

TALLINNA ÜLIKOOL  
Erialasid Lõimiv Uuendus

Taavi Avarmaa, Kaari Kargu, Ivika Karp, Jaanika Kaup, Aleksandr Kirs, Cevin Caius Koemets, Kirke Kotsar, Ksenija Kovaltšuk, Kadi Kuus, Kadri Küttim, Rasmus Lahtvee, Laura-Liisa Laskja, Lisete Laukus, Triin Limbach, Hosanna Sofia Mäekallas, Merike Mäesepp, Kerstin Nurmsalu, Markus Paju, Polina Rogach, Emma-Heidi Rätsep, Arabella Saaliste, Sirli Uuspõld

## **ANALÜÜSI, TÕLGENDA, VÕIMESTA – KUIDAS MÕISTA ÜHISKONDA JA MUUTA MAAILMA?**

Portfoolio

Juhendajad: Merle Laurits, Erle Neeme

Tallinn 2024

# Sisukord

Projekti aruanne .....	3
1.1. Projekti üldine kirjeldus ja eesmärk.....	3
1.2. Grupp 1. Läbipõlemine .....	3
1.3. Grupp 2. #winemom narratiiv.....	6
1.4. Grupp 3. Ületarbimine .....	8
1.5. Grupp 4. Valeuudised .....	11
Projekti tegevuskava .....	14
Kommunikatsioon sidusrühmadele.....	15
Kokkuvõte.....	16
Jooniste loend.....	17
Projekti teoreetilise raamistiku loomisel kasutatud allikad .....	18

# Projekti aruanne

## 1.1. Projekti üldine kirjeldus ja eesmärk

Projekti „Analüüsi, tõlgenda, võimesta – kuidas mõista ühiskonda ja muuta maailma?“ eesmärk on arendada osalejate teadmisi sotsiaalteaduslike andmekogumis- ja analüüsimeetodite, turundusstrateegiate ning vabavaraliste videotöötlusprogrammide kasutamise alal. Lisaks pakub projekt laiemat sissevaadet sotsioloogia valdkonda, aidates mõista nii globaalsete kui ka kohalike sotsiaalsete probleemide olemust. Tänapäeva järjest enam omavahel seotud maailmas on kultuuride ja globaalsete väljakutsete mõistmine kriitilise tähtsusega. Projekti käigus arendatavad kriitilise mõtlemise, analüüsi- ja uurimisoskused on rakendatavad paljudes erinevates valdkondades ja ametites.

Projekti eesmärk ei piirdu pelgalt oskuste arendamisega – selle kaudu soovitakse tõsta ka avalikkuse teadlikkust erinevatest sotsiaalsetest probleemidest. Selleks jaotati projektiühm neljaks alagrupiks, millest igaüks keskendub eri teemale. See lähenemine võimaldab käsitleda korraga mitut olulist sotsiaalset küsimust ning annab osalejatele võimaluse võtta suurem vastutus ja panustada mitmekülgset. Iga grupi panus on võrdselt oluline, aidates kujundada projekti terviklikku ja mitmetahulist tulemusi.

Lühidalt öeldes on projekti eesmärk mitte ainult täiendada osalejate oskusi ja teadmisi, vaid ka edendada kultuuriteadlikkust ning tõsta esile ühiskonnas esinevaid probleeme, et neid paremini mõista ja lahendada.

## 1.2. Grupp 1. Läbipõlemine

### 1.2.1. Probleemi olulisus

Valisime oma grupi teemaks läbipõlemise kui olulise ühiskondliku nähtuse. Usume, et vaimse tervise teemade suurenenud käsitlemine julgustab ka meid sellest rääkima ning muudab ühiskonna avatumaks seda probleemi kuulama. Suurem osa meie grupi liikmetest on ise läbipõlemist kogunud ning meil kõigil on tuttavaid, kes on selle raskusega silmitsi seisnud.

Arvame, et läbipõlemine on ühiskonnas laialt levinud ning kujutab endast tõsist probleemi, kuna selle mõju ulatub üle terve ühiskonna. See puudutab nii töötajaid (läbipõlenud inimesi ja

nende kolleege) kui ka tööandjaid, psühholooge, arste, õppejõude ja terveid leibkondi, nii vaimselt kui ka majanduslikult. Kahjuks ei ole seda teemat piisavalt arutatud, kuna see on väga isiklik ja tihti põhjustab läbipõlemise kogemine ebakindlust. Läbipõlemine on sageli seotud stereotüüpse arusaamaga “tublist” inimesest, mis teeb teema käsitlemise keeruliseks.

Läbipõlenud inimesed võtavad tihti ülesannete kuhjumise tõttu töölt või muudest kohustustest järsult puhkuse, teadmata, millal või kas nad kohustuste juurde tagasi pöörduvad. See tekitab ühiskonnas lüngad, mida on keeruline täita (nt täitmata töökohad ja maksmata maksud). Lisaks kannatavad psühholoogide ja perearstide järjekorras olevad inimesed, kuna läbipõlemisest taastumine nõuab sageli professionaalset abi, pikendades juba niigi pikki ooteaegu.

Läbipõlemine on tihedalt seotud nähtustega nagu “tubli tüdruku” sündroom, edukultuur, madal enesehinnang, sotsiaalne surve olla edukas ning rahvastiku tihedusest tingitud pidev konkurentsivajadus.

Meie sihtrühmaks on noored ja tööealised inimesed. Plaanime jõuda nendeni sotsiaalmeedias avaldatud video abil. Video põhineb juhtumiuuringutel ning neis osalevad inimesed, kes on ise läbipõlemist kogenud.

### **1.2.2. Tegevuste kirjeldus ja sidusgruppideni jõudmine**

Eesmärgi täitmiseks kaardistasime probleemi ulatuse ja mõju, lugedes päevakajalisi uudiseid ning tutvudes erialase kirjanduse ja varasemate uurimistöödega. Sorteerisime ja analüüsisime kogutud materjali, et mõista probleemi teaduslikku olemust, ning töötasime välja plaani, et paremini tundma õppida läbipõlemist kogenud inimeste kogemusi. Selle tulemusena otsustasime intervjuuerida ühte meest ja ühte naist ning uurida intervjuu käigus, kuidas nemad sellises olukorras toime tulid.

Intervjuu jaoks töötasime välja avatud küsimused, et mõista, millised on läbipõlemise tunnused, mis seda tõenäoliselt põhjustab, miks ja kuidas läbipõlemine meie ühiskonnas esineb ning kuidas intervjuueeritavad ennast aitavad. Intervjuude ja kirjaliku materjali analüüsimise tulemusel valmis video, mis jagab kahe inimese kogemusi läbipõlemisega, nende sümptomeid ja toimetuleku viise. Lisaks valmistasime videole viitava QR-koodiga kleebised.

Sidusrühmadeni jõudsime erinevate sotsiaalmeediakanalite kaudu ning kleebiste jagamise abil. Valminud video avaldati [Tallinna Ülikooli YouTube 1](#) kontol ning seda jagas

ühiskonnateaduste instituudi nädala uudiskiri. Samuti jagati videot projektiliikmete ja juhendate abil *Facebook* ‐s.



Joonis 1 Projekti „Läbipõlemine“ kleebis

### 1.2.3. Jätkusuutlikkus

Läbipõlemise projekti raames jääb video pärast projekti lõppu üles Tallinna Ülikooli YouTube'i kontole. Kogutud materjalid läbipõlemise kohta, juhtumiuuringuga seotud failid ja kleebise visuaal asuvad Tallinna Ülikooli ühiskonnateaduste nooremteaduri Erle Neeme hallatavas *Google Drive*'i kaustas. Selle uurimuse intervjuud on oluline samm edasiste uuringute suunas, mis toetavad läbipõlemise äärel olevaid inimesi ning analüüsivad nende kogemusi. Saadud teadmised võivad tulevikus olla aluseks uutele uuringutele.

### 1.2.4. Tulemused

Projekti käigus kogutud materjalid on koondatud *Google Drive* kausta, mis annab ülevaate läbipõlemisest. Kaust sisaldab mitme teadusartikli kokkuvõtteid, mis käsitlevad läbipõlemise erinevaid aspekte. Lisaks on koostatud eraldi kaust sotsioloogia artiklite kokkuvõtetega. Valminud on intervjuu nõusoleku vorm ja intervjuu kavand. Juhtumianalüüsi raames on läbi viidud ja analüüsitud kaks intervjuud läbipõlemist kogunud inimestega. Samuti on loodud läbipõlemist tutvustav video, mis tugineb nendele kahele intervjuule. Video toetamiseks ja läbipõlemise teadvustamiseks on loodud kleebised, mis tutvustavad läbipõlemise teemat.

Seisuga 09.12.2024 on projekti raames valminud videot YouTube kanalil vaadatud 240 korda. 100 QR koodiga kleebist jagatakse Tallinna Ülikooli tudengitele ja õppejõududele.

## **1.3. Grupp 2. #winemom narratiiv**

### **1.3.1. Probleemi olulisus**

“#winemom” ehk “#veiniemme” kultuur käsitleb sotsiaalmeedia ja popkultuuri rolli emaduse ning alkoholi tarbimise normaliseerimisel, tuues esile alkoholi kujutamise kui stressi leevendamise või emaduse lahutamatu osa. Selline narratiiv võib oluliselt mõjutada ühiskondlikke hoiakuid ja terviseprobleemide levikut. Teema aktuaalsus seisneb selles, et emade alkoholi tarbimine ei ole üksnes individuaalne harjumus, vaid sellel on laiemad tagajärjed nii peredele kui ka järgmistele põlvkondadele. Sotsiaalmeedia platvormid ja popkultuur kujundavad tihti kuvandeid, kus alkoholi tarbimine emade seas esitatakse kui vajalikku lõõgastusvahendit või lausa ühiskondlikult aktsepteeritavat normi. See võib viia eksliku arusaamani, et selline käitumine on kahjutu või lausa vajalik emadusega kaasnevate raskuste lahendamiseks. Tervise Arengu Instituudi uuringud näitavad, et naiste regulaarne alkoholi tarbimine Eestis on viimastel aastatel tõusutrendis, eriti veinide osas. Projektis käsitletud probleem on oluline, sest alkoholi tarbimise normaliseerimine avaldab pikaajalist mõju nii emade, laste kui ka kogu ühiskonna tervisele. Tõstes teadlikkust sellest, kuidas sotsiaalmeedia ja popkultuur kujundavad selliseid narratiive, on võimalik mõjutada ühiskondlikke norme ja vähendada alkoholi liigtarbimise negatiivseid tagajärgi. Seetõttu on #winemom kultuuri problemaatika mitte ainult aktuaalne uurimisteema, vaid ka oluline samm tervislikumate käitumismustrite edendamisel.

### **1.3.2. Tegevuste kirjeldus ja sidusgruppide ni jõudmine**

Projekti valmimine hõlmas mitmeid etappe, alates teemakohase kirjandusega tutvumisest kuni lõpptulemuse levitamiseni. Alustuseks uurisime teemakohaseid artikleid meedias ning kasutasime Tervise Arengu Instituudi uuringuid, et saada faktipõhist ülevaadet. Tutvusime teemakohaste välismaiste teadusartiklitega. Lisaks kuulasime teemakohaseid raadiosaateid, et laiendada vaatenurki ja ideid. Lõpptulemuseks otsustasime luua taskuhäälingu episoodi, mis kajastaks projekti käigus saadud teadmisi ja looks arutelu, mis kirjeldaks teema olulisust Eesti kontekstis. Valisime sobivad saatekülalised ja lõime kontakt ajakirjaniku ja sisulooja Britt Erneveini ning alkoholisõltuvuste ravile spetsialiseerunud psühholoogi Jane Alopiga. Küsimuste ettevalmistamisel keskendusime sellele, et saade oleks sisukas ja huvipakkuv. Taskuhäälingu episoodi salvestamise kõrval pöörasime tähelepanu visuaalsele identiteedile – kujundasime spetsiaalsed kleebised, mille disainimisel sidusime saate sisu ja jõulutemaatika.

Valminud taskuhääling avaldati Spotify voogedastusplatvormil, [Tallinn University Student Podcast](#) kanalil. Saate levitamiseks kasutati sotsiaalmeediat ja otsekontakte üliõpilaste hulgas, samuti sõprade ja tuttavate ringkonnas. Lisaks jagas taskuhäälingu episoodi ühiskonnateaduste instituudi nädala uudiskiri ning projektiliikmed ja juhendajad oma *Facebook*’i uudistevoos.

Projekti sihtgrupiks on kogu Eesti elanikkond. Projekti käigus valminud taskuhäälingu episoodi abil teavitatakse kuulajaid alkoholi liigtarvitamisega seotud faktidest ning selgitatakse sotsiaalmeedia ja popkultuuri mõju hoiakute kujundamisel. Üheks oluliseks sidusrühmaks on Tallinna Ülikooli üliõpilased, kuna neil on pereliikmena oluline roll enda igapäevases elukeskkonnas alkoholi liigtarvitamise ennetamisel ja tervislikumate valikute toetamisel. Üliõpilastel hulgas jagatakse lisaks taskuhäälingule ka projekti käigus valminud kleebiseid.

### **1.3.3. Jätksuutlikkus**

Meie projekt „Winemom kultuur” on jätkusuutlik nii formaadi kui ka sisu poolest. Kasutasime teadlikult ülikooli olemasolevat taskuhäälingu platvormi, selle asemel, et luua eraldi koduleht või muud digikanal, mis aja jooksul võiks kasutuseta jääda ja lihtsalt serveriruumi võtta. See lähenemine väldib digiprügi tekitamist ja tagab, et meie taskuhäälingu episood on kergesti kättesaadav sihtrühmale ning jääb osaks suuremast tudengite loodud sisust. Lisaks on taskuhäälingu formaadil ajatu väärtus. Kui näiteks lendlehed või sotsiaalmeedia postitused ununevad kiiresti, siis taskuhäälingu episood jääb platvormile alles, võimaldades sellele alati viidata. Seda saab kasutada õppematerjalina, uute projektide inspiratsioonina või viitena akadeemilistes töodes. Winemom-kultuur on aktuaalne ja mitmekihiline teema, mis peegeldab ühiskondlikke norme ja popkultuuri dünaamikaid, ning meie arutelu avab ukse edasisteks diskussioonideks. Sellise formaadi ja sisu kombinatsioon aitab projektil säilitada pikaajalise mõju ja väärtuse. See ei ole ühekordne algatus, vaid osa pidevast vestlusest, mis inspireerib nii praeguseid kui ka tulevasi tudengeid.

### **1.3.4. Tulemused**

Projekti käigus koguti nii teaduslikke materjale, kui ka viiteid sotsiaalmeediasisule ja veebilehtedele, mis #winemom narratiivi toetavad ning mida saime taskuhäälingu intervjuuküsimuste ette valmistamisel näideteks tuua. Materjalid on kättesaadavad antud ELU projekti *Google Drive* kasutas ning võivad olla heaks baasiks edasisteks uurimus- või teadustöödeks. Põhjalik ülevaade teoreetilisest baasist on leitav ka ELU vahekokkuvõtte ankeedist.

[Taskuhäälingu episood](#) Spotify platvormil on seisuga 09.12.2024 kuulatud 45 korral. Ehkki number ise võib tunduda tagasihoidlik, on sellegipoolest märkimisväärne, et 7 päeva jooksul ulatusime juba keskmise kuulamiste arvuni ligi 70 episoodi peale *Tallinn University Student Podcast* kanalil. See näitab, et teema on intrigeeriv, huvi tekitav ja läheb inimestele korda. Taskuhäälingus tehtud üleskutset jõuludeks alkoholi mitte kinkida toetavad kleebised, mida toodeti 100 tk ning mis jagatakse Tallinna Ülikooli tudengitele ja õppejõududele.



Joonis 2 Projekti „#Winemom“ kleebis

## 1.4. Grupp 3. Ületarbimine

### 1.4.1. Probleemi olulisus

Ületarbimine on üks peamisi keskkonnakahjude põhjustajaid, kuna see toob kaasa loodusvarade kurnamise, suure hulga jäätmete tekke ja loodusliku jalajälje kasvu. Projekti raames lõime video, mis motiveerib inimesi tegema säästlikumaid valikuid, vähendades tarbimise mõju keskkonnale. Lisaks aitab teadlikkus ületarbimisest suunata inimesi mõtlema rohkem ringmajanduse võimaluste üle.

Ületarbimine toob sageli kaasa ka tarbetuid kulutusi. Leidsime, et võlgades olevate inimeste arv kasvab kõige kiiremini vanusegrupis 18–25 aastat, kus võlgu on juba 4548 inimest keskmise summaga 3442 €. See tähendab, et iga 22. noor on võlgu keskmiselt 3442 €. Vanuserühmas 26–35 on iga 9. inimene võlgu keskmiselt 4979 €. Kui inimesed mõistaksid paremini ületarbimise tagajärgi, hakkaksid nad ehk väärtustama pigem kvaliteeti, mitte kvantiteeti, ning soetama asju, mis on vajalikud ja kauakestvad.



Meie grupp keskendus sellele, kuidas ületarbimist mõjutavad just suunamudijad. Eesmärk ei ole pakkuda lahendusi ületarbimise vähendamiseks, vaid aidata inimestel ära tunda selle mõju ning mõista, kuidas nad on igapäevaselt oma tarbimisotsustes mõjutatud. Meie töö aitab analüüsida, kuidas suunamudijad kujundavad tarbijate valikuid, ning rõhutab teadlikkuse tõstmise olulisust selles valdkonnas.

#### **1.4.2. Tegevuste kirjeldus ja sidusgruppide jõudmine**

Eesmärgi saavutamiseks keskendusime uurimistöole, mis hõlmas nii teoreetilist kui ka praktilist osa. Esmalt uurisime olemasolevat kirjandust, et mõista seost ületarbimise ja suunamudijate turunduse vahel. Filosoofilises ja psühholoogilises kontekstis keskendusime tarbimisühiskonna olemusele, sotsiaalse võrdluse teooriatele ning ületarbimise psühholoogilistele tagajärgedele.

Meie sihtrühmadeks olid noorem tarbijaskond (16–26-aastased) ja sisuloojad. Sisuloojad mängivad tarbimisühiskonnas olulist rolli, kuna nende loodud reklaamid ja sisu suunavad tarbijaid erinevaid tooteid ostma. Kuna noored on sageli sotsiaalmeedia ja reklaamide poolt kergemini mõjutatavad, pöörasime erilist tähelepanu sellele vanuserühmale, et tõsta nende teadlikkust ületarbimisest ning emotsiooniostude tegemise ohtudest.

Meie teoreetilise ja praktilise uuringu lõpptulemuseks valmis informatiivne video ületarbimise probleemist. Video eesmärk on jõuda valitud sihtrühmadeni sõnumiga, mis julgustab neid tegema teadlikumaid valikuid ja mõtlema hoolikalt läbi, kas ning mida nad tegelikult toodetest vajavad. Valminud video avaldati [Tallinna Ülikooli YouTube'i](#) kontol ning samuti jagati videot projektiliikmete ja juhendate abil *Facebook*'is. Video tutvustav uudisnupuke avaldatakse ka järgmises ühiskonnateaduste instituudi nädala uudiskirjas.

#### **1.4.3. Jätkusuutlikkus**

Projekti jätkusuutlikkuse tagamiseks lõime video, mis keskendub ületarbimise probleemidele ja selle seostele suunamudijate mõjuga. Video on mõeldud laialdaseks levitamiseks nii sotsiaalmeedias kui ka haridusasutustes, sealhulgas koolides. Samuti jagame projekti tulemusi Tallinna Ülikooli piires, et tagada, et sõnum jõuab meie sihtrühmani, milleks on 16–26-aastased noored. Video eesmärk on suurendada teadlikkust tarbimiskäitumise mõjust ja pakkuda praktilisi lahendusi vastutustundlikumaks tarbimiseks. Video kergesti jagatav formaat

võimaldab selle levikut jätkata ka pärast projekti lõppu, aidates pikemas perspektiivis kaasa teadlikkuse tõstmisele.

Projekti raames loodud video ja sellega seotud materjalid jäävad Tallinna Ülikooli omandisse. See tagab, et kõik projekti väljundid säilivad ja on kättesaadavad ka pärast projekti lõppu. Materjalid asuvad Tallinna Ülikooli ühiskonnateaduste instituudi nooremteaduri Erle Neeme hallatavas *Google Drive*'i kaustas, kust neid saab kasutada edaspidistes teadus- ja haridusprojektides. Ülikoolil on võimalus integreerida projekti tulemusi kursuste ja teadustööde raames, et jätkata ületarbimise teemade käsitlemist ka tulevikus.

#### **1.4.4. Tulemused**

Projekti käigus tutvusid kõik grupi liikmed põhjalikult teadusartiklite ja materjalidega, mis käsitlevad ja reguleerivad ületarbimist. Esmalt valmis ideekavand, mille abil kaardistasime märksõnad ja infootsingu meetodid, et selgitada välja sotsiaalmeedia poolt põhjustatud ületarbimise eripärad. Grupi liikmed kogusid hulgaliselt materjale, mis analüüsisid sotsiaalmeedia ja ületarbimise sotsioloogilisi, psühholoogilisi, filosoofilisi, turunduslikke ning õiguslikke aluseid. Ideekavandi abil määratlesime põhilised uurimissuunad, milleks said psühholoogia, õiguslik raamistik ja statistika.

Töö tulemusena valmis ELU grupi materjalide kaust, kuhu koguti olulisemad infoallikad. Arvestades meie sihtgruppi (16–26-aastased), valisime nendest materjalidest videosse kõige olulisemad faktid ja koostasime nende põhjal skripti. Videos keskendusime statistikale jätmete ja võlglaste kohta, põhjustele, miks sotsiaalmeedia soodustab ületarbimist, ning viisidele, kuidas sotsiaalmeedia meid mõjutab.

Video loomiseks kasutasime Canva rakenduse tasuta versiooni, mille abil õppisime videot monteerima ning lisasime heli ja subtiitrid. Video formaadina kasutasime grupiliikme salvestatud helifaili, millele valisime taustaks teemat ilmestavad kaadrid sotsiaalmeediast, reklaamidest, tarbimisest ja jäätmekäitlusest. Video eesmärk on kõnetada noori vanuses 16–26 sõnumiga: "Sotsiaalmeedia ei ole ostunimekiri". Video avaldati 9.12.2024 ja seda on ühe päeva jooksul esitatud 41 korral, mis on väga hea tulemus.



Joonis 3 Projekti "Ületarbimine" kleebis

## 1.5. Grupp 4. Valeuudised

### 1.5.1. Probleemi olulisus

Digimeedia ajastul on meedia levik kiire ja laialdane, mispärast võib ka kõige lihtsam viga viia valearusaamadeni või valeinfo suurejoonelise levikuni. Valeuudiste levik võib õhnestada inimeste usaldust riigiasutuste suhtes, tugevdada ühiskondlikke lõhesid ja süvendada vaenulikkust eri ühiskonnagruppide suhtes, levitada ühiskonnale kahjulikke tõekspidamisi seoses meditsiiniga, kui ka moonutada inimeste poliitilisi valikuid, kahjustades rahva demokraatiat. Oluline faktor siinjuures on faktikontroll ja mis määral suured meediakanalid, siinjuures nii platvormid kui ka ajalehed, oma väljaandeid kontrollivad.

Meie eesmärk oli uurida probleemi erinevate meediatöötajate ja blogijate perspektiivist, et leida ennetavaid meetmeid, kaitstes ajakirjanike sõnavabadust ning edendades kriitilist mõtlemist.

### 1.5.2. Tegevuste kirjeldus ja sidusgruppide ni jõudmine

Grupiliikmed arutasid omavahel, kuidas jagada ülesanded nii, et kõigil oleks võimalik projekti panustada. Otsustati viia läbi intervjuud oma ala spetsialistidega.

Mõlemad teemad (COVID-19 ja Nursipalu), mille kajastamise vaatlusel projekt põhines, on emotsionaalsed ja tekitavad vastandlikke seisukohti. Kallutatud, pooltõene või valeinfo on raskesti äratuntav, kui seda esitab peavoolumeedia. Samas ei saa neid uudiseid analüüsida propagandana, kuna puudub üheselt mõistetav suund, mille poole inimesi püütakse kallutada.

Otsustasime käsitleda teemat võimalikult neutraalselt ja objektiivselt ning püüda näha võimalikult suurt pilti.

Valisime välja kaks intervjueeritavat, kes igapäevaselt puutuvad kokku meedia ja valeinfoga: veebilehe Propastop esindaja, kes tegeleb propaganda ja vastutegevuse teemadega, ning ühe ministeeriumi endine avalike suhete nõunik.

Intervjuu küsimuste koostamisel kaardistasime põhilised uurimisküsimused, millest tuletasime teemat ja intervjueeritava arvamust täpsustavad ala-uurimisküsimused ja konkreetsed intervjuuküsimused. Leidsime, et sõltuvalt intervjuu kulgemisest saab vajadusel esitada ka lisaküsimusi, näiteks kui ilmneb projekti jaoks uut ja olulist infot. Intervjueeritavate leidmine ei olnud lihtne, kuna inimestel on ajapuudus ja/või terviseprobleemid. Sellegipoolest viisime intervjuud läbi ning nende põhjal koostasime analüüsi ja kokkuvõtte.

### **1.5.3. Jätkusuutlikkus**

Projekti jätkusuutlikkuse tagamiseks viisime läbi mitmeid tegevusi, mis aitavad hoida teadlikkust valeuudistest ja nende vastastest tegevustest ka pärast projekti lõppu. Tulemusi saab hiljem kasutada teadlikkuse tõstmiseks ja tegevuste kohandamiseks vastavalt inimeste vajadustele.

Alustuseks viisime läbi lühikese videointervjuu meediaekspertiga, kus käsitlesime konkreetseid valeuudiste näiteid ja arutasime praktilisi viise, kuidas infot kriitiliselt hinnata. Intervjuud ja sellega seotud materjalid võivad olla pikemaajalised teadlikkuse suurendamise vahendid, kuna neid saab jagada ja kasutada haridussektoris, kogukondades ja meedias.

Projekti lõpptulemuseks valmis lühike videoklipp, mis õpetab kriitilise mõtlemise oskusi ja aitab mõista valeuudiste mõju. Valisime selle formaadi, kuna see on kergesti jagatav sotsiaalmeedias ja jõuab laiema publikuni. Videos jagame praktilisi soovitusi, mida igaüks saab rakendada valeuudiste tuvastamiseks. Video avaldati [Tallinna Ülikooli YouTube](#)´i kontol ning samuti jagati videot projektiliikmete ja juhendate abil Facebook´is. Video tutvustav uudisnupuke avaldatakse ka järgmises ühiskonnateaduste instituudi nädala uudiskirjas. 9.12.2024 seisuga on videot esitatud 104 korral, mis on esimese päeva kohta väga hea tulemus.

Samuti kujundasime temaatilised kleebised „Kõik ilus pole tõsi!“ ja „Peata vale levik“, et edastada lihtsaid sõnumeid ja toetada projekti sõnumit igapäevaelus.



*Joonis 4 Projekti "Valeuudised" kleebis*

#### **1.5.4. Tulemused**

Intervjuude analüüs tõi esile valeinfo leviku ja mõju peamised aspektid ühiskonnas. Kõige haavatavamad teemad on tervishoid ja poliitika, kus valeinfo võib tugevalt mõjutada inimeste hoiakuid ja poliitilisi otsuseid. Peamine levikanal on sotsiaalmeedia, mis võimaldab valeinfot kiiresti ja ulatuslikult levitada, tihti ilma sisulise faktikontrollita.

Tulemused näitasid, et valeinfo suhtes on kõige haavatavamad vähem haritud ja sotsiaalselt isoleeritud rühmad, kellel puudub ligipääs usaldusväärsetele allikatele. Samas on nooremad, tehnoloogiliselt osavamad inimesed info tarbimisel kriitilisemad ja suudavad paremini eristada tõest infot väärast. Vanemaalised, kes eelistavad traditsioonilisi meediakanaleid, võivad aga olla kergemini mõjutatavad.

Valeinfo leviku piiramiseks rõhutati hariduse ja meediakirjaoskuse arendamise tähtsust. Oluline on edendada kriitilise mõtlemise oskusi, täiustada ajakirjanike faktikontrollimeetodeid ning järgida rangemaid eetilisi standardeid. Samuti on vajalik suurem tähelepanu ja tõhusam regulatsioon sotsiaalmeediaplatformide vastutusele valeinfo leviku piiramisel.

Kokkuvõttes tõi tulemused esile vajaduse mitmetasandilise lähenemise järele, kus kombineeritakse individuaalne teadlikkus ja institutsiooniline vastutus. Selline lähenemine aitab suurendada ühiskonna vastupanuvõimet valeinfo mõjule ja toetada tasakaalustatud ning tõendus põhised infoedastust.

## Projekti tegevuskava

Tegevused	Tähtaeg	Vastutaja(d)
Projektiliikmetega tutvumine, projekti eesmärgi ja tegevuskava tutvustamine. Vaheesitluse ja lõppesitluse kuupäevade määramine. Osalejate jaotamine gruppideks, grupiliikmete rollide määramine.	12.09.2024	Erle Neeme, Merle Laurits
Sotsioloogia. Teoreetilise lähtekohtade ja lisamaterjalidega tutvumine. Teooria arutelu.	19.09.2024	Erle Neeme, Merle Laurits
Sotsiaalteaduste uurimismeetodid. Kvalitatiivse andmeanalüüsi materjalidega tutvumine ning arutelu.	26.09.2024	Erle Neeme, Merle Laurits
Kvalitatiivne infootsing ja strateegiad.	03.10.2024	Merle Laurits
Turundusstrateegiad	10.10.2024	Erle Neeme, Merle Laurits
Vaheesitluseks materjalide ettevalmistamine	17.10.2024	Erle Neeme, Merle Laurits, Triin Limbach, Sirli Uuspõld, Kadri Küttim, Aleksandr Kirs
Tagasiside vaheesitlusele ning edasiste tegevuste ja grupitöö teemade arutelu.	31.10.2024	Erle Neeme, Merle Laurits, Triin Limbach, Sirli Uuspõld, Kadri Küttim, Aleksandr Kirs
Portfoolio koostamine: analüüs, sissejuhatus, kokkuvõte. Edasiste tegevuste arutelu ja vastutajate määramine.	21.11.2024	Erle Neeme, Merle Laurits, Triin Limbach, Sirli Uuspõld, Kadri Küttim, Aleksandr Kirs
Portfoolio koostamine: eneserefleksioon, esitlus, meediakajastuse ettevalmistamine	28.11.2024	Erle Neeme, Merle Laurits, Triin Limbach, Sirli Uuspõld, Kadri Küttim, Aleksandr Kirs
Portfoolio ülevaatus, meediakajastuse ja esitluse ettevalmistamine	05.12.2024	Erle Neeme, Merle Laurits, Triin Limbach, Sirli Uuspõld, Kadri Küttim, Aleksandr Kirs
ELU lõppesitlus	12.12.2024	Triin Limbach, Sirli Uuspõld, Kadri Küttim, Aleksandr Kirs

## Kommunikatsioon sidusrühmadele

Kogu projekti raames keskenduti neljale teemale, millega tegelesid erinevad grupid. Grupp 1 uuris läbipõlemist, grupp 2 keskendus #winemom-kultuurile, grupp 3 tegeles ületarbimise teemaga ja grupp 4 analüüsis vaeuudiseid. Kõik need teemad on tänapäeva maailmas väga aktuaalsed ja olulised, mistõttu need valiti projekti fookuseks.

Kui teemad olid välja valitud, hakati kavandama, kuidas uurimistulemusi ja teadlikkust kajastada. Lõpptulemusena valmis üks taskuhääling ja kolm videot, millest kaks põhinesid intervjuudel.

### Läbipõlemine

Läbipõlemise teema sihtrühmaks olid noored ja tööealised inimesed. Sihtrühmani jõudmiseks loodi sotsiaalmeedias avaldatav video, mis põhines intervjuudel inimestega, kes on ise läbipõlemist kogunud. Video avaldati [Tallinna Ülikooli YouTube'i kanalil](#) ning seda jagati ka isiklikel sotsiaalmeedia platvormidel. Lisaks kajastas projekti ja selle tulemust ühiskonnateaduste instituudi nädala uudiskiri.

### #winemom-kultuur

Winemom-kultuuri uurinud grupp oli ainus, kelle lõpptulemuseks oli taskuhääling. Valiti sobivad saatekülalised ning küsimused koostati nii, et saade oleks sisukas ja huvipakkuv. Taskuhäälingu salvestamisel pöörati tähelepanu ka visuaalsele identiteedile – loodi spetsiaalsed kleebised, mille disain seoti saate sisu ja jõulutemaatikaga. Taskuhääling avaldati Spotify's [Tallinn University Student Podcast](#)'i keskkonnas. Lisaks kajastas projekti ja selle tulemust ühiskonnateaduste instituudi nädala uudiskiri.

### Ületarbimine

Ületarbimise grupi sihtrühmaks olid noorem tarbijaskond (16–26-aastased) ja sisuloojad. Kuna sisuloojad mängivad tarbimisühiskonnas olulist rolli, suunates oma reklaamide ja sisuloomega tarbijaid erinevaid tooteid soetama, keskendus grupp nende mõjule. Lõpptulemuseks valmis informatiivne video liigtarbimise probleemist, mis julgustab sihtrühma tegema teadlikumaid valikuid ja mõtlema enne ostuotsuseid hoolikalt läbi, mida nad tegelikult vajavad. Video avaldati [Tallinna Ülikooli YouTube](#)'i kanalil ning seda jagati ka isiklikel sotsiaalmeedia

platvormidel. Lisaks kajastatakse projekti ja selle tulemust ühiskonnateaduste instituudi järgmise nädala uudiskiri.

## **Valeuudised**

Valeuudiste teemat uurinud grupp keskendus digimeedia ajastul levinud probleemile, kus uudised levivad kiiresti ja laialdaselt, mis võib kaasa tuua valeinfo leviku. Valiti välja kolm intervjueeritavat: blogija, ajakirjanik ja meediaekspert, kes puutuvad igapäevaselt kokku meedia ja valeinfoga. Intervjuude põhjal koostati õpetlik video, mis tutvustab valeinfo leviku mehhanisme ja selle ärahoidmise viise. Ka see video avaldati [Tallinna Ülikooli YouTube'i](#) kanalil ning seda jagati ka isiklikel sotsiaalmeedia platvormidel. Lisaks kajastatakse projekti ja selle tulemust ühiskonnateaduste instituudi järgmise nädala uudiskiri.

Lisaks projektide lõpptulemustele disainis iga grupp enda teemaga seotud kleebised, mida saab jagada teadlikkuse tõstmiseks ja projekti sõnumi edendamiseks.

## **Kokkuvõte**

Projekti „Analüüsi, tõlgenda, võimesta – kuidas mõista ühiskonda ja muuta maailma?“ eesmärk oli suurendada osalejate teadlikkust olulistest sotsiaalsetest probleemidest ja arendada praktilisi oskusi, sealhulgas sotsiaalteaduslike meetodite, turundusstrateegiate ja vabavariuste videotöötlusprogrammide kasutamist. Projekt keskendus neljale aktuaalsele teemale: läbipõlemine, „winemom“ kultuur, ületarbimine ja valeuudised.

Iga teema käsitlemiseks jaotati osalejad neljaks grupiks, kes viisid läbi uurimistöid ja lõid erinevaid teavitavaid materjale. Lõpptulemusena valmisid taskuhääling, videod ja visuaalsed materjalid, mis avaldati sotsiaalmeedias ja Tallinna Ülikooli platvormidel. Näiteks tõstis läbipõlemise teema esile töö- ja vaimse tervisega seotud probleeme ning sellel teemal valmis video, mis põhines läbipõlemist kogunud inimeste intervjuudel.

Projekt pakkus osalejatele võimalust süveneda keerukatesse sotsiaalsetesse nähtustesse ja esitada lahendusi teadlikkuse suurendamise kaudu. Jätksuutlikkuse tagamiseks on loodud materjalid, mida saab kasutada ka tulevikus nii hariduse kui teadustööde toetamiseks. Projekti



tulemused aitavad edendada kriitilist mõtlemist ja kultuuriteadlikkust, inspireerides jätkuvaid arutelusid ja algatusi ühiskonna paremaks mõistmiseks ja muutmiseks.

## **Jooniste loend**

Joonis 1 Projekti „Läbipõlemine“ kleebis.....	5
Joonis 2 Projekti „#Winemom“ kleebis.....	8
Joonis 3 Projekti "Ületarbimine" kleebis .....	11
Joonis 4 Projekti "Valeuudised" kleebis .....	13

## Projekti teoreetilise raamistiku loomisel kasutatud allikad

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. . W.H. Freeman and Company.
- Berger, P. &. (2018). *Tegelikkuse sotsiaalne ülesehitus. Teadmussotsioloogiline uurimus*. . Ilmamaa.
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., & Welch, I. (1992). A theory of fads, fashion, custom, and cultural change as informational cascades. *Journal of Political Economy*., 100(5). doi:10.1086/261849
- Breidaks, A. (25. november 2024. a.). «Metsiste stress on tähtis, aga inimestest on suva.» Nursipalu rahvakoosolek Võrus läks käest ära. *Lõuna-Eesti Postimees*. Allikas: Lõuna-Eesti Postimees: <https://lounapostimees.postimees.ee/8142004/metsiste-stress-on-tahtis-aga-inimestest-on-suva-nursipalu-rahvakoosolek-vorus-laks-kaest-ara>
- Cunic, A. (2023). *How Does Propaganda Work?* Allikas: verywellmind: <https://www.verywellmind.com/how-does-propaganda-work-5224974>
- Darmawan, D., & Gatheru, J. (2021). Understanding impulsive buying behavior in marketplace. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(1). doi:10.56348/jos3.v1i1.2
- Edú-Valsania, S., Laguía, A., & Moriano, J. A. (2022). Burnout: A review of theory and measurement. *Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3). doi:10.3390/ijerph19031780
- Eesti Statistikaamet. (kuupäev puudub). *Jäätmed ja ringmajandus*. Allikas: Eesti Statistikaamet: <https://www.stat.ee/et/avastatistikat/valdkonnad/keskkond/jaatmed-ja-ringmajandus>
- Emily, & Nagoski, A. (2024). *Läbipõlemine: Stressitsüklite lõpetamise võimalused*. Pilgrim.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. Allikas: [https://is.muni.cz/el/1423/podzim2018/POL256/um/Entman\\_1993\\_FramingTowardclarificationOfAfracturedParadigm.pdf](https://is.muni.cz/el/1423/podzim2018/POL256/um/Entman_1993_FramingTowardclarificationOfAfracturedParadigm.pdf)

- Euroopa Liit. (11. mai 2005. a.). *Ebaausate kaubandustavade direktiiv (UCPD) - 2005/29/EC*.  
Allikas: EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX%3A32005L0029>
- Fook, A. L., & McNeill, L. (2020). Click to buy: The impact of retail credit on over-consumption in the online environment. *Sustainability*, 12(18). doi:10.3390/su12187322
- Haridus- ja Teadusministeerium. (2023). *Meediapädevus*. Allikas: Haridus- ja Teadusministeerium: <https://hm.ee/et/tegevused/meediapadevuse-nadal-2023>
- Hjørland, B. (2012). Methods for evaluating information sources: An annotated catalogue. *Journal of Information Science*, 38(3), 258-268. doi:10.1177/0165551512439178
- Isaac, K. N., Sarah, Z. T., Kar, M. C., & Desmond, B. T. (2024). Looking beyond duty hours: Offering a balanced quantitative-qualitative approach to resident burnout. *The Journal of the Royal College of Physicians of Edinburgh*, 54(3), 236-240. doi:10.1177/14782715241273739
- Johnstone, M.-L., & Hooper, S. (2016). Social influence and green consumption behaviour: A need for greater government involvement. *Journal of Marketing Management*, 32(9-10), 827-855. doi:10.1080/0267257X.2016.1189955
- Julianus Inkasso. (2024). *Eesti suurim eraisikute maksehäirete analüüs: Võlgade summa on hüppeliselt kasvamas*. Julianus Inkasso. Allikas: <https://julianus.ee/eesti-suurim-eraisikute-maksehäirete-analuus-volgade-summa-on-huppeliselt-kasvamas/>
- Kärmas, M. (08. märts 2023. a.). *"Pealtnägija": kas vaktsiinikahjude hüvitamises peaks midagi muutma?* Allikas: ERR: <https://www.err.ee/1608908333/pealtnagija-kas-vaktsiinikahjude-huvitamises-peaks-midagi-muutma>
- Kliimaministeerium. (7. oktoober 2024. a.). *Tekstiilijätmed*. Allikas: kliimaministeerium: <https://kliimaministeerium.ee/tekstiil>
- Kusma, E. (2023). 44 kahjujuhtumit: vaktsiinikindlustuse fond on välja maksnud üle 150 000 euro. *Õhtuleht*. Allikas: Õhtuleht: <https://www.oh tuleht.ee/tervis/1081360/44-kahjujuhtumit-vaktsiinikindlustuse-fond-on-valja-maksnud-ule-150-000-euro>

- Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. (18. juuni 2024. a.). *Reklaamiseadus*. Allikas: Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium: <https://mkm.ee/reklaamiseadus>
- Martin, K., Moora, H., Hvass, K. K., & Watson, D. (2020). *Eesti tarbimisjärgsed rõiva- ja tekstiilivood*. Keskkonnaministeerium. Allikas: <https://ringmajandus.envir.ee/sites/default/files/2020-09/eesti-tarbimisjargsed-roiva-ja-tekstiilivood-1.pdf>
- Maxwell, E., McCombs, D., & Shaw, L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. doi:10.1086/267990
- Mehta, L., Mehta, S., & Baliga, R. (2024). Dual indicators of well-being: Leading with fulfillment, lagging with burnout. *Journal of the American Heart Association*, 13(18). doi:10.1161/JAHA.124.036874
- Merisalu, E., Pötz, U., Wiesmann, U., Ilves, M., & Vähi, M. (2014). Arstiüliõpilaste stress, läbipõlemine ja tervis kolmel esimesel õppeaastal. *Eesti Arst*, 93(10). Allikas: <https://eestiarst.ee/arstiuliopilaste-stress-labipolemine-ja-tervis-kolmel-esimesel-oppeaastal/>
- Mesipuu, B. (2022). Suunamudijate turundustegevuse tajumine ja ostukäitumisele suunamine – Eesti noorte arvamused ja kogemused. Tartu Ülikool. Allikas: [https://milos.ee/wp-content/uploads/2022/06/mesipuu\\_brit\\_mag.pdf](https://milos.ee/wp-content/uploads/2022/06/mesipuu_brit_mag.pdf)
- Michelson, T., & Õnneleid, A. (22. aprill 2024. a.). Kallas Võru kohalikele: Olete saanud minu peal end välja elada ja loodan, et teil kõigil on parem olla. *Maaleht*. Allikas: <https://maaleht.delfi.ee/artikkel/120287530/kaja-kallas-voru-kohalikele-olete-saanud-minu-peal-end-valja-elada-ja-loodan-et-teil-koigil-on-parem-olla>
- Nickerson, S. R. (1998). Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology*, 2(2). doi:10.1037/1089-2680.2.2.175
- Pärn, K. (2023). Üliõpilaste läbipõlemine ja seda soodustavad tegurid. Allikas: <https://dspace.ut.ee/server/api/core/bitstreams/88ed615b-1489-4d4a-8330-4642c88422d0/content>

- Peterson, P., Ress, K., Kisand, K., Haljasorg, U., Kisand, K., & Link, M. (2021). Teadlased ja arstid: pandeemiast ja piirangutest saab praegu vabaks vaid vaksineerides. *Postimees*. Allikas: <https://teadus.postimees.ee/7365650/teadlased-ja-arstid-pandeemiast-ja-piirangutest-saab-praegu-vabaks-vaid-vaksineerides>
- Pevkur, H. (2022). Hanno Pevkur: Nursipalu harjutusvälja saab laiendada vaid koostöös kohalikega. *Lõuna-Eesti Postimees*. Allikas: <https://lounapostimees.postimees.ee/7646426/hanno-pevcur-nursipalu-harjutusvalja-saab-laiendada-vaid-koostoos-kohalikega>
- Postimees. (28. detsember 2022. a.). Eesti suurimad raadiojaamad reklaamivad vaktsiinide valeinfost pungil veebilehte. *Postimees*. Allikas: <https://tervis.postimees.ee/7679357/eesti-suurimad-raadiojaamad-reklaamivad-vaktsiinide-valeinfost-pungil-veebilehte>
- Propastop. (2023). *Valeinfo ja desinformatsioon Eestis*. Allikas: Propastop: <https://www.propastop.org/>
- Rahvaalgatus. (2023). *Ei Nursipalu harjutusväljaku laiendamisele!* Allikas: Rahvaalgatus: <https://rahvaalgatus.ee/initiatives/824-ei-nursipalu-harjutusv%C3%A4ljaku-laiendamisele>
- Tallinna linna kassatsioonkaebus, 2-21-12706 (Riigikohus 12. märts 2024. a.). Allikas: <https://www.riigikohus.ee/et/lahendid/?asjaNr=2-21-12706/92>
- Tallinna Ülikool; Tallinn University. (9. oktoober 2024. a.). Ekspert eetris: Katrin Aava “Millal on liiga palju? Ületöötamine ja selle vaimne mõju tervisele”. YouTube. Allikas: <https://www.youtube.com/watch?v=Sm9129PmIeg>
- Tarbijakaitse ja Tehnilise Järevalve Amet. (2. märts 2022. a.). *Reklaam sotsiaalmeedias*. Allikas: Tarbijakaitse ja Tehnilise Järevalve Amet: <https://www.ttja.ee/ariklient/ettevotlus/tarbijakaitseenouded-tegevusalale/reklaam#reklaam-sotsiaalmeed>
- Trumpold, K., Zapf, D., & Kern, M. (2024). A reverse perspective on emotion work and well-being: Connecting chronic burnout to emotion regulation from an antecedent perspective. *31, 3*. Association 2024. doi:<https://doi.org/10.17605/OSF.IO/ME8XT>

Vainjärv, M. (2024). Õpetajakoolituse üliõpilaste akadeemiline läbipõlemine ning sellega seotud tegurid. Allikas: <https://www.etera.ee/zoom/201866/view?page=1&p=separate&tool=info>

Võrumaa Teataja. (12. märts 2017. a.). Tsahkna: Nursipalu harjutusväli ehitatakse välja igal juhul. *Võrumaa Teataja*. Allikas: <https://vorumaateataja.ee/koik-uudised/eesti-uudised/17036-tсахkna-nursipalu-harjutusvali-ehitatakse-valja-igal-juhul>

Warde, A. (2022). Society and consumption. *Consumption and Society*, 1(1), 11-30. doi:10.1332/GTYE7193