

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Joanna Laast

Üliõpilaste praktikad ja motivatsioon nutiseadmest uudiste

jälgimisel

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Ragne Kõuts-Klemm, PhD

Tartu 2019

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	5
1.1. Muutused uudismeedias ja selle tarbimises	5
1.1.1. Sotsiaalmeedia mõju uudiste tarbimisele	6
1.1.2. Tehnoloogiliste muutustega kaasnevad probleemid.....	7
1.2. Nutiseadmest uudiste jälgimine	9
1.2.1. Nutiseadmest uudiste jälgimise kanalid	10
1.3. Eesti elanike interneti ja uudismeedia tarbimine	12
1.4. Uudismeedia tarbimise motiivid: tarvete ja tasude teooria.....	13
1.5. Uudismeedia tarbimise praktika	17
1.6. Varasemad uuringud üliõpilaste ja nutiseadmest uudismeedia tarbimisest.....	18
1.7. Töö eesmärk ja uurimisküsimused	20
2. MEETOD JA VALIM.....	21
2.1. Valim	21
2.2. Andmekogumismeetod	22
2.3. Andmeanalüüsimetod.....	24
3. TULEMUSED.....	26
3.1. Üliõpilaste uudismeedia tarbimise osakaal nutiseadmest.....	26
3.1.1. Nutiseadmest uudiste jälgimine päeva lõikes	29
3.2. Nutiseadmest uudismeedia jälgimiseks kasutatavad kanalid.....	30
3.3. Üliõpilaste praktikad nutiseadmest uudismeedia jälgimisel	35
3.4. Üliõpilaste motivatsioon nutiseadmest uudismeedia jälgimisel	40
4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	43
4.1. Järeldused.....	43
4.2. Diskussioon.....	48
4.3. Meetodi kriitika ja edasised uurimissuunad.....	50
KOKKUVÕTE	53
SUMMARY	55
KASUTATUD KIRJANDUS	57
LISAD	64
Lisa 1. Intervjuu kava	64
Lisa 2. Vastuste leht.....	67
Lisa 3. Koodipuu.....	70

SISSEJUHATUS

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on uurida, kui suurel määral ja milliste kanalite kaudu jälgivad üliõpilased nutiseadmest uudismeediat ning millised on nende peamised praktikad ja motivatsioon nutiseadmest uudismeedia jälgimisel. Eesmärgi täitmiseks kogusin empiirilisi andmeid kombineeritud meetodiga, milleks oli semistruktureeritud individuaalintervjuud täiendava lisalehega ning analüüsisin kogutud andmeid kvalitatiivse sisuanalüüsi meetodiga.

Teemat on oluline uurida mitmel põhjusel. Nutiseadmed on viimastel aastatel muutunud aina olulisemaks uudistekanaliks, suurenenud on ka mobiilirakenduste ja mobiilsete teavituste olulisus (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy ja Nielsen, 2018). Samas nutiseadmest uudiste lugemise pealiskaudsuse ja valikulisuse tõttu näevad mitmed uurijad ohuna auditooriumi killustatust (Starr, 2011; Webster ja Ksiazek, 2012; Weeks, Ksiazek ja Holbert, 2016), mis võib omakorda viia selleni, et lugeja ei suuda ühiskonnas kaasa rääkida (Starr, 2011; Fletcher ja Nielsen, 2017). Lisaks on mitmed uurijad toonud välja, et oluline on uurida muutusi uudiste sisus ja selle tarbimises, kuna tegemist on poliitiliselt relevantse sisuga, mis mängib olulist rolli poliitiliste teadmiste levitamises (Curran, Iyengar, Lund ja Salovaara-Moring, 2009) ning motiveerib kodanikke poliitikas osalema ja tegema informeeritud valikuid (Bakker ja de Vreese, 2011).

Kantar Emori Meediapäeva uuringu (2018) andmetel tarbivad paljud Eesti noored uudiseid nutiseadme kaudu, üliõpilased on kõige aktiivsemad meediatarbijad ning kasutavad kõige enam sotsiaalmeediat ning mobiiltelefone. Üliõpilaste poolt kasutatavad sotsiaalmeediaplatformid on muutnud seda, kuidas uudiseid toodetakse, levitatakse ja nende üle arutatakse (Nielsen ja Schrøder, 2014), mis omakorda võib mõjutada üliõpilaste uudiste tarbimist. Noorte meediatarbijate uudismeedia jälgimise uurimine on oluline nii ajakirjandusväljaannete jätkusuutlikkuse kui ka üliõpilaste ühiskondliku informeerituse kontekstis, kuna väljaannetel on tarvis säilitada enda positsioon muutuvus uudiste tarbimise keskkonnas (Peters, 2012) ning nutiseadme kui uudistekanal pealiskaudsus võib tagajärjena tuua kaasa auditooriumi killustatuse ja vähese informeerituse (Starr, 2011; Fletcher ja Nielsen, 2017). Üliõpilaste meediatarbimist on erinevate uurijate arvates oluline uurida ka seetõttu, et uued meediatehnoloogiad on end põiminud noorte igapäevasesse ellu kui meelelahutuse ja informatsiooni allikad (McMillan ja Morrison, 2006; Diddi ja Larose, 2006).

Varasemalt on Eestis uuritud üliõpilaste uudismeedia tarbimist seoses teiste meediumitega ning Mihkel Tamm (2016) on lähemalt uurinud nutiseadmest uudiste lugemist, keskendudes erinevate ea- ja soogruppide praktikate võrdlemisele ning olukordade välja selgitamisele, mil inividid nutiseadmest uudiseid loevad. Samas ei ole varasemalt uuritud üliõpilaste nutiseadmest uudiste jälgimist ja puudub detailsem ülevaade selle grupi poolt kasutatavatest kanalitest, nende praktikatest ja motivatsioonist uudismeedia jälgimisel nutiseadmest.

Töö esimeses peatükis esitlen bakalaureusetöö teoreetilised ja empiirilised lähtekohad, varasemad uuringud ning uurimisküsimused. Teises peatükis kirjeldan ja selgitan valimi koostamise põhimõtteid ning seejärel põhjendan kasutatud andmekogumis- ja analüüsimeetodi valikut. Kolmandas osas annan põhjaliku ülevaate individuaalintervjuude ja lisalehtede kombineerimisel kogutud peamistest tulemustest. Neljandas peatükis toon välja põhilised järeldused teooria ja kogutud empiirilise materjali põhjal, lisaks ka diskussiooni, meetodi kriitika ja võimalikud edasised uurimissuunad.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Esimeses peatükis annan ülevaate bakalaureusetöö teoreetilistest lähtepunktidest, esiteks tutvustan muutusi uudismeedias ja selle tarbimises ning probleeme, mis muutustega kaasnevad. Seejärel annan ülevaate nutiseadmest kui uudiste jälgimise kanalist ning kolmandana toon välja, millised interneti ja uudismeedia tarbijad on eestlased ja üliõpilased. Neljandas peatükis selgitan meediakasutuse ja motivatsiooni uurimist lähtuvalt tarvete ja tasude paradigmat ning järgnevas peatükis annan ülevaate praktikateooriast ja praktikatest. Seejärel toon välja varasemad uuringud, mis käsitlevad üliõpilaste uudismeedia jälgimist ja nutiseadmest uudiste jälgimist ning viimases peatükis esitlen teoreetilistest ja empiirilistest lähtekohtadest tulenevad uurimisküsimused.

1.1. Muutused uudismeedias ja selle tarbimises

Ajakirjanduse edukaks tulevikuks on tarvis mõista auditooriumi, sest mida enam on uudiste jälgimise kanaleid ja mida mobiilsemaks muutub uudismeedia tarbimine, seda enam tuleb jälgida, kuidas kogeb neid muutusi auditoorium (Peters, 2012). Kui ajakirjanduslik organisatsioon soovib käia kaasas kaasaegse auditooriumi praktikatega, kõnetada nooremat põlvkonda ja tulla toime muutuva meediamaastikuga, kus uudissisu tuleb esitada arvestades ajasurvel põhinevat ja mobiilset tarbimist, on tarvis aktuaalseid andmeid sellest, kuidas, millal ja milliste kanalite kaudu inimesed uudismeediat tarbivad (*ibid*). Internet on suuresti muutnud nii uudiste tootmise praktikaid ja väärtusi kui ka uudiste tarbimise dünaamikat (Siles ja Boczkowski, 2012: 6).

Uued meediaformaadid nagu blogid, uudisagregaatorid (ingl *news aggregators*) ja sotsiaalmeedia lehed on muutnud seda, kuidas inimesed uudiseid tarbivad, sest uus meedia pakub reaajas tasuta uudiseid vastukaaluks kallile ja vananenud infoga trükimeediale (Siles ja Boczkowski, 2012). Tehnoloogia võimaldab ajakirjandustöös kasutada algoritme, mis mängivad aina olulisemat rolli erinevate kasutajale suunatud teenuste juures, näiteks uudiste puhul, kuna neil on võimekus hallata suuri andmemahte ja esitada kasutajale personaliseeritud informatsiooni vastavalt tema profiilile (Napoli, 2014; Pariser, 2011). Uudismeedia puhul aitavad algoritmid väljaande disainida selliseks, et kindlast teemast huvitatud lugeja leiab teema kohta infot ja seeläbi jääb ta väljaannet lugema (Kim ja Lee, 2019). Lühidalt öeldes aitavad algoritmid luua sellise uudistekanalit, mis vastab lugeja ootustele (Beam, 2014).

Enne uue meedia tulekut, kui inimesed, keda väga poliitiline maailm ei huvitanud, lugesid ajalehte või vaatasid televisiooni, puutusid nad siiski paratamatult poliitiliste uudisega kokku, sest vana meediamudel soosis juhuslikku kokkupuudet poliitikaga (Starr, 2011: 239). Kuid internetist on võimalik tarbida infot või meelelahutust ka nii, et kasutaja isegi ei puutu uudistega kokku (*ibid*). Samas tähendab valikute rohkus seda, et inimestel on võimalik tarbida vaid neid uudiseid, mis sobivad kõige paremini kokku nende poliitilise maailmavaatega (*ibid*). Prior (2007) näitas, et suurem valikuvõimalus laseb poliitikast huvitatud inimestel saada ligi suuremale hulgale informatsioonile ja suurendada enda teadmisi. Samas need inimesed, kes eelistavad poliitilist sisu mitte lugeda, saavad neid uudiseid veelgi lihtsamalt ignoreerida ja kokkuvõttes jõuab nendeni vähem poliitilist sisu kui varasemalt (*ibid*).

Kim Christian Schrøder (2015) võrdleb tänapäevast uudismeedia tarbimist toidupoes ostlemisega, kuna tarbijad valivad riulitelt need uudised, mille jaoks neil on aega, mida nad peavad kas hädavajalikuks, oluliseks või nauditavaks ja mis on nende jaoks taskukohased. Selektiivse kokkupuute (ingl *Selective Exposure*) uurimused on pikka aega näidanud, et inimesed eelistavad tarbida informatsiooni, mis toetab nende enda vaateid (Sears ja Freedman, 1967; Frey, 1986; Stroud, 2010) ja sellega filtreerivad välja need sõnumid, mis läheksid vastuollu nende vaatekohtadega (Beam, 2014).

Peters (2012: 689) võtab ajakirjanduses toimunud muutused kokku kolme sõnaga: ruum, kiirus, mugavus. Ruumi all peab ta silmas aina rohkem kohti, kus inimesed meediat tarbivad; kiirus tähendab infoühiskonna aina kiiremat infoliikumist; mugavuse all mõtleb ta ajakirjanduse eesmärki võimaldada auditooriumile võimalikult palju ajakirjanduslikke kanaleid (*ibid*). Peters (2012: 697) rõhutab uudiste jälgimise asukohapõhisust, öeldes, et „uudiste tarbimine on rohkem kui lihtsalt tegevus, see on tegevus, mida me teeme kindlas kohas“.

1.1.1. Sotsiaalmeedia mõju uudiste tarbimisele

Viis, kuidas indiviidid uudiseid näevad, jagavad ja neist räägivad, on radikaalselt muutumas, kuna personaliseeritud algoritmidel põhineval sotsiaalmeedia uudisvool saavad kokku uudised ja inimese personaalsed teavitused ning aina enam kasutatakse suhtlemiseks mõeldud sotsiaalmeedia kanaleid selleks, et arutada uudiste üle (Peters ja Schrøder, 2018). Uudiste tarbimine ei toimu enam tsüklina ja ühekülgsena, mida juhib massimeedia, vaid on kujunenud uus tsükkel, kus tavalised

inimesed saavad sotsiaalmeediat kasutades aktiivselt kommenteerida, jagada ja ise uudiseid luua (Chadwick, 2011). Erinevate sotsiaalmeedia kanalite nagu Facebook ja Twitter aina laiapõhjalisem kasutamine on muutmas seda, kuidas uudiseid toodetakse, levitatakse ja nende üle diskuteeritakse (Nielsen ja Schröder, 2014).

Sotsiaalmeedia kasutajad kalduvad keskenduma piiratud hulgal lehtedele ja spetsiifilistele narratiividele ning liituma polariseerunud gruppidega, tekitades n-ö kajakambri, kus nad veelgi tugevdavad enda eksisteerivat maailmavaadet (Schmidt, Zollo, Del Vicario, Bessi, Scala, Caldarelli, Stanley ja Quattrociocchi, 2017: 1). Kuigi eelnevatel aastatel on sotsiaalmeedia kaudu uudiste kättesaamine olnud tõusuteel, siis Reutersi Instituudi 2018. aasta Digital News raportist selgus, et 2018. aastal vähenes riikides nagu USA, Suurbritannia ja Prantsusmaa sotsiaalmeediast uudiste lugemine, mille peamiseks põhjuseks oli Facebookis uudiste postitamise ja jagamise vähenemine (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Lecy ja Nielsen, 2018: 10). Lisaks selgus raportist, et uudistele eelistatakse ligi pääseda mitte otse veebiportaalist või mobiilirakendusest, vaid erinevate liideste kaudu, mis otsivad ja järjestavad uudiseid algoritmide abil, näiteks otsingumootorid, sotsiaalmeedia või uudisteagregaatorid (Newman jt, 2018). Vähem eelistatakse liideseid, mida juhivad inimesed, näiteks e-maili teel saadetavad või mobiilsed teavitused (Newman jt, 2018: 14).

1.1.2. Tehnoloogiliste muutustega kaasnevad probleemid

Tehnoloogilised muutused on viinud selleni, et on tekkinud informatsiooni ja uudiste üleküllus. Informatsiooni üleküllust võib defineerida kui konditsiooni, kus inimene ei suuda läbi töötada kõiki kommunikatsiooni ja informatsiooni andmeid, mille tulemus on ebaefektiivne ja katkestatud informatsiooni töötlemine (Rogers ja Agarwala-Rogers, 1975, viidatud Jones, Ravid ja Rafaeli, 2004 kaudu). Informatsiooni hulga plahvatuslik kasv suurendab küll ühest küljest valikuvõimalust, aga samas viib informatsiooni raiskamiseni ja ülekülluseni ning valikute rohkus võib tähendada tegelikult tarbimise vähenemist (Karppinen, 2007: 15). Lisaks mitmekesisusele on tehnoloogilised uuendused toonud kaasa ka mure ühiskonna fragmenteerituse, ekstreemse individualismi, ühiste platvormide kadumise ja nende tagajärgede üle (*ibid*), seega soodustab mitmekesisus ühiskonda killustava infomüra teket (Karppinen, 2007).

Digitaalsel ajal, mil ettevõtted võistlevad tarbija tähelepanu üle ja lugeja truudus võib kaduda silmapilgu jooksul, on üheks meediaäri keskseks probleemiks saanud tarbija usalduse võitmine (Newman jt, 2018: 17). Reutersi Instituudi uuringust selgus, et kui veidi üle pooled vastanutest usaldavad uudismeediat, mida nad ise jälgivad, siis vaid 23% usaldab sotsiaalmeedia kaudu loetud uudiseid (*ibid*). Uuring näitab, et tarbija usaldus uudissisu suhtes on enamikes riikides jätkuvalt murettekitavalt madal ning tihtipeale on see seotud tugeva meedia polariseerumise ning poliitilise mõju tajumisega (*ibid*).

Uudiste digitaliseerimine, eelkõige sotsiaalmeedia aina suurem roll uudistekanalina, on põhjustanud ka suurema valeinformatsiooni leviku (Allcott ja Gentzkow, 2017; Tandoc, Lim ja Ling, 2018). Sotsiaalmeedia platvormide struktuur erineb märkimisväärselt varasematest meediatehnoloogiatest (Allcot ja Gentzkow, 2017), kuna tavalised kodanikud saavad üles laadida uudisväärset ja ajakirjanduslikku sisu (Tandoc, Lim ja Ling, 2018), mis ei ole filtreeritud, kontrollitud ega sisuliselt toimetatud (Allcot ja Gentzkow, 2017: 211). Lisaks sellele, et neil platvormidel on massiline kasutajaskond, hõlbustavad need kiiret informatsiooni vahetust ja levikut, mis samas tähendab ka valeinformatsiooni, näiteks valeuudiste, levimisele kaasa aitamist (Tandoc, Lim ja Ling, 2018: 139). Valeuudised (ingl *fake news*) on artiklid, mis on tahtlikult valed, mille väärsust saab kontrollida ja mis võivad lugejaid eksitada (Allcott ja Gentzkow 2017: 213).

Reutersi Instituudi uuringust selgus, et kui tarbijad rääkisid valeuudistest, olid nad tegelikult enamasti mures hoopis kehva ajakirjanduse, *clickbait*'i ja kallutatud uudiste osas ning nende kolme probleemiga puutuvad nad omasõnul ka kõige enam kokku (Newman jt, 2018: 19). *Clickbait* on lühike sõnum, mis meelitab lugejat lingile klikkima ning seda kasutavad põhiliselt veebisisu väljaandjad selleks, et tõsta lehe lugejaskonda (Potthast, Köpsel, Stein ja Hagen, 2016). Reutersi Instituudi raporti kohaselt on inimeste arvates kõige rohkem probleeme kallutatud uudistega peavoolu meedial (Newman jt, 2018: 47). Üheks põhiliseks valeinformatsiooni leviku käivitajaks peetakse sotsiaalmeedia kasutajate polariseerumist, mitte kontrollitud faktide vähesust (Schmidt jt, 2017). Tekib küsimus, kas eestlaste jaoks on samuti probleemiks informatsiooni üleküllus ja valeuudised ning kuidas nad nende probleemidega tegelevad.

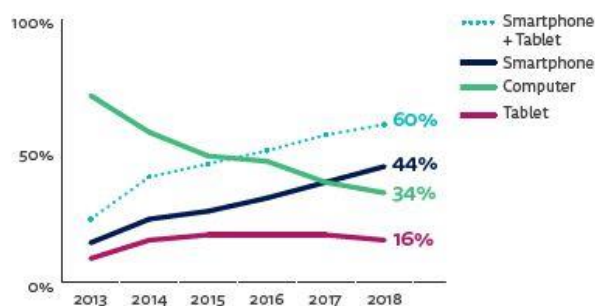
1.2. Nutiseadmest uudiste jälgimine

Nutiseadmed (ingl *mobile devices, smart devices*) on kaasaskantavad arvutiseadmed, näiteks mobiiltelefonid või tahvelarvutid (Oxford living dictionary, 2019b). Nutiseadmed on aina olulisemad vahendid uudismeedia tarbimisel (Newman jt, 2018). Mobiilseid seadmeid nähakse parima ülevaatliku informatsiooni saamise vahendina, sest need võimaldavad pääseda uudistele ligi igal hetkel ja igas paigas (Schröder, 2015; Wolf ja Schnauber, 2015). Mobiilne internet tagab selle, et seadmest on alati võimalik lugeda kõige värskemad uudissisu ning seadmete mobiilsus võimaldab inimestel tarbida uudissisu erinevate tegevuste vahepeal ehk ajaaukudel (ingl *pocket of time*), mille tõttu on uudiste lugemine juhuslik, ülevaatlilik ja pealkirjadel põhinev (Schröder, 2015: 74). Nutiseadmed võtavad arvesse nii kasutaja asukohta, kasutamise mustreid kui ka isiklike eelistusi (Wolf ja Schnauber, 2015).

Nutiseadmest uudiste tarbijad jälgivad suurema tõenäosusega uudiseid sagedasti, kasutavad mitmeid uudiste platvorme ning jagavad uudissisu teistega (Chan-Olmsted, Rim ja Zebra, 2012: 129). Wen-Chia Wangi (2017) uudisrakendustel põhineva kasutajakogemuse uuringust selgus, et lugejad peavad nutiseadme puhul oluliseks laia temavalikut, lühikeste artiklite olemasolu, teemade kategoriseerimist ja võimalust artiklit sõpradega sotsiaalmeedia kaudu jagada.

Reutersi Instituudi raporti kohaselt on jätkuvalt kasvuteel uudisrakenduste ja mobiiliteavituste olulisus (Newman jt, 2018: 10). Suurbritannia on üks näide sellest, et inimesed on hakanud eelistama arvuti asemel nutitelefoni kui enda põhilist uudiste jälgimise seadet (vt Joonis 1), tahvelarvutite olulisus on hakanud langema, samas on nutitelefoni muutunud võimsateks ja mitmekülgseteks (Newman jt, 2018: 28).

PROPORTION THAT SAY EACH IS THEIR MAIN NEWS DEVICE
(2013-18) - UK



Joonis 1. Suurbritannia elanike peamised uudiste jälgimise seadmed aastatel 2013-2018 (Newman jt, 2018: 28)

Meediaseadmete individualiseerimine ja tarbimise personaliseeritus muudab uudiste tarbimist üha enam isiklikul tasemel nähtavaks, aga avalikul tasemel nähtamatuks praktikaks, sest kui varasemalt oli uudiste tarbimine teistele nähtav, näiteks ühistranspordis ajalehe lugemine või televiisorist õhtuste uudiste vaatamine, siis nüüd on uudiste tarbimine vähem etteaimatav (Peters ja Schröder, 2018).

Nutiseadmega seotud trendid on olulised, kuna auditooriumi aina lühem tähelepanu kestvus ja väiksemad ekraanid mõjutavad seda, millist tüüpi uudissisu toodetakse (Newman jt, 2018). Millised on nutiseadmega seotud trendid aga Eesti inimeste hulgas, kui oluliseks on nutiseade nende seas muutunud ja kui palju jälgivad nad uudiseid nutiseadme kaudu?

1.2.1. Nutiseadmest uudiste jälgimise kanalid

Nutiseadmest on indiviididel võimalik uudissisu tarbida nii mobiilirakenduste kui ka uudisväljaannete veebiportaalide kaudu. Mobiilirakenduste puhul võib olla tegemist kas mõne väljaande mobiilirakendusega, sotsiaalmeedia rakendusega või audio-ja videorakendusega, näiteks Youtube. Lisaks on viimastel aastatel lisandunud uudistekanalina sõnumirakendused (ingl *messaging apps*) nagu Facebook Messenger, mobiilsed teavitused (ingl *push-notifications*) ja taskuhäälingud (ingl *podcasts*), kus saab uudiseid kuulata.

Viimase kolme aasta jooksul on kõige enam kasvanud **mobiilsete teavituste** kui uudistekanalil olulisus, mille on suuresti tekitanud nooremad kasutajad, kes alustavad oma päeva teavituste lugemisega (Newman jt, 2018: 16). Seetõttu on ka uudismeedia organisatsioonid hakanud saatma rohkem teateid erinevatel teemadel ja keskmiselt saadavad nad 4,2 teavitust päevas (*ibid*). Mihkel Tamm (2016) viis oma magistritöö käigus läbi vaatluse, et kaardistada, kui aktiivselt Eesti uudismeedia organisatsioonid teavituste funktsiooni kasutavad ja millistel ajavahemikel teateid välja saadavad. Selgus, et keskmiselt saatsid Postimehe ja Delfi rakendused viis teadet päevas, alates kella üheksast hommikul kuni kell kümneni õhtul, mis tähendab, et lugejate meediapäev venib üpris pikaks (*ibid*). Teateid saadetakse nii kõige olulisemate päevasündmuste kohta kui ka selleks, et tuua tähelepanu ettevõtte poolt toodetud sisule, mis ei pruugi alati olla kõige värskem või otseselt uudis, vaid näiteks algav otseülekanne (Tamm, 2016: 61). Uudismeedia organisatsioonide üks põhilisi küsimusi on selles, et ega nende tarbijad ei saa liiga palju teavitusi (Newman jt, 2018: 16). Reutersi Instituudi raporti kõikidest vastanutest tunneb vaid 10%, et nad

saavad liiga vähe teavitusi uudiste kohta, 21% tunneb, et nad saavad liiga palju teavitusi ja 65% on rahul selle kogusega, mis nad hetkel saavad (Newman jt, 2018: 16). Samas mõnes riigis kurdavad kasutajad, et teavitusi tuleb liiga palju (Newman jt, 2018: 10).

Sõnumirakendused nagu WhatsApp, Facebook Messenger ja Viber on Reutersi Instituudi raporti järgi muutumas aina olulisemaks uudiste tarbimise kanaliks ning osades riikides, kus on toimunud avalik arutelu valeinformatsiooni leviku üle, seostatakse sõnumirakenduste olulisuse kasvu Facebooki populaarsuse langusega (Newman jt, 2018). Kõige populaarsem sõnumirakendus on raporti kohaselt WhatsApp (*ibid*). Kasvanud on nii sõnumirakenduste üleüldine kasutamine kui ka nende kasutamine uudiste jälgimiseks, mis on viimase nelja aastaga kahekordistunud (Newman jt, 2018: 51). Reutersi raporti kohaselt kasutatakse Facebooki rohkem uudiste avastamiseks ja lugemiseks, kas siis vaid pealkirju või tervet uudist lugedes, samal ajal kui sõnumirakendustes arutavad kasutajad uudiste üle privaatses vestluses või grupivestluses (Newman jt, 2018: 52). Kasutajate sõnul on neil sõnumirakendustes eraldi grupivestlused näiteks sõprade, perekonna ja töökaaslastega ning nad saavad sinna uudisartikleid saata ja nende üle vabalt vestelda (Newman jt, 2018: 53). Nad küll näevad uudiseid ka sotsiaalmeediaplatvormidel nagu Facebook ja Twitter, aga kui nad tahavad nende uudiste üle arutada, siis nad kasutavad selleks sõnumirakendust (*ibid*). Nende rakenduste suureneva kasutamise üheks põhjuseks on privaatsus, mis on sotsiaalmeediakasutajate jaoks väga oluline, aga mida on sotsiaalmeediaplatvormidel vähem kui sõnumirakendustes (*ibid*).

Raadio kõrvale on tekkinud uus võimalus uudiste kuulamiseks, milleks on **taskuhäälingud** – helifailid, mida tarbija saab alla tõmmata või kuulata nutiseadmest või arvutist interneti vahendusel (Perks ja Turner, 2019: 96-97). Reutersi Instituudi raporti kohaselt kuulatakse kõige enam taskuhäälinguid, mis on seotud kas uudiste või mõne konkreetse temaga, näiteks ärimus, meedia või tehnika (Newman jt, 2018: 55). Raporti järgi on taskuhäälingud hea võimalus kõnetada nooremat auditooriumit, kuna need on kõige populaarsemad alla 35-aastaste seas, kes kuulavad neid kaks korda rohkem kui üle 45-aastased (Newman jt, 2018, 30). Samas vanemad inimesed eelistavad endiselt raadiot kuulata (*ibid*).

Perks ja Turner (2019) uurisid kuulajate motivatsiooni taskuhäälingute kuulamisel, keskendudes just sellele, kuidas kuulajad rööprähklemisega enda produktiivsust tõstavad. Rööprähklemise (ingl *multitasking*) all peavad autorid silmad taskuhäälingute kuulamist ja mõne teise tegevuse tegemist samal ajal (*ibid*). Rööprähklemist harrastatakse näiteks suurenenud produktiivsuse tõttu ning paljude uuringus osalenud inimeste jaoks seostub rööprähklemine ideega, et nad kasutavad enda

aega paremini ära (*ibid*). Kodustes tingimustes eelistatakse taskuhäälinguid televisioonile, kuna need ei nõua visuaalse pildi vaatamist ning neid saab kuulata kaasaskantavast seadmest, mis tähendab, et samal ajal on võimalik teha näiteks koduseid toimetusi (*ibid*). Taskuhäälingute kuulamine aitab muuta mõne igava ja üksluse tegevuse nauditavamaks, motiveerida seda lõpuni tegema ja jätta mulje, et aeg läheb kiiremini mööda (*ibid*). Lisaks oli uuringus osalejate jaoks oluline tegur ka enda harimine ja millegi uue õppimine (*ibid*).

1.3. Eesti elanike interneti ja uudismeedia tarbimine

Statistikaameti andmetel kasutab igapäevaselt interneti 90% Eesti elanikest (Pärson ja Ait, 2018). Töö- või kodukohast eemal olles kasutab mobiil- või nutiseadme kaudu interneti 73% internetikasutajatest (*ibid*). Meediaväljaannete lugemine on üks kolmest kõige populaarsemast tegevusest, mida eestlased internetis teevad (*ibid*). Meediapäeva uuringu (2018) andmetel on kõige aktiivsemad meediatarbijad kõrgharitud naised vanuses 20-29. Vanuse lõikes on järgmine kõige aktiivsem grupp 40-49 aastased, kellest 95% jälgib erinevaid meediakanaleid ja kolmas aktiivsem grupp on 15-19 aastased (*ibid*).

Üleüldiselt on eestlaste seas kõige populaarsem meediakanal televisioon, mida jälgib 81,9% uuringule vastanutest; televisioonile järgneb raadio (59%), sotsiaalmeedia (58,4%) ja uudisportaalid/digilehed (46,6%) (Pärson ja Ait, 2018). Trükimeediat jälgivad eestlased tunduvalt vähem, vaid 28,6% vastanutest (*ibid*). Youtube on samuti üks meediakanalitest, mida üldiselt jälgib vaid 34,1% vastanutest, aga mis on kõige populaarsem 15-19 aastaste seas, kellest kasutab 68,8% seda kanalit (*ibid*). Seadmetest on kõige populaarsem samuti televisioon, mida kasutab 77,2% vastanutest; populaarsuselt järgmine seade on arvuti, mida kasutab 58,2% vastanutest, ja arvutile järgneb mobiiltelefon, mille kaudu jälgib meediat 52,8% uuringule vastanutest (*ibid*). Uudisportaalide ja digilehti loevad eestlased uuringu kohaselt kõige enam arvutist, aga sotsiaalmeediat kasutavad kõige enam mobiiltelefoni kaudu (*ibid*).

Kuna käesoleva töö fookuses on noored, täpsemini üliõpilased, siis tutvustan järgnevalt just selle grupi uudismeedia ja interneti tarbimist. Statistikaameti 2017. aasta andmetel kasutab 99% Eesti elavatest noortest interneti ning igapäevaselt teeb seda neist 98% (Eesti Statistika, 2017), millest võib järeldada, et internetil on suur tähtsus noorte igapäevaelus. Kõige enam kasutavad liikumise

pealt internetti noored (97%), näiteks ühistranspordis olles (Ait, 2017). Internet on saanud noorte igapäevaelu asendamatuks osaks.

Eesti üliõpilased on kõige aktiivsemad mobiiltelefonide ja sotsiaalmeedia kasutajad, lisaks veedavad nad sotsiaalmeedias kõige rohkem aega (Meediapäeva uuring, 2018). Eesti noored vanuses 20-29 on nii kõige aktiivsemad meediatarbijad, sotsiaalmeedia kasutajad kui ka internetis surfajad (*ibid*). Arvestades seda, et noored veedavad palju aega sotsiaalmeedias, tekib küsimus, kui olulised kanalid on sotsiaalmeediaplatformid nende uudismeedia tarbimises. Samuti ei ole teada, milliseid kanaleid üliõpilased üldiselt nutiseadmest uudiste jälgimiseks kasutavad, kas näiteks mobiilirakendusi või veebiportaale.

20-29 aastased Eesti noored kasutavad internetis surfamiseks kõige enam mobiiltelefoni, samas 15-19 aastased aga arvutit (Meediapäeva uuring, 2018). Ka sotsiaalmeediat kasutavad nad eelkõige mobiiltelefoni vahendusel, uudisportaale ja digilehte loevad nad peaaegu võrdselt arvutist ja mobiiltelefonist (*ibid*). Keskmiselt kulutavad 20-29 aastased päevas mobiiltelefoni kasutamisele aega 4 tundi ja 12 minutit ja kõige aktiivsemalt kasutavad nad erinevaid meediatüüpe kella 21.00 ja 21.15 vahel (*ibid*).

Reutersi uuringust selgus, et 18-24 aastased kasutavad uudisteni jõudmiseks kõige enam sotsiaalmeediat ja otsingumootorit, kõige vähem e-maili (Newman jt, 2018: 15). Lisaks kasutavad 18-24 aastased noored kõikidest vanusegruppidest kõige enam sõnumirakendusi uudiste jälgimiseks ning selle üheks põhjuseks on soov lugeda uudiseid ja arutada nende üle privaatsetl (Newman jt, 2018).

1.4. Uudismeedia tarbimise motiivid: tarvete ja tasude teooria

Uudiste tarbimisega seotud motivatsiooni on varasemalt uuritud tarvete ja tasude paradigma raamistikus ning sellest lähtub ka käesolev bakalaureusetöö. Katz, Blumler ja Gurevitch (1974) sõnastasid teooria eesmärgiks uurida indiviidide infotarbimist, mis rahuldab nende vajadusi ja saavutab eesmärgi. McQuaili (2003) sõnul lähtub tarvete ja tasude kontseptsioon mõttest, et inimese meediakasutus sõltub tema isiklikest vajadustest, mis on nii sotsiaalset kui psühholoogilist päritolu, näiteks vajadus meelelahutuse, informatsiooni või seltskonna järele (McQuail, 2003:

346). Lähenedamine aitab selgitada meedikasutust auditooriumipoolsest vaatepunktist, otsides vastust küsimusele „miks inimesed meediat kasutavad?“ (*ibid*).

Esimesed tarvete ja tasude teooriast lähtuvad uurimistööd pärinevad 1940. aastatest ja need üritasid leida eri raadiosaadete ja paberlehtede köitvuse põhjuseid (McQuail, 2003). Paarkümmend aastat hiljem edasi arendatud kontseptsioon lähtub järgmistest eeldustest (McQuail, 2003: 346):

1. Auditoorium on aktiivne ning valib kanalit ja sisu teadlikult, eesmärgipäraselt – see tähendab, et kanal valitakse konkreetsete rahulduste saavutamiseks.
2. Auditooriumi liikmed on oma meediaga seotud vajadustest teadlikud. Need vajadused tekivad nii personaalsetel kui ka sotsiaalsetel asjaoludel.
3. Auditoorium saab oma motivatsiooni väljendada.
4. Auditooriumi moodustumisel on esteetilisest või kultuurilisest teguritest tähtsam määraja personaalne kasu.
5. Auditooriumi moodustamise olulisemaid tegureid saab mõõta.

McQuail (2003) toob välja põhilised meediavalikut mõjutavad tegurid, nii auditooriumi- kui meediapoolsed. Auditooriumipoolsete tegurite seas nimetab ta liikmete isiklikke tunnuseid, sotsiaalset tausta, meediaga seotud vajadusi, isiklike eelistusi, teadlikkust, konteksti ja juhust (McQuail, 2003: 350-351). Vajaduste all peab McQuail silmas näiteks informatsiooni saamist ning eelistuste puhul seda, et igal inimesel on kindlad eelistused žanri, formaadi ja sisu suhtes (McQuail, 2003: 350). Meediavalikut mõjutab ka kontekst, kus meediasisu tarbitakse – kas inimene on üksi või seltskonnas, kas ta on kodus või tööl (McQuail, 2003: 351). Tarbija isiklikel tunnustel nagu vanus, sugu, õpingute staatus ja elustiil võib Finni (1997, viidatud McQuail, 2003: 350 kaudu) sõnul olla teatav mõju meediavalikule. Hassenzahl ja Tractinsky (2006: 95) defineerivad kasutajakogemust kui kasutaja sisemise oleku (tema vajadused, motivatsioon, ootused, eeldused, tujud), tehnoloogia disaini omaduste (keerulisus, eesmärk, kasutatavus, funktsionaalsus) ja konteksti, kus interaktsiooni toimub, lõpptulemust. Lisaks on auditooriumi uurijad defineerinud meediatarbimist kui inimese asukoha ja situatsiooniga seotud tegevust, näiteks võib see olla seotud kodus olemisega või transpordivahendis liikumisega (Taneja, Webster, Malthouse ja Ksiazek, 2012, viidatud Peters ja Schröder, 2018 kaudu).

Tarvete ja tasude paradigmas räägitakse nii vajadustest (ingl *needs*), mida meedia rahuldab, meedia tarbimise motiividest (ingl *motives*) kui ka motivatsioonist (ingl *motivation*). Rosengreni arvates on empiiriliselte keeruline eristada motiive vajadustest ja probleemidest, samas

analüütiliselt on need erinevad ja seetõttu tuleks need kolm mõistet hoida lahus (Rosengren, 1974). Tema sõnul erineb akadeemiline terminoloogia selles vallas märkimisväärselt, kuna näiteks mõiste „vajadus“ all mõeldakse teises kohas „motiivi“ ja seda aetakse omakorda segamini mõistega „motivatsioon“ (*ibid*).

Käesolevas bakalaureusetöös juhindun mõistetest „motivatsioon“ ja „motiiv“ ning kasutan ainsuses sõna „motivatsioon“ ja mitmuses sõna „motiivid“. Motivatsioon on Beaudoin'i (2008) sõnul tarvete ja tasude teooria tuum, kuna inimesed valivad meediumid enda otsitud motivatsiooni põhiselt ning motivatsioon aitab selgitada meediakasutust (Blumler, 1979, viidatud Beaudoin, 2008 kaudu). Motivatsiooni on defineeritud erinevatel viisidel, näiteks „hoog tegevusele“ (Deci ja Ryan, 1985, viidatud Beaudoin, 2008 kaudu) ja vajaduste, taju ning emotsioonide ühisosa (Reeve, 1997, viidatud Beaudoin, 2008 kaudu). Rosengren (1974: 276) näeb motivatsiooni kui ajendit ehk motiivi tegutsemiseks, mille enamasti põhjustavad probleemid, mida inimene üritab lahendada.

Ühest küljest ütlevad nii Katz, Blumler ja Gurevitch (1974) kui ka McQuail (2003), et inimesed on teadlikud enda huvidest ja motiividest ning oskavad neid sõnastada või ära tunda, samas võib Zillmanni (1985; viidatud Eveland, Morey ja Hutchens, 2011 kaudu) arvates motivatsiooni uurimine olla keeruline, kuna eksisteerib kahtlus, kas inividid oskavad ja tahavad uurijatele täpselt öelda, milline on nende käitumise motivatsioon.

Auditooriumi motiive seoses erinevate meediažanrite tarbimisega on varasemalt uurinud paljud tarvete ja tasude paradigmat lähtuvad uurijad, näiteks on uuritud motiive seoses televisiooni vaatamisega (Rubin, 1981; Conway ja Rubin, 1991, Greenberg, 1973), uudiste ja seebiooperitega (Perse ja Rubin, 1987) ning Youtube'i videote vaatamise ja jagamisega (Hanson ja Haridakis, 2008). Olenevalt auditooriumi tüübist ja tarbitavast sisust võivad motiivid olla erinevad.

Greenberg (1973: 73-74) uuris põhjuseid, miks Briti lapsed televisiooni vaatavad ning uurimuse tulemustest selgusid kaheksa põhilist põhjust: ajaviide, meelelahutus, lõõgastus, seltskond, harjumus, probleemide ja kohustuste unustamine, uute teadmiste saamine ning enda kohta millegi õppimine. Brites ja Kõuts-Klemm (2018: 186) uurisid Eesti ja Portugali inimeste motivatsiooni uudiste tarbimisel ning uuringust selgus, et mõlema riigi noored loevad uudiseid selleks, et valmistada end ette tulevikuks, olla kursis maailmas ja enda riigis toimuvaga, olla kursis neid huvitava infoga ning näidata enda teadmisi koolis. Samas väldivad noored kallutatud ja negatiivseid uudiseid (*ibid*). Diddi ja LaRose (2006) uurisid üliõpilaste uudiste tarbimise mustreid

ning selgus, et üheks mustriks on kodulinna ajalehtede lugemine ja üliõpilased teevad seda selleks, et olla kursis kodukohas toimuvaga.

Poliitiliste uudistega kursis olemisel võib olla erinevaid motive, näiteks õppida mõne poliitilise teema kohta midagi uut, kujundada arvamust või vahetada teistega arvamusi, aga lisaks võib olla üheks põhjuseks ka soov näida tark ja hästi informeeritud kellegi ees (Eveland, Morey ja Hutchens, 2012: 1089-1090) näiteks õppejõu või ülemuse ees. Angela M. Lee (2013: 303) eristab kolme uudiste tarbimisega seotud motivatsiooni: informatiivne, meelelahutuslik ja sotsiaalne. **Informatsiooni saamine** on fundamentaalne põhjus, miks inimesed uudiseid tarbivad (Hastall, 2009, viidatud Lee, 2013: 303 kaudu) ja selle eesmärgidena on välja toodud nii järelevalvet, vajadust informatsiooni järele, maailmas toimuva mõistmist kui ka valitsuse tegemistega kursis hoidmist (Katz, Gurevitch & Haas, 1973; McCombs & Poindexter, 1983, viidatud Lee, 2013: 303 kaudu). **Meelelahutusele** orienteeritud uudiste tarbimise eesmärgid on põnevusjanu tundmine, naermine ja lõdvestumine (Katz, Gurevitch & Haas, 1973; Rubin, 1984, viidatud Lee, 2013: 304 kaudu) ning **sotsiaalne motivatsioon** tähendab uudiste tarbimist näiteks selleks, et osata kaasa rääkida enda ümber olevate inimestega (Lee, 2013: 305).

Lee ja Chyi (2014: 707) pakuvad välja **motivatsioonil põhineva tarbimise mudeli** (ingl *Motivational Consumption Model*), mis esitab järgneva seose uudistega seotud uskumuste (ingl *news belief*), hoiakute ja motivatsiooni vahel: mida positiivsem on inimese vaade uudiste väärtusele, seda soosivam on tema hoiak uudiste suhtes ja seda motiveeritum on ta uudiseid tarbima, seega seda enam ta uudiseid tarbib. Uudiste tarbimise kontekstis tähendab *news belief* inimeste üldist vaadet uudiste väärtusele, mis hõlmab endas nii uskumust uudiste olulisusesse kui ka uudiste rolli rahvale võimu andmises (Lee ja Chyi, 2014: 710).

Mitmed uurijad on rõhutanud motivatsiooni kõrval ka **harjumuse** rolli uudiste tarbimisel. Larose ja Eastin (2004) pakkusid välja, et kui inimesel on palju meediavalikuid, siis selle asemel, et pidevalt aktiivselt valida, tarbib ta meediat harjumusest, mida omakorda iseloomustab automaatsus. Nende sõnul kestavad harjumused seni, kuni muutub inimese igapäevane rutiin, näiteks kui noored inimesed lähevad ülikooli (*ibid*). Aga kuidas on mõjutanud ülikooli minek Eesti üliõpilaste meediaharjumusi?

Larose ja Eastin (2004) näevad uudiste tarbimise harjumusi kui positiivseid harjumusi, kuna uudised mängivad olulist rolli nii indiviidide elus kui ühiskonna toimimises. Diddi ja LaRose (2006) leidsid, et kõige enam mõjutas üliõpilaste uudiste tarbimist harjumuse tugevus ja McQuail

(2003: 348) viitas samuti harjumuse tähtsusele, öeldes, et kuigi mõni auditooriumi valik on tähendusrikas, põhinevad teised lihtsalt refleksil ja harjumusel.

Schrøder ja Steeg Larsen (2010) pakuvad välja mõiste **tasuvus** (ingl *worthwhileness*), mis koosneb seitsmest auditooriumiliikmete poolt kujundatud dimensioonist ning üheskoos moodustavad need dimensioonid tasuvuse võrrandi, mis määrab, miks inimesed valivad teatud uudismeedia kanaleid enda mediarepertuaari ja teisi mitte (*ibid*). Nutiseadme kontekstis on olulised viis tasuvuse võrrandi dimensiooni: ajakulu ja olukorra sobivus, osaluspotentsiaal, hind ja tehnoloogiline atraktiivsus (*ibid*). Ajakulu tähendab, et uudismedium peab olema väärt seda aega, mis selle peale kulutatakse ning mõne vahendi jaoks leiavad inimesed eraldi aja ja teisi kasutavad teiste tegevuste kõrvalt, kui aega on üle (*ibid*). Olukorra sobivus aga tähendab, et meedium peab sobima sellesse kohta ja aega, kus seda kasutatakse, näiteks raadio sobib hästi autosõiduks (*ibid*). Osaluspotentsiaal tähendab seda, et osade inimeste jaoks on meedium siis piisavalt tasuv, kui see laseb olla kasutajal interaktiivne, näiteks saata sõbrale uudise lingi, vajutada *like* sotsiaalmeedias või luua ise uut sisu (*ibid*). Hinna dimensioon tähendab, et uudistekanal peab olema taskukohane ja väärt enda hinda (*ibid*).

1.5. Uudismeedia tarbimise praktika

Mitmed uurijad on käsitlenud uudismeedia tarbimist kui harjumust (McQuail, 2003; Larose ja Eastin, 2004), mida Press ja Livingstone (2006) näevad kui käitumisviisi, kus inimene tegutseb alateadlikult. Samas Shove (2012: 203, viidatud Sahakian ja Wilhite, 2014 kaudu) defineerib harjumusi kui praktikaid, mida inividid korduvalt ja järjepidevalt taastoodavad. Harjumusega on lähedalt seotud mõiste praktika, mille uurimiseks on paljud varasemad uurijad kasutanud praktikateooriat. Selle teooria keskmeks on mõiste praktika, millel puudub ühtne definitsioon, kuid mida iseloomustab paljude autorite meelest rutiinsus (Reckwitz, 2002; Swidler, 2001, viidatud Couldry, 2004 kaudu). Reckwitzi (2002: 250) kohaselt on praktika rutiinne viis, milles toimub kehade liigutamine, objektide käsitlemine, subjektide kohtlemine, asjade kirjeldamine ja maailma mõistmine. Swidleri (2001: 74, viidatud Couldry, 2004: 121 kaudu) sõnul on praktikad rutiinsed tegevused, mille puhul on eriti tähelepanuväärne nende automaatne ja alateadlik karakter.

Praktikateooria tuumaks on Reckwitzi (2002) arvates keha, kuna praktikad on rutiinsed kehalised tegevused. Praktika oluliseks komponendiks on ka esemed ehk objektid, kuna tihtipeale tähendab

praktika teatud esemete kindlal viisil kasutamist (Reckwitz, 2002: 252), näiteks nutiseadmete kasutamist. Reckwitz (2002: 243) sõnul koosnevad enamik sotsiaalseid praktikaid rutiinsetest suhetest erinevate agentide (keha, vaim) ja objektide vahel.

Nick Couldry (2004) käsitleb oma töös meediat läbi praktikateooria ja uurib meedia suhtes orienteeritud praktikaid. Tema sõnul elame maailmas, mis on meediast küllastunud ning praktikate perspektiivi on tarvis selleks, et mõista, kuidas on meedia peidetud sotsiaalse ja kultuurse elu struktuuri (Couldry, 2004: 129). Couldry (2004) meelest seisneb praktikateooria väärtus selles, et see laseb inimestelt küsida selle kohta, mida nad teevad ja kuidas nad enda tegevust kategoriseerivad, seejuures vältides eelarvamuste kujunemist.

Steele ja Brown (1995) pakuvad välja **meediapraktika mudeli** (The Media Practice Model), mille osadeks on valimine, interaktsioon ja rakendamine (ingl *application*) (Steele ja Brown, 1995: 554). **Valimine** tähendab valiku tegemist meediaga seotud võimaluste seast ning valimist omakorda mõjutab motivatsioon, millele keskendub tarvete ja tasude teooria (*ibid*). **Interaktsioon** tähendab kognitiivseid, afektiivseid ja käitumuslike tegevusi seoses meediaga, mis toodavad kultuurseid tähendusi (Steele ja Brown, 1995: 554). Teisisõnu on interaktsioon see, mis juhtub sel hetkel, kui inimene puutub kokku meediaga (*ibid*). **Rakendamine** tähendab konkreetseid viise, kuidas inimesed meediat enda igapäevaelus aktiivselt kasutavad (Steele ja Brown, 1995: 554). See tähendab nii meedia aktiivset kasutamist, mis on visuaalselt nähtav, kui ka ühiskondlikul tasandil meedia kasutamist, mis tihtipeale põhineb juba olemasolevatel hoiakutel, tunnetel ja varasematel teadmistel (*ibid*). Mudel näeb meediat kui lahutamatu osa pidevast kultuurilise tootmise protsessist, mis iseloomustab igapäevast elu, sest enamik täiskasvanuid puutuvad meediaga terve päeva jooksul kokku (Steele ja Brown, 1995: 553).

1.6. Varasemad uuringud üliõpilaste ja nutiseadmest uudismeedia tarbimisest

Uudismeedia tarbimist on varasemalt uuritud nii seoses erinevate eagruppidega, k.a seoses üliõpilastega, kui ka seoses nutiseadmest uudiste tarbimisega. Nutiseadmest uudiste lugemist on varasemalt uurinud Mihkel Tamm nii enda bakalaureuse- kui ka magistritöös (Tamm, 2016, Tamm, 2013), samuti on uuritud nutiseadmete kasutamist väikelaste (Agur, 2017) ja vanurite hulgas (Adamsoo, 2018) ning nutiseadmest digitaalse sisu tarbimist (Sarapuu, 2014), kuid detailsem ülevaade üliõpilaste nutiseadmest uudiste jälgimise praktikate ja motivatsiooni kohta

puudub. Lisaks on Eestis varasemalt uuritud üliõpilaste uudiste tarbimist näiteks seoses Postimehe paber- ja veebiväljaande lugemisega (Kaukvere, 2013), uudiste lugemisega internetist (Härma, 2015) ja üliõpilaste televisiooni vaatamisega (Metsmaa, 2013). Härma (2015) tööst selgus, et lisaks veebiportaalidele on uudiste edastajana oluline roll ka sotsiaalmeedia platvormil Facebook, mis oli osade intervjueritavate ainuke või peamine uudisteallikas.

Mihkel Tamm uuris nutiseadmest uudiste lugemist nii enda bakalaureusetöös „Uudiste lugemine paberlehest, veebiväljaannetest ja nutitelefonidest“ kui ka enda magistritöös „Nutiseadmest uudiste lugemine“. Bakalaureusetööst selgus, et nutitelefonist uudiste lugemine on rohkem kui poole võrra ebaefektiivsem kui uudiste lugemine paberlehest (Tamm, 2013: 31). Magistritöö eesmärk oli analüüsida uue meediumi kasutuselevõtuga seotud mõjusid ning nutiseadmest uudiste lugejate praktikaid ja vahendi tähtsust lugejate jaoks (Tamm, 2016).

Magistritöö tulemustes toob autor välja tingimused, mille tõttu tarbivad lugejad uudiseid just nutiseadmest: ajasurve, soov olla kursis värskete uudistega, igavuse peletamine ja ajaaukude täitmine (Tamm, 2016: 56-57). Lisaks toob ta välja mõned nendest valikutest tingitud tagajärjed nagu tugevalt filtreeritud uudistevalik ja pealiskaudne lugemine (Tamm, 2016: 57). Läbiviidud intervjuudest selgus, et nutiseadme põhilise funktsioonina nähakse just ajaveetmist (Tamm, 2016: 55) ja nutiseadet kasutatakse uudiste lugemiseks päeva jooksul olevate lühikeste pauside ajal, et saada kiire ülevaade tekkinud uudiste valikust, näiteks ühistranspordiga sõites (Tamm, 2016: 69).

Magistritööst selgus veel, et nutiseadmest uudiste lugemist mõjutavad nii nutiseadme enda eripära (suurus, internetiühendus), lugeja individuaalsed eripärad (uudishuvi, üldised huvid, harjumused), nutirakenduse omadused (reklaamid, uudisvoog) ja ajalised dimensioonid ehk kaua on lugemiseks aega ja kas loetakse ajalise surve all (Tamm, 2016: 70). Lisaks järeldus, et nutiseade ei ole kujunenud primaarseks uudiste lugemise vahendiks ning seda tuleks käsitleda kui lisavahendit (Tamm, 2016: 67). Käesolev töö üritab leida vastust küsimusele, kas kolme aasta jooksul on toimunud muutus selles, kui oluline uudiste jälgimise vahend on nutiseadet indiviidide jaoks.

Mihkel Tamm tõstatas enda töös küsimuse, et kui arvestada nutiseadmest uudiste lugemise tegureid nagu pealiskaudsus, ajaline surve ja häiritud tähelepanu, siis kas nutiseadmest uudiste tarbimisel saab lugeja piisavalt palju teadmisi, et orienteeruda ühiskonnas toimivas ja võtta osa toimuvatest protsessidest (Tamm, 2016: 66).

1.7. Töö eesmärk ja uurimisküsimused

Arvestades üliõpilaste väga aktiivset mobiiltelefonide, meedia ja sotsiaalmeedia kasutamist, on töö fookuses just üliõpilaste uudismeedia tarbimise uurimine. Bakalaureusetöö eesmärk on kaardistada kui palju, kuidas ja mis põhjustel jälgivad üliõpilased nutiseadmest uudiseid. Täpsemalt on eesmärk saada ülevaade sellest, millisel määral ja milliste kanalite kaudu üliõpilased nutiseadmest uudismeediat jälgivad ning millised on nende praktikad ja motiivid seda tehes. Teooriale toetudes olen püstitanud neli põhilist uurimisküsimust, millele püüan vastused saada.

1. Mil määral jälgivad üliõpilased nutiseadmest uudismeediat?

Sellele küsimusele otsin vastust selleks, et mõista, milliste meediumite kaudu noored uudiseid loevad, kui suurel määral jälgivad nad uudiseid nutiseadmest, kas nutiseade on nende jaoks lisa- või põhivahend ja millistel aegadel päevast nad nutiseadet uudiste jälgimiseks kasutavad.

2. Milliste kanalite vahendusel üliõpilased nutiseadmest uudismeediat jälgivad?

Selle uurimisküsimuse eesmärk on kaardistada, milliseid erinevaid nutiseadme võimalusi üliõpilased uudismeedia jälgimiseks kasutavad. Samuti otsin vastust küsimusele, miks mõned üliõpilased eelistavad mobiilirakendusi kasutada ja teised mitte ning miks üliõpilased mõnda mobiilirakendust teisele eelistavad.

3. Millised on üliõpilaste peamised praktikad nutiseadmest uudiste jälgimisel?

Küsimuse eesmärk on detailsemalt välja selgitada, kuidas üliõpilased nutiseadmest uudiseid jälgivad. Üliõpilaste praktikate uurimine on oluline, kuna nutiseadmest jälgimise pealiskaudsus ja lühiajalisus on probleemne aspekt.

4. Millised on üliõpilaste motiivid nutiseadmetest uudiseid jälgida?

Viimase uurimisküsimuse eesmärk on saada ülevaade sellest, mis ajendab üliõpilasi uudiste jälgimiseks kasutama just nutiseadet ehk millistel motiividel nad seda teevad.

2. MEETOD JA VALIM

Järgnevas peatükis annan esmalt ülevaate bakalaureusetöö valimist ja selle moodustamise põhimõtetest ning seejärel põhjendan andmekogumis- ja analüüsimeetodi valikut ning kirjeldan, kuidas andmeid kogusin ning analüüsisin.

2.1. Valim

Käesoleva bakalaureusetöö jaoks pakub spetsiifiliselt huvi üliõpilaste käitumine ning töö eesmärk ei ole teha laiahaardelisi üldistusi Eesti üliõpilaste uudismeedia jälgimise kohta, vaid koguda kvalitatiivseid andmeid kindlate tunnustega noorte kohta ja seetõttu on bakalaureusetööl sihipärane valim.

Arvestades, et üliõpilased on kõige aktiivsemad mobiiltelefonide ja sotsiaalmeedia kasutajad, noored vanuses 20-29 on nii kõige aktiivsemad meediatarbivad, sotsiaalmeedia kasutajad kui ka internetis surfajad ning nad kasutavad internetis surfamiseks kõige enam mobiiltelefoni (Meediapäeva uuring, 2018), otsustasin võtta valimisse üliõpilased vanuses 20-29. Selleks, et leida häid informaatoreid, on tarvis panna paika kriteeriumid, mille järgi valitakse sobivaimad informeerijad uuringu kontekstis (Flick, 2006: 123) ning käesoleva bakalaureusetöö valimi kriteeriumid on, et osalejad:

- a) oleksid üliõpilased,
- b) oleksid vanuses 20-29,
- c) omaksid ja kasutaksid vähemalt ühte nutiseadet,
- d) jälgiksid nutiseadmest uudiseid.

Erinevad uurijad peavad üliõpilaste meediatarbimise uurimist oluliseks, sest uued meediatehnoloogiad on tihti põimunud noorte igapäevaellu kui informatsiooni ja meelelahutuse allikad (McMillan ja Morrison, 2006; Diddi ja Larose, 2006). Lisaks said üliõpilased valimisse valitud, kuna enda isiklikule kogemusele tuginedes leian, et üliõpilased oskavad enda uudismeedia tarbimist paremini kirjeldada, tõlgendada ja analüüsida ning uudismeediaga seotud motive sõnastada kui gümnaasiumis õppivad noored.

Valimis olevate üliõpilastega sain esmalt ühendust ülikoolide töötajate kaudu – saatsin Tartu kõrgkoolidesse e-kirja, milles kutsusin üliõpilasi valimis olema. Lisaks palusin juba valimis olevatel üliõpilastel levitada informatsiooni enda kursuse- ja koolikaaslaste seas. Valimis oli kokku 14 üliõpilast kuuest Tartu kõrgkoolist. Valimisse kuulusid nii bakalaureuse-, magistri- kui ka doktorantuuriastme üliõpilased vanusevahemikus 20-27, kellest pooled olid naissoost ja pooled meessoost (vt Tabel 1).

Tabel 1. Valimi koosseis

Tähistus	Vanus	Ülikool	Eriala ja õppeaste
N1	21	Tartu Ülikool	Teatriteadus ja kommunikatsioon, bakalaureus
N2	20	Tartu Ülikool	Ajalugu, bakalaureus
N3	21	Tartu Tervishoiu Kõrgkool	Õendus, bakalaureus
N4	24	Eesti Maaülikool	Mikrobioloogia, doktorantuur
N5	24	Eesti Maaülikool	Veterinaaria, magister
N6	21	Kõrgem Kunstikool Pallas	Meedia- ja reklaamidisain, bakalaureus
N7	20	Eesti Lennuakadeemia	Lennukiinsener, bakalaureus
M1	25	Tartu Ülikool	Sotsioloogia, magister
M2	21	Tartu Ülikool	Füsioteraapia, bakalaureus
M3	21	Kõrgem Kunstikool Pallas	Meedia- ja reklaamidisain, bakalaureus
M4	26	Tartu Tervishoiu Kõrgkool	Õendus, bakalaureus
M5	20	TalTechi Tartu Kolledž	Küberfüüsikalised süsteemid, bakalaureus
M6	27	TalTechi Tartu Kolledž	Tööstusökoloogia, magister
M7	23	Eesti Maaülikool	Metsandus, bakalaureus

Valimis olevad üliõpilased õpivad erinevates õppeastmetes ning on enda õpingutega igaüks erineval kaugusel. See tähendab, et mõni valimis olnud üliõpilane ei viibinud 2019. aasta kevadsemestril ülikoolis, vaid oli praktiliselt ning see võis mõjutada ka tema uudismeedia tarbimist, kuna tavapärasest koolipäeva temaatikaks ei eksisteerinud. Seega ei tähenda termin üliõpilane, et isik käib ilmtingimata päevasel ajal koolis.

2.2. Andmekogumismeetod

Käesolevas bakalaureusetöös kasutan andmete kogumiseks kvalitatiivset uurimismeetodit, kuna see võimaldab koguda empiirilist materjali inimeste sotsiaalsete ja isiklike kogemuste, kirjelduste

ja tõlgenduste kohta ning seeläbi mõista väikese inimrühma maailmavaadet (Laherand, 2008: 20). Leian, et kvalitatiivne meetod sobib töö jaoks vajalike empiiriliste andmete kogumiseks, kuna töö eesmärgi saavutamiseks kogun andmeid üliõpilaste kogemuste, kirjelduste ja tõlgenduste kohta, mis on seotud nutiseadmest uudiste jälgimisega.

Andmeid kogusin kombineeritud meetodiga – viisin läbi neliteist semistruktureeritud individuaalintervjuud, mida toetasid täiendavad lisalehed. Valisin just semistruktureeritud intervjuu, kuna see võimaldab olla paindlik, intervjuuerija võib muuta küsimuste järjekorda ning küsida lisaküsimusi, et saada teatud teemast või probleemist paremini aru või tuua selgust intervjueeritava vastusesse (Brennen, 2013: 28). Lisaks on semistruktureeritud intervjuu puhul võimalik küsida nii täiendküsimusi (ingl *probes*) kui ka jätküküsimusi (ingl *follow-up*) (Rubin ja Rubin, 2012). Täiendküsimused julgustavad ja õhutavad intervjueeritaval teemast edasi rääkima, jagada näiteid ja detaile (Rubin ja Rubin, 2012: 6); jätküküsimused aitavad mõista mõne intervjuus mainitud teema laiemat konteksti, minna detailsemaks ja mõista teemat sügavuti (Rubin ja Rubin, 2012: 150).

Otsustasin kombineeritud meetodi kasuks, kuna lisalehega kogutud andmed aitasid veelgi paremini mõista, kas nutiseade on üliõpilaste jaoks lisa- või põhivahend ning saada aru, milliste tegevuste ajal ja olukordades üliõpilased nutiseadet uudismeedia jälgimiseks kasutavad. Lisaks võimaldasid lehed koguda andmeid üliõpilaste poolt kasutatavate kanalite kohta ning kanalite üles märkimine aitas üliõpilastel mõista, kui palju nad päevas nutiseadmest uudiste jälgimisele aega kulutavad. Samuti aitasid lisalehtedega kogutud andmed kinnitada intervjueeritavate öeldut.

Leidsin, et mõistlikum on koguda andmeid individuaalintervjuude, mitte fookusgrupi intervjuuga, kuna fookusgrupis on vähem aega intervjueeritavale lisaküsimusi esitada ja keerulisem kasutada aktiivse kuulamise võtteid (Vihalemm, 2014). Fookusgrupi eelis individuaalintervjuu ees on see, et seal saab jälgida osalejate omavahelist interaktsiooni (*ibid*), mis aga ei ole nutiseadmest uudismeedia jälgimise puhul niivõrd oluline aspekt, mida jälgida, kuna tegemist on individuaalse tegevusega ning iga indiviidi tarbimine on erinev.

Kõik intervjuud viisin läbi Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste instituudi õppehoones perioodil 06.03-25.03.2019. Kõige lühem intervjuu kestis 30 minutit ja kõige pikem intervjuu 80 minutit. Kõik intervjuud lindistasin kindluse mõttes nii mobiiltelefoni kui diktofoniga ja teavitasin sellest eelnevalt ka intervjueeritavaid.

Intervjuu kava (vt Lisa 1) kolmes plokis on kokku 37 küsimust, kuid arvestades semistruktureeritud intervjuu põhimõtteid, jätsin endale vabaduse küsida kuulamis põhiseid jätku- ja täiendküsimusi. Intervjuu kava on koostatud kolme põhiteema alusel – üldine uudiste jälgimine ja nutiseadme osakaal, kasutatavad kanalid ja nendega seotud praktikad ning viimaks praktikad ja motivatsioon uudismeedia jälgimisel nutiseadmest.

Individuaalintervjuu algas sissejuhatavate küsimustega, pärast mida liikusin edasi esimese ploki juurde, mille eesmärk oli teada saada üliõpilaste üldised uudiste tarbimise harjumused. Seejärel liikusime edasi teise ploki juurde, mille eesmärk oli saada ülevaade nii kanalitest, mille kaudu intervjuueeritavad nutiseadmest uudiseid jälgivad, kui ka praktikatest seoses mobiilirakenduste ja muude nutiseadme võimalustega. Kolmandas plokis käsitlesime üldisemalt nutiseadmest kui vahendist uudismeedia jälgimise praktikaid ja motiive ning intervjuu lõpus palusin neil kokkuvõtlikult öelda, millistel eesmärkidel nad seadmest uudiseid loevad.

Vastuste leht (vt Lisa 2) ehk lisaleht koosnes kolmest küsimusest: millistest mobiilirakendustest jälgid nutiseadmest uudiseid ning milliseid kanaleid jälgid muude meediumite kaudu; milliseid rubriike loed nutiseadmest ja milliseid mujalt; mis kellaegadel kasutate tavaliselt nutiseadet uudiste jälgimiseks. Lisalehe eesmärk oli koguda üliõpilastelt andmeid, mis aitaks kaardistada nutiseadmest kasutatavad rakendused ja loetavad rubriigid ning ajavahemikud, mil intervjuueeritavad nutiseadet uudiste lugemiseks kasutavad. Lisaks on eesmärk võrrelda nutiseadmest jälgitavaid kanaleid ja rubriike mujalt meediumitest jälgitavaga, kuna nutiseadme võrdlemine teiste meediumitega aitab välja selgitada nutiseadme kui meediumi olulisuse ja osakaalu kogu uudismeedia jälgimises. Lisalehe abil sain veelgi parema ülevaate üliõpilaste nutiseadmest uudiste jälgimisest, kuna kogutud andmed aitasid välja selgitada erinevaid mustreid nende uudismeedia tarbimises. Näiteks nutiseadmest lugemise ajavahemike üles märkimine aitas mõista, millistes olukordades üliõpilased nutiseadmeid kasutavad ja kinnitas intervjuudes öeldut.

2.3. Andmeanalüüsimeetod

Käesolevas bakalaureusetöös kasutan andmeanalüüsimeetodina kvalitatiivset sisuanalüüsi, mis sobib hästi intervjuudega kogutud tekstiandmete analüüsiks ja mida Hsieh ja Shannon (2005: 1280) on defineerinud kui „uurimismeetodit, mida rakendatakse tekstiandmete sisu subjektiivselt

tõlgendamiseks süstemaatilise liigendamise- ja kodeerimisprotsessi ning teemade või muustrite kindlakstegemise abil“.

Analüüsiosa alustasin intervjuude helisalvestiste transkribeerimisega, märkisin üles intervjuueeritavate põhilised andmed, intervjuu toimumise kuupäeva, asukohta ja intervjuu pikkuse. Andmeanalüüsi alustasin sellega, et lugesin intervjuud mitu korda läbi, sest süvalugemine aitab märgata ja identifitseerida tekstis olevaid teemasid, kontseptsioone ja näiteid (Rubin ja Rubin, 2012: 192).

Järgmine etapp oli kodeerimine, kus kasutasin induktiivset ehk avatud kodeerimist, mille puhul tuletatakse koodid kasutatavatest andmetest (Kalmus, Masso, ja Linno, 2015). Kvalitatiivses uuringus tähendab kood sõna või lühikest fraasi, mis määratakse kindlale andmekogusele, mis on kas kokkuvõtlik, esiletungiv, olemust kirjeldav või olemust tähistav (Saldaña, 2013). Kodeerimine tähendab pidevat ilmingute, juhtumite ja mõistete võrdlemist, kus empiirilisele materjalile lisatakse koodid (Laherand, 2008: 120).

Avatud ehk induktiivse kodeerimise eesmärk on süveneda teksti autori mõttemaailma ja seda mõista, selgitades tekst üksikasjalikult lahti ning dekodeerides tähendused (Kalmus jt, 2015). Induktiivsed koodid tuletasin kogutud andmetest aktiivse lugemise teel, kodeerisin sarnase tähendusega tekstiosad ja lähtusin seda tehes töö uurimisküsimustest. Näiteks nutiseadme osakaalu uudiste jälgimisel otsides pöörasin tähelepanu järgnevale: kui palju intervjuueeritavad nutiseadmest uudiseid jälgivad ja kui palju teistest seadmetest; kui süvenenult nad nutiseadmest jälgivad; mis põhjuseid nad nimetavad, miks on seade nende lisa- või põhivahend. Loodud induktiivseteks koodideks olid näiteks „ligipääs teistele vahenditele“ ja „infoga seotud praktikad“ ja „professionaalsus“.

Seejärel tuginedes enda töö struktuurile ja uurimisküsimustele lõin kategooriad ehk koondasin sarnase tähendusega koodid üldisemate mõistete alla (Laherand, 2008: 120). Loodud kategooriad olid „seadme osakaal“, „kasutatavad kanalid“, „üliõpilaste praktikad“ ja „üliõpilaste motiivid“, mis lähevad kokku bakalaureusetöö uurimisküsimustega. Täpsem kategooriate ja koodide kava on leitav Lisa 3 alt. Induktiivse kodeerimisega saadud tulemused esitan järgmises peatükis.

3. TULEMUSED

Järgnevas peatükis annan ülevaate tulemustest, mida ilmestab tsitaatidega, mis on pärit neljateistkümnest läbiviidud individuaalintervjuust, mida täiendasid lisalehed. Tsitaatide lühendamisel olen kasutanud märkistust /../. Esimeses peatükis toon välja tulemused selle kohta, kui suurel määral jälgivad üliõpilased nutiseadmest uudismeediat ja millisel osal päevast nad seda teevad. Tulemuste teises peatükis kirjeldan üliõpilaste poolt kasutatavaid kanaleid nutiseadmest uudismeedia jälgimisel. Kolmandas peatükis kirjeldan, millised on üliõpilaste peamised praktikad nutiseadmest uudiste jälgimisel ja viimases peatükis keskendun üliõpilaste poolt välja toodud motiividele.

3.1. Üliõpilaste uudismeedia tarbimise osakaal nutiseadmest

Intervjuudest selgus, et **täpselt poolte üliõpilaste jaoks on nutiseade lisavahend ja poolte jaoks põhivahend**. Lisavahend tähendab seda, et üliõpilane kasutab nutiseadet kas ajalises mõttes või omandatud informatsiooni mõttes vähem kui mõnda teist meediumit.

Põhjused, miks nutiseade on üliõpilaste põhivahend uudismeedia jälgimisel, on näiteks seadme mobiilsus, kiirus, mitmekesisus ja kättesaadavus. Kiiruse all peavad intervjuueeritavad silmas seda, et uudised jõuavad nendeni kõige kiiremini ja seda enamasti teavituste kaudu. Mitmekesisus tähendab seda, et seadmest on võimalik uudiseid nii lugeda, kuulata kui ka vaadata. Kättesaadavuse all peavad üliõpilased silmas nii seda, et nutiseade on igal ajal igas kohas kättesaadav, kui ka seda, et teised vahendid ei ole enamasti kättesaadavad ja seetõttu on nad otsustanud kasutada nutiseadet.

Lisaks mainis mitu intervjuueeritavat, et nutiseade on nende jaoks vahend, kust tarbida uudiseid, samas arvuti on ainult töö tegemiseks mõeldud vahend, kas siis koolitööde või tööülesannete jaoks ning seetõttu on nende põhivahendiks nutiseade. Mitu üliõpilast mainisid ka seda, et neil on tekkinud harjumus kasutada nutiseadet kõige rohkem. Samuti tõi üks intervjuueeritav välja, et kuigi ta eelistaks jälgida uudiseid arvuti kaudu, kasutab ta siiski põhiliselt nutiseadet, kuna see on kiirem ja alati kättesaadav.

M5: „*Kui arvuti oleks koguaeg võtta niimoodi, et kohe lähen ja samahästi kui ma saan telefoni taskust välja võtta, siis loeks arvutist rohkem, /./ aga hetkel jah, nutitelefonist on tunduvalt kiirem, no saad kiiremini lihtsalt uudised kätte.*“

Mitu intervjuueeritavat tõi välja, et nutiseadmest on neil parem uudistele keskenduda kui teistest meediumitest. Ühe üliõpilase sõnul on tal kergem nutiseadmest uudiseid lugeda, kuna tal on ekraanil üks asi korraga, erinevalt arvutist. Teine intervjuueeritav on lülitanud nutiseadmes teavituste saamise välja ning seetõttu on tal seadmest jälgides võimalik paremini uudistele keskenduda. Kõrgema Kunstikooli Pallas üliõpilane tõi välja, et nutiseade on tema põhivahend uudiste jälgimisel, kuna ta saab seda kasutades kombineerida kaks tegevust ehk rööprähelda, mis omakorda aitab tal paremini keskenduda nii uudiste kuulamisele kui ka tegevusele, mida ta samal ajal teeb, milleks on enamasti arvutis kujundustööde tegemine.

Need üliõpilased, kelle jaoks on nutiseade uudismeedia jälgimisel lisavahend, tõi põhjustena välja nii seda, et neil on harjumus kasutada teisi vahendeid rohkem, nende nutiseade on aeglane ja vana, neil on olemas ligipääs teistele meediumitele nagu televisioon ja raadio, nad soovivad kasutada nutiseadet võimalikult vähe ning nutiseade on nende viimane eelistus ja teise seadme asendaja. Teistele vahenditele pääses ligi vaid see üliõpilane, kes elas endiselt koos vanematega, omaette elavad üliõpilased seda aspekti välja ei toonud. Ühe intervjuueeritava jaoks on nutiseade arvutit asendav seade nendes olukordades, kus arvuti ei ole kättesaadav, näiteks reisil olles. Seega on tegemist lisavahendiga, mis asendab teist seadet.

N5: „*/./ pigem ma loen arvutis, kui on võimalus, et siis kui mul võimalust ei ole, näiteks olengi kuskil, kus mul arvutit ei ole, siis ma loen nutiseadmest. Mul lihtsalt ei ole muud valikut.*“

Nutiseade on mitmete intervjuueeritavate viimane eelistus eelkõige seetõttu, et nende meelest on selle seadme kasutamine ebamugav, sest nutiseadme ekraan on väike ja uudiste leidmine on samuti keeruline, sest olulist infot on raskem välja sorteerida. Üks intervjuueeritav tõi välja aspekti, et meediaväljaanded peavad nägema vaeva, et inimesed nutiseadmest uudiseid lugedes ära ei tüdineks, kuna korraga kätte saadav infokogus on niivõrd väike.

N5: „*/./ see info kogu, mida sa saad korraga kätte, on nagu väiksem ja siis need meediakanalid peavad ka sellele vastavalt siis tegutsema, et inimesed ära ei tüdineks poole uudise pealt.*“

Mitmed üliõpilased ütlesid, et soovivad nutiseadet võimalikult vähe kasutada, kuna nad tunnevad, et see raiskab nende aega. Ühe intervjueeritava sõnul on seade täis tähelepanulõkse, mistõttu jääb ta seda liiga kauaks kasutama ning seade võtab liiga palju tema aega ära. Intervjueeritavad arvavad, et nutiseadet kasutades ei ole nad produktiivsed ja tegelevad ebavajalike tegevustega.

Nutiseade on lisavahend ka seetõttu, et see on mõeldud ülevaate saamiseks – üks üliõpilane ütles, et ta loeb nutiseadmest ainult pealkirju. Kuigi ta jälgib uudiseid võrdselt nii nutiseadmest kui arvutist, on nutiseadmest jälgimine tema puhul väga palju pealiskaudsem ja seetõttu võib öelda, et tegemist on tema jaoks lisavahendiga. Lisaks toodi välja seda, et nutiseade on lisavahend, kuna seal jälgitakse vaid kõige olulisemaid ja pakilisemaid uudiseid, kas siis enda jaoks olulised või ühiskondlikult olulised uudised. Selles mängivad rolli ka teavitused, kuna rakendus saadab teate enamasti kõige olulisemate uudiste kohta.

N1: „/./ nutiseadmest ma peamiselt vaatan mingisuguseid kõige nagu pakilisemaid uudiseid, mis ongi, et tuleb mingisugune teade olulise sündmuse kohta ja siis ma teen selle lahti.“

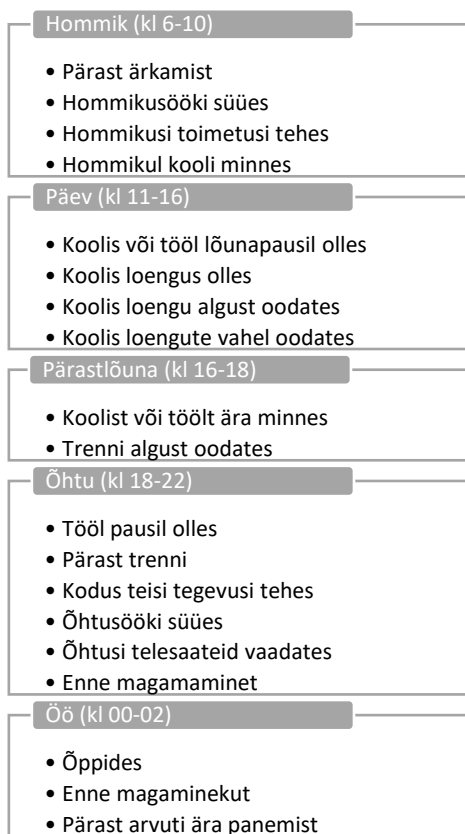
Lisalehtedega kogutud andmed kinnitavad seda, et nutiseade on mõne üliõpilase jaoks lisavahend, mõne jaoks põhivahend. Need intervjueeritavad, kelle sõnul on nutiseade nende jaoks lisavahend, jälgivad nutiseadmest ka vähem uudistekanaaleid ja -rubriike kui mujalt meediumitest. Põhjusena toodi välja seda, et nutiseadmest jälgitakse vaid kõige olulisemaid uudiseid ja neile endile kõige rohkem huvi pakkuvaid teemasid, samas näiteks televisioonist saadakse uudiseid paljude selliste teemade kohta, mida nad muidu enda initsiatiivil ei jälgi, näiteks välisuudised või krimi. See omakorda kinnitab seda, et nutiseade on mõne üliõpilase jaoks vaid olulistest uudistest kiiret ülevaadet pakkuv seade.

Samas intervjueeritavatel, kelle sõnul on nutiseade nende põhiline uudistekanal, oli jälgitavaid kanaleid ja rubriike kas nutiseadmest ja muudest meediumitest võrdselt või siis nutiseadmest veidi rohkem. See näitab, et nutiseade ei ole nende jaoks pelgalt kiire ja ülevaatlik meedium, vaid uudiste jälgimise vahend.

3.1.1. Nutiseadmest uudiste jälgimine päeva lõikes

Palusin intervjuueeritavatel eraldi välja tuua ja lisalehel kolmanda küsimuse juures üles märkida, millistel osadel päevast nad nutiseadet uudiste jälgimiseks kasutavad. Enamik neist märkis kellaajad üles päeva lõikes, aga mõned, kes ei tarbi uudiseid väga aktiivselt, tegid seda nädala lõikes, mis tähendab, et üles märgitud kellaajad ja nende juurde kuuluvad tegevused ei kehti mitte ühe päeva, vaid kokkuvõtlikult ühe nädala kohta.

Üleüldiselt jälgivad intervjuueeritavad nutiseadmest uudiseid viiel perioodil – hommik, päevane aeg, pärastlõuna, õhtune aeg ja öö. Järgnevalt toon välja põhilised tegevused, mida üliõpilased nendel perioodidel nutiseadmest uudismedia jälgimise ajal teevad või mis situatsioonis nad on (vt Joonis 2).



Joonis 2. Üliõpilaste nutiseadmest uudiste jälgimine ajaperiooditi koos tegevustega

Kolm kõige enam mainitud tegevust olid liikumine, ootamine ja söömine. Liikumise alla lähevad nii hommikul kooli või tööle minemine, päeval ühest kohast teise liikumine kui ka õhtul pärast kooli- või tööpäeva koju minemine. Ootamise all töid intervjuueeritavad välja põhiliselt bussi ootamist ning koolis loengute alguse või lõpu ootamist, aga lisaks ka trenni alguse või toidu

valmimise ootamist. Söömise all mainisid nad nii hommiku-, lõuna- kui ka õhtusöögi ajal nutiseadmest uudiste jälgimist.

Hommikul jälgivad üliõpilased uudiseid kas kohe pärast ärkamist, hommikusöögi söömise ajal, hommikuste toimetuste kõrvale või kooli poole liikudes. Ühe intervjueeritava sõnul paneb ta hommikuti alati Sky.ee mobiilirakendusest raadio mängima ja kuulab seda toimetusi tehes. Mitu üliõpilast ütlesid, et loevad pärast ärkamist üle magamise ajal tulnud teavitused.

M5: „./../ ärkan kusagil kaheksa üheksa ajal, noh siis on esimene asi võtad telefoni kätte, nii, loll komme veidi.“

Päeval ajal jälgivad intervjueeritavad uudiseid peamiselt kas lõunapausi ajal või siis enne loengut, loengute vahel või loengu ajal, kui nad ootavad loengu lõppu. Pärastlõunal jälgivad nad uudiseid kas liikumise ajal või siis näiteks trenni algust oodates. Õhtusel ajal oli erinevaid tegevusi, mille ajal üliõpilased uudiseid jälgivad, kõige enam. Näiteks mainisid nad pärast trenni koju kõndimist, õhtusöögi söömist ja kodus toimetamist. Mitmed intervjueeritavad mainisid, et loevad õhtul või öösel enne magamaminekut uudiseid ja seda veidi pikemalt, kui näiteks päeval ajaaukudel.

N4: „./../ õhtuti on kõige pikem see, et enne magamaminekut siis vaatad need üle, mis seal üldse toimunud on. Et siis võib-olla siuke mai tea viisteist, kakskümmend minutit vaatad neid seal.“

Üks üliõpilane tõi välja, et loeb õhtul tööl pausi ajal uudiseid, kuna töötab meditsiinivaldkonnas, kus tööpäevad ei ole üheksast viieni, vaid on ka öiseid vahetusi. Öösel jälgivad intervjueeritavad nutiseadmest uudiseid näiteks õppimise ajal või siis, kui arvuti on juba kinni ja ära pandud.

3.2. Nutiseadmest uudismeedia jälgimiseks kasutatavad kanalid

Selleks, et luua taustateadmine, millised võimalused on üliõpilastel nutiseadme vahendusel uudiseid jälgida, koostasid ülevaate Eesti meediaorganisatsioonide uudissisu edastavatest mobiilirakendustest (vt Joonis 3). Mobiilirakendus (ingl *software applications* või *app*) on rakendus, mille kasutaja tõmbab endale nutiseadmesse (Oxford Living Dictionary, 2019a).



Joonis 3. Eesti meediaorganisatsioonide uudissisu pakkuvad mobiilirakendused (02.01.2019)

Eestis on mobiilirakendused olemas nii Rahvusringhäälingu erinevatel kanalitel kui ka erameedia ettevõtete päevalehtedel, nädalalehtedel ja raadiokanalitel. Kõige enam mobiilirakendusi on AS Eesti Meedia ja Ekspress Meedia AS-il, mõlemal kokku seitse rakendust. Neile järgneb Eesti Rahvusringhääling kuue rakendusega, lisaks on mobiilirakendused ka ettevõtetel SL Õhtuleht AS, AS All Media Baltics ja Sky Media Group.

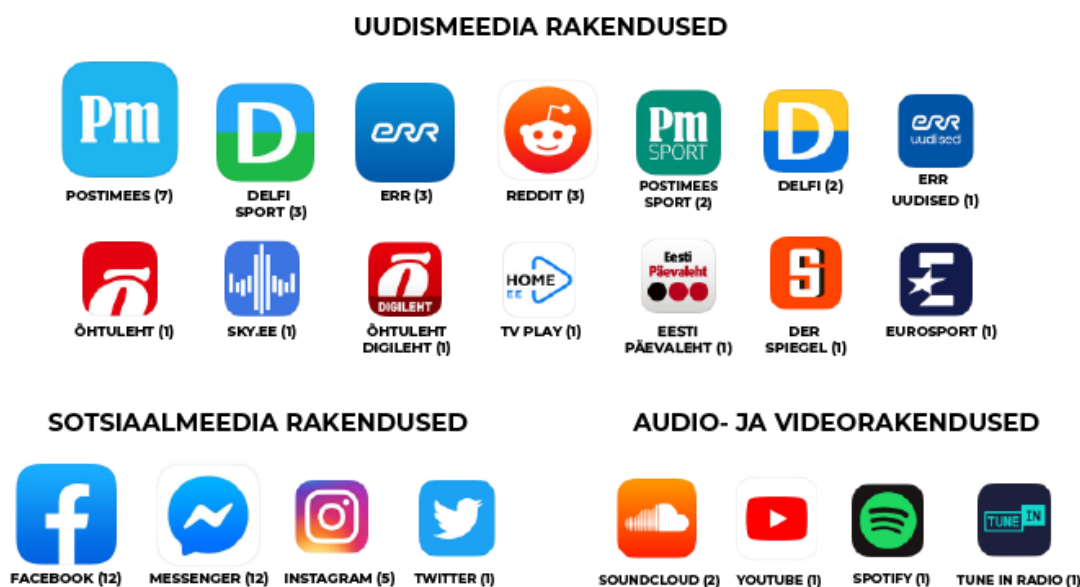
Intervjuude ja lisalehtedega kogutud andmetest selgus, et üliõpilased kasutavad nutiseadmest uudismeedia jälgimiseks nii uudismeedia mobiilirakendusi, sotsiaalmeedia rakendusi, erinevaid audio- ja videorakendusi kui ka veebiportaale ja digilehti, kuhu nad saavad ligi brauseri kaudu. Kõik uuritavad kasutasid nutiseadmena enda mobiiltelefoni ning üks intervjuueeritav kasutas nii mobiiltelefoni kui tahvelarvutit.

M1: „Kui ma kodus olen, siis ma jälgin tahvelarvutist, aga kui ma olen liikuvuses, siis ma jälgin nutitelefoni.“

Uudisrakendustest on kõige populaarsemad eestimaiste meediaorganisatsioonide rakendused nagu Postimees, ERR, Delfi Sport ja Delfi. Mõned intervjuueeritavad kasutasid ka välismaised rakendusi, millest kõige populaarsem oli Reddit, lisaks nimetasid nad ka EuroSporti ja Spiegelit.

Sotsiaalmeedia rakendustest mainisid intervjuueeritavad kõige enam Facebooki ja Facebook Messengeri, paar üliõpilast töid välja ka Twitteri ja Instagrami. Lisaks kasutab üks intervjuueeritav Gmaili rakendust, kust ta loeb erinevaid uudiskirju, kuid tegemist ei ole uudismeediaga. Samuti kasutavad intervjuueeritavad näiteks Spotify, Soundcloudi, Youtube'i ja TuneIn Radio rakendusi, et kuulata taskuhäälinguid või vaadata uudissisu sisaldavaid videoid. Kokku on erinevaid mobiilirakendusi 22, mida intervjuueeritavad kasutavad (vt Joonis 4).

UURITAVATE KASUTATAVAD MOBIILIRAKENDUSED



Joonis 4. Üliõpilaste poolt kasutatavad mobiilirakendused

Brauseri kaudu loevad intervjuueeritavad nii eestimaised kui välismaised väljaandeid ja enamasti kasutavad nad selleks veebiportaale. Kaks üliõpilast loevad brauseri kaudu ka digilehti, mille paketi nad on ostnud. Ühe intervjuueeritava sõnul on sealt mugavam lugeda kui rakendusest, kuna ta saab avada erinevates akendes mitu erinevat artiklit ja neid järjest lugeda ja kinni panna, samas rakenduses saaks ta avada vaid ühe artikli korraga.

Üks intervjuueeritav kasutab mobiilirakenduste asemel otsetee (ingl *shortcut*) võimalust ehk ühte nutiseadme funktsiooni, mis võimaldab kiiret ligipääsu veebiportaalile või muudele andmetele (Oxford living dictionary, 2019c), kuna loob seadme ekraanile ikooni, mille peale vajutades saab kasutaja otse brauseri kaudu väljaande veebisaidile minna. Tema sõnul on see võrdväärne mobiilirakendusega, kuid ei haara enda alla telefoni mälu.

Suurem osa üliõpilastest jälgivad enda kodukohaga seotud väljaandeid, seda nii mobiilirakenduste kui brauseri kaudu. Näiteks Pärnust pärit intervjueeritav loeb Postimehe rakendusest Pärnu Postimeest ja Saaremaalt pärit intervjueeritav loeb brauseri kaudu Saarte Häält.

Intervjueeritavad tõid uudiste kanalina välja nii Facebooki kui Facebook Messengeri, mis on enamike üliõpilaste jaoks pigem väikese osakaalu ja tähtsusega kanalid. Mõnede intervjueeritavate sõnul ei ava nad sotsiaalmeedia rakendust selleks, et uudiseid tarbida, samas uudismeedia rakenduste puhul on aga eesmärk tavaliselt infot saada ja uudiseid lugeda.

N2: „Uudised sa ikkagi, rakenduse sa teed tavaliselt siis lahti, kui sa ikkagi tead, et sa tahad uudiseid lugeda, aga Facebookis ././, lähed sinna võib-olla mingi muu asja pärast.“

Samas mõne intervjueeritava jaoks on Facebook üks põhilisi uudistekanaaleid ning kahe intervjueeritava sõnul loevad nad nutiseadmest uudiseid 90% ulatuses Facebooki kaudu. Nad on sinna loonud eraldi süsteemi, et nad näevad vaid uudiskanalite postitusi ning inimeste tehtud postitused on ära blokeeritud.

M6: „././ nutiseadmest ma siis lähen Facebooki, mul, ma olen sinna eraldi nagu süsteemi endale teinud, et kõik huvitavad lehed ma olen pannud seal selle "see first" tägi alla onju ja sisuliselt muud ma ei näegi.“

Mõne üliõpilase jaoks oli uudistekanal ka **mobiilne teavituse**, kuna ta loeb teavituse käbi, saab selle kaudu kätte põhilise info kindla uudise kohta ning uudist ennast ta ei ava. Lisaks mainisid intervjueeritavad uudistekanalina ka **sõnumirakendust Facebook Messenger**, mis on ühtlasi ka sotsiaalmeediarakendus, kus nad jagavad teistega uudiseid. Nad saadavad uudistelingi kas otse teisele inimesele, näiteks sõbrale või perekonnaliikmele, või saadavad uudise grupivestlusesse, kus nad siis uudise üle arutavad. Üliõpilaste sõnul on see hea viis, kuidas uudistega kursis olla, kuna nad ei pea ise uudiseid otsima, vaid need jõuavad nendeni läbi vestluste.

Uudismeedia mobiilirakendustel on intervjueeritavate sõnul nii mitmeid plusse kui ka miinuseid, plusside all tõid nad välja nii mobiilsed teavitused kui ka kasutajasõbralikkuse. Mobiilsed teavitused annavad üliõpilaste sõnul kiire ülevaate ning teavitavad olulise uudiste tulekust, mis tähendab, et nad ei pea ise uudist otsima. Teavitused on need, mis teevad intervjueeritavate jaoks uudisrakenduse teistest kanalitest kiiremaks meediumiks. Kasutajasõbralikkuse all pidasid üliõpilased silmas seda, et rakendus on loogiliselt üles ehitatud, see on kohandatud seadme ekraanisuurusele, vajalik info on kergesti leitav ja selle otsimisele ei kulu kaua aega.

M1: „ERR-i näitel konkreetselt siis nende Eesti Televisiooni koduleht on väga mitte-kasutajasõbralik, nagu pärast seda uuendust ja sellest lihtsalt ma ei leia mitte ühtegi asja üles, mida ma tahan vaadata ja jälgida, sellepärast ma kasutan rakendust.“

Põhiliste miinustena uudismeedia rakenduste juures tõid intervjuueritavad välja, et rakendused ei ole kasutajasõbralikud ega paku mingit lisaväärtust võrreldes brauseri kasutamisega. Halva kasutajakogemuse all peavad nad silmas seda, et mobiilirakendusest on keeruline olulist infot üles leida ning see töötab halvemini kui veebiportaal, näiteks jookseb pidevalt kokku. Olematu lisaväärtuse all pidas üks intervjuueritav silmas seda, et enamik Eesti uudismeedia mobiilirakendused on täpselt samasuguste funktsioonidega nagu väljaande veebiportaalid ning ta ei näe mõtet rakendust tõmmata.

M5: „././ nii palju kui ma neid Eesti veebiportaalide äppe kasutanud olen siis ././ see on sõna otseses mõttes rämps. Nagu nad on lihtsalt võtavad selle sama veebilehe ja kuvavad sul selle äpis, sa võiksid ise samahästi lihtsalt brauseri lahti teha. ././ need lahendused ei ole nagu väga intuiitiivsed ja seetõttu ma neid ei kasuta ja väga ei ole uurinud ka.“

Kokkuvõttes jälgivad intervjuueritavad uudiseid rohkemate veebiportaalide või digilehtede kaudu kui mobiilirakenduste kaudu. Üks põhjus on see, et veebibrauserist saavad nad ligi rohkematele kanalitele, kuna paljudel väiksematel väljaannetel ei ole mobiilirakendusi, näiteks Äripäeval. Lisaks eelistavad paljud üliõpilased brauserist lugemist mobiilirakendustele, kuna rakendustel on nende sõnul palju miinuseid.

Üliõpilased tõid välja ka erinevaid plusse ja miinuseid populaarseimate uudiskanali kohta nagu Delfi, Postimees ja ERR. **Delfit** peavad nad kõige kiiremaks, aga samas ka kõige meelelahutuslikumaks kanaliks, kus on kollased, sisutud ja ülepakutud uudised. **Postimehe** kohta ütlesid intervjuueritavad, et see on sisukam kui Delfi ja edastab kõige adekvaatsemaid uudiseid, see on mitmekesine, objektiivne ja usaldusväärne. Samas leidsid üliõpilased, et Postimees on kollase tooniga. **Eesti Rahvusringhäälingu** osas olid nad üleüldiselt kõige positiivsemalt meelestatud, kõige enam toodi välja, et ERR on usaldusväärne ning kõikidest kanalitest kõige usaldusväärsem ja sümpaatsem. Lisaks leiavad üliõpilased, et ERR on lihtne, reklaamivaba, objektiivne, ratsionaalne, informatiivne ja sellel on kõige parem kasutajakogemus.

N2: „Mulle iseenesest meeldib Postimehe rakendus. ././ ta on selles suhtes mugav, et seal on kõik need Eesti Meedia grupi lehed olemas, et ma saan lihtsalt järjest kõiki võtta, sest

ongi, et elan siin, loen Tartu Postimeest, ././ olen elanud ka Viljandis, loen Sakalat, tulen Järvamaalt, loen Järva Teatajat. Mul on nagu kõik asjad ühes kohas, et see on hästi mugav. Aga noh ERRis on sama jälle see hästi hea, et see on siuke nagu puhas ja siuke lihtne ja seal on vähe sellist liigset mingit tähelepanu tõmbamist. Aga samas Postimees on natukene siuke, seal on jah rohkem võimalusi.“

Intervjueeritavate jaoks on uudisrakendused nii informatiivsed kui ka meelelahutuslikud kanalid, kuna mõnikord lähevad nad sealt otsima informatiivset sisu, aga teinekord meelelahutuslikku sisu. Intervjueeritavate sõnul on rakendus meelelahutust pakkuv kanal siis, kui neil on igav ja nad otsivad tegevust, millega aega sisustada. Samas enamasti kasutasid nad rakendust siiski selleks, et olla informeeritud.

Enamik üliõpilasi kasutavad uudiste jälgimiseks mitmeid erinevaid kanaleid ja nende sõnul teevad nad seda selleks, et saada kõigest võimalikult head ülevaadet. Üks intervjueeritav, kes jälgib väga mitmeid erinevaid kanaleid, sõnas, et kuna igal väljaandel on oma poliitiline kallutatus, siis ta peabki jälgima erinevaid portaale, et saada kokku terviklik ja õige pilt.

M5: „././ sessuhtes sellist fake news mentaliteeti mul väga nagu ei ole, et jah, igal uudisteportaalil on oma mingisugune kallutatus, noh aga seetõttu peabki uudiseid korjama erinevatest kohtadest, sellepärast et mõni portaal jätab mõne fakti välja, mõnel on mõned faktid juures, see nii-öelda aitab, iga inimene peaks ise endal nagu selle pildi kokku saama, mida nad millestki arvavad.“

Kui küsisin üliõpilastelt selle kohta, kui palju nad üleüldse vaeuudistega on kokku puutunud, siis enamik vastasid, et pigem puutuvad nad kokku kallutatud või klikimagneti (ingl *clickbait*) tüüpi uudistega, mitte vaeuudistega. Uuritavate sõnul puutuvad nad kõige rohkem selliste uudistega kokku sotsiaalmeedias, kus levib infot, mis näeb välja kallutatud või siis mõnel juhul ebaõige.

3.3. Üliõpilaste praktikad nutiseadmest uudismeedia jälgimisel

Üliõpilastel oli mitmeid uudismeediaga seotud praktikaid ehk rutiinseid tegevusi, mida nad pidevalt kordavad. Suurem osa üliõpilaste praktikatest seoses nutiseadmest uudiste jälgimisega on seotud ajaga, näiteks aja kokkuhoiu praktikad ja aja produktiivselt kasutamise praktikad. Lisaks

on mitmed praktikad seotud infoga, näiteks infohulgas orienteerumise praktikad ja infomüra vähendamise praktikad. Infomüra all pidasid üliõpilased silmas informatsiooni üleküllust.

Mobiilsete teavituste kasutamine aitab intervjueeritavate sõnul neil suures infomassis orienteeruda, kuna see eristab olulise uudise ebaolulisest ja annab märku, et seda uudist võiks lugeda. **Taskuhäälingute kuulamine** aitab üliõpilastel aega produktiivsemalt kasutada. Lisaks tõid intervjueeritavate välja, et üleüldse nutiseadme vähem kasutamine aitab neil olla produktiivsem. **Nädalasündmuse kokkuvõtavad uudissaated** aitavad aega kokku hoida ja vähendada tarbitava info kogust, kuna kõik oluline on ühes kohas lühidalt kokku võetud.

Personaliseeritud uudisvood ja valikuline tarbimine aitavad uudiste otsimise pealt aega kokku hoida ja infomüra vältida. **Personaliseeritud uudisvoo** kasutamine näiteks sotsiaalmeedias aitab hoida aega kokku ja eristada olulist ebaolulisest. **Valikuline tarbimine** tähendab seda, et üliõpilased valivad kindlad teemad, mis neid huvitavad ja neile korda lähevad, ning jälgivad ainult neid teemasid. See on nende jaoks oluline, kuna nad ei taha vaadata läbi tohutut hulka informatsiooni, kust seest on raske leida seda, mis neile realselt korda läheb.

M3: „././ tänapäeval õnneks meil on see valik, et me saame valida, mis uudiseid me endale tahame ja mida mitte. Ma olen väga tänulik selle üle.“

J: „Aga miks sa oled tänulik?“

M3: „Sest ma ei pea lugema, või noh, ma ei pea vaatama läbi tohutut infohunnikut, et jõuda selleni, mida ma tegelikult teada tahan või millest ma huvitun, vaid ma saangi valida täpselt ja see säästab mu aega.“

Valikulise tarbimise juures tõid intervjueeritavad välja ka seoses kiire elutempo ja valikute tegemise vahel, kuna nende sõnul ei ole neil aega suurtes infomassides tuhnida ja otsida sealt vajalikku, vaid nad peavad tegema teatud valikud selleks, et nad jõuaksid enda õpingute, töö ja hobidega järje peal olla. Peamine põhjus, miks intervjueeritavad üritavad hoida aega kokku või aega produktiivsemalt kasutada, on nende sõnul see, et üliõpilasena on nende aeg alati piiratud, neil on palju ülesandeid ja liiga vähe aega. Seetõttu peavad nad oma ajakasutust organiseerima ja leidma viise, kuidas suures infohulgas orienteeruda. See on ka põhjus, miks paljud on otsustanud jälgida uudiseid valikuliselt. Ühe üliõpilase sõnul tekib tal süütunne, kui ta jääb liiga kauaks tegema midagi muud peale õppimise või töötamise, näiteks jääb uudiseid lugema.

J: „Et sa pead lihtsalt organiseerima oma aega, selleks, et sa jõuaksid asjad tehtud jah?“

M3: „Jaa, täpselt. Ja ././ vahete vahel lihtsalt jõuad selle ühe artikli läbi lugeda ja tekib süütunne juba, automaatselt. Noh eksamid lähenevad eksju ja kuna ma tahan ikkagi areneda ka väljaspool kooli, siis ma võtan tegelt päris palju klientide, tekib lihtsalt süütunne puhtalt.“

Intervjuudest selgus, et see, mida üliõpilased peavad oluliseks või huvitavaks, on esiteks olulised päevapoliitilised sündmused ja teiseks, on üliõpilase eriala, isikliku elu või huvidega seotud uudised. See, mida intervjuueeritavad peavad oluliseks või huvitavaks, on ka see, mida nad enamasti uudismeediast loevad (vt Tabel 2).

Tabel 2. Intervjuueeritud üliõpilaste õpitavad erialad, huvid ja jälgitavate uudiste teemad

Üliõpilane	Eriala(d)	Hobid	Jälgitavad uudised
M1	Sotsioloogia	Rahvatants	Päevapoliitika, kultuurivaldkond
M2	Füsioteraapia	Jalgpall	Päevapoliitika, sport
M3	Meediadisain	Disain, turundus ja ärimus	Reklaam, turundus, disain, ärimus
M4	Saksa keel ja õendus	Poliitika ja keeled	Päevapoliitika, saksa keelsed uudised, poliitikamaastik ja tervishoiupoliitika
M5	Küberfüüsikalised süsteemid	Tehnika, füüsika ja mälumäng	Päevapoliitika, tehnika, füüsika, kosmos, välisuudised
M6	Sotsioloogia ja tööstusökoloogia	IT, keskkond	Päevapoliitika, IT, tehisintellekt, keskkond ja rohetehnoloogia
M7	Metsandus	Korvpall	Päevapoliitika loodusteemad, maaelu, mets ja sport
N1	Teatriteadus ja kommunikatsioon	Teater, kultuur ja keskkond	Päevapoliitika, kultuuri- ja keskkonnauudised
N2	Ajalugu	Kooliteater, kirjandus ja astronoomia	Päevapoliitika, teadus-, välis-, teatri- ja kultuuriuudised, astronoomia
N3	Õendus	Sport	Päevapoliitika, arvamus, välis- ja spordiudised

N4	Mikrobioloogia	Sport	Päevapoliitika, teadus- ja spordiuudised
N5	Veterinaaria	Poliitika ja bridž	Päevapoliitika, bridž, veterinaaria teadusuuringud ja -uudised
N6	Meediadisain	Disain ja kunst	Päevapoliitika, kultuuri- ja disainiuudised, arvamus
N7	Lennuinsener	Erinevad spordialad, tervis ja arhitektuur	Päevapoliitika, spordi- ja terviseuudised, arhitektuur

Tabelist selgub, et enamik intervjueeritavaid jälgisid lisaks päevapoliitikale ka neid teemasid, mis on seotud nende eriala või nende huvidega, kas näiteks hobidega või lihtsalt nende jaoks isiklikult oluliste teemadega. Näiteks tõi üks üliõpilane välja, et tema jaoks on oluline keskkonnasõbralik käitumine ja tarbimine ning seetõttu jälgib ta keskkonnauudiseid tavalisest rohkem.

N1: „See on lihtsalt selline isiklik huvi, kuna ././ ma kuidagi pean enda oluliseks keskkonnateemat ja ütleme mingisugust lihasöömise vähendamist ja pakendite vähendamist ja ühistranspordi kasutamist või jalgrattasõitu misiganes. Et nagu kuna sellised teemad on mulle isiklikult olulised, siis ma jälgin neid uudiseid ka rohkem.“

Üks intervjueeritav tõi välja huvitava seose, et ta jälgib meditsiinivaldkonna uudiseid, kuna tema vanemad töötavad arstina. Seega ei pea seos olema otseselt isegi üliõpilase enda erialaga, vaid ka tema vanemate erialaga. See üliõpilane, kelle sõnul jälgib ta päevas nutiseadmest uudiseid kokku kindlasti üle tunni aja, tegeleb vabal ajal mälumängudel osalemisega. Tema sõnul jälgib ta uudiseid selleks, et olla alati kõigega kursis, sest mälumängudes peab teadma kõigest midagi.

M5: „Mulle lihtsalt väga meeldivad mälumängud ja see on see alus tegelikult selle jaoks, et peab nii-öelda kõigega ja võimalikult palju kursis olema, vähemalt midagigi teadma.“

Üks üliõpilane jälgib valikuliselt ainult enda erialaga seotud uudiseid ega hoiu end kursis päevapoliitikaga, kuna Eesti päevapoliitilised uudised ei ole tema jaoks olulised. Tema sõnul on tal pidevalt tunne, et ta on ümberringi toimuva kohta käivast infost ilma jäänud ega oska teistega oluliste teemade osas kaasa rääkida. Lisaks tõi üks intervjueeritav välja, et tema arvates loevad inimesed enamasti neid teemasid ja uudiseid, mis lähevad nende maailmavaatega kokku.

N1: „././ sa validki endale ju ainult mingisugused uudised, mis ././ sinu maailmavaatega kokku lähevad või mis sind huvitavad, siis tõenäoliselt sa lood ikkagi enda ümber mingisuguse mulli. Või noh et sulle jääbki mulje, et kõik teised arvavad ka täpselt niimoodi nagu sina ja sa juba eos nagu jätad kõrvale kõik, mis, mis võiks sinu maailmavaadet mingil määral võib-olla siis ohustada või küsimärgi alla seada.“

Intervjueeritavad jälgisid nutiseadmest uudiseid ajaaukudel, mida iseloomustab ajasurve ja olukorrapõhisus, või nad leidsid päeva jooksul eraldi aja selleks, et end uudistega kurssi viia. Nendel üliõpilastel, kelle nutiseadmest uudiste jälgimine toimub ajaaukude jooksul, oli ühe uudiste lugemise seansi pikkus 5-10 minutit, mõnel harval juhul ka 15 minutit. Nende uudismeedia jälgimist mõjutas tegevus, mida nad samal ajal tegid – näiteks kui bussisõit kestab 10 minutit, loevad nad 10 minutit uudiseid. Tegevuseks võis olla ka näiteks koju jalutamine või loengu alguse ootamine. Intervjueeritavad, kelle uudiste jälgimine oli olukorrapõhine, lugesid ka enamasti lühikese või keskmise pikkuse uudiseid.

M5: „././ ei ole nagu sellist ühte pikka sellist nagu seanssi, kus kohas ma lihtsalt loen uudiseid nüüd, vaid see on niimoodi jupikaupa, terve päeva jooksul.“

Kui üliõpilased võtsid eraldi aja nutiseadmest uudiste lugemiseks, oli ühe lugemise seansi pikkus 15-45 minutit. Enamasti leidsid nad päeva jooksul eraldi aja selle jaoks, et ennast uudistega kurssi viia, kas siis hommikusöögi kõrvale või õhtul enne magamaminekut. Kokku jälgivad need intervjueeritavad päeva jooksul nutiseadmest uudiseid minimaalselt 45 minutit ja maksimaalselt poolteist tundi. Nende üliõpilaste jaoks ei ole uudise pikkus oluline, vaid nad loevad nutiseadmest igas pikkuses uudiseid.

M3: „././ ma nagu võtan eraldi aega lugemiseks, sest see on nagu osa, mis ma olen päeva tavaliselt sisse planeerinud, et ma pean, või noh tahan ja mõnes mõttes ka pean olema kursis onju teemadega, seega ma kindlasti võtan aega selleks.“

Olenevalt sellest, kas intervjueeritavad loevad nutiseadmest uudiseid ajaaukudel või leiavad nad selleks kindla aja, ütlesid enamik neist, et loevad enamasti need uudised lõpuni, mille nad juba avanud on. Põhjuseks see, et kuna nad loevad neid uudiseid, mis neid huvitavad, siis nad enamasti soovivad need ka lõpuni lugeda. Üks üliõpilane aga tõi välja, et ta on võtnud eesmärgiks lugeda uudis alati lõpuni, kuna ajakirjanik on vaeva näinud ja uudise läbi lugemisega hindab ta ajakirjaniku panust. Ta oli ise hiljuti töötanud Postimehes suverporterina ning õpib kõrvalerialana

kommunikatsiooni, mis tähendab, et ta on rohkem tuttav ajakirjaniku tööga ja seetõttu ehk oskab hinnata, kui palju vaeva läheb ühe uudise tegemisse.

Uudiste jälgimise all pidasid intervjuueeritavad silmas nii uudiste lugemist, vaatamist, kuulamist kui ka jagamist. Enamik neist kasutavad nutiseadet põhiliselt uudiste lugemiseks ning uudiste vaatamine ja kuulamine tulevad teisejärgulistena. Paar üliõpilast kasutavad aga nutiseadet eelkõige uudiste kuulamiseks. Intervjuueeritavad kuulavad uudiseid kas taskuhäälringute kaudu või siis raadiost, millele nad saavad ligi kas brauseri või mobiilirakenduse kaudu. Uudiste vaatamine on kolmest tegevusest kõige vähem oluline, seda tegi vaid paar intervjuueeritavat suhteliselt vähesel määral. Nende sõnul nad pigem kuulavad visuaaliga uudiseid, kuna pilt ei ole nende jaoks nii oluline kui heli. Nutiseadmest vaatasid üliõpilased näiteks erinevad televisiooni uudissaateid või siis Youtube'ist uudissisu sisaldavaid videoid. Neljas viis, kuidas üliõpilased nutiseadmest uudiseid jälgivad, on uudiste jagamine. Selle all mõtlesid nad eelkõige seda, kui nende sõbrad või tuttavad nendega uudiseid jagavad, põhiliselt sõnumirakenduste kaudu.

3.4. Üliõpilaste motiivid nutiseadmest uudismeedia jälgimisel

Intervjuudest selgusid üliõpilaste põhilised motiivid nutiseadmest uudismeedia jälgimiseks, milleks on informatsiooni saamine, ajaviide (ajaukude täitmine või sisustamine), meelelahutus, professionaalsus, produktiivsus, teise tegevuse huvitavamaks muutmine, informeerituna näimine ning ka harjumus, mille puhul on tegemist motivatsiooni puudumisega. Enamikel intervjuueeritavatel ei ole vaid ühte kindlat motivatsiooni nutiseadmest uudismeedia jälgimiseks, vaid neil on mitu erinevat motiivi, mis üksteist täiendavad.

M2: „Ma arvan, et ongi lõpuks kombinatsioon, et mõnes mõttes võib-olla küll aukude täitmiseks, kuigi jällegi tihtipeale ma ikkagi üritan leida mingisugust mõistlikku tegevust, mis on nutiseadmest väljaspool, isegi kui mul on tarvis oodata. Aga jah, ma ütleks, et mingite aukude täiteks. Aga kindlasti siukseks konstruktiivseks informatsiooni või siis informatiivse meelelahutuse tarbimiseks. Et noh lihtsalt siukest mõtlematut ajatäitmist ma vähemasti loodan, et ma ei rakenda.“

Kõikidel intervjuueeritavatel oli põhiliseks motivatsiooniks nutiseadmest uudiste jälgimisel **informatsiooni saamine**, mille all pidasid nad silmas seda, et nad harivad ennast, on maailmas

toimuvaga kursis ja saavad aru, mis ümberringi toimub. Vaid mõnel üksikul üliõpilasel oli ainus motivatsioon nutiseadmest uudiste lugemisel informatsiooni saamine. Nende jaoks oli oluline, et nad ei kulutaks sisutult nutiseadmes aega ja seetõttu kasutasid seda vaid informatsiooni saamiseks. Lisaks ei näe nad nutiseadet kui ajaviiteks mõeldud kanalit ning nende sõnul on neil muid viise, kuidas enda aega viita. Üliõpilased jälgivad ka oma kodukohaga seotud uudiseid, et olla ka seal toimuvaga kursis ja taskuhäälanguid motiveerib intervjueeritavaid kuulama millegi uue õppimine.

Lisaks informatsiooni saamisele mainisid enamik intervjueeritavad ajaviite motivatsiooni, mille all pidasid nad silmas ajaaukude täitmist või sisustamist. Mõned üliõpilased kasutasid ka väljendit „aega surnuks lööma“. Uudistega seoses kasutasid intervjueeritavad väljendit „aega sisustama“, samas sotsiaalmeediaga seoses sõna „aega täitma“. Nad iseloomustasid neid olukordi, kus neil on tarvis aega sisustada või täita, väga erinevalt. Enamik ütles, et tegemist on vabade hetkedega või ootet hetkedega, samas ühe intervjueeritava sõnul on need sundolukorrad, kust ta ei saa väljuda ja kus on tarvis aega täita.

M1: „././ need on sellised sundolukorrad, et mul nagu midagi muud targemat teha ei ole. Näiteks kui ma mõtlen bussisõidu peale või mingite selliste asjade peale. Ja mõnikord nad on ka sellised, ma ei saa öelda sunnitud hetked aga või noh, istungi hommikul laua taha, loen lehe läbi sealt.“

Ajaviitmise ehk ajaaukude täitmise või sisustamisega on sarnane **meelelahutuse** motivatsioon, kuid meelelahutuse all pidasid intervjueeritavad enamasti silmas siiski seda, et nad saavad tarbitud uudistest midagi uut või huvitavat teada, mitte lihtsalt ei löö aega surnuks. Oluliseks motivatsiooniks on ka **produktiivsuse tõstmine** ja **uudiste kuulamisega samal ajal tehtava tegevuse huvitavaks muutmine**, mis on mõlemad seotud taskuhäälanguite kuulamisega, mis võimaldab üliõpilastel end uudistega kurssi viia ja teha samaaegselt mõnda teist füüsilist tegevust. Produktiivsuse tõstmise all pidasid intervjueeritavad silmas seda, et nad saavad rööprähelda ehk kombineerida kaks tegevust ja seeläbi on nad produktiivsemad, kuna saavad uudiste tarbimisega samaaegselt ka muud teha. Produktiivsuse motivatsiooniga on lähedalt seotud soov hoida aega kokku. Teise tegevuse huvitavaks muutmise all mõtlesid nad näiteks kusagile jalutamist või kodu koristamist.

Informatsiooni saamise kõrval oli üliõpilaste jaoks oluline motivatsiooni **informeerituna näimine**. Üks intervjueeritav hoiab end uudistega kursis selleks, et näidata koolis enda teadmisi ja informeeritust, sest sellest sõltub tema tulevane karjäär, kuna uudistega kursis olemine näitab

distsiplineeritust ja haritust. Teise üliõpilase sõnul hoiab ta end erialaga seotud uudistega kursis seetõttu, et ta tunduks klientidele **professionaalsem**.

M3: „/./ kui ma ikkagi tunnen seda, mis maailmas toimub, siis ma saan ennast tunda professionaalsemana, ma saan kliendiga rääkides kliendile tundun professionaalsema, ta näeb ilmselt väärtuslikumana, noh puhas enda kasu tegelikult.“

Mitmed intervjuueeritavad mainisid, et neil on tekkinud **harjumus** jälgida nutiseadmest uudiseid, kas üleüldiselt sellest konkreetsest seadmest või näiteks kindlal ajaperioodil, kindla tegevuse kõrvale või vabal hetkel ehk ajaaugul.

M1: „/./ hommikusöögi ajal see on ka mul nagu juba refleks, mul on nagu need rakenduste need kõik on nagu seal, nagu ma tean ma vajutan sinna, kus see juba on, et nagu ta käib nagu automaatselt sinna hommikusöögi kõrvale juba see.“

Kui üliõpilased rääkisid harjumusest, mainisid nad ka sõnu nagu refleks, reflektiivne, alateadlik ja automaatne. Ühe intervjuueeritava meelest on kõik need korrad, mil ta loeb uudiseid ajaaugu täitmiseks, refleksist ehk harjumusest lugemine.

N3: „Ma arvan, et need ooteajad täitmised ongi see refleksist lugemine. Et umbes bussi oodates siis võtad lihtsalt moepärast välja, aga ega ma midagi meelde ei jäta, ma lihtsalt vaatan. See on umbes sama, nagu sa võtad välja telefoni, vaatad kella onju, paned telefoni tagasi, mõtled et oota aga mis see kell nüüd oligi.“

Lisaks on mitmel üliõpilased tekkinud harjumus jälgida ühte ja sama kanalit mitmeid ja mitmeid aastaid. Näiteks ütles üks intervjuueeritav, et kasutab põhiliselt Postimehe mobiilirakendust, kuna tõmbas selle põhikooli lõpuklassis ning kasutab seda siiani, ülikooli esimesel kursusel, kuna tal on aja jooksul tekkinud harjumus.

4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Käesolevas peatükis esitlen esmalt bakalaureusetöös peamised järeldused nelja uurimisküsimuse kaupa, mis põhinevad töö tulemustel ja teoorial. Seejärel diskuteerin tähelepanuväärseimate järelduste üle, toetudes taaskord teooriale ja tulemustele. Viimasena toon välja meetodi kriitika ja annan ülevaate edasistest võimalikest uurimissuundadest.

4.1. Järeldused

Mil määral üliõpilased nutiseadmest uudismeediat jälgivad?

Intervjuudest selgus, et erinevate üliõpilaste jaoks on nutiseade erineva tähtsusega seade – pooled intervjuueeritavad kasutavad seadet lisavahendina ja poolte jaoks on nutiseade põhiline vahend, kust uudiseid jälgida. Kui Mihkel Tamm (2016) järeldas enda magistrیتöö tulemustest, et nutiseadet tuleks käsitleda kui lisavahendit uudiste lugemisel, siis käesoleva töö tulemustest võib järeldada, et nutiseadme olulisus uudistekanalina on viimase kolme aasta jooksul muutunud, sest osade üliõpilaste jaoks on seade ka põhivahend uudiste jälgimisel. Nutiseadme olulisus üliõpilaste jaoks oleneb järgnevatest teguritest:

- a) millised teised vahendid on üliõpilasele kättesaadavad;
- b) kuidas üliõpilane üleüldiselt nutiseadmesse kui infotarbimise vahendisse suhtub – kas ta pigem ei soovi seda palju kasutada või ei ole tal midagi nutiseadme kasutamise vastu;
- c) kas nutiseade laseb üliõpilasel keskenduda uudiste jälgimisele või mitte;
- d) kas üliõpilane näeb nutiseadet kui ebamugavat vahendit uudiste tarbimiseks või mitte;
- e) kas üliõpilane kasutab nutiseadet vaid ülevaate saamiseks või mitte.

Oluline põhjus, miks üliõpilased nutiseadme kaudu uudiseid eelistavad jälgida, on see, et seade võimaldab saada uudistest kiire ülevaate, kuna sellele pääseb ligi igal ajal igas kohas. Sama aspekti tõi välja ka Schröder (2015), kelle sõnul nähakse nutiseadmeid parima ülevaatliku informatsiooni saamise vahendina just selle kättesaadavuse tõttu. Mitu üliõpilast mainisid, et loevad lühikese lugemisseansi ajal vaid uudiste pealkirju, millest võib järeldada, et nende uudiste tarbimine nutiseadmest on pealiskaudne ning pealiskaudsuse probleemi tõi välja ka Schröder (2015).

Üliõpilased jälgisid nutiseadmest uudiseid keskmiselt kahel või kolmel korral päevas, mõnel üksikul neist oli rohkem kui kolm seansi päevas. Peamised tegevused, mille ajal üliõpilased

nutiseadmest uudiseid jälgivad, on söömine, ootamine ja liikumine. Ootamise all mõtlesid intervjuueeritavad näiteks loengu alguse ootamist või bussi ootamist, mille mõlema puhul on tegemist ajaauguga. Liikumise all aga pidasid nad silmas näiteks ühest kohast teise kõndimist või bussiga sõitmist. Mitmed üliõpilased mainisid, et loevad hommikul esimese asjana üle mobiilirakenduste poolt saadetud teavitused. Reutersi uuringu kohaselt on mobiilsete teavituste olulisuse kasv tingitud just sellest, et nooremapoolsed tarbijad alustavad hommikut teavituste lugemisega (Newman jt, 2018).

Milliste kanalite vahendusel üliõpilased nutiseadmest uudismeediat jälgivad?

Üliõpilased kasutavad nutiseadmena valdavalt mobiiltelefoni, vaid üks intervjuueeritav kasutas lisaks telefonile ka tahvelarvutit. Üliõpilased jälgivad nutiseadmest uudismeediat põhiliselt kahe kanali kaudu – mobiilirakendus ja brauser. Üliõpilased eelistavad mobiilirakenduste kasutamisele brauseri kaudu veebiportaalidele või digilehtedele ligi pääsemist, kuna paljude üliõpilaste jaoks on mobiilirakendustel rohkem miinuseid kui plusse. Lisaks eelistavad intervjuueeritavad brauseri kaudu jälgimist, kuna paljudel kanalitel puuduvad mobiilirakendused. Mobiilirakendustest kasutavad üliõpilased nii uudismeedia rakendusi, sotsiaalmeedia- ja sõnumirakendusi kui ka audio- ja videorakendusi. Osade intervjuueeritavate jaoks on rakenduste juures plussiks nende kasutajasõbralikkus, samas osade jaoks on miinuseks halb kasutajakogemus. Plussina mainisid üliõpilased veel rakendusega kaasnevaid mobiilseid teavitusi ning miinusena lisaväärtuse puudumist võrreldes veebiportaaliga. Lisaks tõid nad eraldi kanalina välja ka mobiilsete teavitused, mis on üliõpilaste jaoks kiiret ülevaadet pakkuv kanal.

Mobiilirakendustest olid populaarseimad eestimaised rakendused nagu Postimees, ERR ja Delfi Sport, sotsiaalmeediarakendustest Facebook ja Facebook Messenger ning audiorakendustest Soundcloud. Kuigi Reutersi Instituudi raportist (Newman jt, 2018) selgus, et Facebookist uudiste tarbimine on mõnedes riikides vähenenud, siis enamik käesolevas töös uuritud üliõpilasi kasutas siiski uudiste jälgimiseks Facebooki ning mõne jaoks oli Facebook ka põhikanal, kust uudiseid saada. Sellest võib järeldada, et sotsiaalmeedia on Eesti üliõpilaste jaoks oluline kanal uudiste jälgimiseks.

Üliõpilaste jaoks on olulised kanalid ka mobiilsete teavitused ja sõnumirakendused, kuna enamik neist mainis, et kasutab uudiste jälgimisel mõlemaid ning nende olulisus on tõusnud ka Reutersi raporti kohaselt (Newman jt, 2018). Üliõpilaste sõnul teavitavad nii mobiilsete teavitused kui ka sõbrad sõnumirakenduse teel neid sellest, kui midagi olulist on juhtunud või on mõni teema,

millele nad peaksid tähelepanu pöörama. Üliõpilastel on sõnumirakenduses Facebook Messenger sõpradega grupivestlused, kus nad uudiste üle arutlevad ja neid üksteisele edasi saadavad. Sama selgus ka Reutersi Instituudi raportist (*ibid*). Eelnevast võib järeldada, et tänu sellele, et üliõpilastega jagatakse uudiseid sõnumirakenduste kaudu ja rakendus saadab neile teavitusi, ei pea üliõpilased ise uudiseid otsima, vaid need lihtsalt jõuavad nendeni.

Kanali valiku juures on üliõpilaste jaoks olulised erinevad punktid. Näiteks on oluline aspekt ajakulu, nagu töid välja ka Schröder ja Steeg Larsen (2010). Üliõpilaste jaoks peab kasutatav kanal olema väärt aega, mis sellele kulutatakse: kui kasutajakogemus on halb ja info otsimine vaevarikas, siis on ka ajakulu suur ja see peletab üliõpilased näiteks mobiilirakendusest eemale. Samuti peab olukord olema nutiseadmest uudiste jälgimiseks sobiv, mille viitab ka Schröderi ja Steeg Larseni (2010) tasuvuse mudel ja sobivaks ajaks on enamasti just ajaaugud, mil on tarvis aega täita või sisustada. Reutersi raporti kohaselt usaldavad inimesed uudismeediat murettekitavalt vähe (Newman jt, 2018) ning üliõpilaste jaoks on kanali puhul oluline selle usaldusväärsus ja igat kanalit nad ei usalda, mitmed intervjuueeritavad mainisid väljaannete poliitilist kallutatust ja seda, et tervikliku pildi saamiseks tuleks jälgida erinevaid kanaleid. Valeuudistega puutuvad intervjuueeritavad enda sõnul kokku põhiliselt sotsiaalmeedias, kuid enamasti on uudiseid siiski vaid kallutatud või klikimagnetid, mitte valed. Ka Reutersi Instituudi uuringust selgus, et valeuudiste all mõtlevad inimesed enamasti kallutatust või *clickbaiti* (*ibid*).

Millised on üliõpilaste peamised praktikad nutiseadmest uudiste jälgimisel?

Kõige enam loevad üliõpilased nutiseadmest uudiseid, sellel järgneb uudiste kuulamine ja kõige vähem vaatavad üliõpilased nutiseadmest uudiseid. Lisaks jagavad üliõpilased sõpradega uudiseid sõnumirakendustes. Chan-Olmsted, Rim ja Zebra (2012) väitsid, et nutiseadme kasutajad jälgivad suurema tõenäosusega uudiseid sagedasti ning ka käesoleva töö tulemustest selgus, et enamik üliõpilased kasutavad nutiseadet uudiste jälgimiseks mitmeid kordi päevas.

Üliõpilased jälgivad nutiseadmest uudiseid kas ajaaukudel või leiavad nad uudiste jaoks eraldi aja. Ajaaukudel jälgimise korral on ühe seansi pikkus 5-15 minutit ning üliõpilaste uudiste jälgimine sõltub siis enamasti teisest tegevusest, näiteks bussisõidu pikkusest. Enamasti on need sellised tegevused, mis ei nõua tegijalt palju keskendumist. Taneja, Webster, Malthouse ja Ksiazek (2012, viidatud Peters ja Schröder, 2018 kaudu) on samuti viidanud sellele, et meediatarbimine on seotud inimese asukoha või situatsiooniga, kus ta parasjagu viibib. Samas kui üliõpilane leiab uudiste

jälgimiseks eraldi aja, on seansi pikkus 15-45 minutit ja jälgimine ei sõltu ühestki teisest tegevusest või situatsioonist.

Kui vaadata seda, millist uudissisu üliõpilased nutiseadmest jälgivad, võib järeldada, et nad tarbivad sellist sisu, mis on seotud nende isiklike tunnustega, näiteks erialaga, huvidega või hobidega. Sarnase seose on toonud välja ka McQuail (2003), kelle sõnul mõjutavad inimeste meediavalikut näiteks nende sotsiaalne taust ja isiklikud eelistused. Üliõpilaste uudismeedia tarbimine nutiseadmest on seega väga valikuline, kuna nad jätavad välja kõik, mis neid ei huvita või ei puuduta ning tarbivad seadme kaudu vaid seda, mis neid väga huvitab. Intervjueeritavate sõnul jälgivad nad uudiseid valikuliselt selleks, et vältida liigse infomüraga kokku puutumist ja selles ära eksimist. Sellest järeldub, et isegi kui informatsiooni on äärmiselt palju, tarbivad üliõpilased vaid väikest osa kogu olemasolevast informatsioonist, nagu väitis Karppinen (2007), et valikute rohkus võib viia hoopis tarbimise vähenemiseni.

Informatsiooni ülekülluse vältimiseks on üliõpilastel veel mitmeid praktikaid, näiteks personaliseeritud uudisvoo kasutamine, nädalasündmuseid kokkuvõtivate uudissaadete ja mobiilsete teavituste kaudu uudiste jälgimine, mis hoiavad ka nende aega kokku. Ka taskuhäälingute kuulamine aitab üliõpilastel aega kokku hoida, kuna neil on võimalik tegeleda rööprähklemisega, mis omakorda aitab tõsta nende produktiivsust. Sama selgus ka Perks ja Turner (2019) uuringust, et rööprähklemist harrastatakse suurenenud produktiivsuse tõttu. Finni (1997, viidatud McQuail, 2003: 350 kaudu) sõnul võib tarbija elustiilil olla teatav mõju meediavalikule ning käesoleva töö tulemustest võib järeldada, et üliõpilaste kiire elutempo tingib selle, et nad peavad tarbima uudiseid valikuliselt ja just nutiseadme kaudu, kuna siis neil on võimalik saada uudised igal ajal igas kohas võimalikult kiiresti kätte.

Millised on üliõpilaste motiivid nutiseadmest uudiseid jälgida?

Üliõpilastel ei ole enamasti ühte kindlat motivatsiooni, mille tõttu nad uudiseid jälgivad, vaid neil on mitmeid erinevaid motiive, mis on omavahel kombineerunud ja pidevalt vahelduvad. Üliõpilaste põhilised motiivid uudiste jälgimisel nutiseadme kaudu olid informatsiooni saamine või ajaviitmine. Informatsiooni saamise juures tõid intervjueeritavad välja ka ümberringi toimuva mõistmist, millele viitab ka Lee (2013). Üliõpilased jälgivad uudiseid ka selleks, et näidata enda teadmisi ja informeeritust, mis selgus nii käesolevast uuringust kui ka Brites ja Kõuts-Klemmi (2018) uurimusest. Samuti on üheks motivatsiooniks kodukohaga seotud informatsiooni saamine, et olla kursis kodulinnas toimuvaga ning sama tulemuse said ka Diddi ja Larose (2006) enda

uuringust. Informatsiooni saamise alla liigitub ka millegi uue õppimine taskuhäälingute kuulamisest, mille töid välja ka taskuhäälingute uurijad Perks ja Turner (2019).

Teiseks üliõpilaste põhiliseks motivatsiooniks nutiseadmest uudiste jälgimisel on ajaviitmine, mis enamasti tähendab ajaaukude täitmist ehk erinevate tegevuste vahepeale jääva aja täitmist. Ajaaukude pikkus on üliõpilaste kohaselt tavaliselt 5-10 minutit, maksimaalselt 15 minutit, mis tähendab, et selle aja jooksul ei jõua üliõpilased väga uudistesse süveneda ja uudiste tarbimine on pealiskaudne. Ka Schröder (2015: 74) toob välja, et nutiseadmest on kasutajal võimalik jälgida uudiseid ajaaukudel, mistõttu on uudiste lugemine juhuslik ja ülevaatlik. Paljudel üliõpilastel oli kujunenud välja harjumus jälgida uudiseid ajaaukudel, näiteks bussipeatuses bussi oodates, kus nad võtsid uudistekanalit lahti refleksist. Seega võib järeldada, et üliõpilastel ei pruugi olla motivatsioon uudiseid ajaviiteks jälgida, vaid nad teevad seda puhtast harjumusest. Huvitav aspekt on ka see, et uudismeedia puhul rääkisid üliõpilased „aja sisustamisest“, samas sotsiaalmeedia puhul „aja täitmisest“. Sellest võib järeldada, et uudise jälgimine on üliõpilaste meelest sisukam ajaviide kui sotsiaalmeedia kasutamine.

Üheks motivatsiooniks oli ka meelelahutus, mille all pidasid üliõpilased silmas midagi rohkemat kui lihtsalt aja surnuks löömist. Üks üliõpilane hoiab ennast uudistega kursis selleks, et tunduda klientidele professionaalsem ning sarnasele aspektile on viidanud ka Eveland, Morey ja Hutchens (2012), et inimestel on soov näida infomeeritud kellegi ees. Üheks üliõpilaste nutiseadmest uudiste jälgimise motivatsiooniks on ka suurenev produktiivsus, mille uuritavad saavutavad rõõprähklemise abil. Perksi ja Turneri (2019) taskuhäälingute uuringust selgus samuti, et üheks taskuhäälingute kuulamise põhjuseks on produktiivsuse suurenemine. Teise põhjusena mainisid vastajad üksluse tegevuse huvitavamaks muutmist (*ibid*), mis oli ka üks üliõpilaste motiividest, miks nad taskuhäälinguid kuulasid.

Arvestades erinevate intervjueritavate suhtumist uudistesse ning nende reaalselt uudiste tarbimist, siis on märgata seoseid Lee ja Chyi (2014) välja pakutud motivatsioonil põhineva tarbimise mudeliga, mis ütleb, et mida enam lugeja usub uudiste olulisusesse, seda motiveeritum on ta uudiseid tarbima. Üliõpilane, kelle jaoks ei ole Eesti päevakajaliste uudistega kursis olemine oluline, jälgis neid uudiseid ka tunduvalt vähem kui teised üliõpilased ja sattus nende peale pigem kogemata. Samas need üliõpilased, kelle jaoks on Eestiga seotud uudised olulised, jälgisid neid ka regulaarselt.

Kõik intervjueeritud üliõpilased mainisid ka harjumuse rolli nutiseadmest uudiste jälgimisel. Näiteks on üliõpilaste harjumused aastaid ühe ja sama mobiilirakenduse kasutamine või ajaaukude ajal uudiste jälgimine, mida iseloomustab intervjueeritavate sõnul automaatsus ja reflektiivsus. Swidler (2001, viidatud Couldry, 2004 kaudu) on samuti toonud välja praktikate automaatse ja alateadliku iseloomu. Lisaks oli üliõpilastel kujunenud välja harjumus üleüldiselt nutiseadmest uudiseid jälgida ja kasutada seda enda põhivahendina, millele on viidanud ka Larose ja Eastin (2004), öeldes, et pideva aktiivse valimise asemel tarbib inimene meediat harjumusest. Seoses harjumuste muutumisega on selgelt näha, et kui üliõpilane elab kodus vanematega, jälgib ta televisiooniuudiseid televiisorist, aga kui üliõpilane elab üksinda vanematest eemal, jälgib ta televisiooni enamasti arvuti või nutiseadme vahendusel. Võib järeldada, et ülikooli minnes muutuvad inimese harjumused, mis on ka Larose ja Eastini (2004) seisukoht, et inimese harjumused kestavad seni, kuni muutub tema igapäevane rutiin.

4.2. Diskussioon

Kui võrrelda Mihkel Tamme (2016) magistritööd ja käesolevat tööd, on selgelt näha, et nutiseadme olulisus uudiste jälgimise seadmena on tõusnud. Kui vaadata praeguseid trende, näiteks Reutersi Instituudi raportis välja toodud Suurbritannia näidet, kus nutiseadmete osakaal on viimaste aastatega tunduvalt suurenenud, siis jääb mulje, et mobiiltelefonid võivad ühel hetkel olla kordades populaarsemad uudiste jälgimise vahendid kui arvutid. Kui nutiseade peaks ühel hetkel muutuma paljude indiviidide põhiliseks vahendiks, mille kaudu uudiseid tarbida ja sealt jälgimine toimub vaid ajaviiteks lühikeste pauside ajal, siis võib probleemina esile kerkida pealiskaudsus ja sellest tulenevalt auditooriumi killustumine.

Mitmete varasemate autorite poolt välja toodud pealiskaudsuse aspekt tuli välja ka käesolevast tööst. Üliõpilased loevad ajaaukudel uudiseid pealiskaudselt, piirdudes vahepeal vaid pealkirjade lugemisega ning mõne üliõpilase sõnul ei jää tal meelde see, mida ta ajaaugu ajal loeb. Kui üliõpilase põhiliseks uudisekanaliks on nutiseade ja ta loeb sealt uudiseid vaid lühikeste pauside ajal, mil tal jääb loetud infost vähe meelde, ei ole ta tegelikult kursis ümberringi toimuvaga. Samas kui vaadata otsa käesoleva töö tulemustele, siis pealiskaudne tarbimine paistis silma just nende üliõpilaste puhul, kes kasutasid seadet lisavahendina. Nutiseadet põhilise vahendina kasutavate üliõpilaste jaoks ei olnud seade pelgalt ülevaadet pakkuv vahend, vaid seade, kust saab uudiseid jälgida pika aja vältel. Nad ei jälginud nutiseadmest uudiseid vaid ajaaukudel, vaid leidsid selleks

eraldi aja. Seega ei ole probleem tegelikult selles, kui palju nutiseadmeid kasutatakse, vaid selles, mis eesmärgil ja millistes olukordades nutiseadmest uudiseid jälgitakse. Kui eesmärgiks on vaid ajaviide ning olukordadeks on kahe tegevuse vahepeale jäävad ajaaugud, siis muutubki uudismeedia tarbimine pealiskaudseks.

Samas, nagu paljud üliõpilased intervjuude käigus välja tõid, jälgivad nad tihti nutiseadmest uudiseid harjumusest. Neil on harjumus jälgida uudiseid kindla tegevuse ajal, näiteks bussiga sõites. Seega on neil harjumus pidevalt jälgida uudiseid ajaaukudel ehk olukordades, kus nad keskenduvad uudistele lühikest aega. Üliõpilastel ei pruugi üldsegi olla kindlat eesmärki, miks nad nutiseadme avavad ja sealt uudiseid loevad, vaid see juhtub automaatselt. Samas kui palju keskendub inimene loetavale uudisele, kui ta ei ava seda eesmärgipäraselt, vaid lihtsalt harjumusest? Seega lisandub pealiskaudsuse probleemile juurde ka harjumuse aspekt, et kui indiviidil on tekkinud harjumus avada uudised näiteks ainult bussisõidu ajal, ei ole ta uudiste lugemise tegevusele keskendunud ning lugemine jääb pealiskaudseks.

Leian, et üliõpilaste näol on tegemist väga teadlike infotarbijatega, kuna nad on valinud välja kindlad teemad, mida nad uudismeediast jälgivad ja nad on tänulikud selle eest, et seadmed võimaldavad neil teha neid valikuid. Ühest küljest on see vajalik selleks, et vähendada tarbitava info kogust ja vältida informatsiooni ülekülluse tekkimist, kuid teisest küljest jäävad nad niiviisi ilma paljudest olulistest teemadest, näiteks välis- või majandusuudistest. Samas iga inimene ei suudagi kõigea kursis olla, kuna infot on niivõrd palju ja mõistlik on teha valik, mida jälgida. Lisaks on üliõpilaste puhul oluliseks teguriks ka aeg, mida üliõpilaste endi sõnul on neil tihtipeale liiga vähe. Mitmed üliõpilased ütlesid, et nende elutempo on niivõrd kiire, et neil vahepeal ei ole lihtsalt aega uudistesse süveneda ja seetõttu nad kasutavad nutiseadet, et saada sealt kiire ülevaade. Üliõpilased on teadlikud sellest, et nende aeg on piiratud ja samas tarbitavat informatsiooni on liiga palju, seega nad teevad teatud valiku ja jälgivad vaid kindaid teemasid. Kokkuvõttes leian, et uuritud üliõpilaste puhul ei ole tegemist keskmist noort esindavate indiviididega, sest mulle jäi mulje, et nad on keskmisest noorest paremad aja- ja infokasutajad.

Paljud intervjuueeritavad mainisid uudisväljaannete poliitilist kallutatust, mis tundub olevate nende jaoks päris tõsine probleem, kuna tihtipeale tõid nad kanalite puhul esimese omadusena välja just usaldusväärse. Kuigi ükski neist ei viidanud kordagi sellele, et tema usaldus mõne väljaande suhtes oleks madal, võib kanali puhul usaldusväärse oluliseks pidamine siiski tähendada seda, et osasid kanaleid üliõpilased ei usalda ja seetõttu ka ei kasuta neid uudiste jälgimiseks. Lisaks häirib üliõpilasi ka *clickbait* ehk uudised, mis on üles ehitatud selliselt, et inimene nende peale

klõpsaks. Enamik intervjuueeritavad hoidsid eemale ka seltskonnauudistest ja üleüldse kollastest uudistest. Tundub, et üliõpilased eelistavad uudissisu, mis on sisukas, objektiivne ja usaldusväärne.

Mõnede üliõpilaste sõnul aitab nutiseadmest uudiste lugemine neil paremini uudistele keskenduda, kuigi enamasti on inimesed pigem vastupidiselt meelestatud ja arvavad, et nutiseadme kasutamine pigem vähendab keskendumisvõimet. Oluline aspekt on aga see, et need üliõpilased olid enda mobiiltelefonis teavitused välja lülitanud, seega kui nad uudiseid näiteks lugesid, siis ei tulnud neile telefoni teavitusi sisse. Samas selgus intervjuudest ka see, et osad üliõpilased soovivad nutiseadet kasutada minimaalselt, sest nende sõnul on nutiseade täis tähelepanulõkse, mille tõttu jäävad nad seda kauaks kasutama ja kokkuvõttes raiskab nutiseadme kasutamine nende aega, kuna nad tegelevad ebavajalike asjadega. Ühest küljest ütlevad üliõpilased, et nutiseade laseb neil kindlale tegevusele keskenduda, kuid teisest küljest haarab seade liiga kauaks kasutaja tähelepanu ja raiskab tema aega. Need samad tähelepanulõksud võivad olla ka näiteks mobiilsed teavitused, mis võivad ilmuda igal suvalisel hetkel ja haarata otsekohe kasutaja tähelepanu. Seega kui nutiseadmete kasutajad tahavad, et nad saaksid seadmes tegutsedes paremini keskenduda, tuleb neil teavitused välja lülitada.

Viimasena soovin esile tuua selle, kui oluline on uudismeedia tarbimise juures arusaam uudiste olulisusest. Intervjuudest selgus, et üliõpilane, kelle jaoks ei ole päevakajaliste uudiste jälgimine oluline, ei hoiu end nendega kursis. Samas need üliõpilased, kelle jaoks on uudistega kursis olemine oluline, leiavad uudiste jälgimiseks eraldi aja, kas siis nutiseadme kaudu või mõne muu seadme kaudu. Leian, et indiviidi suhtumine uudiste olulisusesse on miski, mida saab mõjutada nii kodune kasvatus kui ka üldharidus. Kui lapsele maast madalast rääkida ja näidata, et uudistega tuleb igapäevaselt kursis olla, siis peab laps uudiseid ka täiskasvanuks saades oluliseks. Samamoodi peaks ka kool seda noortele õpetama ja mitte vaid meediaõpetuse tunnis, vaid igas tunnis ja esimest klassist saadik alates.

4.3. Meetodi kriitika ja edasised uurimissuunad

Kuigi valitud andmekogumis- ja analüüsimeetod võimaldas mul vastata uurimisküsimustele, siis kindlasti ei saa neljateistkümne tehtud intervjuu põhjal üldistada saadud tulemusi kõikidele üliõpilastele. Siiski tänu läbi viidud intervjuudele sai selgemaks, kui oluline vahend on nutiseade

uuritud üliõpilaste jaoks ja joonistused välja põhilised kanalid, mida nad kasutavad. Lisaks andsid intervjuud aimu sellest, millised on üliõpilaste praktikad ja mis motivatsioonil nad nutiseadmest uudiseid jälgivad. Kanalite kohta oleks kindlasti tarvis koguda kvantitatiivseid andmeid, et selgitada välja, kas nooremapoolsed kasutajad eelistavad sotsiaalmeediast uudiseid jälgida või pigem ikkagi uudisportaalide või -rakenduste kaudu.

Mõnda intervjuud läbi viies tundsin, et minu intervjuueerimisoskused ei ole piisavalt head, kuna mõne intervjuueeritava puhul, kes ei osanud väga hästi iseenda uudiste tarbimist lahti mõtestada, ei suutnud ma intervjuueerijana teda selles osas aidata. Küsisin küll täiendküsimusi, mis oleksid pidanud intervjuueeritavat aitama enda tegevuse mõtestamisel, kuid tulutult. Seetõttu võis mõni intervjuu jääda pealiskaudsemaks kui teised ning osade intervjuueeritavate motivatsioon uudismeedia jälgimisel ei pruukinud väga hästi esile tulla.

Teema väärrib kindlasti edasiuurimist, kuna nutiseadmest uudiste jälgimisega on seotud mitmeid probleeme, näiteks lühikesed lugemisseansid, pealiskaudsus, juhuslikkus ja suur sotsiaalmeedia osakaal. Kogu tehnoloogiamaaailm muutub niivõrd kiiresti, erinevaid võimalusi tuleb aina juurde ning koos võimalustega kaasneb ka probleeme. Üks aspekt, mis vajaks edasist uurimist, on lühikesed lugemisseansid. Kui tarbija põhiline uudiste jälgimise vahend on nutiseade ja ta jälgib uudiseid vaid lühikeste pauside ajal väga lühikest aeg (5-10 minutit), siis jääb uudiste tarbimine väga pealiskaudseks. Äärmiselt pealiskaudne tarbimine võib viia aga selleni, et tarbija ei ole oluliste uudistega kursis ega oska kaasa rääkida.

Informatsiooni ülekülluse vältimiseks valivad üliõpilased spetsiifilised teemad, millega nad ennast kursis hoiavad ning niimoodi võivad nad jääda infosulgu ühiskondlikult oluliste teemade osas. Lisaks on paljudes kanalites, näiteks sotsiaalmeedias või mõnes mobiilirakenduses, võimalik luua endale personaliseeritud uudisvoog ehk jälgida vaid neid valdkondi, mis huvi pakuvad ja kõik muu välja jätta. Seega vajaks edasist uurimist ka see, kuidas tarbijad informatsiooni üleküllusega tegelevad.

Erinevate taskuhäältingute kuulamine on samuti teema, mida tasub kindlasti edasi uurida, kuna tundub, et see on vähemasti üliõpilaste jaoks hea viis, kuidas uudisteni jõuda. Samas on probleemne koht rööprähklemine, kuna samal ajal teise tegevuse tegemine võib tähendada seda, et kuulatavad uudised ei jää väga hästi meelde.

Kindlasti oleks tarvis uurida ka nooremaid tarbijaid ehk näiteks noori vanuses 15-19, kuna ka nemad kasutavad palju nutiseadmeid infotarbimiseks, kuid milliseid kanaleid nad uudiste jälgimiseks kasutavad, on teadmata. Tekib küsimus, kas nende põhiliseks uudistekanaliks on sotsiaalmeedia või loevad ka põhikooli- ja gümnaasiumiõpilased uudiseid mobiilirakendustest ja veebiportaalidest, nagu üliõpilased.

KOKKUVÕTE

Bakalaureustöö eesmärk oli saada ülevaade sellest, millisel määral ja milliste kanalite kaudu üliõpilased nutiseadmest uudismeediat jälgivad ning millised on nende praktikad ja motivatsioon seda tehes. Eesmärgi saavutamiseks ja uurimisküsimustele vastuste saamiseks kasutasin kvalitatiivset uurimismeetodit ja viisin läbi 14 semistruktureeritud individuaalintervjuud Tartu kõrgkoolide üliõpilastega, mida täiendasid lisalehed.

Kvalitatiivse sisuanalüüsi tulemusel selgus, et täpselt pooled intervjuueeritud üliõpilastest kasutavad nutiseadet uudiste jälgimise põhivahendina ja teised pool lisavahendina. Sellest võib järeldada, et nutiseadme olulisus uudistekanalina on tõusnud, kui võrrelda käesoleva töö tulemusi Mihkel Tamme (2016) magistr töö järeldusega, et nutiseadet tuleks käsitleda lisavahendina.

Põhilised kanalid, mille kaudu üliõpilased nutiseadmest uudiseid jälgivad, on mobiilirakendused ja veebiportaalid. Üliõpilaste seas on kõige populaarsem uudismeedia rakendus Postimees ning enim kasutatud sotsiaalmeedia rakendused on Facebook ja sõnumirakendus Facebook Messenger. Audiorakendustest on populaarseim Soundcloud, mille kaudu kuulavad üliõpilased erinevaid taskuhäälinguid. Üldiselt loevad üliõpilased uudismeediat rohkem brauseri kaudu ligipääsetavatest veebiportaalidest kui mobiilirakendustest.

Üliõpilased jälgivad uudiseid kas lühikestel ajaaukudel, mil uudiste jälgimise ajaks on umbes 5-15 minutit, või leiavad nad selleks päeva jooksul eraldi aja ja ühe seansi pikkus on 15-45 minutit. Võib järeldada, et ajaaukudel uudiste jälgimine võib jääda pealiskaudseks. Intervjuudest selgus, et kõige enam eelistavad üliõpilased nutiseadmest uudiseid lugeda, populaarsuselt teine on uudiste kuulamine, näiteks taskuhäälingute kuulamine, ja kõige vähem esineb üliõpilaste seas uudismeedia vaatamist.

Aja kokku hoidmiseks ja informatsiooni ülekülluse vältimiseks jälgivad üliõpilased uudiseid valikuliselt. Enamasti teevad nad valiku enda isiklikele tunnustele vastavalt, milleks võib olla näiteks eriala, hobi või kodulinn. Lisaks aitab neil aega kokku hoida taskuhäälingute kuulamine ja nädalasündmusi kokkuvõtivate uudissaadete jälgimine. Aega peavad üliõpilased endi sõnul kokku hoidma oma kiire elutempo tõttu. Samuti on üliõpilaste jaoks oluline, et nutiseadmest uudiste jälgimine oleks piisavalt tasuv, näiteks peavad kasutatavad kanalid olema kasutajasõbralikud, et uudiste jälgimisele kuluks võimalikult vähe aega.

Üliõpilaste peamised motiivid nutiseadmest uudiste jälgimisel on informatsiooni saamine ja ajaviide. Enamasti puudub neil üks kindel motivatsioon uudiste jälgimiseks, pigem on tegu mitme erineva motivatsiooni kombinatsiooniga. Kõik üliõpilased mainisid nutiseadmest uudiste jälgimise juures ka harjumuse rolli, eriti seoses ajaaukudel jälgimisega, mida iseloomustab nende sõnul automaatsus. Lisaks selgus intervjuudest, et kui üliõpilane usub, et uudised on olulised, siis on tal ka suurem motivatsioon neid jälgida.

Kui võtta arvesse nutiseadme aina suuremat populaarsust uudistekanalina ja käesoleva bakalaureusetöö tulemusi, millest võib järeldada, et nutiseadmest uudiste jälgimine võib kohati olla problemaatiline just pealiskaudsuse tõttu, siis leian, et seadmega seotud uudiste jälgimine vajab kindlasti edasist uurimist.

Täna südamest bakalaureusetöö juhendajat Ragne Kõuts-Klemmi sisukate nõuannete, põhjaliku tagasiside ja julgustavate sõnade eest, mis aitasid kaasa käesoleva töö valmimisele.

SUMMARY

Smart devices are more popular with each year (Newman et al., 2018) and Estonian university students are the most active media, social media and mobile phone users (Meediapäeva uuring, 2018). However researchers argue that news consumption from smart devices is often superficial (Schröder, 2015) and mobile devices have fragmented the attention of the public (Starr, 2011; Fletcher ja Nielsen, 2017).

The aim of this bachelor's thesis was to get an overview of university students' practices and motivations in following news from smart devices. Based on the theoretical framework I formed four research questions:

1. How much do university students follow news from smart devices?
2. What are the mediums students use to follow news from smart devices?
3. What are students' main practices in relation to following news from smart devices?
4. What are students' motives for following news from smart devices?

To answer my research questions, I used the qualitative research method and conducted semi-structured interviews with 14 students from various Tartu universities and analysed the collected data with the qualitative content analysis method.

It appeared from the interviews that exactly half of the university students use smart devices as their main device and the other half use it as an additional device for following news. It seems that the importance of smart devices as news channels has increased if we compare the results with Mihkel Tamm's (2016) master's thesis' conclusion that smart devices should be considered an additional device.

The main channels that university students use to follow news are mobile apps and websites. The most popular news app among students is Postimees, the most commonly used social media apps are Facebook and messaging app Facebook Messenger. The most popular audio app is Soundcloud and university students use it to listen to podcasts. Students overall follow news more through a browser and websites than through mobile apps.

When university students follow news from smart devices then they mostly read news, listening to news is the second most used way to follow news and the least popular option for students is to watch news. According to them they either follow news during pockets of time that last between

5-15 minutes or they find time during the day to catch up with news. That session usually lasts from 15 minutes to 45 minutes. It seems that students' news consumption during pockets of time is often quite superficial.

It appeared from the interviews that university students consume news selectively to save time and avoid information overload. They make the selection according to their personal characteristics like their hometown, profession, interests and hobbies. Listening to podcasts and following conclusive news broadcasts also helps students to save time. University students mentioned that they have to save time because of their fast pace of life. Also it's important for students that following news from smart devices is worthwhile, for example apps must be user-friendly so that following news won't take up a lot of their time.

Students' main motivations for following news from smart devices were to gain information and to pass time. They do not have one certain motivation but rather several motivations that combine together. All university students pointed out the role of habit in news consumption from smart devices, especially during pockets of time, which they say is an automatic action. It also appeared that if students believe that news is important then are more likely to consume them.

In the light of smart devices' continuously increasing popularity and the results of this bachelor's thesis, from which we can conclude that following news from smart devices can be problematic because of its superficiality, I consider that news consumption from smart devices should certainly be further studies.

KASUTATUD KIRJANDUS

Adamsoo, K.G. (2018). *Eakate digipädevus – hoiakud ja probleemid nutitelefone kasutamisel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

Agur, I. (2017). *Nutiseadmete kasutamise võimalused ja riskid väikelaste arengus: Tartu linna sõimerühmade õpetajate hinnangud*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

Ait, J. (2017). Mobiilne internetiühendus on enam kui kolmveerandil leibkondadest. *Eesti Statistikaamet*, 19. september. Kasutatud 10.04.2019, <https://www.stat.ee/pressiteade-2017-100>

Allcott, H. ja Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in The 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.

Bakker, T. P. ja de Vreese, C. H. (2011). Good news for the future? Young people, Internet use, and political participation. *Communication Research*, 38(4), 451–470.

Beam, M. A. (2014). Automating the News: How Personalized News Recommender System Design Choices Impact News Reception. *Communication Research*, 41(8), 1019–1041.

Beaudoin, C.E. (2008). Explaining the Relationship between Internet Use and Interpersonal Trust: Taking into Account Motivation and Information Overload. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 550–568.

Brennen, B.S. (2013). *Qualitative Research Methods for Media Studies*. Routledge: New York.

Brites, M.J. ja Kõuts-Klemm, R. (2018). News definitions and motivations: young people and adults in Portugal and in Estonia. *Estudos em Comunicação*, 27(1), 175–190.

Chan-Olmsted, S., Rim, H. ja Zerba, A. (2012). Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(1), 126–147.

Chadwick, A. (2011). The Political Information Cycle in a Hybrid News System: The British Prime Minister and the “Bullygate” Affair. *International Journal of Press/Politics*, 16(1), 3–29.

- Conway, J. C. ja Rubin, A. M. (1991). Psychological predictors of television viewing motivation. *Communication research*, 18(4), 443–463.
- Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social Semiotics*, 14(2), 115–132.
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A. B. ja Salovaara-Moring, I. (2009). Media system, public knowledge and democracy: A comparative study. *European Journal of Communication*, 24(1), 5–26.
- Didi, A. ja Larose, R. (2006). Getting Hooked on News: Uses and Gratifications and the Formation of News Habits among College Students in an Internet Environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 193–210.
- Eesti Statistika. (2017). *Noored IT-seadmete ja interneti maailmas*. Kasutatud 10.04.2010, <https://blog.stat.ee/2017/10/26/noored-it-seadmete-ja-interneti-maailmas/>
- Eveland, W.P., Morey, A.C ja Hutchens, M.J. (2011). Beyond Deliberation: New Directions for the Study of Informal Political Conversation from a Communication Perspective. *Journal of Communication*, 61(6), 1082–1103.
- Feldman, M. ja Orlikowski, W. (2011). Theorizing Practice and Practicing Theory. *Organization Science*, 22(5), 1240–1253.
- Fletcher, R. ja Nielsen, R.K. (2017). Are News Audiences Increasingly Fragmented? A Cross-National Comparative Analysis of Cross-Platform News Audience Fragmentation and Duplication. *Journal of Communication*, 67(4), 476–498.
- Flick, U. (2006). *An introduction to qualitative reasearch*. London: Sage.
- Frey, D. (1986). Recent research on selective exposure to information. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 41–80.
- Gram-Hanssen, K. (2011). Understanding Change and Continuity in Residential Energy Consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 61–78.
- Greenberg, S.B. (1973). Gratifications of television viewing and their correlates for british children. J. G. Blumler ja E. Katz (toim), *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research* (lk 71–92). Beverly Hills: Sage Publications.

- Hanson, G. L. ja Haridakis, P. M. (2008). YouTube users watching and sharing the news: A uses and gratifications approach. *Journal of Electronic Publishing*, 11(3).
- Hassenzahl, M. ja Tractinsky, N. (2006). User experience - a research agenda. *Behaviour & Information Technology*, 25(2), 91–97.
- Hsieh, H.-F. ja Shannon, S.E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9): 1277–88.
- Härma, K. (2015) *Uudiste lugemine internetis noorte ja nooremate keskealiste hulgas*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Jones, Q., Ravid, G. ja Rafaeli, S. (2004). Information Overload and the Message Dynamics of Online Interaction Spaces. *Information Systems Research*, 15(2), 194–210.
- Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 20.04.2019, <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>
- Karppinen, K. (2007). Making a difference to media pluralism: a critique of the pluralistic consensus in European media policy. B. Cammaerts ja N. Carpentier (toim), *Reclaiming the Media: Communication Rights and Democratic Media Roles* (lk 9–30). Kasutatud 19.04.2019, <https://www.ifap.ru/library/book280.pdf>
- Katz, E., J. G. Blumler ja M. Gurevitch. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. J. G. Blumler ja E. Katz (toim), *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research* (lk 19–32). Beverly Hills: Sage Publications.
- Kaukvere, T. (2013). *Postimehe paber- ja veebiväljaande lugemine üliõpilaste hulgas*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Kim, D. ja Lee, J. (2019). Designing an Algorithm-Driven Text Generation System for Personalized and Interactive News Reading. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 35(2), 109–122.
- Laherand, M-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: Infotrükk.

- Larose, R. ja Eastin, M.S. (2004). A Social Cognitive Theory of Internet Uses and Gratifications: Toward a New Model of Media Attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358–377.
- Lee, A.M. (2013). News Audiences Revisited: Theorizing the Link between Audience Motivations and News Consumption. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(3), 300–317.
- Lee, A.M. ja Chyi, H.I. (2014). Motivational Consumption Model: Exploring the Psychological Structure of News Use. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(4), 706–724.
- McMillan, S.J. ja Morrison, M. (2006). Coming of Age with the Internet: A Qualitative Exploration of How the Internet Has Become an Integral Part of Young People's Lives. *New Media & Society*, 8(1), 73–95.
- Meediapäeva uuring*. (2018). Kantar Emor.
- Metsmaa, K. (2013). *Telesaadete vaatamine internetist ja telerist üliõpilaste hulgas*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Morey, A. C., Eveland, W. P., Jr., & Hutchens, M. J. (2012). The “who” matters: Types of interpersonal relationships and avoidance of political disagreement. *Political Communication*, 29(1), 86–103.
- McQuail, D. (2003). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus.
- Napoli, P.M. (2014). Automated Media: An Institutional Theory Perspective on Algorithmic Media Production and Consumption. *Communication Theory*, 24(3), 340–360.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy D. ja Nielsen R. K. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford: Oxford Reuters Institute.
- Nielsen, R.K. ja Schröder, K.M. (2014). The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding, and Engaging with News. *Digital Journalism*, 2(4), 472–489.
- Oxford living dictionary. (2019a). *App*. Kasutatud 23.04.2019, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/app>
- Oxford living dictionary. (2019b). *Mobile device*. Kasutatud 09.05.2019, https://en.oxforddictionaries.com/definition/mobile_device

Oxford living dictionary. (2019c). *Shortcut*. Kasutatud 26.04.2019, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/shortcut>

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. New York: Penguin.

Peters, C. ja Schröder, K.C. (2018). Beyond the Here and Now of News Audiences: A Process-Based Framework for Investigating News Repertoires. *Journal of Communication*, 68(6), 1079–1103.

Perse, E. M. ja Rubin, A. M. (1987). Audience Activity and Satisfaction with Favorite Television Soap Opera. *Journalism Quarterly*, 65(2), 368–375.

Peters, C. (2012). Journalism to go: The changing spaces of news consumption. *Journalism Studies*, 13(5-6), 695–705.

Perks, L.G. ja Turner, J.S. (2019). Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study. *Mass Communication and Society*, 22(1), 96–116.

Pothast, M., Köpsel, S., Stein, B. ja Hagen, M. (2016). Clickbait Detection. N.Ferro, F.Crestani, M.-F.Moens, J. Mothe, F. Silvestri, G.M. Di Nunzio,.. G. Silvello (toim), *Advances in Information Retrieval* (lk 810–817). Kasutatud 23.04.2019, <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-30671-1.pdf>

Press, A. ja Livingstone, S. (2006). Taking Audience Research into the Age of New Media: Old Problems and New Challenges. M. White ja J. Schwoch (toim), *The Questions of Method in Cultural Studies* (lk 175-200). Oxford: Blackwell Publishing.

Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Pärson, T. ja Ait, J. (2018). Mobiilse interneti kasutamise on suurenenud. *Eesti Statistika Kvartalikirjeldus*, 2, 51–52.

Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices. A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263.

- Rosengren, K.E. (1974). Uses and Gratification: A Paradigm Outlined. J. G. Blumler ja E. Katz (toim), *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research* (lk 269–286). Beverly Hills: Sage Publications.
- Rubin, A. M. (1981). An Examination of Television Viewing Motivations. *Communication Research*, 8(2), 141–165.
- Rubin, H. ja Rubin, I. S. (2012). *Qualitative interviewing: the art of hearing data*. California: SAGE Publications.
- Sahakian, M. ja Wilhite, H. (2014). Making practice theory practicable: Towards more sustainable forms of consumption. *Journal of Consumer Culture*, 14(1), 25–44.
- Saldaña, J. (2013). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Los Angeles: Sage.
- Sarapuu, M. (2014). *Internetikasutajate valmisolek digitaalse sisu eest tasumiseks*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Schrøder, K.M. ja Steeg Larsen, B. (2010). The shifting cross-media news landscape. *Journalism Studies*, 11(4), 524–534.
- Schrøder, K.M. (2015). News Media Old and New. *Journalism Studies*, 16(1), 60–78.
- Schmidt, A.L., Zollo, F., Del Vicario, M., Bessi, A., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H.E. ja Quattrociocchi, W. (2017). Anatomy of news consumption on Facebook. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(12), 3035–3039.
- Sears, D. O. ja Freedman, J. L. (1967). Selective exposure to information: A critical review. *Public Opinion Quarterly*, 31(2), 194–213.
- Siles, I. ja Boczkowski, P.J. (2012). Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. *New media & society*, 14(8), 1375–1394.
- Starr, P. (2011). An Unexpected Crisis: The News Media in Post-industrial Democracies. *The International Journal of Press/Politics*, 17(2), 234–242.
- Steele, J. ja Brown, J.D. (1995). Adolescent room culture: Studying media in the context of everyday life. *Journal of Youth and Adolescence*, 24(5), 551–576.

- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576.
- Tamm, M. (2013). *Uudiste lugemine paberlehest, veebiväljaannetest ja nutitelefonidest*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Tamm, M. (2016). *Nutiseadmest uudiste lugemine*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Tandoc Jr, E.C., Lim, Z.W. ja Ling, R. (2018). Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- Vihalemm, T. (2014). Fookusgrupi intervjuu. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 26.04.2019, <http://samm.ut.ee/fookusgrupi-intervjuu>
- Wang, W-C. (2017). Understanding user experience of news applications by Taxonomy of Experience (ToE). *Behaviour & Information Technology*, 36(11), 1137–1147.
- Webster, J.G. ja Ksiazek, T.B. (2012). The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media. *Journal of Communication*, 62, 39–56.
- Weeks, B.E., Ksiazek, T.B. ja Holbert, R.L. (2016), Partisan Enclaves or Shared Media Experiences? A Network Approach to Understanding Citizens’ Political News Environments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(2), 248–268.
- Wolf, C. ja Schnauber, A. (2015). News Consumption in the Mobile Era. *Digital Journalism*, 3(5), 759–776.

LISAD

Lisa 1. Intervjuu kava

Sissejuhatav osa:

Kas soovid enne intervjuu läbi viimist minu käes midagi uuringu kohta küsida?

Kui vana sa oled?

Mida sa ülikoolis õpid?

I plokk: Uudiste jälgimine ja nutiseadme osakaal

1. Nüüd liigume intervjuu põhilise teema juurde – uudiste jälgimine. Kui tihti tarbid uudiseid?
2. Kui palju aega oma päevast kulutad tavaliselt uudiste jälgimisele?
3. Milliste meediumite kaudu enamasti uudiseid jälgid? (paberleht, veebiportaal, nutiseade, raadio või televisioon)
4. Milline umbes on erinevate meediumite osakaal?
5. Kui suurel määral jälgid uudiseid just enda nutiseadmest?
6. Milliseid teemasid sa tavaliselt uudismeedias jälgid? On need seotud sinu tööga, hobidega, erialaga? Kas sul on tarvis jälgida uudiseid seoses õpingutega/kodutöödega/töoga?

II plokk: Nutiseadmest uudiste jälgimise kanalid ja praktikad

7. Mis kanali kaudu nutiseadmest uudiseid loed? Kas rakendusest, brauserist (Google Chrome, Safari jms), sotsiaalmeedia kaudu või mingit muud teed pidi?
8. Millistel meediaorganisatsioonidel on sinu teada olemas mobiilirakendus? Palun nimeta need.
9. Kas ja milliseid neist rakendustest sa ise kasutad? Milliseid lehel märgitud uudismeedia kanalitest jälgid teiste meediumite (arvuti, paberleht, televisioon, raadio) vahendusel? (lisahehe 1. küsimus).
10. Kas sul on kujunenud välja lemmikrakendus? Mis rakendus see on? Miks eelistad just seda rakendust?

11. Miks sa kasutad mobiilirakendusi uudiste jälgimiseks? Või miks sa ei kasuta mobiilirakendusi?
12. Palun kirjelda, mida pead oluliseks mobiilirakenduse juures (mugavus, kiirus, reklaamivaba)?
13. Kui suurel määral jälgid uudiseid sotsiaalmeedia kanalite vahendusel?
14. Milliste kanalitest uudiseid saad (Facebook, Instagram, Youtube)? Milline on peamine kanal?
15. Kui mitu uudist sa reaalselt läbi loed neist? Kui mitu avad?
16. Kas oled kordagi tundnud, et sotsiaalmeedias olev uudis võib olla valeuudis? Mis uudise puhul? Kui tihti seda juhtub?
17. Kui tihti jagad (ingl *share*) loetavaid uudiseid sõpradega? Mis kanalite kaudu?
18. Kas jagamise võimalus on sinu jaoks oluline? Miks?
19. Kas kasutad võimalust luua endale personaliseeritud uudisvoog, ehk valid, millised teemad sind huvitavad? Kui jah, siis miks? Kui ei, siis miks mitte?
20. Mis sa arvad, kas personaliseeritud uudisvoo kasutamine võib ohustada sinu informeeritust poliitiliste teemade osas? Kas see võib sind välja jätta ühiskondlikult olulistest teemadest?
21. Milline kanal on sinu jaoks on uudisisu pakkuv mobiilirakendus, kas meelalahutuslik, informatiivne või muud funktsiooni täitev kanal? Miks just see?
22. Mida muudaksid mobiilirakenduste juures, nii selle disaini kui funktsioonide juures? Mis võiks olla paremini?

III plokk: Nutiseadmest uudiste jälgimisega seotud praktikad ja motivatsioon

23. Kui loed uudiseid nutiseadmest, kas loed siis mõne kindla rubriigi uudiseid või pigem sirvid avalehel, kus on kõikide valdkondade uudised?
24. Milliseid uudiste rubriike sa nutiseadmest jälgid? Palun nimeta need. Milliseid rubriike jälgid teistest meediumitest? (lisalehe 2. küsimus).
25. Kas otsid vahel informatsiooni mõne kindla valdkonna kohta? Miks?
26. Kas väldid mõningate valdkondade uudiseid? Milliste? Miks?
27. Millisel osal päevast tavaliselt nutiseadet kasutad uudiste jälgimiseks? Pigem hommikul või õhtul? Koolis või kodus? Võrreldes teiste meediumitega? (Vastuste leht 3. küsimus)

28. Mis sa arvad, kui palju aega sa päevas nutiseadmest uudiste jälgimisele kulutad? (10 min, 20 min, 30 min, 60 min)
29. Mitu minutit sa ühel korral nutiseadmest uudiste jälgimisele kulutad? (1 min, 2 min, 3 min, 5 min, 10 min)
30. Millistes olukordades sa tavaliselt jälgid nutiseadmest uudiseid? Kuidas sa neid olukordi iseloomustaksid?
31. Kui võrlded olukordi, mil jälgid uudiseid nutiseadmest versus millal jälgid näiteks lehest või veebiportaalist, siis mis on sinu arvates suurim erinevus?
32. Millise pikkusega uudiseid sa nutiseadmest tavaliselt jälgid? Kas loed, vaatad või kuulad terve uudise läbi või ainult osa sellest? Miks just nii?
33. Kui arvestada seda, et nutiseadmest jälgitakse uudiseid lühikese aja jooksul, siis kas sinu arvates võiks mobiilirakenduses/mobiiliversioonis olla lühemad variandid täispikkadest uudistest? Miks sa nii arvad?
34. Mis sulle meeldib kõige vähem nutiseadmest uudiste jälgimise juures? Mis meeldib kõige enam?
35. Kuidas iseloomustaksid nutiseadmest uudiste jälgimist?
36. Kui tihti jälgid nutiseadmest uudiseid teadlikult ja kui tihti alateadlikult, refleksist? Kas erinevate kanalite puhul on see erinev (mobiilirakendus, sotsiaalmeedia)?
37. Kokkuvõttes, mis sa ütleksid, mis eesmärgil sa nutiseadmest uudiseid jälgid?

Intervjuu lõpetamine

Mida sooviksid veel lisada selle teemaga seoses, mille kohta ma ei küsinud?

Kui mul tekivad lisaküsimused, kas ma saan sinuga veel ühendust võtta?

Täna veel kord, sinu vastused on selle teema uurimisel väga olulised.

Lisa 2. Vastuste leht

1. Milliseid rakendusi kasutate nutiseadmes? Mida jälgite mujalt?

Palun märki ära (tähisega X) need rakendused, mida oled viimase kuu aja jooksul kasutanud. Kui tabelist on mõni rakendus puudu, palun lisa see tühja lahtrisse. Seejärel märki ära (tähisega X), milliseid neid samu kanaleid oled kasutanud mõnest muust meediumist ning mille meediumi kaudu (paberleht, raadio, veebiportaal, tele)?

Rakendus	Jälgite nuti-seadmest	Jälgite mujalt	Millisest?
Postimees			
Postimees Sport			
Postimees RUS			
Raadio Kuku			
MyHits			
Raadio Elmar			
BNS			
Eesti Ekspress			
Eesti Päevaleht			
Delfi			
Delfi Sport			
Delfi RUS			
Ärileht			
Maaleht			
Maakodu			
ERR			
ERR Uudised			
ERR ETV			
ERR ETV2			
ERR ETV+			
Raadio 2			
Õhtuleht			

Õhtuleht digileht			
Õhtuleht sport			
TV Play Eesti			
TV Play Home Eesti			
TV Play Premium			
Star FM			
Power Hit radio			
Sky.ee (Sky Plus, Retro FM, Rock FM)			
NRJ Raadio			
Muu			
Muu			

2. Milliseid rubriike mobiilirakendusest loed? Milliseid loed mujalt?

Palun märki ära need rubriigid, mida oled viimase kuu jooksul nutiseadmest jälginud. Kui tabelist on puudu mõni rubriik, mida sa jälgid, siis palun kirjuta see tühja lahtrisse. Seejärel märki ära (tähisega X), milliseid neid samu rubriike oled jälginud mõnest muust meediumist ning mille meediumi kaudu (paberleht, raadio, veebiportaal, tele).

Rubriik	Jälgin Nutiseadmest	Jälgin mujalt	Millistest?
Eesti uudised			
Majandus			
Poliitika			
Arvamus			
Kultuur			
Välisuudised			
Sport			
Krimi			
Teadus			
Tervis			

Tarbija			
Tehnika			
Ilm			
Meelelahutus/Menu/Elu24			
Reisile			
Lemmik			
Kino/raamatuportaal			
Kodustiil			
Maa Elu			
Sõbranna			
Sisuturundus			
Raadiouudised			
Maakonnalehed (Tartu PM, Pärnu PM, Sakala jms)			
Piirkond (Tallinn, Setomaa)			

3. Mis ajavahemikul kasutate tavaliselt nutiseadet uudiste lugemiseks? Palun need ajavahemikud märkida (tähisega X) arvestades enda viimase kuu aja meediatarbimist.

Hommik

Päev

6	7	8	9	10	11	12	13

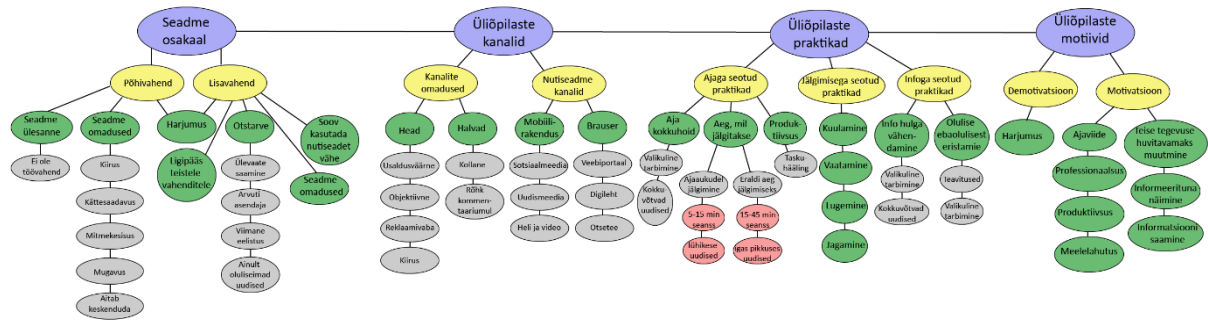
14	15	16	17	18	19	20	21

Õhtu

Öö

22	23	24	1	2	3	4	5

Lisa 3. Koodipuu



Lihthitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Joanna Laast,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihthitsentsi) minu loodud teose „Üliõpilaste praktikad ja motivatsioon nutiseadmest uudiste jälgimisel“, mille juhendaja on Ragne Kõuts-Klemm, 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 lihthitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Joanna Laast

27.05.2019