareeri tulusid eraldi. Samuti leidsu juhtumeid, kus intervjuueeritavatel oli püsiv sissetulek OnlyFansis, kuid tervisekindlustuse nimel oldi registreeritud ka Eesti Töötukassas töötuna arvele.

OnlyFansi sisuloojate puhul oli märgata ka nn iseenda-keskset strateegiat, kus konto loodi väidetavalt enesehinnangu tõstmiseks (Tiidenberg, 2017; Cohen jt, 2019; Cardoso ja Scarcelli, 2021), kuid tegelikult võis selle taga peituda reaktsioon mõnest traumast üle saamiseks. Pooled intervjuueeritavatest võtsid OnlyFansis sisu loomist kui täiskohaga tööd, mille puhul kulus neil umbes 20 töötundi nädalas. Hinnangud platvormil jätkamise osas jagunesid samuti pooleks: esimesed soovisid areneda, teised olid seisukohal, et lõpetavad lähiajal platvormil tegutsemise. Hinnang platvormi tuleviku osas oli kümne intervjuu põhjal ühesugune – OnlyFans liigub rohkem pornograafilise sisu normaliseerumise poole.

Milliseid privaatsuse kaitsmisega seonduvaid otsuseid ja tegevusi intervjuueeritud sisuloojad rakendavad?

Vaid üksikud OnlyFansi sisuloojad kasutasid oma privaatsuse kaitseks strateegilist põhimõtet, kus sisu luuakse ilma näota ning fototöötuse käigus eemaldatakse identifitseerimist võimaldavad detailid. Need sisuloojad tundsid muret oma digitaalse jalajälje pärast (Girardin jt, 2008) ning nad kasutasid seda strateegiat just hirmu tõttu saada kogukonnas seksitöötajate “märk” külge (Stern, 2021).

Fotode ja videote loomisel olid OnlyFansi sisuloojate piirid väga erinevad, valdava enamuse hinnangul muutuvad piirid ka ajaga. Erinevusi oli märgata kasutajate hulgas, kes tootsid rohkem erootilist sisu ja sisuloojate hulgas, kes tootsid rohkem pornograafilist materjali. Esimeste puhul keelduti või tehti väga harva fotosid intiimpiirkonnast või eneserahuldamisest, pornograafilist sisu tootvate naiste puhul keelduti rohkem spetsiifilistest soovidest.

Milliseid käitumise ja enesepresentatsiooniga seonduvaid strateegiaid kirjeldavad Eesti OnlyFansi naissoost sisuloojad kommunikatiivsete intiimsuste loomiseks oma jälgijatega?

OnlyFansi sisuloojate jälgijad olid peamiselt viisakad eestlastest anonüümsed mehed, keda iseloomustas lähedus- ja suhtlemisvajadus. Intervjuueeritud sisuloojatel oli umbes 50–150 püsijälgijat ja Dobsoni jt (2018) ning Bourdieu (1986) põhjal võiks öelda, et mida rohkem oli jälgijaid, seda suurem oli ka sisulooja sotsiaalne kapital. Kuigi tasu privaatses vestluses saadetud sisu eest väljendus paljuski läbi platvormi saadetud rahas, siis kasutati ka kommunikatiivset indiviidipõhist intiimsuse loomise strateegiat, kus Amazoni

soovinimekirjast jälgija soetatud tootega saadeti sarnaselt Rouse ja Salteri (2021: 11) uuringule tänutäheks “preemia” ehk eksklusiivne tasuta sisu. Samuti kasutasid sisuloojad strateegiat, mida on varasemalt nentitud ka Abidin (2018): oma jälgijates tekitati kuuluvustunnet just läbi pideva suhtluse. Teise strateegiana kasutati performatiivse intiimsuse loomist ehk sisuloojad kasutasid jälgijate puhul hellitavaid hüüdnimesid ja nendega vesteldi flirtivate emojide abil, kuid liigse kiindumuse tõttu hoidsid sisuloojad vestlused jälgijatega minimaalsena. Samuti kasutati “personaliseeritud” massisõnumi saatmist oma jälgijatele, eesmärgiga kutsuda neid lisatasu eest sõnumis olevat sisu ostma. Kolmandaks kasutati strateegiat, kus auditooriumiga suhtlesid nende meessoost elukaaslased.

Intervjueeritavad tajusid sarnaselt Torlaki (2011) uuringule, et jälgijad suhtuvad nendesse kui madalamasse isikusse või lausa omandisse, kellega pidevalt manipuleeriti. Kuigi Safaee (2021: 78) ning Rouse ja Salter (2021: 11) jõudsid oma uuringus järeldusele, et OnlyFansi sisuloojad võivad hakata õigustama, kuidas sisu luua, siis minu intervjueeritud sisuloojate põhjal oli tagasiside positiivne, sisaldades konstruktiivseid soovitusi ja postituste ideid. Sarnaselt Rouse ja Salteri (2021) uuringu tulemustele, väljendus sisuloojate ajajoonel postitatud fotode ja videote tagasiside meeldimiste (ingl *like*) ja toetava lisaraha näol (ingl *tip*). Ebameeldivad kokkupuuted jälgijatega väljendusid peamiselt isiklike solvangute ja ahistamise kaudu. Ka siin oli märgata seoseid Torlaki (2011) arusaamale, kus naisi alavääristatakse ning Safaee (2021) uuringutulemustega, kus tajuti, et seksitöötajate ahistamine internetis on aktsepteeritav. Kuigi Hopkins ja Ryan (2014) ning Baker ja Yang (2018) on leidnud, et sotsiaalmeedias enda kohta isikliku info jagamine võib aidata luua usaldust ja luua tugivõrgustikke, siis minu kümne intervjuu põhjal kogesid kaks intervjueeritavat, et OnlyFansis tegutsemine on mõjutanud nende vaimset tervist negatiivselt.

Intiimsuse loomiseks turundasid sisuloojad oma postitusi ka sotsiaalmeediakanalitel nagu Instagram, Twitter ja nooremad kasutajad ka Snapchat, millest viimast peeti kõige ebaturvalisemaks. Põhiliselt kasutati strateegiat, kus foto lisati kõikidele kasutusel olevatele sotsiaalmeediaplatvormidele koos lingiga OnlyFansi lehele, et suunata potentsiaalset huvilist ostu sooritama. Teise strateegiana kasutati võtet, kus Instagrami või Twitterisse lisati foto, millel olid privaatsed kehaosad osaliselt kaetud ning selle juurde oli lisatud lause, et katmata keha nägemiseks tuleb jälgida OnlyFansi.

Siinkohal pean veel oluliseks rõhutada, et minu kümnest intervjuueeritud sisuloojast olid kolm varasemalt tegelenud või jätkuvalt tegelevad sisuloomega ka vähemalt ühes eelnevalt välja toodud sotsiaalmeediaplatformil, mistõttu võis nende senine kogemus mõjutada erinevaid eelnevalt kirjeldatud strateegiaid. Näiteks kuna nende digitaalne jalajälg (Girardin jt, 2008; Paulus, 2016) võis olla suurem, siis võisid ka algoritmid tema postitusi rohkem näidata.

Millisena kirjeldavad sisuloojad ideaalset ja košmaarset jälgijat?

Ideaalne jälgija oli sisuloojate hinnangul fintantsiliselt stabiilne mees, kes piirdub minimaalse vestlusega ning ostab palju privaatses vestluses tellitavat eksklusiivset sisuloomet, on austav sisulooja keha suhtes (Cardoso ja Scarcelli, 2021) ja mõistev ajaplaneerimise osas.

Intervjuudest selgus, et košmaarne OnlyFansi jälgija ropendab ja on manipuleeriv, kes tekitab sisuloojas süümepiinasid. Lisaks eelnevale toodi välja, et košmaarne jälgija solvab sisuloojat, ahistab teda veebi teel ja palub rääkida teemadel, mis panevad sisuloojat ebamugavasse olukorda.

Milliseid võimalusi ja riske tajuvad OnlyFansi erootilist ja pornograafilist sisu loovad Eesti naised platvormi poolt?

Sisuloojate püüdlusi platvormil tegutseda takistas nende passiivne digitaalne jalajälg (Girardin jt, 2008) ehk täpsemalt sisuloojate lekkimised, millega olid kokku puutunud üle poolte intervjuueeritud naistest ning mille puhul peeti suurimaks kahjuks saamata jäänud tulu. Veebilehe personali tajuti abivalmina, kuid veebilehe puudusena nähti rakenduse (ingl *app*) puudumist. Ühe piiranguna toodi veel välja teatud keelatud sõnade kasutamist: näiteks sõna “tegema”, mis käändub mina-vormis “teen”, kuid tähendab inglise keeles teismelist ja seda keskkond oma reeglite tõttu kirjutada ei lubanud. Teisalt tundsid sisuloojad, et platvorm on mugav ning ei piira nende fotode ja videote sisulist poolt.

Millisena tajuvad Eesti OnlyFansi erootilist ja pornograafilist sisu loovad naised oma enesepresentatsiooni vastuvõttu teiste ühiskonnaliikmete poolt?

Sisuloojate tajusid, et lähedased isikud on platvormil tegutsemise aktsepteeritavalt ja toetavalt vastu võtnud. Mitmete sisuloojate pereliikmed polnud teadlikud, et nende tütar töötab

OnlyFansis. Just nagu on McMillani jt (2018) oma uuringutes välja toonud, peegeldus ka minu intervjuudest hirm saada oma lähedaste osas seksitöötajate (ingl *sexworkers*) “märk” külge. Sarnaselt Torlakile (2011), kartsid sisuloojad muutust nendesse kui naise suhtumisel.

Teiste eestlaste puhul tajuti, et nende hinnangul on platvormil tegutsevad inimesed rumalad, vähemväärtuslikud ning soovivad kiiresti rikkaks saada. Samuti puututi kokku hinnanguga, et OnlyFansis tegutsemine kahjustab inimeste mainet ja vähendab võimalusi tulevikus muule ametikohale tööle saada. Probleeme töökohal on varasemalt välja toonud ka Sterni (2021), kelle andmetel kaotas Ameerika Ühendriikides medõde OnlyFansi sisuloome ja selle platvormi seksitöötajate maine tõttu oma töökoha. Tajutakse, et platvorm pole seksitöötajate suhtes vastutulelik ning peamiste põhjustena toodi välja OnlyFansi möödunud aasta katset keelustada seksuaalse sisu jagamist, kuna makselahendusi pakkuvad partnerid olevat neid survestanud (Morris, 2021).

Pea kõikidel OnlyFansi sisuloojatel oli isiklik kokkupuude mõne Eesti meediaväljaandega. Põhilised kohad, kust platvormiga seotud uudiseid loeti, olid Kroonika ja Elu24 Facebooki lehed. OnlyFansi sisuloojad tajusid, et meedia presenteerib neid samuti kui rumalaid, vähem väärtuslikke töötajaid. Nagu leidis van der Nagel oma uuringus (2021), tundsid ka intervjueeritud sisuloojad, et meedias toodi palju esile keha müümist ja presenteeriti OnlyFansi kui kerge raha teenimise kohana. Palju toodi esile asjaolu, et meedia ei kajasta piisavalt OnlyFansiga seotud tehnilisi külgi nagu privaatsusseaded ja Eesti riigile maksude maksmine, mida intervjueeritavad seni pole teinud. Samuti tõdeti, et rohkem tuleks rääkida digitaalse jalajälje (Girardin jt, 2008) kujunemisest ning selle võimalikest tagajärgedest nagu sisu lekkimine ja oma tõekspidamistest kõrvalekaldumine.

4.2 Diskussioon

Digitaalne intiimsus ja paljastav enesepresenteerimine on teemad, millest räägitakse ühiskonnas koos erinevate sotsiaalmeediaplattformide ja infoühiskonnaga. Tuginedes intervjueeritud sisuloojate kogemustele on selgelt näha, et OnlyFansis peegeldub intiimsus ja selle erinevad vormid. Esmalt võiks öelda, et üsna selgelt joonistus välja pilt, et sisuloojad lähtuvad erootilise ja pornograafilise sisu tootmisel Brito ja Johnsoni (2019) ning Smithi

(2022) arusaamast, kus intiimsus on seotud seksi ja emotsionaalse lähedusega. See peegeldus sisuloomes, kuid samuti ka afektiivsetes vestlustes osalemisel oma jälgijatega (Rouse ja Salter, 2021: 11).

Intiimsuse puhul tõstatan olulisele kohale veel intervjuudest selgunud teeseldud intiimsuse, ehk performatiivse intiimsuse. Nimetatud tegevuse puhul on märgata seost intervjuudest ilmnenu asjaoluga, kus erootilise ja pornograafilise sisu tootmisel hakkavad esialgselt seadistatud piirid sisuloomes hägustuma ning ollakse valmis tegema rohkemat. Performatiivse intiimsuse puhul on alust arvata, et toimub intiimsuse “tuimestumine” ehk suhtumine, kus on aktsepteeritud raha eest igasugune seksuaalne tegevus, ja omavahel hakkavad platvormil segunema avalik ja isiklik ruum (Dobson jt, 2018: 6). Samuti võiks öelda, et “tuimestumisega” kaasneb ka Abidini (2018) poolt välja toodud olulise strateegia ehk autentsuse hääbumine, see ohverdatakse, et näida jälgijale meelepärane.

“Tuimestumise” seisukohast on tähtis mõtestada ka vaadet OnlyFansi sisuloojate jälgijate seisukohast. Kui auditorium ehk peamiselt mehed harjuksid mõttega, et raha eest saab sisuloojatelt kõike soetada, kaoksid ka kõik feminismiga taodeldud eesmärgid. Naistel kaoks võimalus riietada end väljakutsuvalt, ilma et neid vaadeldaks kui seksuaalset objekti (Choi jt, 2016) ning suure tõenäosusega tõuseks rohkem esile ka naiste vastu suunatud misogüünia ehk naistevihkamine (van der Nagel, 2021) ning naiste tembeldamine seksitöötaja “märgiga” (Wojcicki, 2022, viidatud McMillani jt, 2018: 1520 kaudu). Laiemas perspektiivis võib sellega kaasneda ka pornograafia mitte aktsepteerimise suurenemine ühiskonnas ning lisaks sellele, muutuksid ka seks ja seksuaalsus taaskord tabumaks teemaks kui see tänapäeval on.

Ehkki bakalaureusetöös intervjuueeritud naiste hinnangul on sisuloojad OnlyFansi platvormilt liikumas muudele platvormidele, on minu arvates OnlyFans ja selletaolised sotsiaalmeediaplattformid olulised, millest Eesti ühiskonnas tuleks üha rohkem rääkida. Kuigi intervjuudes täheldasin korduvate mustritena, et sisuloojad tõlgendasid oma keha nii kui “platvormi” kui ka tehnoloogilist protsessi, siis ei tohiks meedia OnlyFanis tegutsevaid naisi vaadelda ning presenteerida kui kehalisi objekte, sest see toidab vaid ühiskonnas esinevate meeste õigustunnet võtta sõna naiste keha puudutavatel teemadel ning üleüldisemalt seksuaalsuse kaubastamist (Torlak, 2011). Keha kui turundusplatvormi mõistmise all tõstatada murekohana “tuimestumise”, sest ühel hetkel saab keha peal olev pind otsa ja sisuloojatel tuleks hakata leidma alternatiive. Selles võib olla seni naha ebaühtluste töötlemise

asendamine ekstreemse fototöötluseni ja enese erinevatesse olukordadesse töötlemine, millega taaskord kaoks seni Abidini (2018) poolt välja tähtsaks peetud autentsuse hääbumine.

4.3 Meetodi kriitika

Käesolevas bakalaureusetöös kasutasin uurimismeetodina individuaalintervjuusid ja valisin selle meetodi tuginedes van der Nageli (2021) soovitusel intervjuuerida OnlyFansi sisuloojaid. Ehkki semistruktureeritud intervjuu eelis teiste andmekogumismeetodite ees on selle paindlikkus reageerida vastavalt olukorrale, siis kitsaskohaks on suur ajamaht (Laherand, 2008). Iga intervjuu viisin ma läbi ühe inimesega ning üks vestlus oli ligi tund aega pikk, kuid sellele lisandus veel transkribeerimise ajakulu. Esimesed kaks intervjuud transkribeerisin ma käsitsi, mis andis mulle võimaluse analüüsida varem koostatud intervjuukava ning ka enda kui intervjuuerija rolli (Lepik jt, 2014). Intervjuude käigus tundsin, et teatud teemasid oleks võinud rohkem uurida (näiteks OnlyFansi kui platvormi võimalused ja ohud) ning esitada vähem kas-küsimusi, kuid minu kasuks olid intervjuueritavad väga avatud ja julged minu küsimustele vastama. Hästi töötasid avatud küsimused, mis võimaldasid neil pikalt ja laialt vastata. Sellest tingituna võis minu uurimistulemuste üheks kitsaskohaks olla ka uuritavate soov jätta endast parem mulje, mistõttu ei saa minu tulemusi võtta täieliku tõena. Samuti ei saa kõrvale vaadata ka uurija subjektiivsusest, mille esinemist on töö autorina väga keeruline kõrvaltvaatajana analüüsida.

Nentimata ei saa jätta ka intervjuueritavateni jõudmist, mida tegin peamiselt läbi sotsiaalmeedia. Kuna Instagramis ja Twitteris lähevad mitte jälgitavate inimeste sõnumid eraldi taotluste alla (ingl *request*), siis võttis uurimistöös valimini jõudmine oodatust kauem aega. Samuti pidin ma mõne sisuloojani jõudmiseks kontakteeruma lisaks ka nende teiste sotsiaalmeediakanalite abil. Intervjuud viisin läbi sisuloojale sobival meetodil, sest teema tundlikkus kaalus minu hinnangul üle muud aspektid. Peamiselt viisin intervjuud läbi Zoomi teel. Kuigi reaalajas veebi teel intervjuude läbiviimise kitsaskohaks on intervjuueritavaga kontakti puudumine, siis ei tundnud ma, et see oleks suuresti minu uurimistööd mõjutanud. Intervjuude ajal kasutasin mina kui ka pea kõik intervjuueritavad veebikaamerat, mis võimaldas mul näha nende näoilmeid ja emotsioone. Samuti andsid mitmed sisuloojad intervjuude lõpus positiivset tagasisidet ning pidasid minu valitud uurimistemat oluliseks.

Asjaolu, et ma ei kartnud veebi teel intervjuude tegemist, võis olla tingitud ka asjaolust, et olin suurema osa ülikoolist õppinud COVID-19 pandeemia tõttu veebi teel, seega polnud interneti teel kõne tegemine mulle uus kogemus.

Kasutasin andmete analüüsimiseks temaatilist kvalitatiivset sisuanalüüsi meetodit (Braun ja Clarke, 2006) ja avatud kodeerimist (Laherand, 2008). Kuigi pidasin neid meetodeid sobivaks, sest nii sain võtta teksti lausete kaupa osadeks ja mõista peidetud tähendusi, siis on Kalmuse jt (2015) kvalitatiivse sisuanalüüsi peamise nõrkusena välja toonud valikulist materjali kogumist, mis võib sageli toimuda uurijale enesele teadmata.

Kogu bakalaureusetöö puhul tuleb silmas pidada, et viisin läbi kümme individuaalintervjuud teemas, mida on varasemalt vähe uuritud, mistõttu ei saa tulemusi üldistada kogu Eesti OnlyFansi sisuloojate suhtes ega ka teiste riikide sisuloojate osas.

4.4 Edasised võimalikud uurimissuunad

OnlyFans kui platvorm ja selle kasutajad, nii sisuloojad kui jälgijad, on väga vähe uuritud nähtus, mistõttu tuleks seda edaspidi kindlasti lähemalt uurida. Sarnaselt van der Nagelile (2021) arvan ka mina, et kindlasti tuleks uurida, milline on OnlyFansi kasutajate auditoorium. Kuigi selle valimini jõudmine võib olla väga keeruline, siis pean seda oluliseks lähtudes oma intervjuueeritavate jälgijate profiilist, milles nad töid esile, et nende jälgijaskond on peamiselt mehed, keda iseloomustavad lähedus- ja suhtlemisvajadus ning kes kipuvad sisuloojatesse kiinduma ja võtma nendega vestlust kui sõprussuhet.

Teiseks tuleks rohkem tähelepanu pöörata OnlyFansi kui platvormi tehnoloogilistele lahendustele ja andmekaitsele, mida on välja toonud ka Cardoso ja Scarcelli (2021: 117). Kuigi intervjuueeritud sisuloojate hinnangul on veebileht turvaline ja abi korral reageeritakse kiiresti, tundsid sisuloojad, et probleemi korral ei saaks nad pöörduda veebikonstaabli ega politsei poole, sest veebileht on asutatud välismaal.

Kolmandaks tuleks rohkem tähelepanu pöörata ka OnlyFansi kasutajate rassile, klassile, soole ja seksuaalsele sättumusele (Cardoso ja Scarcelli, 2021: 117). Samade autorite soovitusel

tuleks lähemalt uurida, kuidas tõlgendatakse oma kehasid ning kuidas see mõjutab nende sisuloomet ja sissetulekut. Cardoso ja Scarcelli (2021) tehtud uuringu põhjal on selgunud, et sisuloojad, kes tahavad luua väärtuslikumat sisu ja sätivad seda meigi või soengu abil, panustavad rohkem aega oma sisuloomesse, mistõttu on neil ka suuremad ootused sissetuleku osas. Kuigi minu intervjuudest seda asjaolu läbi ei kumanud, siis arvan, et see on oluline teema.

Lõpetuseks arvan, et ühiskonna vaimse tervise seisukohast oleks väga tähtis lähemalt uurida OnlyFansi naissoost sisuloojate kokkupuuteid väärkohtlemisega või nende kasvatusel puudunud isa rolli olulisuse tajumist. See on tundlik teema, kuid tehtud kümne intervjuu põhjal tean öelda, et see on asjaolu, mis on sisuloojaid ning võimalik, et ka nende sisuloomet, mõjutanud.

KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärk oli mõista, millisena kirjeldavad OnlyFansi erootilist ja pornograafilist sisuloovad naiskasutajad platvormi sisuloome põhimõtteid ja milliseid strateegiaid kirjeldavad sisuloojad kommunikatiivsete intiimsuste loomiseks oma jälgijatega. Seejuures huvitas mind, milliseid võimalusi ja ohte tajuvad sisuloojad OnlyFansi platvormi poolt ja millisena tajuvad nad erootilist ja pornograafilist sisu loovate naistena oma enesepresentatsiooni vastuvõttu teiste ühiskonnaliikmete poolt.

Empiirilise uuringu viisin läbi sihipärase valimi abil leitud kümne Eesti OnlyFansi naissoost sisulooja hulgas, kellest kõik olid platvormilt tegutsenud vähemalt pool aastat. Uuringustrateegiana kasutasin kvalitatiivset meetodit ja viisin valimi hulgas läbi kümme individuaalintervjuud ning saadud andmeid analüüsisin temaatilise sisuanalüüsi abil.

Intervjuudest selgus, et sisuloojad loovad OnlyFansi fotosid kui ka videoid, mida toodetakse enamasti oma näo ja nime alt. Sisuloomes kasutati strateegiat, kus platvormi ajajoonel näeb vähemalt pesufotosid, kuid privaatses vestluses eraldi tasu eest ka pornograafilist sisu. Foto- ja videomaterjali toodetakse käepäraste vahenditega ning enne postitamist neid ka töödeldakse. Põhiliseks motivaatoriks platvormil tegutsemiseks oli raha ning enesekindluse tõusmine.

Sisuloojate kogemuse põhjal olid OnlyFansi jälgijateks peamiselt anonüümsena esinevad mehed, keda iseloomustas lähedus- ja suhtlemisvajadus ning kellega suhtlemisel kasutati mitmesuguseid kommunikatsioonistrateegiaid. Sisuloojad tajusid, et nendesse suhtutakse kui madalamasse isikusse ja neil esines kokkupuuteid ahistamisega. OnlyFansi sisuloojate jälgijad mõjutasid ka nende sisuloomet.

Oma OnlyFansi konto esile tõstmiseks panustasid kõik sisuloojad ka teiste sotsiaalmeediaplattformide nagu Instagram ja Twitter ärimudelite kujundamisse ning läbi nende esines neil kokkupuuteid ka algoritmide mõjuvõimuga. Põhiliselt kasutati strateegilist enesepresentatsiooni, kus ahvatlev foto lisati kõikidele kasutusel olevatele sotsiaalmeedia kontodele koos lingiga OnlyFansi, et suurendada ostu sooritamise tõenäosust.

Eest OnlyFansi sisuloojate hinnangul takistas nende püüdlusi platvormil tegutseda nende passiivne digitaalne jalajälg ehk sisuloome lekkimine väljapoole OnlyFansi. Sellest hoolimata peeti OnlyFansi mugavaks keskkonnaks, millest saadav palk oli motiveeriv ning mis ei piira nende fotode ja videote sisulist poolt. Platvormi tuleviku osas olid sisuloojad ühel meelel: see liigub rohkem pornograafilise sisu poole.

Intervjuudest peegeldus asjaolu, et naistel on hirm lähedaste osas saada seksitöötajate “märk” külge, mistõttu pole mitme intervjuueeritud sisulooja pereliikmed tütre platvormil tegutsemisest teadlikud. Samuti tajuti üksmeelselt, et teistele eestlastele on OnlyFansist ja seal sisu loomisest jäänud mulje, et platvormil tegutsevad rumalad ja vähemväärtuslikud naised, kes kahjustavad oma mainet. Sarnane arusaam peegeldus sisuloojate kokkupuudetest Eesti meediaväljaannetega. Lisaks tundsid naised puudust, et meedia ei kajasta piisavalt digitaalse jalajälje kujunemisest ning selle võimalikest tagajärgedest ja ka platvormi tehnilistest aspektidest.

Minu bakalaureusetöös tehtud empiiriline uuring on esimene Eestis, mis uuris Eesti naissoost OnlyFansi sisuloojate kogemusi erootilise ja pornograafilise sisu loomisel. Edasiste uurimisvõimalustena arvan, et tuleks uurida OnlyFansi sisuloojate auditooriumi, pöörata rohkem tähelepanu OnlyFansi kui platvormi tehnoloogilistele lahendustele ning selle privaatsusseadetele. Lähtudes minu uurimistulemustest oleks põnev ja vajalik uurida ka OnlyFansi naissoost sisuloojate kokkupuuteid väärkohtlemisega või uurida seoseid sisuloojate kasvatusel puudunud isa rolliga. Üldiselt tuleks tulevastes uuringutes rohkem tähelepanu pöörata ka platvormi kasutajate rassile, soole, klassile ja seksuaalse sättumusele.

SUMMARY

The aim of this bachelor's thesis on the topic of "Experiences of Estonian Female OnlyFans Content Creators Regarding Erotic and Pornographic Content Creation" was to understand how content creators of OnlyFans who create erotic and pornographic content, describe the content creation principles of the platform and what strategies creators describe to create communicative intimacy with their followers. In addition, I wanted to know what promises content creators perceive on the OnlyFans platform and how they perceive the acceptance of their self-presentation by women who create erotic and pornographic content by other members of society. For this, I conducted an empirical study among the ten female content creators of Estonian OnlyFans using a targeted sample, all of whom had been active on the platform for at least half a year. As a research strategy, I used a qualitative approach and conducted ten individual interviews among the sample, and analyzed the obtained data using thematic content analysis.

Interviews revealed that content creators create for OnlyFans photos as well as videos that are mostly produced under their own faces and names. A strategy was used in the content creation, where at least the laundry photos can be seen on the platform's timeline, but pornographic content can also be seen in a private conversation for a separate fee. Photographic and video material is produced by hand and processed before posting. The main motivator for operating on the platform was money and confidence.

Based on the experience of the content creators, OnlyFans' followers were mainly anonymous men, characterized by the need for intimacy and communication, and with whom various communication strategies were used. The content creators perceived that they were treated as a lower person and had exposure to harassment. Followers of OnlyFans content creators also influenced their content creation.

In order to promote their account, all content creators also contributed to the development of other social media platforms, such as Instagram and Twitter, and through them they were exposed to the influence of algorithms. The advertising strategy was mainly used, where an attractive photo was added to all existing social media accounts with a link to OnlyFans to increase the likelihood of making a purchase.

According to OnlyFans content creators, their efforts to operate on the platform were hampered by their passive digital footprint, i.e. the leakage of content creation outside of OnlyFans. Nevertheless, OnlyFans was considered a comfortable environment for which the salary was motivating and which did not limit the content of these photos and videos. As for the future of the platform, content creators agreed: it is moving towards more pornographic content.

The interviews reflected the fact that women are afraid of getting a “sign” from their sex workers, which means that the family members of several interviewed content creators are not aware of their activities on the daughter's platform. It was also unanimously felt that other Estonians have the impression of OnlyFans and the creation of content there that stupid and inferior women operate on the platform, damaging their reputation. A similar understanding was reflected in the content creators' exposure to Estonian media publications. In addition, women lacked media coverage of the development of the digital footprint and its potential consequences, as well as the technical aspects of the platform.

The empirical study conducted in my bachelor's thesis is the first in Estonia that examined the experiences of Estonian female content creators OnlyFans in creating erotic content. As further research opportunities, I think that the audience of OnlyFans content creators should be studied, more attention should be paid to the technological solutions of OnlyFans as a platform and its privacy settings. Based on the results of my research, it would be exciting and necessary to study the exposure of female content creators to OnlyFans to abuse, or to investigate the links with the role of the father in the upbringing of content creators. In general, future studies should also pay more attention to the race, gender, class and sexual orientation of platform users.

KASUTATUD KIRJANDUS

Abidin, C. (2015). Communicative Intimacies: Influencers and Percieved Interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 8. Kasutatud 27.12.2021, <https://adanewmedia.org/2015/11/issue8-abidin/>

Abidin, C. (2018). *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Bingley: Emerald Publishing.

Andrejevic, M. (2007). *iSpy: Surveillance and Power in the Interactive Era*. Lawrence: University Press of Kansas.

Baker, B. ja Yang, I. (2018). Social media as social support in pregnancy and the postpartum. *Sexual & Reproductive Healthcare*, 17, 31–34.

Barry, E. (2021). Why OnlyFans Suddenly Reversed its Decision to Ban Sexual Content. *Time*, 26. august. Kasutatud 30.12.2021, <https://time.com/6092947/onlyfans-sexual-content-ban/>

Beauty Creators of OnlyFans. (2021). Kasutatud 02.01.2022, <https://blog.onlyfans.com/beauty-creators-of-onlyfans/>

Bernstein, E. (2007). Buying and selling the ‘girlfriend experince’: The social and subjective contours of market intimacy. M.B. Padilla, J.S. Hirsch, M. Munoz-Laboy, R.E Sember, R.G Parker (toim), *Love and globalization: Transformations of intimacy in the contemporary world*. Nashville: Vanderbilt University Press.

Brennen, B.S. (2013). *Qualitative research methods for media studies*. New York and London: Routledge.

Brito, J. ja Johnson, M. (2019). *How to Understand and Build Intimacy in Every Relationship*. Kasutatud 26.10.2021, <https://www.healthline.com/health/intimacy>

Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. J.G. Richardson (toim), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (241–258). CT: Greenwood.

Choi, J., Yoo, K., Reichert, T., ja LaTour, M.S. (2016). Do feminists still respond negatively to female nudity in advertising? Investigating the influence of feminist attitudes on reactions to sexual appeals. *International Journal of Advetising*, 35(5), 823–845.

Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T. ja Slater. A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 29, 47–57.

Cohen, R., Newton-John, T. ja Slater, A. (2020). The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology*, 26(13), 2365–2373.

Cooban, A. (2021). OnlyFans has boomed during lockdown. Users spent \$2.4 billion on the adult-entertainment site in 2020, and 120 million people now use it. *Insider*, 27. aprill. Kasutatud 30.12.2021, <https://www.businessinsider.com/onlyfans-lockdown-boom-transactions-hit-24b-revenue-up-53-2021-4>

Dobson, A. S. ja Ringrose, J. (2016). Sext Education: Pedagogies of Sex, Gender and Shame in the Schoolyards of Tagged and Exposed. *Sex Education*, 16(1), 8–21. doi: <https://doi.org/10.1080/14681811.2015.1050486>.

Dobson, A.S., Carah, N. ja Robards, B. (2018). Digital Intimate Publics and Social Media: Towards Theorising Public Lives on Private Platforms. A.S. Dobson, N. Carah, B. Robards (toim), *Digital Intimate Publics and Social Media* (3–27). London: Palgrave Macmillan.

Friedman, G. (2021). Jobless, Selling Nudes Online and Still Struggling. *The New York Times*, 13. jaanuar. Kasutatud 26.12.2021, <https://www.nytimes.com/2021/01/13/business/onlyfans-pandemic-users.html>

Geyser, W. (2021). What is an Instagram Shadowban? | Everything You Need to Know. *Influencer Marketing Hub*, 13. september. Kasutatud 24.04.2022, <https://influencermarketinghub.com/instagram-shadowban/>

Giddens, A. (1992). *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Cambridge: Polity Press.

Girardin, F., Calabrese, F., Dal Fiore, F., Ratti, C. ja Blat, J. (2008). Digital footprinting: uncovering tourists with user-generated content. *IEEE Pervasive Computing*, 7(4).

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Penguin Books.

Harder, M. (2021). 'Just us who got hurt': OnlyFans sex workers still haunted by porn-ban debacle. *Fortune*, 9. oktoober. Kasutatud 30.12.2021, <https://fortune.com/2021/10/09/onlyfans-sex-workers-porn-ban-subscribers/>

Holland, T. (2020). *The Economics of OnlyFans*. Kasutatud 02.01.2022, <https://xsrus.com/the-economics-of-onlyfans>

Hopkins, S. ja Ryan, N. (2014). Digital Narratives, Social Connectivity and Disadvantaged Youth: Raising Aspirations for Rural and Low Socioeconomic Young People. *International Studies in Widening Participation*, 1(1), 28–42.

How Fitness Creators Use OnlyFans. (2019). Kasutatud 02.01.2022, <https://blog.onlyfans.com/how-fitness-creators-use-onlyfans/>

Huang, H-Y. (2014). Self-presentation Tactics in Social Media. *International Conference on Social Science 2014*, (416–421). Atlantis Press.

Huff, A.D. (2011). Buing the Girlfriend Experience: An Exploration of the Consumption Experiences of Male Customers of Escorts. *Research in Consumer Behavior*, 13, 111–126.

Influencer Marketing Hub. (i.a). Ultimate Guide to OnlyFans. Kasutatud 31.12.2021, <https://influencermarketinghub.com/glossary/onlyfans/>

Instagram. (2021). *Community Guidelines*. Kasutatud 20.12.2021, [https://help.instagram.com/477434105621119/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=Instagram%20Help&bc\[1\]=Privacy%20and%20Safety%20Center](https://help.instagram.com/477434105621119/?helpref=hc_fnav&bc[0]=Instagram%20Help&bc[1]=Privacy%20and%20Safety%20Center)

Jamieson, L. (2011). Intimacy as a Concept: Explaining Social Change in the Context of Globalisation or Another Form of Ethnocentrism? *Sociological Research Online*, 16(4), 1–13. doi: <https://doi.org/10.5153/sro.2497>

Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). *Kvalitatiivne sisuanalüüs*. Kasutatud 11.11.2021, <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Kantar Emor. (2019). *Kuidas me sotsiaalmeedia nõela otsa sattusime*. Kasutatud 29.12.2021, <https://www.kantaremor.ee/blogi/kuidas-me-sotsiaalmeedia-noela-otsa-sattusime/>

Karama, K. (2017). *Pornograafiat käsitlevate empiiriliste uuringute ülevaade nelja peamise valdkonna teadusajakirja näitel ajavahemikus 2000–2016*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.

Karnö, C. (2016). *Eesti noorte kokkupuude pornograafilise meediasisuga ning seonduvad pädevused: ekspertide hinnangud*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.

Kohlmann, S. ja Paju, K. (2021). Hiiglasliku OnlyFansi lekke ohvrid Helen Kõpp ja Nele Kirsipuu: krõbedamat sisu nii lihtsalt lekitada ei saa. *Õhtuleht*, 8. veebruar. Kasutatud 31.12.2021, <https://elu.ohhtuleht.ee/1016471/hiiglasliku-onlyfansi-lekke-ohvrid-helen-kopp-ja-nele-kirsipuu-krobedamat-sisu-nii-lihtsalt-lekitada-ei-saa#>

Krämer, N.C. ja Winter, S. (2008). Impression management 2.0: The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106–116.

Lagerspetz, M. (2017). *Ühiskonna uurimise meetodid*. Tallinn: Tallinna Ülikool.

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

Lazuka, R.F., Wick, M.R., Keel, P.K. ja Harriger, J.A. (2019). Are We There Yet? Progress in Depicting Diverse Images of Beauty in Instagram's Body Positivity Movement. *Body Image*, 34, 85–93.

Lenhart, A. (2015). Teens, Social Media & Technology Overview 2015. *Pew Research Center*, 9. aprill. Kasutatud 30.10.2021, <https://www.pewresearch.org/internet/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). *Intervjuu*. Kasutatud 13.11.2021, <https://samm.ut.ee/intervjuu>

López, C. (2020). People are turning to OnlyFans to earn money after losing their jobs during the pandemic. *Insider*, 17. juuni. Kasutatud 30.12.2021, <https://www.insider.com/people-are-creating-onlyfans-accounts-after-losing-jobs-during-pandemic-2020-6>

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

Luxurylaunches. (2021). The 10 top celebrity earners on OnlyFans, ranked: former Disney star Bella Thorne comes in at No 2 followed closely by Cardi B and Mia Khalifa – but who's raking in USD\$20 million at No 1? *Style*. Kasutatud 02.01.2022, <https://www.scmp.com/magazines/style/celebrity/article/3149995/10-top-celebrity-earners-onlyfans-ranked-former-disney>

Mackay, N.J. ja Covell, K. (1997). The Impact of Women in Advertisements on Attitudes Toward Women. *Sex Roles*, 36(9), 573–583.

Mahlakas nimekiri > Tuntud staarid ja kodumaised tähed, kes pakuvad OnlyFansis oma fännidele intiimseid hetki. (2020). *Elu24*, 2. oktoober. Kasutatud 02.01.2022,

<https://elu24.postimees.ee/7075591/tuntud-staarid-ja-kodumaised-tahed-kes-pakuvad-onlyfans-oma-fannidele-intiimseid-hetki>

Makeup Artists of OnlyFans. (2021). Kasutatud 02.01.2022, <https://blog.onlyfans.com/makeup-artists-of-onlyfans/>

Marwick, A. E. (2005). 'I'm a Lot More Interesting than a Friendster Profile': Identity Presentation, Authenticity and Power in Social Networking Services. *Association for Internet Researchers 6.0*, 5.–9. oktoober (lk 2–26).

Masso, A., Salvet, S. ja Lepik, K. (2014). *Kvalitatiivse uurimisviisi tarkvara*. Kasutatud 25.04.2022, <https://samm.ut.ee/kvalitatiivse-analyyysi-tarkvara>

McDowall, J.J. (2008). Erotic, Pornographic or Obscene: Factors Influencing the Perception of Photographs of the Nude. *Empirical Studies of the Arts*, 26(1), 93–115.

McGlotten, S. (2013). *Virtual Intimacies: Media, Affect and Queer Sociality*. Albany: State University of New York Press.

McMillan, K., Worth, H. ja Rawstorne, P. (2018). Usage of the Terms Prostitution, Sex Work, Transactional Sex, and Survival Sex: Their Utility in HIV Prevention Research. *Archives of Sexual Behavior*, 47, 1517–1527.

Murumaa-Mengel, M. (2017). *Managing Imagined Audiences Online: Audience Awareness as a Part of Social Media Literacies*. Doktoritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.

Murumaa-Mengel, M. (2020). Veebiintervjuud, projektiivtehnikad ja loovuurimismeetodid. A. Masso, K. Tiidenberg ja A. Siibak (toim), *Kuidas mõista andmestunud maailma? Metodoloogiline teejuht (707–738)*. Tallinn: Tallinna Ülikooli kirjastus.

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

Müller, K. ja Schwarz, C. (2021). Fanning the flames of hate: Social media and hate crime. *Journal of the European Economic Association*, 19(4), 2131–2167.

Männiste, A. (2019). *Eesti täiskasvanute kokkupuuted pornograafiaga ja pornograafia tarbimispädevused*. Magistritöö. Tartu Ülikool, kommunikatsioonijuhtimise õppekava.

OnlyFans. (i.a). Kasutatud 19.09.2021, <https://onlyfans.com/about.html>

Onlyfansitar kandideerib valimistel EKRE ridades: olen šokis, et mind üldse vastu võeti. (2021). *Elu24*, 16. september. Kasutatud 02.01.2022, <https://elu24.postimees.ee/7339300/onlyfansitar-kandideerib-valimistel-ekre-ridades-olen-sokis-et-mind-uldse-vastu-voeti>

Onlyfans Statistics – User Demographics, Usage & Revenue. (2021a). Kasutatud 02.01.2022, <https://www.influencermade.com/onlyfans-stats/>

OnlyFans Statistics 2022: How Many People Use OnlyFans?. (2021b). Kasutatud 02.01.2022, <https://thesmallbusinessblog.net/onlyfans-statistics/>

Osborn, J. (2021). 15 Top-Earning OnlyFans Creators for 2021. *Many of Many*, 4. august. Kasutatud 02.01.2022, <https://manofmany.com/entertainment/onlyfans-top-earners-2021>

Paulus, S. (2016). 100 sekundi video: Digitaalne jalajalg ja privaatsus. *ERR*, 12. veebruar. Kasutatud 24.04.2022, <https://novaator.err.ee/258569/100-sekundi-video-digitaalne-jalajalg-ja-privaatsus>

Petrova, M. (2021). Ulmelisi summasid teeniv Merylin Nau kriitikutele: sellist kvaliteeti ei näe ühegi Eesti OnlyFansi kontol. *Kroonika*, 9. veebruar. Kasutatud 24.04.2022, <https://kroonika.delfi.ee/artikkel/92506727/ulmelisi-summasid-teeniv-merylin-nau-kriitikutele-sellist-kvaliteeti-ei-nae-uegi-eesti-onlyfansi-kontol>

Pilvre, B. (2022). Peavoolu pornostumine: onlifansitarid on arvamusiidrid, propageerivad vaktsineerimist ja kandideerivad valimistel. *Eesti Ekspress*, 5. jaanuar. Kasutatud 05.01.2022,

<https://ekspress.delfi.ee/artikkel/95544349/peavoolu-pornostumine-onlifansitarid-on-arvamus-iiidrid-propageerivad-vaktsineerimist-ja-kandideerivad-valimistel?fbclid=IwAR2UtAbUSfO5feNDVkJZa8lfwLDqhOi85EkxNIgKTip0zGGl5Y1nQuxvqiM>

Popovic, M. (2011). Pornography Use and Closeness with Others in Men. *Archives of Sexual Behaviour*, 40, 449–456.

Rammo, R. (2020). Alastipiltide äri alustanud juutuuber Enni Britta võitleb leketega: keegi saatis pildid tervele Eestile. *Elu24*, 8. aprill. Kasutatud 31.12.2021, <https://elu24.postimees.ee/6944548/alastipiltide-ari-alustanud-juutuuber-enni-britta-voitleb-leketega-keegi-saatis-pildid-tervele-eestile>

"Rannamaja" Merylin Nau alasti piltidest: võib-olla ma ei oleks pidanud seda tegema. (2019). *Sky.ee*, 12. detsember. Kasutatud 24.04.2022, <https://sky.ee/rannamaja-merylin-nau-alasti-piltidest-voib-olla-ma-ei-oleks-pidanud-seda-tegema>

Raud, G. (2021). TULUDEKLARATSIOONIDE AVAPÄEV: maksudest ei ole pääsu ka OnlyFansis intiimfotodega kaubitsejatel. *Õhtuleht*, 15. veebruar. Kasutatud 24.04.2022, <https://elu.oh tuleht.ee/1026044/tuludeklaratsioonide-avapaev-maksudest-ei-ole-paasu-ka-only-fansis-intiimfotodega-kaubitsejatel#>

Rosenberg, J. ja Egbert, N. (2011). Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 1–18.

Rouse, L. ja Salter, A. (2021). Cosplay on Demand? Instagram, OnlyFans and the Gendered Fantrepneur. *Social Media + Society*, 7(3), 1–14. doi: <https://doi.org/10.1177/20563051211042397>

Römmel, M. (2021). Ekspert vastab: kui porno on tasuta, siis miks mehed erootika eest peale maksavad? *Postimees*, 7. mai. Kasutatud 28.10.2021, <https://sobranna.postimees.ee/7242346/ekspert-vastab-kui-porno-on-tasuta-siis-miks-mehed-erootika-eest-peale-maksavad>

- Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamine*. Kasutatud 11.11.2021, <http://samm.ut.ee/valimid>
- Smith, K. (2022). How Does Sex Differ from Intimacy? *PsychCentral*, 3. aprill. Kasutatud 02.05.2022, <https://psychcentral.com/blog/how-does-sex-differ-from-intimacy>
- Stern, M. (2021). She Quit Being an ICU Nurse to Make Six Figures on OnlyFans. *The Daily Beast*, 13. august. Kasutatud 24.04.2022, <https://www.thedailybeast.com/she-quit-being-an-icu-nurse-to-make-six-figures-on-onlyfans>
- Taal, A. (2021). *Teooriast praktikasse: auditooriumi tähelepanu äratava ja säilitava YouTube'i sisu loomise strateegiate rakendamine*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.
- Tiidenberg, K. (2017). *Ihu ja hingega internetis: kuidas mõista sotsiaalmeediat?* Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus.
- Tiidenberg, K. (2019). Playground in memoriam: missing the pleasures of NSFW tumblr. *Porn Studies*, 6(3), 363–371. doi: 10.1080/23268743.2019.1667048
- Tiidenberg, K. (2021). Piirimaalt äärelinna: Seks, digigentrifikatsioon ja sotsiaalmeedia. *Vikerkaar*. Kasutatud 03.01.2022, <http://www.vikerkaar.ee/archives/26843>
- Tiidenberg, K. ja Van Der Nagel, E. (2021). *Seks ja sotsiaalmeedia*. Tallinn: Kirjastus Argo
- Torlak, N. (2011). USE/ABUSE OF FEMALE SEXUALITY IN MARKETING. *Megatrend Review*, 8(2), 539–554.
- Viru, K. (2019). *Eesti teismeliste tüdrukute kommertstööle orienteeritud tähelepanu püüdmise strateegiad sotsiaalmeedias*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.
- Volbrück, N. (2014). *Cosplayer*'id puhuvad elu sisse ebamaistele tegelastele. *Eesti Päevaleht*, 22. märts, lk 18.

Weaver, S. D. ja Gahegan, M. (2019). Constructing, Visualizing, and Analyzing A Digital Footprint. *Geographical Review*, 97(3), 324–350.

LISAD

Lisa 1: Värbamiskiri

Tere!

Mina olen Kerli Soe, Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni III kursuse tudeng ning kirjutan Sulle seoses Sinu OnlyFansi sisuloomega, mida sooviksin oma bakalaureusetöös uurida. Mind ei huvita niivõrd konkreetset Sinu poolt loodud sisu, kuivõrd Sinu enda mõtted ja kogemused sisuloojana.

Oma lõputöös soovin uurida Eesti naissoost OnlyFansi sisuloojaid, et anda võimalus rääkida oma kogemustest sel platvormil anonüümselt ja teadustöö kontrollitud ning eetilisel läbi mõeldud kontekstis. See on minu jaoks väga tähtis, sest skandaalihinulises, lihtsustavas ja liialdavas meedias on OnlyFansist jäänud mulje, et tegu on leheküljega, kus saab erootilist sisu tootes kergelt ja kiiresti raha teenida, sageli sisuloojaid alltekstina halvustades. Teaduslikult on hetkel seda platvormiväga vähe uuritud ning veel vähem on antud OnlyFansi sisuloojatele võimalust oma kogemusi ja arvamusi jagada.

Seetõttu sooviksin teha Sinuga intervjuu, mille käigus uuriksin Sinult infot üldiselt OnlyFansi ja seal konto loomise, sisu postitamise ning jälgijatega suhtlemise kohta. Kogu intervjuu kestaks kokku orienteeruvalt 1–1,5h ja viiksime selle läbi Sulle sobival meetodil – olgu see näost näkku, Zoomi teel või vajadusel kirjaliku reaalajas kirjutamise toel (nt WhatsAppi sõnumites vms).

Kui Sa muretsed, et Sinu jagatud kogemused OnlyFansist on äratuntavad, siis selleks pole põhjust. Ma anonümiseerin kõik intervjuust kogutud andmed, st kõik reetlikud detailid asendan üldiste sõnadega, et lugejal poleks võimalik ühe või teise sõna abil seda Sinuga seostada. Vajadusel saame üheskoos transkribeeritud intervjuu ja lõputöösse minevad tekstikatked üle vaadata, et info oleks täpne.

Kui Sul on uuringu kohta küsimusi, siis võid need kirjutada mulle siia või meilile (XXXX@gmail.com) või vajadusel kontakteeruda minu ülikoolipoolse juhendajaga Maria Murumaa-Mengeliga (maria.murumaa@ut.ee).

Ma väga loodan, et Sa oled nõus oma kogemusi minuga jagama.
Jään ootama Sinu vastust!

Kerli Soe

Lisa 2: Intervjueeritavate nõusolekuvorm

Tere!

Mina olen Kerli Soe, Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala 3. kursuse tudeng ning kirjutan hetkel oma lõputööd „Eesti OnlyFansi naissoost kasutajate kogemused erootilise sisu loomisel”. Käesolevas uuringus on uuritavateks naissoost Eesti täisealised OnlyFansi sisuloojad, kes on platvormil tegutsenud vähemalt pool aastat. Kuna Sina oled eelnimetatud omaduste poolest sobiv uuringus osalemiseks, siis palun Sinu kui uuritava nõusolekut Sinu kaasamiseks sellesse uuringusse.

Uuringu eesmärk on mõista, kuidas naissoost isikud loovad OnlyFanis sisu, millised on nende kogemused jälgijatega suhtlemisel ning kuidas langetatakse valikuid sisu postitamise osas. Taolise teema uurimine on Eestis esmakordne, mistõttu saad Sa uuritavana eriti huvitava kogemuse uuringus osalemisel ning töö valmimisel saad lugeda, millised on teiste samal platvormil tegutsevate naiste kogemused.

Uuring viiakse läbi intervjuu vormis uuritavaga kokkulepitud ajal ja sobivas kohas. Intervjuu kestvus on orienteeruvalt tund aega. Intervjuu käigus küsitakse Sinult erinevaid küsimusi OnlyFansi kasutamise, sealse sisu loomise ning jälgijatega suhtlemise kohta, põhinedes Sinu enda kogemustel. Kuna teema on uudne ja väheuuritud, siis usun, et igal sisuloojal on erinevad mõtted, mistõttu annab intervjuu mulle võimaluse neid paremini uurida ja vajadusel küsida lisaküsimusi, et mõista erinevaid tõlgendusi. Intervjuud salvestatakse, et neid hiljem transkriptsiooni (st heli ülesmärkimine kirjalikult) abil uurida.

Uuringus osalemine on vabatahtlik, mis tähendab, et uuringus osalemise eest ei saada tasu ning loobumine on võimalik ükskõik millises uuringu faasis. Uuringu tulemused lähtuvad vaid intervjuude käigus saadud tulemustest, toetades erinevaid väiteid teoreetiliste allikatega, mis välistab autori poolt loodud kallutatuse erinevate arvamuste osas.

Sinul kui uuritaval on õigus anonüümsusele, mis on tagatud ka käesolevas uuringus. Andmete kogumisel luuakse igast uuritavast kood, mille taga peituvat tegelikku isikut teab vaid töö autor. Vajadusel tagatakse anonüümsus ka intervjuudes käsitletavatele tundlikele teemadele või muudele aspektidele, mille puhul uuritav seda oluliseks peab. Uuriija ehk töö autor tagab

konfidentsiaalsuse uuritavale, olles vastutustundlik andmete suhtes, mille uuritav talle usaldanud on.

Uuringus osalemisega antakse luba töödelda intervjuu käigus saadud informatsiooni selle analüüsimiseks ja võrdluseks teistelt uuritavatelt saadud informatsiooniga. Intervjuude transkriptsioonid on nähtav lisaks minule ka minu juhendajale. Intervjuule järgnev transkriptsioon võimaldab intervjuudes läbi käinud märksõnu temaatiliselt rühmitada, luues kindlamad teemaplokid vastuste selgitamiseks ja seejuures kasutada neid autori uurimisküsimustele vastuste saamiseks. Intervjuudest tehtud salvestusi ja transkriptsioone hoitakse uuringu läbiviija arvutis töö kaitsmiseni või täpselt määratud ajani. Kõikide tudengite lõputöid on võimalik elektrooniliselt kätte saada Tartu Ülikooli raamatukogu üliõpilastööde andmebaasis Dspace.

Nõusolek:

Mulle,, on selgitatud, mis on nimetatud uuringu eesmärk ja meetodika (nt uuringu käik, ajakulu) ning kinnitan oma nõusolekut selles osalemiseks allkirjaga. Tean, et uuringu käigus tekkivate küsimuste ja võimalike probleemide kohta saan mulle vajalikku täiendavat informatsiooni uuringu läbiviijalt (Kerli Soe, XXXXX@gmail.com, +372 XXX XXXX).

Uuringus osaleja nimi:

Uuringus osaleja allkiri:

Kuupäev:

Lisa 3: Intervjuukava

UK 1: Kuidas langetavad sisuloojad otsuseid, mida OnlyFansi postitada?

1. Aga räägi mulle palun niimoodi vabalt ja oma sõnadega, et kuidas see tavapärane tegutsemine OF sisuloojana, sinu jaoks on? Kuidas nagu selline tüüpiline “tööpäev” välja näeb?
2. Millise sisuga postitusi sa tavaliselt oma kontol avaldad?
 - a. Kas sa avaldad fotosid ja/või videoid?
 - b. Miks just selline sisu?
3. Kuidas sa otsustad, mida postitada? Et milline sa pead/võiksid seal postituses olema/olla? Millele sa tugined?
4. Kuidas sa õppisid sellist sisu tegema? Kust sa inspiratsiooni saad?
5. Millise tehnoloogia abil sa sisu toodad? (telefon/professionaalne kaamera jne)
6. Kas sul on spetsiaalne personal sisu tootmiseks? Kui mitu inimest?
7. Kui palju aega kulub sul nende pildite/videote tegemiseks (nä kaadri taga)?
8. Kas enne sisu avaldamist sa tuunid ka oma fotosid? Kuidas?
 - a. Kas sa photoshopid ka oma kehaosi atraktiivsemaks? Milliseid? Miks?
9. Millist tüüpi sisu sa ei avalda? Miks?
10. Milline on olnud sinu kõige parem/edukam postitus?
11. Milline postitus on jäänud meelde kuidagi nagu negatiivselt? Miks?

UK 2: Milline on OnlyFansi sisuloojate suhtlus oma jälgijatega?

1. Kui palju sul jälgijaid praegu umbes on?
2. Kuidas sa nii palju jälgijaid oled saanud?
3. Kas sa reklaamid oma OnlyFansi kontot ka mujal sotsiaalmeediaplatvormidel? Kas sa tegeled ka muul platvormil sisuloomega?
4. Millistel sotsiaalmeediaplatvormidel sa reklaamid oma OnlyFansi kontot? Miks?
5. Kes su peamised jälgijad OnlyFansis on? Kuidas sa tead?
6. Kes on sinu jaoks nõ ideaalne jälgija OnlyFansis? Keda sa tahaksid ideaal maailmas oma jälgijateks? Kes nad on, millega nad võiksid tegeleda, kuidas nad OnlyFansis sinuga kontaktis käituvad jne.
7. Aga millised jälgijad need kõige õudsemad on? Kujuta ette ja kirjelda mulle kõige õudsemat jälgijat?

- a. Kas sa oled muidu kogenud sinu jaoks ebamugavaid kokkupuuteid oma OnlyFansis jälgijatega? Millised on sinu jaoks ebameeldivad kokkupuuted? Kirjelda.
8. Räägi, kuidas sa tavaliselt oma jälgijatega suhtled?
 - a. Kas sa saadad oma jälgijatele privaatseesse vestlusesse eksklusiivset ja ainulaadset sisu? Miks (või miks mitte)?
 - b. Kas sa saad selle eksklusiivse sisu eest ka eraldi tasu? Kuidas see tasu väljendub?
9. Kuidas sinu jälgijad sinuga suhtlevad?
10. Milline on kõige parem viis jälgijate juurdesaamiseks OnlyFansis? Miks just see?
11. Kuidas sa oma jälgijaid juurde saad? Kuidas see protsess toimub?
12. Kas sinu sisuloome on väljapoole OnlyFansi lekkinud? Räägi sellest. (Kuidas avastasid? Mis edasi sai?)
13. Kas sa tunned, et sinu jälgijatest sõltub see, mis sisu ja kuidas toota? Miks sa nii arvad?

UK 3: Millisena näevad sisuloojad OnlyFansi kui platvormi võimalusi ja riske?

1. Kirjelda OnlyFansi kui platvormi reegleid
2. Millised reeglid on OnlyFansis sisu avaldamisel?
3. Kas sulle tundub, et OnlyFans on turvaline keskkond endast erootiliste ja pornograafiliste fotode avaldamiseks? Miks sa nii arvad?
4. Kas sa tunned, et OnlyFans piirab sinu sisuloomet? Miks?
5. Kas see on sinu peamine sissetulekuallikas? Kui ei, kas ta käib lisaks palgatööl? Teenib ta muu sisuloomega raha? (Sellisel juhul nimetada vaid platvorm, kus ta raha teenib?)
6. Kui sa pahaks ei pane, ma küsin kohe otse, et mis on sinu keskmine sissetulek OnlyFansis?
7. Kui suure protsendi võtab OnlyFans endale?
8. Kas sa tunned, et panustad OnlyFansi rohkem aega kui sissetulek kompenseerib? Mis motiveerib sind sel platvormil tegutsema?

UK 4: Millised on OnlyFansi sisuloojate kokkupuuded Eesti meediaga?

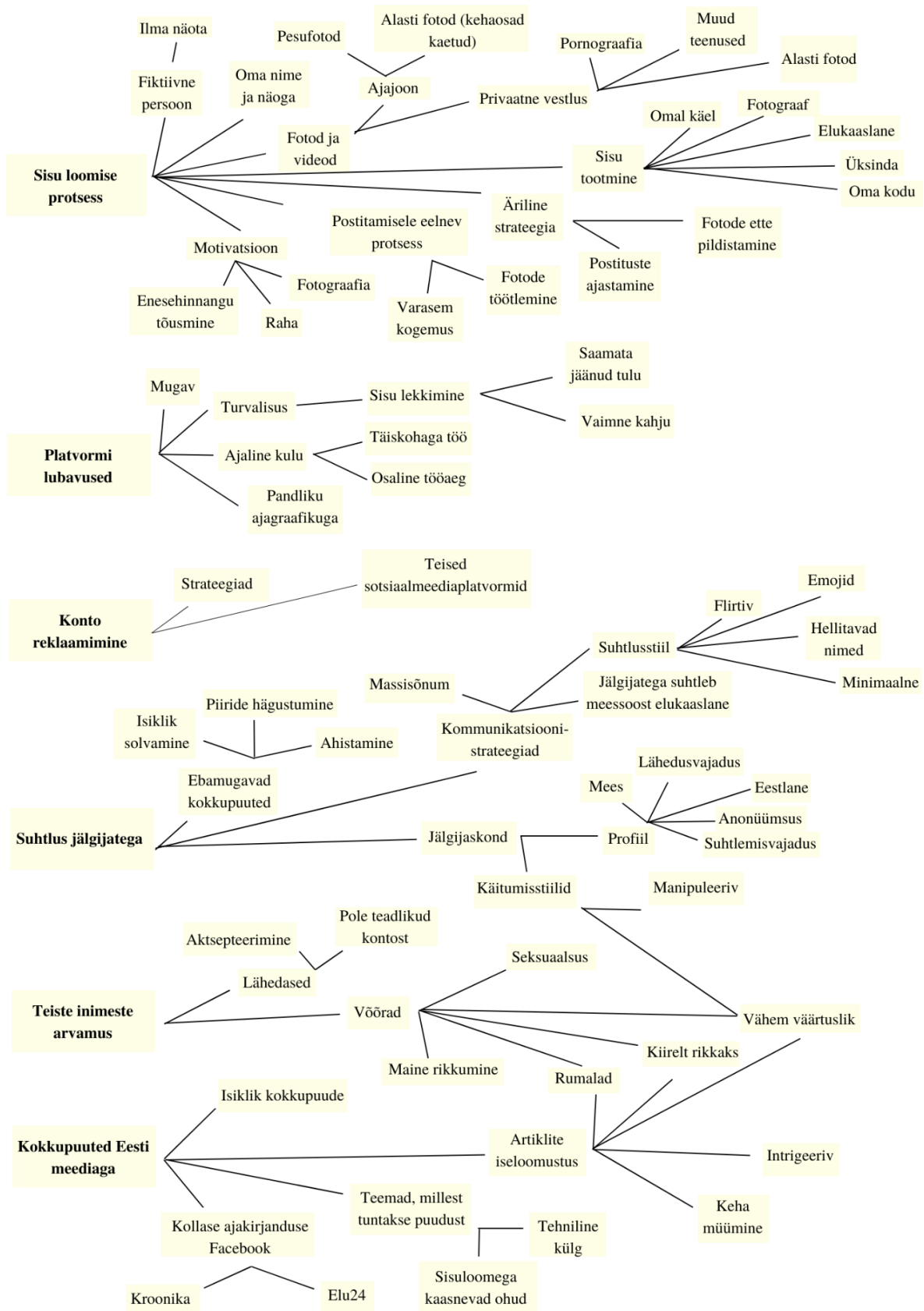
1. Mis sa arvad, mida üldiselt eestlased OnlyFansist arvavad? Miks sa nii arvad?
 - a. Aga sinu sõbrad?

- b. Mida su pere arvab sellest, et sa seal tegutsed? Kas nad teavad üldse?
2. Kas sa oled lugenud OnlyFansi kohta uudiseid Eesti meediast? Mis kanalitest?
3. Millisena sulle need uudised tunduvad? Miks?
4. Millisena OnlyFans nendes uudistes tundub? Miks?
5. Kas teie kohta on ilmunud meedias artikleid? Millised need sinu hinnangul olnud on?
6. Millest sa puudust tunned, et meedia pole üldse sellest või tollest rääkinud?

KOKKUVÕTVAD KÜSIMUSED:

1. Mis sa arvad, kui kaua sa kavatsed OnlyFansis jätkata?
2. Mis sa arvad, mis selle platvormi tulevik on?
3. Kas sa tunned, et jätsid midagi rääkimata, mida tahaks lisada?

Lisa 4: Koodipuu



Lisa 5: Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Kerli Soe,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „**Eesti OnlyFansi naissoost kasutajate kogemused erootilise ja pornograafilise sisu loomisel**“, mille juhendaja on Maria Murumaa-Mengel, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Kerli Soe

23.05.2022