

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

**INTERNET ERAELULISTE TEENUSTE
PAKKUJANA – KASUTAJA VAADE**

Bakalaureusetöö

Kristiina Tagel
Juhendajad: Pille Pruulmann-Vengerfeldt, MA
Pille Runnel, MA

Tartu
2005

Sisukord

Sisukord	2
1. Sissejuhatus	3
2. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad	4
2.1 Internetiuuringute kolm etappi Eestis ja mujal maailmas.....	4
2.2 Varasemad empiirilised uurimused.....	11
3. Metoodika	15
2.1 Töö ülesanne, eesmärk, uurimisküsimused.....	15
2.2 Uurimismeetod ja –objekt.....	16
4. Ülevaade teemadest	18
3.1 Reisiinfo.....	18
3.2 Eluaseme ostu/müügi/rendiga seotud info.....	19
3.3 Töö otsimisega seotud info.....	19
3.4 Tutvumis- ja kohtamisteenused.....	21
3.5 Pere- ja terviseinfo.....	21
3.6 Hobid.....	23
3.7 E-teenused.....	23
3.8 Administratiivne info.....	27
5. Empiiriliste tulemuste esitus	28
4.1 Reisiinfo.....	28
4.2 Eluaseme ostu/müügi/rendiga seotud info.....	30
4.3 Töö otsimisega seotud info.....	31
4.4 Kohtamis- ja tutvumisteenustega seotud info.....	32
4.5 Pere ja terviseiga seotud info.....	35
4.6 Hobidega seotud info.....	36
4.7 E-teenustega seotud info.....	39
4.8 Administratiivne info.....	47
4.9 Interneti omadused.....	50
6. Järeldused ja diskussioon	53
7. Kokkuvõte	58
8. Summary	59
Kasutatud kirjandus	61
Lisad	63
Lisa 1. Intervjuude läbiviimise tabel.....	63
Lisa 2. E-kaubanduse tabel.....	64
Lisa 3. Internetikasutajate intervjuu.....	66
Lisa 4. CD intervjuude helifailidega.....	73

1. Sissejuhatus

Üldises perspektiivis võib öelda, et Internet on loodud inimeste jaoks, meile kasu toomise eesmärgil. See kasu võib avalduda nii materiaalselt kui ka lihtsalt erineva info (sh ka info, mis on inimestele kasulik nende eraelu jaoks väljaspool tööd) koondamise ja võimaldamise, aga ka juba Habermas'i poolt kirjeldatud avaliku sfääri loomise näol. Kui paljud aga on teadlikud võimalustest, mida Internet pakub ning kui palju neid erinevaid võimalusi kasutatakse?

Interneti uuringud on maailmas alles üsna algusjärgus võrreldes sellega, mis on tehtud teiste meediakanalite valdkonnas ja nii ei ole ka Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas Interneti kasutamist ja kasutajaid veel väga põhjalikult jõutud uurida.

Minu töö moodustab ühe osa osakonnas läbiviidavast projektist Eesti infoühiskonna sotsiokultuuriliste praktikate kujunemise kohta, mille eesmärgiks on välja selgitada infokasutuse ning kommunikatiivse tegevuse kui sotsiaalsete (s.t sotsiaalseid suhteid kujundavate) ja kultuuriliste (s.t tähendusi ja käitumismalle loovate) praktikate iseloom Internetikeskkonnas.

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks ei ole midagi numbriliselt tõestada, vaid kvalitatiivintervjuude abil Interneti kasutajatega uurida ja kirjeldada Interneti eraelulise kasutamise teadlikust ja võimalusi, milledest inimesed oma kogemuste põhjal räägivad.

Kõigepealt annan töö esimeses, teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade osas lühiülevaate Internetiuuringute arengust ja erinevatest etappidest Eestis ja mujal maailmas üldiselt. Seejärel, metoodika osas kirjeldan intervjuueeritavate valiku ja leidmise printsiipe ning intervjuu küsimuste koostamist. Samuti on seal välja toodud töö ülesanne, eesmärk ja uurimisküsimused ning eraeluliste teenuste kriteeriumid, mille baasil on töö üles ehitatud. Enne käesoleva töö uurimistulemuste esitamist, annan neljandas osas ülevaate käsitletud eraelulistest teemadest. Viiendas osas saab lugeda, mida inimesed oma intervjuudes Interneti eraelulisest kasutamisest rääkisid. Kuues peatükk esitab tulemusi teooria kontekstis ning viimane peatükk annab kokkuvõtliku ülevaate kogu tööst.

2. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Järgnevalt kirjutan võrdlevalt Eesti ja USA andmete põhjal Interneti arengust ning mis Interneti uuringute valdkonnas siiani tehtud on. USA andmeid kasutan võrdluseks just seepärast, et sealsed Interneti uuringud on maailmas esirinnas.

2.1 Internetiuuringute kolm etappi Eestis ja mujal maailmas

Minu töös käsitletavat Internetiuuringute kolm etappi tulenevad Interneti ajakirja *New Media and Society* 2004. aasta 6. numbris ilmunud Barry Wellman'i artiklist „*The three Ages of Internet Studies: Ten, Five and Zero years ago*” ja on lühidalt piiritletavat ja iseloomustatavat selliselt:

I etapp aastatel ca 1994-1998 - Interneti ülistamine, uuringud pigem oletuslikud.

II etapp aastatel ca 1998-2004 – inimeste üldise Interneti kasutuse uurimine.

III etapp alates ca aastast 2004 - inimeste Interneti kasutust analüüsimas.

Järgnevalt kirjutan nendest etappidest lähemalt.

2.1.1 Interneti uuringute I etapp mujal maailmas.

Interneti-buum maailmas sai alguse 90ndate aastate keskpaigas, kus Internetti nähti „särava valgusena paistmas üle igapäevaste murede“ nagu kirjutab Wellman (2004: 124) *New Media and Society* Interneti ajakirjas. Paljud analüütikud läksid oma eufoorias liiga kaugele, nimetades Internetti inimkonna kõige suuremaks muutuseks läbi aegade, minnes ajas tagasi Gutenbergist ja trükikunsti leiutamisest kuni isegi tule avastamiseni.

Algsed Interneti analüüsid olid sageli utoopilised pärinedes ainult oletuslikest lugudest tundmatute Interneti kasutajate poolt (Wellman 2004).

2.1.2 Interneti uuringute I etapp Eestis.

Interneti arengut Eestis vedasid algusaastatel akadeemilised ringkonnad. Nagu kirjutavad Vengerfeldt ja Runnel (2004) võib Eesti Interneti alguseks lugeda 26.märtsi 1992 aastal, mil käivitus esimene TCP/IP ühendus Eesti ja muu maailma vahel. Sügavat muljet avaldas esmane ühenduse saavutamine välismaailmaga kindlasti. „Olin ise uue süsteemi esimestest kasutajatest, ning n-ö suure maailmaga ühenduse saamise tunne oli tõepoolest rabav” kirjutab Tanel Tammet (1995) Eesti Päevalehes.

Interneti uuringute valdkonnas ei tehtud Eestis sel ajaperioodil veel eriti midagi. Ajakirjanduses ilmus hulgaliselt artikleid Interneti kohta ja üheks avaliku arvamuse kujundajaks sellel alal oli Linnar Viik (1999), kes kirjutas, et *dot comid* veavad Eesti infoühiskonda ja võrgumajanduse tormiline areng ei toetu mitte niivõrd tehnoloogiale, vaid inimesele kui lisaväärtuse loojale ning selle tarbijale.

2.1.3 Interneti uuringute II etapp mujal maailmas.

Teine Interneti uuringute periood algas ligikaudu aastal 1998, mil valitsused, kaubanduslikud ja akadeemilised ringkonnad mõistsid vajadust Interneti süstemaatilisuse järele. Sel ajal algas ka Interneti ja selle kasutajate laialdasem uurimine, hakati uurima inimeste Interneti kasutamist üldiselt. Huvi pakkus kasutajate arv, nende demograafilised erinevused ning küsimus, mida inimesed peamiselt Internetis teevad.

Interneti kasutajate hulk tõusis pidevalt ning sel ajal hakkas Internet muutuma eraldiseisvast eelis-asjast inimeste igapäevaelu osaks. Toimus liikumine Interneti-tarkade maailmast igapäevase kasutamise maailma tavaliste inimeste poolt. Nagu kirjutavad Haythornthwaite & Wellman (2002) jäi Internet endiselt küll oluliseks, kuid mitte enam eriliseks, kaugeks ja kättesaamatuks asjaks ning Interneti kasutuses ei domineeri enam valge, noor, Põhja-Ameerika mees, vaid ligipääs ja kasutus on laienenud ka ülejäänud rahvastikule ja maailmale.

Kui kõige rohkem kasutatakse Interneti inimestega suhtlemiseks ehk siis kommunikatsiooni eesmärgil, 80% kogukasutajatest kasutab Interneti seoses e-postiga, siis teine peamine kasutusala on info otsimine, näiteks hobide, meditsiini, spordi, reisi,

uudiste või toodete infot. Väiksem, aga ikkagi oluline osa Interneti kasutajatest maailmas hõlmab e-kaubandus shoppamise ja Internetist kaupade ostmisega (Haythornthwaite & Wellman 2002).

2.1.4 Interneti uuringute II etapp Eestis.

Interneti uuringutega hakkasid järjepidevalt tegelema uuringufirmad (Emor) ning ka haridusasutused.

Emori uuringute tulemusena on selgunud, Eestis on Interneti kasutajate arv pidevalt tõusnud ning 2004. aastaks jäi mittekasutajate arv juba all 50% elanikkonnast vanusegrupis 15-74 eluaastat. Sagedasemate kasutajate arv, kes on Internetti kasutanud viimase 6 kuu ja viimase 7 päeva jooksul, jääb küll veel alla 50% elanikkonnast (vastavalt 47% ja 40%), kuid on aastatega ka pidevalt tõusnud, olles nt 2001 aastal vastavalt vaid 32 % ja 23% (vt tabel 1).

Tabel 1. Interneti kasutamine (RIA 2005, Emori andmed)
Interneti kasutamine elanikkonna vanusegrupis 15 - 74 aastat

	Arv / %	Aeg
Elanikkonna osakaal vanusegrupis 15 - 74 eluaastat, kes ei ole kunagi kasutanud Internetti	65%	märts-mai 2001
	57%	juuni-juuli 2002
	54%	sept-nov 2002
	53%	märts-mai 2003
	50%	sept-nov 2003
	47%	märts-mai 2004
	49%	sept-nov 2004
Elanikkonna osakaal vanusegrupis 15 - 74 eluaastat, kes on kasutanud Internetti viimase 6 kuu jooksul (% kõikidest vastajatest)	32%	märts-mai 2001
	41%	juuni-juuli 2002
	43%	sept-nov 2002
	45%	märts-mai 2003
	47%	sept-nov 2003
	49% (ca 513 000)	märts-mai 2004
	47%	sept-nov 2004

Elanikkonna osakaal vanusegrupis 15 - 74 eluaastat, kes on kasutanud Interneti viimase 7 päeva jooksul (% kõikidest vastajatest)	23%	märts-mai 2001
	28%	juuni-juuli 2002
	36%	sept-nov 2002
	35%	märts-mai 2003
	38%	sept-nov 2003
	40%	märts-mai 2004
	40%	sept-nov 2004

Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas viidi 2002. aasta lõpust kuni 2003. aasta alguseni läbi üle-eestiline küsitlus „Mina, Maailm ja Meedia” (edaspidi töös ka lühendatult Meema), mille üheks eesmärgiks oli uurida uue meedia, s.h ka Interneti kasutajaid ja kasutamist. Meema küsitluse ajal kasutas Interneti 43,1 % elanikkonnast, seejuures 47,3 % meestest ja 39,5 % naistest (Runnel & Pruulmann-Vengerfeldt 2004).

Arvutimaailma 2005. aasta märtsinumbris kirjutab Pille Pruulmann-Vengerfeldt (2005) ka varasematest uuringutest sotsiaaldemograafiliste tunnuste põhjal, viidates Tõnu Vare artiklile, kus antakse ülevaate Emori ja Praxise ühisuuringust Eesti Interneti mittekasutajate kohta. Tõnu Vare toob seal välja riskigruppina vanemad inimesed, madalama haridusega inimesed, Lääne- ja Lõuna-eestlased ning mitte-eestlased (T. Vare, „Digilõhe kihistab meid” Arvutimaailm detsember 2002).

Eelnevalt viidatud artiklis märgibki Pruulmann-Vengerfeldt ära, et vanus on tegur, mis Eesti Interneti kasutajaid kõige rohkem eristab ning käärid vanuserühmade vahel on suured.

2.1.5 Interneti uuringute III etapp mujal maailmas.

Praeguseks oleme jõudnud Interneti uuringute kolmandasse faasi - dokumenteerimisest analüüsini ehk inimeste Interneti kasutamise erinevate viiside, põhjuste ja võimaluste uurimiseni.

Inimeste huvi teatud teenuste või info järele on paljuski seotud vastava vajaduse kasvuga. Näiteks, kui on vaja teha suuri elustiili otsuseid eluaseme, töökoha või finantsidega seoses. Või kui inimene ise või keegi tema lähedastest jääb haigeks. Sellistel juhtudel pööratakse sagedamini info saamiseks Internetti.

Laialdased uuringud USAs on võimaldanud dokumenteerida, millised Interneti-tegevused on saanud ameeriklaste igapäevaelu osaks. Üle poole ühendriikide elanikkonnast ja kolmveerand kõikidest teismelistest peavad end Interneti kasutajateks. Nad suhtlevad vabalt e-maili teel ja MSNi vahendusel ning eeldavad, et enamus infot, mida nad lihtsate igapäevase eluga seotud asjade kohta vajavad (telefoninumbrid, maade või linnade kaardid, toiduretseptid), aga samuti ka suuremate küsimuste kohta (haiguste ravi, investeerimisvõimalused, tööpakkumised) – et see kõik on Internetis olemas (Rainie & Bell 2004).

Mitmetest uuringutest USAs ja Austraalias on selgunud ka sugudevahelised erinevused Interneti kasutuses. Naised ja mehed kasutavad Internetti oma eraelu tarbeks erinevatel põhjustel ja erinevatel eesmärkidel. Naised kasutavad Interneti rohkem oma tegevuste vahendina, mitte mängimiseks või tehnoloogia üksikasjade omandamiseks nagu mehed seda sageli teevad. Täpsemalt, naised kasutavad e-maili ja veebi tegevuste jaoks, mis organiseerivad tööd, õppimist, isiklikku suhtlust, info otsimist ning aitavad lastel kodutöid teha, ostavad ja müüvad kaupu ja teenuseid. Vastupidiselt meestele seostavad naised Interneti kasutamist väga harva sooviga mängida või parandada ja täiustada tehnoloogiat. Naiste jaoks on Internet rohkem vahend ning meestele rohkem tehnoloogia.

Interneti-ärile on naised aga oluliseks turuks ja seda just oma olulise rolli pärast koduses majapidamises. USAs haldavad naised, näiteks, 75% ulatuses perekonna finantse ning kontrollivad 80% ulatuses ostuotsuseid (Singh 2001).

Veel näitavad USA uuringud 2000. aastal, et töö-ealised inimesed viidavad Internetis palju rohkem aega kui vanemad või nooremad – üle 9 tunni nädalas ja tipnedes isegi kuni 11 tunniga nende seas, kes on vanuses 25-35 a, s.t see hulk kasutab Internetti ka peamiselt tööga seotud kohustuste tõttu. Kuigi Interneti-kasutajaid loetakse ka üleüldiselt elus aktiivsemateks inimesteks kui mittekasutajaid (Haythornthwaite & Wellman 2002).

2.1.6 Interneti uuringute III etapp Eestis.

„Internet on muutumas oma tähenduselt sama laiaks ja mitmetahuliseks sõnaks nagu meedia ja on aeg vaadata kaugemale kasutusest kui üldisest faktist ning pöörata pisut rohkem tähelepanu kasutusele ja kasuteguritele, mida inimesed Internetist saavad” kirjutas Pruulmann-Vengerfeldt 2005. aasta Arvutimaailma veebruarinumbris.

Üha enam hakatakse Interneti kasutajatest rääkima läbi nende erinevate võimalike rollide ning tegevuste. Meema uuringu tulemusi analüüsid jagati Interneti kasutajad tüüpideks, mis erinevad üksteistest Interneti kasutuse aktiivsuse poolest ning orienteerituse poolest Internetis pakutavatele erinevatele teenustele (Vengerfeldt & Runnel 2004). Samas peatükis on välja toodud ka nende tüüpide täpsem kirjeldus ja eristus, mis on järgmine.

1. **Vähekasutajale** (20% Internetikasutajatest) on omane väheaktiivne suhe Internetiga ja kindlate kasutuseelistuste puudumine. See tüüp on levinud keskealiste ja vanemate inimeste hulgas (42% tüüpi koosseisust vanuses üle 45 aasta).
2. **Eraeluliste teenuste kasutaja** (15% Internetikasutajatest) on orienteeritud mitmekesise info saamisele, kuid esiplaanil on see, mis seondub eluaseme, töö ja reisimisega, mõnevõrra vähemal määral kohtamisteenustega, pere ja tervisega. Selline Interneti kasutusviis on omane eeskätt 20-44-aastastele naistele (76% vanuses 20-44).
3. **Virtuaalses avalikkuses osaleja** (18% Internetikasutajatest) on orienteeritud eeskätt foorumites ja jututubades osalemisele, kommentaaride lugemisele ja kirjutamisele. Selles kasutajatüübis on enamuses noored ja nooremas keskeas mehed (81% vanuses 15-44).
4. **Suhtleja** (17% Internetikasutajatest) jaoks on isikutevaheline suhtlus veelgi olulisem, teised kasutusvalad peale foorumites ja jututubades osalemisele, kommentaaride lugemise ja kirjutamise, hoopis vähemtähtsad. Selline Interneti kasutusviis on omane eeskätt noortele, eriti 15-19aastastele (49% tüüpi koosseisust).

5. **Mitmekülgne interaktiivne võrgusolija** (15% Internetikasutajatest), kelle puhul Internet on ennekõike keskkond. Internetikasutuses on kesksel kohal isikutevaheline suhtlemine, praktilise info saamine, märkimisväärse tähtsusega on ka üldiselt vähemolulised ostud ja erootika. Selles tüübis domineerivad 20-29aastased (48% tüübi koosseisust), pigem mehed kui naised.
6. **Mitmekülgne infokasutaja** (16% Internetikasutajatest), kellele Interneti kasutamisel on oluline erialane ja õppimisega seonduv info, samuti majanduslik, õiguslik, poliitiline jms info ning kõikvõimalik praktiline info. Selles tüübis domineerivad keskealised kõrgharidusega inimesed (54% vanuses 30-54 ja 59% kõrgharidusega).

Arvutimaailma 2005. aasta aprillinumbris kirjeldab Pruulmann-Vengerfeldt erinevate uuringute tulemusena selgunud populaarseimaid tegevusi Internetis Eestis aastal 2003 ja 2004. Kasutussageduselt on eesotsas otsingumootorite kasutamine (87% / 84%) ja e-mailid (77% / 83%), samuti pangateenused ja päevalehtede lugemine Interneti keskkonnas. Protsent sulgudes näitab suurusjärku kogu Interneti kasutajatest kõigepealt 2003. ja siis 2004.aastal. Enamus teenustest on seotud info tarbimisega, suhtlemisega on seotud e-mail, portaalidest kommentaaride lugemine ning foorumite ja uudisrühmade kasutus (kuigi ka viimast kahte kasutust võib lugeda infokeskseks kasutuseks).

Sugudevahelise erinevuse kohta Eestis selgub samuti Meema raportist, et naiste internetikasutus on pisut vähem orienteeritud osalusele ning interaktsioonidele ja mõnevõrra enam orienteeritud eraeluliste teenuste kasutamisele (Runnel & Pruulmann-Vengerfeldt 2004).

Tavaliselt on inimesed hakanud Internetti kasutama seoses töö- või koolikohustustega. Ka Pille Pruulmann-Vengerfeldt märgib oma artiklis Interneti kasutamise ja tegevuste kohta, et „enamus tegevusi on pigem „tõsised” kui meelelahutuslikud, seotud rohkem tõise kasutuse kui eraelulisega” (Pruulmann-Vengerfeldt 2005:22.aprill).

Aga kas inimesed näevad oma kohustuste ja tööülesannete kõrval Internetis ka teisi võimalusi, näiteks ka võimalust oma eraelule kuidagi kasu tuua?

2.2 Varasemad empiirilised uurimused

2002 detsembris – 2003 jaanuaris korraldas Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond Eestis küsitluse „Mina, Maailm ja Meedia“ (Meema), mille üheks eesmärgiks oli uurida ka uue meedia kasutajaid. Küsitluse ajal kasutas Internetti 43,1 % elanikkonnast, seejuures 47,3 % meestest ja 39,5 % naistest.

Uuringus esitati muu hulgas ka küsimus 24 võimaliku tegevuse kohta Internetis ning vastuste põhjal eristati põhilised internetikasutuse funktsionaalsed rühmad: internetikasutus info saamiseks, suhtluseks, kommentaarideks ja foorumiteks (portaalikasutuseks), isikliku info saamiseks ning ostudeks ja erootikaks. Nende tulemusel moodustati omakorda internetikasutajate tüübid, mis erinevad üksteisest internetikasutuse aktiivsuse poolest, aga ka orienteerituse poolest Internetis pakutavatele erinevatele teenustele. Internetikasutajate puhul ongi olulisimaks uuringu tulemuseks kuue erineva kasutajatüübi eristamine (Vengerfeldt & Runnel 2004).

Tabelist 2 on näha nende Internetikasutajate tüüpide sotsiaaldemograafilised erinevused ja alused.

Tabel 2. Internetikasutajate tüüpide sotsiodemograafiline struktuur
(Runnel & Pruulmann-Vengerfeldt 2004)

	Mitmekülgne, interaktiivne võrgus olija	Mitmekülgne infokasutaja	Suhtleja	Eraeluliste teenuste kasutaja	Virtuaalses avalikkuses osaleja	Vähekasutaja
Sugu ($p<0,01$)						
Mees	63,5	43,1	46,3	35,8	62,1	47,7
Naine	36,5	56,9	53,7	64,2	37,9	52,3
Vanus (aastat) ($p<0,01$)						
15–19	18,6	6,1	49,2	1,5	27,7	9
20–29	48	25,2	26,4	37,5	25,2	12,1
30–44	25,4	42	15,5	38,4	28,2	37,8
45–54	5,5	19,8	7	16,1	11,6	24,5
55–64	2,5	6,8	1,9	5,3	7,3	9
65–74				1,2		7,5
Emakeel ($p<0,01$)						
Eesti	72,1	76,6	61,2	75,7	76,1	70
Vene	27,9	23,4	38,8	24,3	23,9	30
Kokku	14,3	15,9	17,7	13,9	18,2	20

Runnel ja Pruulmann-Vengerfeldt (2004:162) tõdevad Meema raportis, et „Uuringu tulemused näitavad, et Interneti kasutajad pole sisemiselt homogeenised grupid, kes tarbivad digitaalset tehnoloogiat riiklikult heaks kiidetud viisil, vaid et ka nende gruppide sees on suur hulk erinevusi. Interneti ja arvutikasutajate mitmekülgset hindamiseks tuleb seda kvalitatiivsete meetoditega edasi uurida”.

Järgnevalt, tabelis 3 tõin välja Meema andmete põhjal, millistesse elustiili ja Interneti kasutajate tüüpidesse meie poolt intervjueritud inimesed 2003. aasta alguses kuulusid.

Kõige rohkem oli mitmekülgseid interaktiivseid võrgusolijaid (4) ja mitmekülgseid infokasutajaid (4) ning seejärel eraeluliste teenuste kasutajaid (3). Vähekasutajaid, suhtlejaid ja virtuaalses avalikkuses osalejaid oli kõiki üks.

Tabel 3. Intervjueritavate tüübid Meema uuringu järgi

Ankeedi nr	Interneti kasutajatüüp Meemas	Elustiil Meemas
N25	Mitmekülgne infokasutaja	Uue meedia ja seltsielukeskne
N59	Vähekasutaja	Väga passiivne
N50	Mitmekülgne infokasutaja	Tööle orienteeritud kultuurilembeline
N39/2	Virtuaalses avalikkuses osaleja	Tööle orienteeritud kultuurilembeline
N22	Suhtleja	Mitmekülgsest aktiivsest
N39/1	Mitmekülgne infokasutaja	Tehniliselt harrastuslik
N31	Mitmekülgne interaktiivne võrgusolija	Tööle orienteeritud kultuurilembeline
N42	Mitmekülgne interaktiivne võrgusolija	Tööle orienteeritud kultuurilembeline
M26	¹	Hasartne, meelelahutuslik
M20	Mitmekülgne interaktiivne võrgusolija	Uue meedia ja seltsielukeskne
N27	Eraeluliste teenuste kasutaja	Lugemiskeskne
M19	¹	Hasartne, meelelahutuslik
M60	Eraeluliste teenuste kasutaja	Tööle orienteeritud kultuurilembeline
M24	Eraeluliste teenuste kasutaja	Uue meedia ja seltsielukeskne
M25	Mitmekülgne interaktiivne võrgusolija	Hasartne, meelelahutuslik
M48	Mitmekülgne infokasutaja	Hasartne, meelelahutuslik

¹ Internetikasutaja tüübi puudumine tuleneb sellest, et vastaja ei täitnud Meema ankeedis ära Interneti teenuste loetelu ja jäi seetõttu välja faktor- ja klasteranalüüsil tehtud kategooriatest.

Samuti uurisin, kuidas need samad inimesed, keda meie intervjuerisime kasutasid eraelulisi teenuseid Internetis Meema uuringu põhjal aastaks 2003, et võrrelda seda nende praeguse kasutamisega. Peamised küsimused ja vastused neile on välja toodud tabelis 4.

Tabel 4. Intervjueritavate eraeluliste teenuste kasutamine Meema uuringu järgi

Kui sageli kasutate Internetti järgmistel eesmärkidel:								
Vastaja kood	ostud/oksjonid	panga-tehingud	tuludeklaratsioonid	tööotsing	eluaseme otsing	reisiinfo otsing	tervise- ja pereinfo otsimine	tutvumis-teenus
N25	vahel	sageli	sageli	üldse mitte	vahel	vahel	sageli	üldse mitte
N59	üldse mitte	vahel	sageli	üldse mitte	üldse mitte	üldse mitte	vahel	üldse mitte
N50	üldse mitte	sageli	sageli	vahel	üldse mitte	vahel	üldse mitte	üldse mitte
N39/2	üldse mitte	sageli	vahel	üldse mitte	vahel	vahel	üldse mitte	üldse mitte
N22	üldse mitte	vahel	sageli	vahel	üldse mitte	vahel	vahel	üldse mitte
N39/1	üldse mitte	sageli	sageli	üldse mitte	vahel	vahel	üldse mitte	üldse mitte
N31	üldse mitte	sageli	vahel	vahel	sageli	vahel	sageli	vahel
N42	üldse mitte	vahel	sageli	vahel	vahel	vahel	vahel	vahel
M26	vahel	vahel	sageli	sageli	üldse mitte	üldse mitte	-	üldse mitte
M20	vahel	sageli	üldse mitte	üldse mitte	üldse mitte	sageli	vahel	vahel
N27	üldse mitte	sageli	üldse mitte	vahel	vahel	üldse mitte	vahel	üldse mitte
M19	-	-	-	-	-	-	-	
M60	üldse mitte	sageli	sageli	üldse mitte	vahel	vahel	vahel	üldse mitte
M24	üldse mitte	vahel	vahel	vahel	vahel	sageli	üldse mitte	vahel
M25	üldse mitte	vahel	vahel	vahel	vahel	vahel	üldse mitte	vahel
M48	üldse mitte	sageli	vahel	üldse mitte	üldse mitte	vahel	üldse mitte	üldse mitte

Tabelist 4 on näha, et kõige vähem kasutati e-kaubanduse teenuseid (ostud/oksjonid), mille kohta enamus vastajaid märkis, et ei kasuta seda üldse. Kõige populaarsem oli pangatehingute tegemine ja sellele järgnes kohe tuludeklaratsioonide täitmine. Töö, eluaseme, tervise-, pere- ja reisiinfo otsimine ei olnud nii populaarne, seda tehakse pigem vahetevahel või üldse mitte. Tutvumisteenuseid ka pigem ei kasutata.

3. Metoodika

3.1 Töö ülesanne, eesmärk, uurimisküsimused

Ühisuuringu eesmärgiks on uurida inimeste Internetikasutamise harjumusi, viise ja eesmärke ning konkreetselt minu töö ülesandeks sellest on uurida eraeluliste teenuste kasutamist ja kasusid Internetis.

Eraeluliste teenuste kriteeriumid said kokku pandud järgmistel alustel.

2002.a läbi viidud Meema uuringu tulemusena selgusid Interneti kasutajate tüübid. Üks nendest on eraeluliste teenuste kasutaja, kes otsib Internetist infot seoses eelkõige:

1. **eluaseme;**
2. **töö;**
3. **reisimisega.**

Ning vähemal määral ka:

4. **kohtamis- ja tutvumisteenuste;**
5. **pere ja tervisega.**

Lisaks loen veel eraeluliste teenuste hulka järgmised teemad, mida inimesed 2005. a alguses meie uurimisrühma poolt läbi viidud intervjuudes kõige rohkem nimetasid:

6. **hobide** kohta info otsimine;
7. **e-teenused** (e-pank, e-maksuamet, e-poed);
8. **administratiivne info** (asutuste telefoninumbrid, lahtiolekuajad, transpordiinfo jne)

Ühesõnaga kõik, mis teeb inimese isikliku, mitte tööga seotud elu kuidagi paremaks ja mida inimesed ise kõige sagedamini nimetasid kui teenuseid Internetis, mis nende elu paremaks teeb.

Uurimisküsimused:

1. Mil viisil kasutavad inimesed Interneti oma eraeluliste huvide edendamiseks?
2. Kuidas Internet ja eraelu suhestuvad?

3.2 Uurimismeetod ja –objekt

Uurimismeetodiks on kvalitatiivintervjuud.

Intervjuu **valimiks** olid inimesed, kes osalesid Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna poolt 2002. aastal läbi viidud Meema uuringus ning kes andsid nõusoleku ka edaspidi küsimustele vastata.

Nende seast valisime esimeses ringis välja vastajad järgmiste kriteeriumite alusel:

- eesti keelt kõnelevad
- **Tartus elavad**
- Interneti kasutajad

Selle tulemusel saime kokku 16 vastajat, kellest intervjuud saadi kokku leppida 11 inimesega, kusjuures ülekaalus olid mehed. Kuna 1 vastaja ei ilmunud kohale, siis kokku sai Tartus tehtud 10 intervjuud (7 meest ja 3 naist). Kriteeriumiteks olid Tartus elavad inimesed finantsilistel põhjustel ja eesti keelt kõnelevad inimesed meie enda keeleoskusest tulenevalt.

Kuna Tartust siiski piisavalt vastajaid ei leidnud, siis teises ringis valisime juurde vastajad järgmiste kriteeriumite alusel:

- eesti keelt kõnelevad
- **Tallinnas elavad**
- Interneti kasutajad
- **naised**

Selle tulemusel saime lisaks 18 vastajat, kellest valiti välja 6 esimest ning kõigiga sai ka intervjuu läbi viidud. Naissoost vastajad said Tallinnas valitud seepärast, et Tartus olid ülekaalus mehed ja soovisime lõpptulemusena analüüsida enam-vähem võrdselt sugusid.

Ajad leppis vastajatega kokku uuringufirma Faktum, intervjuud viisime läbi 2005. a jaanuaris-veebruaris.

Küsimustiku koostasime ühiselt - 4 tudengist koosnev uurimisrühm Pille Pruulmann-Vengerfeldti ja Pille Runneli juhendamisel. Küsimustik sisaldas erinevaid küsimuste plokkide olenevalt meie kõigi uurimisülesannetest, seega saab kokkuvõttes igauks analüüsida kõikide poolt läbiviidud intervjuude tulemusi, mis teeb kokku 16 intervjuud. Intervjuude läbiviimise kava on ära toodud käesoleva töö **Lisas 1** ning intervjuu küsimused **Lisas 3**. Lisainfot ja võrdlusmaterjali saame veel Meema uuringu tulemustest.

Oma intervjuudes lähenesime üksikult üldisele, minnes inimeste üksikkogemustelt ja elust intervjuu lõpuks üldisemale tasandile. Uurisime vastajate Internetikogemusi ja -tegevusi läbi nende igapäevase elu ja tegemiste, et ta meid huvitava info intervjuu käigus ise välja räägiks. Me ei tahtnud intervjuueeritavaid kindlalt suunata ning neile oodatavaid vastuseid oma konkreetsete küsimustega ette öelda. Samas, kui me ei saanud vastuseid oma uurimisküsimustele, siis kasutasime lõpuks ka otseseid abiküsimusi.

Intervjuude analüüsimist alustasin sellest, et lugesin kõik intervjuud üldiselt läbi, pööramata esialgu erilist tähelepanu ainult eraelulistele teenustele, et saada üldmulje inimeste elust ja harjumustest. Seejärel hakkasin välja otsima lõike, kus inimesed räägivad Interneti kasutamisest seoses oma eraeluga ning sealt kujunesid välja teemad, millest kõige rohkem räägiti ning mida ma ka oma töös käsitlen.

4. Ülevaade teemadest

Enne meie uurimistulemuste juurde siirdumist annan järgnevalt ülevaate käsitletud eraelulistest teemadest.

4.1 Reisiinfo

Internet on inimestele paljuski ideede otsimise ja kogumise koht. Kust me ikka saame infot riikide ja linnade või erinevate aja veetmise võimaluste kohta, kui mitte Internetist, kus see info on kõik ühte kohta koondatud. Ostu sooritamiseks on siis hiljem kaks võimalust, kas teha seda vahetult Internetist või pöörduda mõne reisifirma poole.

Äripäeva juhtkirjast (Äripäev 2004) selguvad Saar Polli koostatud 2004.aasta suve siseturismi elanikkonna uuringu tulemused ning, et viimase kolme aastaga on kodumaiste reisijate arvates oluliselt paranenud info kättesaadavus Internetis ning sellega koos on oluliselt kasvanud ka siseturism. Teiste vanusegruppidega võrreldes hindavad info kättesaadavust Internetist kõrgemalt nooremad reisijad, vanuses 15-29 aastat.

Sama Äripäev numbrilise juhtkirjas on veel ära märgitud, et Ameerika Reisifirmade Assotsiatsiooni teatel kasutas 2003 aastal 30% USA täiskasvanud elanikkonnast (ligi 64 miljonit reisijat) reisiinfo kogumiseks veebi ning 45 miljonit inimest ka broneeris vähemalt ühe teenuse Internetis. Ning, et Estonian Airi klientidest ostis, näiteks, 2004 a novembris lennupileti Internetist 35% reisijatest.

Populaarsemad kodumaised reisiinfo kogumise kohad Internetis:

www.trip.ee

www.reisi.net

Reiside ja piletite tellimise kohad:

www.lastminute.ee

www.estonian-air.ee

4.2 Eluaseme ostu/müügi/rentimisega seotud info

Kinnisvaraküsimuste korral pöörduvad inimesed esmajärjekorras ilmselt ühe rohkem Interneti, et saada ülevaade turuolukorrast. Kinnisvaraportalide eesmärk ei olegi niivõrd konkreetselt midagi Interneti kaudu müüa, vaid pigem pakkuda müügituge. Peale Internetist ülevaate saamist on inimene kinnisvaramaakleri poole pöördudes juba tunduvalt paremini informeeritud olemasolevatest võimalustest ning ka protseduuridest, mis on seotud soovitud kinnisvaratehinguga. Sest tavaliselt on kinnisvaraga seotud palju erinevaid tegevusi, mis vajavad organiseerimist.

Suurimad kinnisvaraportalid ja andmebaasid Eestis on www.kv.ee ja www.city24.ee, mis on loodud juhtivate kinnisvarafirmade initsiatiivil, et lihtsustada nii klientide elu kui ka kinnisvaramaaklerite igapäevast tööd (<http://www.city24.ee/client/city24client>, aprill 2005).

4.3 Töö otsimisega seotud info

Internetist töö otsimiseks on peamiselt kaks võimalust. Kas vaadata töökuulutuste rubriike ajalehtede online-väljaannetest või, enam levinud, külastada spetsiaalseid andmepanku nagu CV-Online (www.cv.ee) ja CV Keskus (www.cvkeskus.ee). Sellistest andmepankadest või tööportalidest on ka ettevõtjal tulemuslikum ja odavam töötajat otsida kui lehekuulutuste kaudu. Erinevaid tööportaale on Eestis rohkemgi, kuid kõige populaarsemad ongi CV-Online ja CV Keskus, millest esimene on mõeldud rohkem töötajatele alates keskastmetspetsialistist ja teises leiab ka lihtsama töö tegijaid.

Emori uuringutest selgub, Eestis on Interneti vahendusel töö otsimise teenusest huvitatud üha rohkem inimesi. Nagu näha tabelist 5, oli 2003 aastaks sellest teenusest väga huvitatute osakaal tõusnud 35%ni ning mitte huvitatute osakaal moodustas 25% Eesti aktiivsest elanikkonnast. Interneti kaudu töö otsimisest huvitatus sõltub kindlasti ka inimeste vajadustest ja konkreetsetest eluperioodidest.

Tabel 5. Huvitatus Interneti vahendusel töötsimisteenuste kasutamisest

Elanikkonna vanusegrupis 15 - 74 aastat

(RIA 2005, Emori andmed)

	Arv / %	Aeg
<i>Töötsimisteenuste kasutamine:</i>		
- väga huvitatud	30%	juuni-juuli 2002
	35%	okt.03
- pigem huvitatud	21%	juuni-juuli 2002
	22%	okt.03
- pigem ei ole huvitatud	9%	juuni-juuli 2002
	9%	okt.03
- ei ole üldse huvitatud	17%	juuni-juuli 2002
	25%	okt.03
- ei oska öelda	13%	juuni-juuli 2002
	8%	okt.03

Tabelis 6 on näitena ära toodud valik Eesti Interneti aadresse, kust saab infot tööpakkumiste kohta.

Tabel 6. Valik eestisest tööjõudu vahendavatest Internetiportaalidest

(Lees 2004)

- CV Online www.cv.ee
- CV Keskus www.cvkeskus.ee
- Hüppelaud www.hypplaud.ee
- Telebalt-Estonia www.telebalt.ee
- Burger www.itc.ee/burger
- Alfaport www.alfaport.ee

- Eesti Tööturuamet www.amet.ee , www.tta.ee
- Webmarket OÜ www.webmarket.ee/info/jobs.est.html
- Ekspress Jobs www.ekspress.ee/jobs

4.4 Tutvumis- ja kohtamisteenused

Uus tutvusi ja kontakte saab Internetis sõlmida mitmel erineval viisil, näiteks jututubades ning erinevate portaalide ja foorumite kaudu.

Meema uuringust selgus, et uute inimestega tutvuvad pigem noored (78,1 % 15-19 aastastest ja 50,8 % 20-29-aastastest vastajatest). Enam kui pooled neist on Internetis kohatud uute tuttavatega ka vahetult kokku saanud. Ning kuigi eraeluliste teenuste kasutajatest on uute inimestega tutvunud vaid 21,4 %, on neist vahetult nendega ka kohtunud 76,2%. Võib oletada, et see viitab ka kasutajatüüpide erinevat laadi online kontaktidele (eraelulistele ja tööistele), kuid sellele küsimusele see uuring vastust ei paku (Runnel & Pruulmann-Vengerfeldt 2004).

Populaarsemad tutvumisportaalid Eestis on:

www.rate.ee

www.orkut.com

Esimene neist on Eesti enda portaal ja mõeldud rohkem noorematele, kooliealistele kasutajatele ning teine on USA päritoluga ning sealt leiab rohkem ka täiskasvanud inimesi.

4.5 Pere- ja terviseinfo

Maailmas otsitakse üha rohkem terviseinfot Internetist, kui minnakse arsti juurde küsima. Siit võib tekkida muidugi küsimus, kui objektiivne selline info alati on, kuna palju

Internetis olevast infost on toodetud äriettevõtete poolt ja seega tugevate huvidega just oma tooteid müüa.

Interneti eeliseks on aga see, et ta on paljude inimeste jaoks olemas iga päev ja kogu aeg, kui me seda vajame, erinevalt, näiteks, arstidest, kelle jutule pääsemiseks tuleb ennast kõigepealt järjekorda panna või terviseajakirjadest, mis ilmuvad vaid kord kuus.

Nagu näha tabelist 7 otsis Eestis 2003 aasta seisuga Internetist tervisealast infot 34% üle 15 aastaste Interneti kasutajate seast.

Tabel 7. Tervisealase informatsiooni otsimine Internetist

(RIA 2005)

	Arv / %	Aeg
Tervisealase informatsiooni otsimine Internetist üle 15 aastaste elanike poolt (% Interneti kasutajatest) viimase 12 kuu jooksul	34%	jaan.03

Võrdluseks, USAs oli 2002. aasta märtsi seisuga 62% Interneti kasutajatest kasutanud Interneti tervise info allikana (Wyatt et al. 2003).

Huvi tervisega seonduvate teenuste kasutamise kohta Internetis on ka Eestis pidevalt tõusnud. Tabelist 8 näeme, et väga huvitatute arv tõusis 2002.aasta 13%lt 2003.aastaks 31%le. Loomulikult on ka neid, kes ei ole sellistest teenustest huvitatud ning see osakaal on 28%ga samaks jäänud.

Tabel 8. Huvitatus Interneti vahendusel tervisega seonduvate teenuste kasutamisest

Elanikkonna vanusegrupis 15 - 74 aastat, % kõigist vastajatest

(RIA 2005, Emori andmed)

	Arv / %	Aeg
<i>Tervisega seonduv:</i>		
- väga huvitatud	13%	juuni-juuli 2002
	31%	okt.03

- pigem huvitatud	25%	juuni-juuli 2002
	22%	okt.03
- pigem ei ole huvitatud	11%	juuni-juuli 2002
	12%	okt.03
- ei ole üldse huvitatud	28%	juuni-juuli 2002
	28%	okt.03
- ei oska öelda	14%	juuni-juuli 2002
	9%	okt.03

4.6 Hobid

Hobidega seotud infot saab eelkõige erinevate erialade foorumitest ja klubilehekülgedelt. Nii on olemas, näiteks, erinevad arvutiklubid, autoklubid, matkaklubid, noorteklubid, fännklubid, aiandusfoorumid jne. Sealt saab lugeda infot juba arutatud teemad kohta, leida vastuseid tekkinud küsimustele, uudistada, mis parasjagu teoksil nii Eestis kui teinekord ka mujal maailmas ning lisada ka oma teadmisi teistele lugemiseks.

Tihti peale on hea, kui lisaks sõpradele-tuttavatele saab huvitavate teemade ja hobide kohta infot lisaks uurida ka teistelt kaashuvilistelt ning selleks on kõige mitmekülgsemad võimalused ilmselt just Internetis. Vallo Nuust (2004) kirjutab Postimehes, et talle on kevadise aiandushooaja alates alati abiks ja nõuks mitmed erinevad allikad, sealhulgas aga ka Interneti aiandusleheküljed.

4.7 E-teenused

E-pangandus

Internetipangandus on kindlasti kõige populaarsem e-teenus Eestis.

Hansapangal on enam kui 411 000 Internetipanga klienti, Eesti Ühispangal 187 000 (Estonian Informatics Center 2003). Kuigi kliendibaas osaliselt kattub, ületab

internetipanga klientide arv Eestis arvatavasti 650 000 piiri, kattes ligi poole Eesti elanikkonnast (Vengerfeldt & Runnel 2004).

Eestlased on e-panganduse väga hästi vastu võtnud ja põhjusteks ilmselt, et panganduse algusaastatel ei olnud Eestis pangakontoreid piisavalt, teenindus oli aeglane ja järjekorrad pikad, mis kõik soodustas e-panganduse kasutuselevõttu ja arengut.

Emori uuringutest, tabelist 9 on näha, et Internetipanga kasutamine on ka viimastel aastatel pidevalt tõusnud, saavutades 2004 a lõpuks 71% Eesti aktiivsest elanikkonnast.

Tabel 9. Internetipanga kasutamine

% nendest, kes kasutasid Interneti viimase 6 kuu jooksul vanusegrupis 15-74 eluaastat (RIA 2005, Emori andmed)

	Arv / %	Aeg
internetipanga kasutamine	57%	märts-mai 2002
	61%	sept-nov 2002
	62%	märts-mai 2003
	62%	sept-nov 2003
	68%	märts-mai 2004
	71%	sept-nov 2004

E-maksuamet

E-maksuamet on panganduse järel teine, üha enam ja enam populaarsust koguv teenus Eestis. Seda usaldatakse ja selle kasutamine on pangandusega sarnaselt mugavam kui kontorites kohapeal pikkades järjekordades seista. E-maksuameti kõige populaarsem teenus on tuludeklaratsioonide täitmine Internetis.

Tabelist 10 näeme, et Internetis tuludeklaratsioonide täitmisest huvitatute osakaal on kasvanud rohkem kui mittehuvitatute osakaal.

Tabel 10. Huvitus tuludeklaratsiooni täitmisest Internetis

Elanikkonna vanusegruppis 15 - 74 aastat, % kõigist vastajatest

(RIA 2005, Emori andmed)

	Arv / %	Aeg
<i>Tuludeklaratsiooni täitmine:</i>		
- väga huvitatud	31%	juuni-juuli 2002
	37%	okt.03
- pigem huvitatud	20%	juuni-juuli 2002
	20%	okt.03
- pigem ei ole huvitatud	9%	juuni-juuli 2002
	10%	okt.03
- ei ole üldse huvitatud	27%	juuni-juuli 2002
	29%	okt.03
- ei oska öelda	14%	juuni-juuli 2002
	7%	okt.03

E-kaubandus

E-poodidel on kaks eesmärki – üks on konkreetselt kaupade ja teenuste müümine Internetis ning teine eesmärk on Interneti kaudu toetada tavapärasest müüki pakkudes inimestele mugavat võimalust kaubaga eelnevalt tutvuda. Eestis on Internetis suurem osakaal kaubaga tutvumisel, mitte niivõrd ostude sooritamisel.

Tabelist 11 võime näha, et Internetipoe küll külastatakse, ilmselt siis just info kogumiseks või lihtsalt uudishimu rahuldamiseks, aga mitte niivõrd konkreetse sooviga midagi osta või tellida. Internetikaubamajade külastajate arv on Eestis viimastel aastatel jäänud 20% piiresse ning konkreetselt ostude sooritanute arv moodustab sellest ca 10%ga omakorda poole.

Tabel 11. E-poodide külastamine

% nendest, kes kasutasid Internetti viimase 6 kuu jooksul vanusegruppis 15-74 eluaastat

(RIA 2005, Emori andmed)

	Arv / %	Aeg
internetikaubamaja külastamine, aga mitte ostmine	14%	märts-mai 2002
	19%	sept-nov 2002

	19%	märts-mai 2003
	21%	sept-nov 2003
	19%	märts-mai 2004
	19%	sept-nov 2004
toodete/teenuste ostmine/tellimine internetist	9%	märts-mai 2002
	9%	sept-nov 2002
	9%	märts-mai 2003
	9% (4%*)	sept-nov 2003
	9% (4%*)	märts-mai 2004
	12% (6%*)	sept-nov 2004

Samuti selgub Emori uuringu tulemustest (vaata E-kaubanduse tabelit Lisas 2), et Eesti elanikkonna huvi e-kaubanduse vastu on veel üsna madal. Üldiselt huvitatute osakaal kõigub viimastel aastatel 10-15% piires. Üldiselt mitte huvitatute osakaal on aga veidi suurem jäädes vahemikku 15-18%. Ja üldse mitte huvitatute suurusjärk on jäänud 69%ga peaaegu muutumatuks 2001 aastast alates.

Samast tabelist on näha 2003 aasta alguses Konsostsiumi SIBIS poolt tehtud rahvastiku ülduuringu kümnes ELiga liituvus riigis tulemused ning selle järgi ostavad tooteid ja teenuseid *online* 'is Eestis 15% elanikest ning nendest omakorda regulaarsed *online*'is ostjaid on 60%. Sama uuringu järgi on 31,5% elanikest kasutanud Internetti informatsiooni saamiseks toodetest ja teenustest.

Valik Eesti Internetipoode:

www.pood24.ee

www.ee/index.php?Ari/ONLAIN/Kaubandus

Hinnavõrdlust pakkuvad portaalid:

www.hinnavaatlus.ee

www.hinnaweb.ee

www.hinnakeskus.ee

4.8 Administratiivne info

Sii kuuluvad, näiteks, info otsimine asutuste ja ettevõtete lahtiolekuaegade, telefoninumbrate jms kohta, transpordiinfo otsimine nagu erinevad sõiduplaanid (bussid, rongid jne), aga ka riigi ja valitsusasutuste poolt pakutavad internetiteenused.

Peaaegu pool (42%) Eesti aktiivse elanikkonna Interneti kasutajatest otsib Emori andmetel riigi- ja valitsusasutuste kohta infot Internetist ning omakorda pooled neist (26%) saavad Internetist kätte ka vajalikke blankette ja avaldusi (vt tabelit 12).

Tabel 12. Riigi- ja valitsusasutuste poolt pakutavate online-teenuste kasutamine

Elanikkonna vanusegrupis 15 - 74 aastat, % uuringule eelnenud aasta jooksul Interneti kasutanutest (RIA 2005, Emori andmed)

	Arv / %	Aeg
- kodulehekülgedelt info hankimine	48%	juuni- juuli 2001
	47%	juuni-juuli 2002
	43%	okt.03
	42%	sept.04
- dokumentide (blanketid, avaldused) väljaprintimine	25%	juuni- juuli 2001
	33%	juuni-juuli 2002
	26%	okt.03
	26%	sept.04

5. Empiiriliste tulemuste esitus

Järgnevalt annan ülevaate sellest, mida inimesed oma intervjuudes Interneti eraelulisest kasutamisest rääkisid. Info on jagatud käsitlevate teemade kaupa. Tulemuste paremaks iseloomustamiseks olen lisanud tsitaate intervjuudest.

5.1 Reisiinfo

Intervjuudest selgub, et paljud inimesed küll vaatavad reisimisega seotud infot Internetist, aga just eelinfo või ülevaate saamiseks, aga mitte näiteks hotellikohtade broneerimiseks või piletite ostmiseks.

Olen, jah, infot otsinud küll, aga ma ei ole selle info peale kunagi reisile läinud.

Ütleme, te reisipakkumised on tulnud ikkagi läbi sõprade-tuttavate. Aga noh, tausta ikka uurid, eks ju. Kuhu lähed, mis olud on. (N31)

Mitte konkreetseks vajaduseks, aga lihtsalt, et näha, kas on mingeid pakkumisi, umbes, mis hinnaklassid võivad olla. Või siis, kui ma tean, et mis konkreetsele reisile ma lähen, siis selle kohta taustinfot ka. (N22)

Kui reisiplaanid jõuavad piletite tellimiseni või hotellide broneerimiseni, siis pööratakse sageli reisibüroo poole. Selleks on erinevaid põhjusi, näiteks soov suhelda inimestega näost-näku või usalduse küsimus ning mugavus saada kõik reisiteenused kätte ühest kohast.

Kõigepealt ma otsin oma reisi välja ja siis on üks kindel reisibüroo, kuhu ma lähen seda reisi tahtma, et ma nagu olen jäänud ühele reisikonsultandile nagu truuks, kes nagu tegi minu arust tookord, kui mul oli vaja ülemustele organiseerida Ameerika-reis, kõik nii ilusti-kenasti ära ja noh, ta lihtsalt jäi mulle sellega meelde, et see inimene on oma töökohale täiesti õige. (N25)

Usalduse küsimus on siinjuures üsna oluline. Inimesed ei usalda oma andmeid Interneti, kuigi see on ehk rohkem avaliku arvamuse kujundatud hoiak, et kuskil keegi on paha ja kasutab neid andmeid kurjasti, aga kindlat põhjendust või ettekujutust ei ole, et kuidas ja kes ja mis eesmärgil saab näiteks nime ja isikukoodi kurjasti kasutada.

Kust mina tean, kes seal taga on, tulebki välja, et ongi üsnagi ja need sulid seal. Teevad, kasutavad seal kõik, kes hästi oskavad ja (N59)

Internet on tänapäeval aga lausa asendamatu koht turismiinfo kogumiseks riikide, linnade või piirkondade kohta, kuhu soovitakse reisida. Kasutades turismipiirkondade kodulehekülgi Internetis saab ennast kurssi viia erinevate pakutavate võimalustega sihtkohas.

Noh, see on üks allikas, kuidas sihtpunktist ütleme leida informatsiooni põhimõtteliselt, et mis seal on, kus käia, mida vaadata. (N39/1.)

Lisaks turismipiirkondade ametlikele lehekülgedele on väga kasulikud ka erinevad foorumid, kus saab tutvuda reisil käinute muljetega ning otsida kasulikku soovitusi oma planeeritava reisi jaoks.

Välja otsida nii öelda soovitusi, kus käia, mida teha. Ma olen alati lugenud nagu kohalkäijate kommentaare, sealt saab vaadata, ütleme, kui palju hotellid maksavad, elamiskulud, lennupiletid ja nii edasi. (N39/1.)

Üha rohkem populaarsust võidavad ka online-broneerimissüsteemid, kus saab osta lennuki- ja laevapileteid ning broneerida hotelli kohta üle maailma.

Internetist ostsin lennukipileti... Jah, ma käisin nüüd Londonis, siis ma kõik, kõik asjad sain sealt Internetist... Poeg on mul Inglismaal, ma käisin tal korra külas. (N42)

5.2 Eluaseme ostu/müügi/rentimisega seotud info

Paljud inimesed saavad oma ideed ja teevad ka ostuotsuse Internetis ringi vaadates. Seega Internetis ei müü ettevõtteid mitte üksnes otseselt kaupu ja teenuseid, vaid ideid ning sama põhimõtte kehtib ka kinnisvara kohta. Internet on esmase info hankimise koht, abiks mingi üldpildi kujundamisel. Kui me otsime elamispinda ja kui pole just isiklikku tuttavat või kinnisvaramaaklerit, kes parasjagu midagi sobivat pakub, siis läheme ilmselt eelkõige Interneti kinnisvaralehekülgedele. Seal saab tutvuda hetkeseisuga ja pakkumistega.

Elukoha vahetus on siin mitu korda olnud, siis on ikka Internetist otsitud. (N42)

Jah, üürikorteri ma leidsingi Internetist...See aitas mul nagu selles mõttes sorteerida: ma sain välja tõsta need pildid, mida ma kohe kindlasti ei taha näha, sest kui sa teksti loed, siis on kõik korterid ilusad, selles pole kahtlustki (M24).

Esmane koht, kuhu vaadatakse, on ikkagi Internet ja siis olenevalt vajadusest võetakse kinnisvarafirmadega otse ühendust.

Need võimalused, kui me nüüd plaanime kodu hankida, siis me ikkagi vaatame Internetist neid kuulutusi (naerab). Aga jah, et siis nagu peale seda vaatame, et kas kuhugi büroosse ka kohale minna või midagi sellist. (N27)

Isegi kui ei ole konkreetset soovi või vajadust kinnisvara soetamiseks või müümiseks, siis turuolukorraga kursis olemise eesmärgil ikka külastatakse kinnisvara-lehekülgi Internetis.

Ma olen neid lugenud, aga ma ei ole nagu, ükski selline asi ei ole mingi tehinguni läinud. (N39/1.)

Seda eluaset, kus ma praegu elan... Olen! Ma ikkagi jälgin kinnisvara hindu. (N31)

Üheks põhjuseks võib olla, et kinnisvara on seoses hindade tõusuga üldse kuum teema olnud ja kõik, mis on seoses rahaga, on alati inimesi huvitanud.

Üsna tavaline on, et kui otse ei küsi mingi konkreetse info otsimise kohta, siis esialgu ei tule inimestele meeldegi, et nad mingit infot Internetist otsinud on.

Vot jah see läks meelest ära, et vahepeal, kui ühikast sai ära kolitud, siis sai üsna hoolega neid kinnisvara kuulutusi uuritud, et sealtnaudu me saime omale uue elamise. (N27)

Tundub, et Internet on nii tavaline ja iseenesest mõistetav osa meie igapäevaelust, et inimesed ei oska tähele panna, kui palju nad seda kasutavad ja mida kõike seal teevad.

5.3 Töö otsimisega seotud info

Töö otsimine Interneti vahendusel on vastajate seas üsna populaarne ja mugav võimalus.

Tööd kindlasti. Töö ongi nagu see Interneti vahendusel ja on ikka mugav. (N31)

Kuigi see sõltub konkreetsest olukorrast või eluetapist, kas parasjagu on vaja uut töökohta või ei.

Jaa, tööd otsin kogu aeg Internetist, nüüd ka. Et see on nagu, ma käin kõik kohad läbi, siis kui mul tuhin peale tuleb hakata tööd otsima. (N25)

Enamus töö otsijatest ja leidjatest olid ise aktiivsemas rollis ja panid ise oma kuulutuse Internetti üles. Ning rohkem või vähem ootamatult tänu sellele ka töökohta Interneti kaudu leidsid.

See töökoht, kus ma paar aastat töötasin, see oli ka niimoodi, et ma lihtsalt riputasin oma kuulutuse, või noh, CV, sinna üles, aga samas mitte selle eesmärgiga, et ma nüüd kindlasti midagi sealt nagu ootaks või midagi sellist, aga, aga nii ta läks. Et sealtnaudu ta tuli jah. (N27)

Viimane töökoht on Internetist. Ise panin kuulutuse. (M19)

Internetis töö otsimise juures on märgata vanuselist erinevust, kus vanemad inimesed suhtuvad Interneti kaudu töö otsimisse võõrastavamalt kui nooremad.

Ma tean, et noored on seda teind, aga mina ei ole, jah...Ma tunnen, et ma ei ole enam nii konkurentsivõimeline, et ma lähen Interneti kaudu, ei, ma ei ole. (N59)

Loomulikult ei ole kõik otsijad Interneti kaudu tööd leidnud ja selleks on erinevaid põhjusi. Peamiselt aga selgus, et Internetist leiti vähem soovitud tööpakkumisi siis, kui otsiti hooajalist tööd, näiteks suveperioodiks või praktikaks.

Olen otsinud, aga ma ei ole sealt midagi leidnud tööd. Ikka tutvuste kaudu. Mul oli nagu rohkem praktikakoht, aga neisse suurfirmadesse, noh, mõned tahavad ja mõned ei taha. (M20)

Olen kunagi otsinud. Siis, kui ma suvel tööd otsisin, siis ma otsisin, vaatasin, mis seal pakutakse. Aga see oli vist üks päev ainult, siis ma otsisin ajalehest. CV ja mis need aadressid. Liiga keeruline. (M24)

Aga Internetist töö mitte leidmisel võib olla ka pragmaatilisemaid põhjusi.

Siis ei olnud veel Internetti, kui ma tööd otsisin. (N39/1.)

5.4 Kohtamis- ja tutvumisteenustega seotud info

Uute tutvuste ja suhete tekkimise populaarseteks kohtadeks on mitmesugused vastavad portaalid nagu näiteks rate.ee ja orkut.com. Uurisime, mis inimesed arvavad, miks need portaalid nii populaarsed on ja selgus, et seal saavad inimesed ennast vabamalt väljendada ning mõned tahavad ennast lihtsalt näidata ja teised otsivad ehk uusi tutvusi.

Võib olla inimesed ei julge ennast muidu väljendada nii nagu nad tahaksid või ei ole, kellega välja minna. Et võib-olla sealt kuskilt otsitakse endale hingesugulast. (N25)

Mõni tahab ennast näidata, mõni tahab jälle tuttavaid leida, et see sõltub nagu inimesest ja vajadusest. (N27)

Tutvumisportaalide kasutamise juures oli selgelt näha vastajate vanuseline vahe. Vanemad inimesed, kellel endal juba lapsed, nemad ise ei külasta neid lehekülgi või ei

ole nendest üldse kuulnud. Need on rohkem nooremate jaoks. Paljud vastajad mainisid, et peavad lapse käest küsima, miks see noortele meeldib.

Ma ei tea, miks nad kasutavad. Ma pean lapse käest küsima. Ma ei oska aru saada, mind ennast see ei huvita, miks on vaja tegelda selliste asjadega. (N39/2.)

Aga ma ei tea, mis see reit on. (N59)

Siis kui ma ikka noorem olin, siis ma ka seal rate'is olin, aga nüüd üldjuhul ei käi. (M20)

Ma tean, et mul laps hirmsasti kasutab reiti kogu aeg ja noh, leiavad sõpru ja saavad oma arvamust ka öelda. Aga ta on eriti tähtis noortele. (N42)

Uurisime, mis tasemele Interneti-tutvused on arenenud. Vastustest selgub, et Internetis on küll uute inimeste tutvutud, aga üldiselt on need suhted mõne aja möödudes taas vaibunud.

Näost-näkku ei ole, aga niimoodi, et rääkinud olen, kuu-kahe vältel maksimum. (N22)

Interneti kaudu ei ole jah kellegagi tuttav. Need on nagu maha vaibunud kõik. (M20)

Noh sõpradeks saanud. Aga ei mitte midagi erilist. (M19)

Pikemaajalisi suhteid on tekkinud vähe. Üks vastaja rääkis, et tutvus Interneti kaudu oma mehega.

Näiteks oma mehega ma sain Internetis tuttavaks. Aga üldiselt ma ei lähe ikka selle peale välja, et Internetis tutvusi otsida. (N31)

Küsisime ka, et mis inimesed arvavad, kui võrd Internetis on üldse võimalik heade tutvus- või sõprussidemete tekkimine. Selle kohta olid vastused pigem positiivsed või ei osatud üldse midagi arvata.

No ma olen lugenud, et on võimalik, et inimesed seal on ja saavad tuttavaks. Ainult vahest võib see olla nagu petukaup, et algul sa ei näe ju inimest, ta võib

sulle kirjutada ei tea mis ilusaid asju, aga pärast saad kokku, siis ei tea, mis ta endast kujutab. Aga nii on ju igal pool. (N59)

Positiivne hoiak Interneti teel sõprussuhete loomise kohta sõltub ilmselt paljuski ka sellest, millised kogemused on endal või mida ollakse kuulnud oma sõprade-tuttavate käest. Kui isiklikult teatakse positiivseid juhtumeid, siis on usk selle võimalikkusesse ka loomulikult suurem kui siis, kui endal kogemused puuduvad.

Arvan, et on, sellepärast tutvusringkonnas on inimesi, kes on Interneti kaudu kokku saanud ja kohe täitsa tõsiselt, et selle pärast usun. (N39/2.)

Üks hea põhjendus Internetis lähedaste suhete tekkimise võimalusele oli, et Internetis ei ole nii suuri kohustusi ja suhtlus on vabam. See on hea võimalus inimestele, kes muidu ennast nii vabalt ei tunneks.

Et Internetis suheldes on nagu, et ei teki sellist tunnet kohe, et ma nagu otsin selle inimesega tutvust, on ju. Kui sa lähed õhtul välja, baari, diskole, siis öeldakse, et nii, sa läksid nüüd kedagi otsima. (N31)

Olid ka mõned negatiivsed arvamused selle kohta, kas Internetis on võimalik heade ja lähedaste suhete tekkimine.

Ma ei usu sellesse, ütleme niimoodi, et, ee, noh, inimene peab saama ju ikkagi silmast silma kokku, siis võib midagi hakata. (N39/1.)

Ma ise ei otsi, selles mõttes, et ma ei leia, et see oleks kõige parem lahendus. (N27)

Mina arvan, et see ei ole võimalik, aga kuna ma olen lugenud, et need on tekkinud ja ma tean ka, mul ühed tutvusringkonnast on ka niimoodi, et üks mees vandus hirmsasti, et ta naine läks ära, et näed, et ostsin arvuti ja see hakkas seal Interneti kaudu suhtlema ja lõpuks läks naine minema. (M60)

Üks põhjendusi, miks lähedaste suhete tekkimine Internetis ei ole võimalik oli, et Interneti suhtlema minnes ongi inimeste sooviks, et see suhtlus oleks anonüümne.

Kui sa Internetis suhtlema hakkad, siis ... väga suur osa on sellest ikkagi selles, et sa soovid jääda anonüümseks või, või sa ei soovi ennast avaldada. (N39/1.)

5.5 Pere ja terviseiga seotud info

Perega seotud info otsimine sõltub paljuski sellest, kas endal on pere/lapsed, et kas on vajadust sellise info järele või mitte nagu selgus ka intervjuueeritavate vastustest.

No perega küll ei ole praegu mitte midagi otsinud, ma arvan, et kui endal oleks mingi perekond või laps, siis võib-olla tuulaks rohkem, aga hetkel ei ole. (N25)

Paljud, kes ootavad last või on väikeste lastega kodus, otsivad infot laste ja perekonna kohta. Väga populaarne on näiteks Perekooli foorum. Seal saab lugeda ja leida kasulikke näpunäiteid teiste kogemustest ning soovi korral jagada oma kogemusi teistele.

Kasvõi selle... lapse tõttu nüüd perekoolist infot kogunud ja uudistanud ja lugenud. Kõige sellisem lähedasem, mis mulle meelde tuleb, oli lapse ootamise aeg, vat siis ma... lugesin seda... kõike sellest ootamatust... mida... mis toimub ja mis oodata on ja nii edasi. (N27)

Uurisime ka tervise kohta üldiselt, kas inimesed on Internetist otsinud meditsiinilist infot. Tundub, et selle kohta on Eestis veel vähe materjali Internetis saadaval või siis inimesed lihtsalt ei tea, kust või kuidas seda leida.

Olen jah. Ja Vene portaalist olen otsinud meditsiinilist infot. Ma ei teagi, kas Eestis midagi on, aga mul üks tuttav lihtsalt kasutab seda vene portaali ja temaga koos oleme vaadanud seal... venelastel on head terviseleheküljed. (N42)

Lisaks palusime inimestel täpsustada, millist tervisealast infot nad Internetist leidnud on. Enamus mainis ära info otsimise mõne haiguse kohta, aga ka näiteks tablettide või operatsiooni kohta.

Kas mingite tablettide tarbimise kohta või mingi mandlioperatsiooni kohta. (N22)

See arstide foorum on, kus on mingid haigused seal kõik ja siis vastatakse... käisin otsimas kõrgvererõhutõve kohta informatsiooni. (N25)

Lisaks otsitakse Internetist aga ka täiesti praktilist terviseiga seonduvat informatsiooni.

Tähendab oma perearsti otsisin Internetist üles. Ja noh, ühesõnaga arstide vastuvõtuaegu olen vaadanud. (N50)

Kui küsisime, millistest teenustest inimesed puudust tunnevad, mis Internetis olemas võiks olla ja nende elu seeläbi lihtsamaks teha, siis päris mitu vastajat mainisid ära teenused seoses terviseiga. Kuigi see kuulub ka administratiivse info kategooriasse, siis tõin need ettepanekud siiski välja siin, terviseiga seotud info kategoorias. Põhjuseks, et need küsimused kerkivad esile juhtudel, kui inimestel on terviseprobleemid.

Näiteks arsti juurde võiks ju registreerida Internetis. Eriti kui seal igavesed pikad järjekorrad on, võiks ju olla. Iga le poole, kuhu ma pean ennast kirja panema, võiks olla Internetis. (N50)

Eriarstil need ajad võiks Internetis väljas olla, et inimene näeb, millal vaba on ja millal panna ja see peaks päris kindlasti tulema, et ei pea sinna kõndima enam. (M60)

5.6 Hobidega seotud info

See, millist hobidega seotud infot inimesed Internetist otsivad, on väga subjektiivne ja sama mitmekülgne kui palju on erinevaid hobisid. Et tulemuste esitust oleks lihtsam ja loogilisem jälgida, olen erinevad mainitud hobid üritanud välja tuua kategooriate kaupa.

5.6.1 Kokandus/retseptid

Üllatavalt paljud vastajad mainisid Internetist hobi kohta info otsimise juures esmalt ära toiduretseptide otsimise.

Nojah, hobidega, et kokandus ja vahest saab seal retsepte häid ja seda ma olen ikka küll uurinud seal, vahest tahad ikkagi midagi teha või nii, mingit uut retsepti või mingit niukest ma olen ikka küll otsind. (N59)

Minugipoolest kasvõi õhtu roa väljamõtlemine. Päeval lähed Internetti, on olemas siuke tore koht nagu retseptikogu, lähed sinna sisse, valid välja, mis sa teha tahad, antakse sulle retsept kätte, vaatad, kas on raske teha või ei ole ja siis lähed poodi. (N25)

Siin võib Internet samamoodi olla toetavaks vahendiks muudele võimalustele. Näiteks, kui televisioonis on kokasaated ja ei jõua retsepte kirja panna, siis saab sageli samad retseptid soovi korral hiljem Internetist üles otsida.

Seda kokandusega, et praegu laupäev-pühapäev ja talve aeg, siis vahest tuleb, et tahad teha, oi õhtul on mingid kokasaated või, siis tahad teada, aga see läheb nii ruttu see mööda kõik, mis seal, kuidas neid valmistatakse, kui retsepti tahan, siis ma lähen siit vaatan, katsun seal üles otsida. Seda ma olen teind. Kokandusega ma olen kõige rohkem, ma pean ütlema. (N59)

5.6.2 Sport/trennid

Mainiti ka erineva spordialase info otsimist Internetist, aga selle nimetaja all otsitakse väga erinevat info. Alates trenni aegadest kuni spordikaupade ja spordiuudisteni välja.

Kasvõi trenni aegasid näiteks. (N22)

Käisin rullisukaitsmeid otsimas portaalist odavamalt. (N25)

No hobidega ka, ütleme kui sport on hobi, siis selle ma loen ka läbi. (M60)

5.6.3 Tehnika/autod

Meessoost vastajate seas oli päris palju neid, kes mainisid oma hobina ära tehnika ja autod. Samas, nende jutt selle hobi kohta Internetist info otsimisest jäi napisõnaliseks, kuigi kindlaks.

Auto suhtes, auto ehituse kohta neid detaile ja niimoodi. (M19)

Mulle meeldib foorumeid lugeda, eriti just mis puudutab nagu autosid ja nihukseid. (M26)

Üllatav oli, et autode ja tehnika kohta avaldasid sama palju arvamust ja leidsid, et see on neile kasulik, ka naised. Ning nende kommentaarid ja selgitused olid autode teemal kohati isegi pikemad ja põhjalikumad.

Mõnda aega tagasi, kui mu isa sõitis auto puruks, siis ma käisin Internetis otsimas autojuppe, töökohti, hindasid. Kui mul ei oleks Internetti olnud, ma arvan, et ma ei oleks elu sees viitsinud käia töökodades, käia romulates, paljud asuvad Tallinnast väljas. (N25)

Autod! Ma ei kujuta ettegi, et ma ei vaata Internetist näiteks. (N31)

5.6.4 Koduga seotud huvid – ehitus/remont/aiandus

Mitu vastajat mainisid ära info otsimise koduse remondi või ehitusküsimuste tarbeks. Kuşjuures on huvitav, et sellest rääkisid just naised. Siinkohal oleks huvitav teada, kas naised on koduse remondi organiseerimisel aktiivsemad või kasutavad mehed selleks info otsimiseks lihtsalt rohkem teisi kanaleid.

Küttesüsteemide ökonoomsust võrdlesin, noh, seesamune. Meil on lihtsalt see, et gaasitrass ehitatakse, et kas ühineda sellega või mitte. Et kas gaasiga on odavam kütta või mitte. (N50)

Isegi mitte nii väga hindu võrrelnud, vaid seda, kus ühte või teist toodet pakutakse. Et otsisin näiteks katuseid. Noh, kõiki kohti ka ei viitsi käia läbi ju. (N31)

Ma olen enda tarbeks otsinud informatsiooni töömeeste leidmiseks või mingeid selliseid asju. (N39/1.)

Ütleme teadmiste kogumiseks, selleks, et kasvõi aias on vaja midagi teha, et kuidas seda asja teha või kuidas see asi käib. (N39/1.)

5.6.5 Kultuur

Küsisime, et mis teenused võiksid veel Internetis olla, mis elu lihtsamaks ja mugavamaks teeksid ning siit saime hobide kohta vastuseid, mis kuuluvad peamiselt kultuuri valdkonda.

Teatripileteid võib-olla tahaks tellida. (N50)

Ja tundub, et mul nagu huvialal hakkab ka nagu asi liikuma Interneti poole. Noh, sugupuu uurimine, arhiivide kättesaadavamaks muutmine, mis varem ei olnud võimalik (N39/1.)

5.7 E-teenustega seotud info

5.7.1 E-pank ja E-maksuamet

Kui inimestelt küsida, miks nad Internetti kõigepealt kasutama hakkasid, peale selle, et töö juures või koolis oli vaja, et mida nad sealt iseenda jaoks kasulikku said, siis enamus vastajatest märgib esimesena ära e-panganduse.

Suure eelisenä tuuakse esmalt välja asjaolu, et ei pea kodust välja minema ja pikas järjekorras seisma ning aega raiskama.

Igasugused maksed, nii kui see võimalus tuli, ma hakkasin kohe seda varianti kasutama, mulle ei meeldi järjekorras seista. (M48)

Ma ei kujutaks ette, et ma pean seal järjekorras olema sada aastat ja siis maksaks veel teenustasu hingehinda. (N25)

Ning lisaks e-pangandusele hakati varakult ja edukalt kasutama ka e-maksuametit, täpsemalt tuludeklaratsioonide täitmise võimalust Internetis. Paljud märgivad ära, et see oli neile isiklik kasu Internetist ja selle võrra on elu nüüd lihtsam.

Maksuametile deklaratsiooni esitamiseks. Et see oli esimene kord, kus ma tundsin, et Internet on kasulik. (N31)

Nii palju on, jah, lihtsam, et maksuametisse ei lähe enam, see on kadunud ja isegi pank ei ole vaja minna enam, ma ei tea, ma pole enam ammugi käind midagi enam, siit on kõik saand teha. (N59)

Kušuures inimestele on oluline, et Internetikeskkond oleks kasutajale lihtne ja käepärane. Mainitakse, et praegune olukord selle koha pealt on päris hea, aga võiks siiski olla veelgi parem.

Et hansanet ju iseenesest ei ole keeruline, aga ikkagi on seal see koodidega sisselogimine ja siis tuleb see kirju avaleht sinna ette, et võib-olla natukene lihtsust rohkem. Just selle koha pealt, kus inimene peab sisse logima. (N25)

Ka maksuamet on tuludeklaratsioonide täitmist iga aastaga järjest täiustanud ja lihtsustanud ja see mängib olulist rolli teenuse kasutamise populaarsusele ja laiaulatuslikkusele.

Tuludeklaratsiooni tegemine, vat see on küll. Seal on nüüd kah andmed, eelmine aasta neil oli kõik juba välja arvestatud ka, ainult vajutada. (N59)

Inimesed on üsna teadlikud panganduse ja maksuameti Interneti võimalustest Eestis ning ka sellest, et see meie jaoks üsna igapäevaseks muutnud võimalus ei ole maailmas mitte väga tavaline nähtus.

See maksuameti süsteem on ikkagi, noh, see tuludeklaratsioonide esitamine, see on suhteliselt ainulaadne maailmas. Eriti kui see nii kiiresti läbi töötatakse nagu eelmisel aastal, et see on nagu selline tõsine edasimineku ja... ja siis, ee, noh, Internetipangandus on kahtlematult üks ja noh, kogu see... sellega seotud

teenustevõrk ja see, et sa saad ütleme mingeid teenuste näituseid kogu aeg näiteks Internetis kasutada. (N39/1.)

Võimalus, et pank on kogu aeg kodus käepärast, on muutunud nii tavapäraseks ja inimesed sellest sõltuvaks, et kui aeg-ajalt esineb tõrkeid, siis see täiesti häirib igapäevast elu.

Olen ka sõltuv. Et kui mul seda Internetti näiteks paar päeva ei olnud, siis ma olin häiritud sellest. Ma ei saanud arveid ära maksta. (N39/2.)

5.7.2 E-pood

Kuna e-kaubandus oli inimeste jaoks haarav teema ja selle kohta oli peaaegu igapähele arvamus avaldada, siis tuli materjali päris palju. Liigendan selle taas teksti paremaks jälgimiseks peamiste teemade/küsimuste kaupa osadeks.

Internetipoed on heaks võimaluseks neile, kellel pole piisavalt aega või võimalusi kauplustes käia. E-poodide kliendid on peamiselt inimesed, kellel on suhteliselt palju internetis ringiliikumise kogemust, kuid soodsate pakkumistega õnnestub ilmselt poodi „sisse astuma” meelitada ka nõ avastajaid.

Mis kaupu inimesed Internetist vaatavad ja ostavad?

Ajakirja Eesti Naine andmetel ostetakse Internetist kõige rohkem arvuti- ning tehnikakaupu, aga ka raamatuid ja laserplaate. „Tehnikakaupade jae- ja hulgimüüja E-Market.ee juhataja Arno Valgma nimetab põhjuseks asjaolu, et neid kaupu pole ostes tingimata vaja katsuda, neid on lihtne kirjeldada ning enamasti teab inimene üsna täpselt, millega tegu” (Raud 2004:72-73)

Küsisime ka inimeste käest, mis laadi tooteid nad Internetist on ostnud ja mida ostaksid ning mida mitte. Päris palju mainitigi ära, et osta võiks raamatuid ja erinevaid tehnikakaupu. Mööbli kohta oli näiteks aga juba erinevaid arvamusi.

No riideid ei ostaks üks ole eriti, ja jalanõusid, aga noh, ma kujutan ette, et noh, selliseid remondiasju, värve või tapeete. Mööbliga ka noh, ei tea, ei tea, kas ostaks. Raamatuid võiks osta surmkindlalt. (N50)

See mööblimüük, mis ta on, 24 või mis ta on, ja siis seda oksjonit olen vaadanud. (N42)

Enamasti olen Internetist vaadanud selliseid tehnika alaseid või arvutiasju. Digifotokaide ja sihukseid asju. Ja mingid hindade võrdlused, et palju üks asi maksab erinevates kohtades. (N22)

No näiteks mobiili ja ühe lõhna vist tellisin ka Interneti kaudu, aga rohkem ei ole. (M20)

Autojuppe olen tellinud omale. (M19)

Raamatuid olen ostnud. Ja siis ma olen ostnud vist ühe, ee, paar programmi ütleme või noh, sellist CD-sid ütleme. (N39/1.)

Eile just vaatasime, Saksamaal DVD-mängijad ja palju ta meil maksis ja palju ta Saksamaal maksis. (N39/2.)

Käekellasid vaatasin Internetist. (M24)

Välismaised e-pood = palju kaupa vs Eestis odavamad hinnad?

Välismaa e-poodide puhul on suureks eeliseks nende lai kaubavalik. Eestis on selle koha pealt veel arenguruumi palju. Paljude vastajad, kellel on kogemusi välismaa e-poodidest ostmisega märkisid samuti põhjuseks, et Eestis sellist kaupa lihtsalt ei ole.

Mu isa on tellinud plaate aeg-ajalt Internetist, mida Eestis ei ole olemas, igasuguseid klassikalise muusika plaate. (N22)

Olen ostnud välismaalt. Eestis on need kaubad, ei ole müügis või nad on oluliselt kallimad. (N39/1.)

Paar tuttavat on tellinud USAst endale. Sellist firmat nagu Victoria's Secret Eestis ei ole. (N25)

Ma olen käinud jah, ameeriklaste raamatupoodides. Ja siis selles Oxfordi ülikooli omas, aga nende ostmiseks mul tol hetkel ei läinud. (N27)

Kui mul nüüd seda kella on vaja, siis ma kasutan seda eBay lehekülge, oksjoni kaudu. (M24)

Samas on välismaalt tellimisel ka omad puudused, mida mainisid ära ka mõned vastajad.

Liiga kauge ja liiga kaua aega võtab. Kallim on ka. (M19)

Eestis üritatakse kliente laia kaubavaliku asemel motiveerida soodsa hinnaga, mis peab korvama puuduse, et ostja ei saa kaupa käega katsuda.

Üldiselt ei ole aga e-poodide hinnad alati väga palju madalamad kui tavalistest kauplustes.

Aga mis ma konkreetselt vaatasin, et äärepealt osta, et mööblit, siis ma leidsin sellesama mööbli poest ja seal poes oli odavam. See oli minu jaoks üllatus, et ma mõtlesin, et Interneti, Interneti, mis iganes ta seal on, kaubamaja või mis ta seal on, et seal on nagu odavam kui see Interneti kaudu, aga ei, seal poes oli odavam. (N39/2.)

Siis mõited jälle, et aga poest saab ju ka ja poest saab jälle natuke odavamalt. (N27)

Kuid selle kohta on inimestel vastakaid arvamusi. On ka neid, kes arvavad, et just Internetis on hinnad odavamad kui tavapoodides.

Ja nii palju kui mul on mulje jäänud, siis Internetis on tooted natuke odavamad kui tavapoodides, võib-olla see on ka üks eelis. (M26)

Tellimise ja ostmise protseduurid Internetis – tellimine, tasumine, kättetoimetamine

Väga tähtis on kliendile tellimuse mugavus ja lihtsus. Kui sellest jääb puudu, siis on väga tõenäoline, et ostu ei sooritata.

Mmm, ostnud küll mitte. Tähendab selles mõttes nüüd, kui te mõtlete, osta on väga keeruline. (M48)

Internetist ostmisel läheb tavaliselt liiga kaua aega, et peab nii palju lünkasid täitma ja kui mingi teine tegevus vahele tuleb, siis jääb tellimus jälle pooleli ning tuleb hiljem tavaliselt uuesti otsast alustada.

Kuna seal tuleb, noh, hästi palju klõbistada, asja tellimus vormistada ja siis maksta ja nii edasi, noh on olnud juhust, et mul lihtsalt ei ole aega olnud, et ma olen alustanud sellega ja siis järsku tuleb mingisugune kiire asi vahele ja siis peab pooleli jätma alati. (N27)

E-poodides on ka erinevad tasumise ja kauba kättetoimetamise võimalused. Väga levinud on arvamus, et e-poest ostes on vajalik krediitkaardi olemasolu ja tehingud krediitkaardiga on kliendi jaoks enamasti seotud kahtluste ja usalduse küsimustega.

Olen teinud krediitkaarditehinguid, jah, See ongi see, et alati on mingi kahtlus sees, eriti tegelt ei tahaks. (M26)

Tegelikult saadavad paljud poed ostjale e-posti teel arve või mõned poed võimaldavad makse sooritamiseks otse internetipanka suunduda. Kui arve makstud, saadetakse kaup postiga koju.

See, et kõik kaup tuuakse kohe kätte, et kuhugi ei pea minema ostma, see on eelis. (M20)

Eesti piires võtab kauba kohaletoimetamine tavaliselt aega 1-2 päeva, välismaalt tuleva kauba puhul ligikaudu 2 nädalat.

E-poodide suurim puudus – kaupa ei saa katsuda

E-poodidest ostmise miinusena tuuakse kõige rohkem esile asjaolu, et kaupa ei saa enne ostmist käega katsuda ja proovida.

Aga seal on ka omad miinused, et sa ei saa seda asja katsuda, et see on lihtsalt paberil või siis ekraanil. (N39/2.)

Ei ole nihukest tunnet tekkinud, et tahaks osta, tähendab, ei usu nagu või ma ei oska öelda, tähendab, ma tahaks seda asja näha, enne kui ma ostan, ma niimoodi pimesi ei taha osta, et ma ei ole asja näinud, ei ole usku sellesse. (M60)

Aga samas on see, et kui käega katsuda ei saa eks ole, ainult pildi vaatamine võib vähe olla. (N50)

Aga üldjuhul see tegelikult ikka on probleem, et nagu pörsa kotis ostmine. Kui ma kaupa ei näe, siis ma üldjuhul ei taha osta ikka. (M20)

Inimeste seas levinud hirmu vastu, et ostetakse nõ pörsast kotis, on tegelikult olemas tarbijakaitseseadus, mis näeb ette, et kui kaup ei sobi, siis saab selle tagastada või ümber vahetada. Samuti saab Internetist ostetud pikaajalistele kaupadele samasuguse tootjapoolse garantii nagu tavalistest poodidest (Raud 2004).

Muidugi nõuavad aga sellised tagastamise või vahetamise protseduurid rohkem aega ja asjaajamist.

Aga poes sa saad ikka sirvida ja lugeda, et ikkagi nii väga ei meeldi, et siis saad nagu pettumust vältida, et ei pea tagasi saatma. (N27)

Huvitav on, et oma usaldamatust ja kartust mainisid rohkem mehed kui naised. Selle kohta oli oma arvamus ka ühel meessoost vastajal.

Noh, naised on siin väga harva mõne asja ostnud, aga mina olen paraku alati tahtnud näha seda asja enne. (M60)

Võib arvata, et see on ehk seotud kataloogidest tellimise ja ostmisega, millega naistel on juba varasemast rohkem kogemusi ja millega nad on rohkem harjunud kui mehed.

E-poed – kauba kohta info kogumise võimalus

E-poed on ühelt poolt heaks võimaluseks teha kodus eeltööd, mida parasjagu turul pakutakse ja milline on hinnaklass ning minna siis ise kohale, tutvuda kaubaga lähemalt ning teha ostuotsus. Seda võimalust on kasutanud ka paljud meie vastajatest.

Ma olen võib-olla saanud sealt kaudu pakkumisi ja selle tehingu teinud, aga mitte seda tehingut teinud Internetis, vaid selle tehingu teinud teistmoodi. (M48)

Kui midagi huvi on pakkunud, siis ma olen nii tavaliselt teinud, et ma uurin välja, kus see Internetis pandud on ja ma lähen seda sinna vaatama, kus ta nagu on. (N25)

E-poodide suurim eelis – mugavus, ei pea kohale minema

Teisest küljest on Interneti poed hea võimalus neile, kellel ei ole aega või võimalust ise kohale minna. Paljud nimetavad suurimaks e-poodide eeliseks, et ei pea kohale minema, vaid saab oma ostud sooritada näiteks mugavalt kodus istudes.

Kindlasti see, mis mulle meeldib, on see, et mulle ei meeldi poes käia ja see, et kuskile minemata seda näed. (N39/2.)

Autot olen küll otsinud, et osta, aga einoh, selles suhtes on hea küll, et Internetis on kõik pakkumised olemas, et ei pea salongi minema. (M26)

Interneti eelised on surmkindlalt see, et sa ei pea kohale minema, istud sussid jalas. Et noh, ma olen kataloogiostja, ma vihkan shoppingut. (N50)

Lihtsam, ei pea käima ühest linnaosast teise. Vaatad kõik ära, mis kus on ja saad kätte niimoodi. (M19)

Kiirus – kas eelis või puudus?

Ühelt poolt on Interneti eeliseks veel kiirus, selles mõttes, et siis ei pea erinevates poodides kohal käima ja hindu võrdlema, teisest küljest võib see ka just puuduseks olla, et Internetist ostmine ei ole piisavalt kiire. See puudutab aga pigem välismaiseid e-poode, kust kauba kohaletoimetamine võib võtta mitu nädalat.

Et kui inimesel on mingit asja vaja ja kui ta teab täpselt, mis see asi on, siis, noh, see kiirus, vat see eelis on. (M60)

Internetis on lihtsam ja kiirem kui tavapoes. (M19)

Eelis on see, et valik on sul hästi suur. Saad võrrelda, ma võin rääkida vähemalt kellade valdkonnast. Pakkujaid on tohutult palju ja pakkujate suhtes on seal see

toodang, mida pakutakse, küllaltki ühtlane. Et väga mugav on seal võrrelda ja kui sul kaubaga kiiret ei ole, siis Internetist tuleb isegi odavam kui poest osta. (M24)

E-poed maapiirkondades – kasulik võimalus

Mugavaks võimaluseks oleksid Interneti-poed maapiirkondades, kus tavalisi poode niikuinii vähem ja inimestele lihtne, kui kaup postiga koju kätte tuuakse. Interneti kasulikkust maapiirkondades märkisid ära ka intervjuueeritavad.

Me elasime siis maal ja, ja noh, absoluutselt igast infot oli ju vaja. (N42)

5.8 Administratiivne info

5.8.1 Asutuste/ettevõtete kontaktandmed

Mitmed vastajad märkisid ära, et Internet on esmane ja kõige lihtsam koht, kust nad kõigepealt infot lähevad otsima, kui neil on vaja kontaktandmeid erinevate asutuste või ettevõtete kohta. Telefoniraamatud ja infokataloogid näiteks, mis varem olid igapäevaselt kasutatavad infoallikad, ei leia tänapäeval enam nii laia kasutust.

Telefoniraamat minu arust on praegu nii halvasti koostatud, et ma ei oska sellega üldse enam suheldagi. Sealt annab küllalt raskesti otsida, palju lihtsam on Internetist lahti lüüa. (M60)

Ongi nii, et kõige esimene asi on Internet, lööd sinna otsingusse sisse ja kui ei leia, siis ma lähen vaatan mujalt. (N31)

Hiljuti mul siin oli vaja matuseid korraldada, varem ei oleks selle pealegi tulnud, et võib ka selle kohta kõik informatsiooni Internetist: telefoninumbrid, lahtiolekuajad, mismoodi, hinnad. (M48)

Ühe faktorina toodi välja ka asjaolu, et Internetist igasuguse administratiivinfo otsimine on odavam kui näiteks helistada infotelefonidele või ise kohale minna.

Et siis pigem vaatad Internetist, sealt saab vähema rahaga rohkem teada, sellepärast. (N27)

5.8.2 Lahtiolekuajad

Internet on inimeste elu lihtsamaks ja mugavamaks teinud ning aitab aega kokku hoida. Kasvõi sellega, et enam ei lähe inimesed naljalt asutuste uste taha kogemata näiteks lõunavaheajal, vaid Internetist saab tavaliselt kiiresti ja kergelt enne kodust välja astumist lahtiolekuajad endale selgeks teha.

Aga jah, et noh, enam ei pea igal pool kohal käima, nagu noh, mingeid asutuse lahtiolemise aegu sa ei tea näiteks, siis ei pea sinna ukse taha tormama ja pettuma, et pagan, lõunavaheaeg. Siis on ikkagi esimene asi, kust seda infot otsida, on ikkagi Internet, sealt saab järgi vaadata ja omale üht koma teist juba enne selgeks teha, kui kuhugi lähed. Selle poolest on ikkagi muutunud, ma ütleks, et lihtsamaks ja mugavamaks. (N27)

Ütleme näiteks, kui õhtul kuskile välja minna või, siis saab alati Internetist vaadata lahtioleku aegu või ... hinnataset. On olnud juhuseid, kus on isegi saanud menüügi kokku pandud Interneti teel. (M26)

5.8.3 Transpordivahendite sõiduplaanid

Erinevate sõiduplaanide ja graafikute otsimine Internetist on inimeste seas väga populaarseks muutunud võimalus.

Ja noh, iga inimene otsib ju, ükskõik, mida on vaja, kasvõi rongisõiduplaani...

Otsisime, kuidas saab rongiga Valka sõita. (N42)

On vaadatud neid Eesti kaugsõiduplaane, mul oli vaja seal Lõuna-Eestis sõita, siis ma vaatasin ja kui Tallinnas on kuskile vaja minna, siis võtad ja vaatad plaani. (N59)

Telefoni teel saab samuti küsida vajalikke sõiduaegu jm, aga seal tekib probleem, et kui on vaja rohkem kui ühte kellaega, vaid hoopis tervet graafikut, siis Internetis on kõik koos olemas ja pilt paremini silme ees.

Et kui ma küsin, mis kell üks laev välja läheb, seda ma võin küsida telefoni teel, üks ole, üks number, aga kui ma hakkam pärast valima, et millega ma lähen, et terve see laevagraafik, et siis on ikka nagu Internetist parem, rohkem informatsiooni on seal. (N50)

5.8.4 Probleemid – vale info Internetis

Info, mida inimesed Internetist otsivad ja leiavad ei ole alati tõene nagu selgus ka meie intervjuueeritavate jutust. Ja see on probleemiks, sest siis tekib küsimus, kas võib Internetist saadud infot usaldada või tuleb iga asi üle kontrollida, mis puhul kaob ära mõte üldse midagi Internetist otsida.

Näiteks bussiajad on Internetis valed olnud. Siis on see, et ma olen neid Internetiaadresse või e-maili aadresse võtnud, mis on valed. (N50)

Nagu selgus, on probleemiks ka aegunud või liiga hiline info.

Kohalik omavalitsus, nad panevad uudised või teateid ülesse väga pika viiteajaga või nad panevad üles ja siis jälle pikalt ei ole. Et noh, siin Nõmmelgi on sama lugu, et võib-olla 2002.aastast ripuvad mingid asjad üles. Vananenud informatsiooni ripub väga palju üleval ja ei uuendata informatsiooni. (N39/1.)

5.8.5 Ettepanekud ja uued võimalused

Küsisime ka, et kas olete tundnud mingist informatsioonist Internetis puudust, mis võiks olla, aga ei ole leidnud ja saime järgnevaid vastuseid. Kõik puudutasid üldiselt tülikat paberite ja dokumentide saatmist, mis seni on pidanud toimuma kirja teel või peab ise kohale minema, aga mis tulevikus võiks kõik toimuda Interneti teel.

Töötuks võtmine. Paberite majandamine on ikka hullumaja. Nad võiksid ju nii teha, et need andmed saaks kõik..., Interneti kaudu saaks avaldused ja asjad ära

täita. Nagunii ju töötuskindlustus näeb neid. Et seda paberimajandust ja uste taga istumist oleks vähem. (N25)

Linnapeale ütleme e-dokumente saata. Praegu mul on konkreetne olukord, kus ma peaksin linnale saatma avalduse koos lisadokumentidega. Ma ei tea, kuidas ma seda tegema peaksin, aga tõenäoliselt ma saadan ta postiga. Aga mul oleks palju kergem ta näiteks sisse skännida. (N31)

Minu pärast näiteks viisasaatkondatega, sinna lähed kodanikuportaali kaudu või lähed ID-kaardiga, need andmed on ju kõik olemas, miks peaks sinna kohale marssima, digitaalne allkiri ja... need asjad võiks täiesti vabalt käia selle sama e-riigi kaudu, e-teenuste kaudu. (M48)

5.9 Interneti omadused

Intervjueeritavate jutu põhjal koondasin nende arvamused ja Interneti tunnetuse eraelulise kasutuse seisukohast lähtudes ning sain selle tulemusel Interneti eraelulist kasutamist iseloomustavad omadused, mida järgnevalt lühidalt ka kirjeldan.

5.9.1 Usaldusväärsus

Vastusest selgub, et ega Internetti üldiselt väga ei usaldata, et oma andmeid sinna anda. Samas ei osata tuua konkreetset põhjust, kuidas neid andmeid kurjasti võidakse kasutada. Pigem on keegi kusagil tundmatu paha, aga kes või kus või kuidas, seda ei teata isegi täpselt.

No selles mõttes, et kui keegi ütleb, et saada mulle oma andmed, selles mõttes ma küll ei usalda. Kust mina tean, kes seal taga on, tulebki välja, et ongi üsnagi ja need sulid seal. Teevad, kasutavad seal kõik, kes hästi oskavad ja. (N59)

Samas oli ka arvamusi, et Internet ei ole midagi nii väga ohtlikum koht oma andmete avaldamiseks kui teised kohad, kus andmed ka niikuinii olemas ja kättesaadavad on.

Selles mõttes, et seda saab igalt poolt, mis see Internet hullem on, telefoniraamatust võib saada telefoni ja aadressi ja kõik. (N50)

Ning Internetis ei pruugi olla info vähem usaldusväärne kui mujal, kataloogides või reklaamvoldikutes vm.

Ega see ei ole siis nüüd Interneti süü, siis on need, kes selle üles riputasid ja midagi segadust tekitavad, täinahad. Samamoodi võin ma telefoni teel ja kirja teel sellistega orki lennata. (N50)

Ning kuna paljud hoiakud sõltuvad inimeste isiklikest kogemustest, siis on ka usalduse puhul oluline, mida on isiklikult läbi elatud või tuttavatelt kuulnud.

Mul ei ole, noh, selliseid väga halbu kogemusi, et lugeda on saanud siit ja sealt, et ärge tehke seda ja ärge tehke seda ja midagi, aga et noh, endal ei ole kogemust ka, siis ei oska karta nii väga. (N27)

5.9.2 Anonüümsus

See võib ühelt poolt olla täiesti arusaadavalt usaldamatuse põhjuseks, aga teiselt poolt võib anonüümsus olla ka Interneti eeliseks.

Aga siin Internetis ma olen üksinda ja uurin ja vaatan ja ei pea kellegagi rääkima ja õiendama. Ja vaatan, mis mulle meeldib, eks ole. (N59)

5.9.3 Mugavus

Nagu selgus enamusest info otsimisega seotud valdkondadest, on mugavus üheks väga oluliseks Interneti omaduseks.

Et ei pea igasse kohta kohale minema, et saad Interneti kaudu teada (N39/2.).

Just see mugavus, et kui sul Internet näiteks kodus on, et siis sa ei pea uksest välja minema ja kuskile teise linnaserva kõndima. (N27)

5.9.4 Kiirus/aja kokkuvõtteid

Aja kokkuvõtteid ja info saamise kiirus käivad kokkuvõttes ilmselt ka mugavuse alla, aga kuna paljud vastajad märkisid need ära eraldi, siis toon ka mina need oma töös eraldi omadustena välja.

Kindlasti minu jaoks on ta nagu hoidnud aega kokku, sest ma saan informatsiooni nagu väga kiiresti kätte, rütem kui ma oleks muidu saanud. (N39/1.)

Koheselt saab info kätte. Sa ei pea mujalt otsima ja aega raiskama, et infoni jõuda. (N31)

5.9.5 Sõltuvus

Sõltuvust võib lugeda negatiivseks omaduseks, kuid vastajate jutust see nii välja ei tulnud. Ilmselt muutub see negatiivseks siis, kui Internet peaks äkki ära kaduma.

Aga Internetist ma sõltun küll. Saab ka nagu ilma, aga tekib siis see olukord, et tekib paanika, et mul ei ole infot. No aga kui ei ole, kust ma siis vaatan? Ma räägin sulle, et siis tekib paanika (laps kõrvalt soovitab telekast vaadata). (N31)

5.9.6 Mitmekülgsus

Internetis on nii palju erinevat infot ning selle kasutamine muutunud meile nii igapäevaseks, et tihti me ise ei teadvustagi endale, mis infot me kõik Internetist otsime ja nii ei tule tihti meelde, et oleme küll otsinud seda või teist asja ka Internetist.

Järgnev tsitaat seletab hästi ühe võimaluse, miks kõik kohe meelde ei tule, mida korduvalt kogesin kõikide vastajate puhul.

Mul ei tule kõik kohe niimoodi lambist meelde, vaata. Elu on nagu rohkem ikka niimoodi, et kui sul on see moment, siis sa hakkad seda probleemi lahendama, aga niimoodi kohe ei oska, jah, niimoodi kohe öelda. (N59)

6. Järeldused ja diskussioon

Üha rohkem ja rohkem inimesi kasutab Interneti ja mitte enam ainult noored ja majanduslikult kõrgemal järjel olevad inimesed. Läbi erinevate projektide Eestis nagu näiteks Vaata Maailma on oskuste omandamine ja ligipääs Internetile tehtud võimalikuks kõigile soovijatele. Seoses Interneti laiema levikuga suureneb ka vajadus Internetist saadava erineva informatsiooni järele, nii ka vajadus eraelulise info järele. Kui 2002-2003 läbi viidud üleriigiline Meema küsitlus uuris Interneti üldist kasutust ja esindas seega käesoleva töö alguses kirjeldatud Interneti uuringute II etappi, siis minu töö raames läbi viidud kvalitatiivintervjuud esindavad juba järgmist, käesolevat Interneti uuringute perioodi, kus üritatakse inimeste Interneti kasutust sügavamalt analüüsida. Kvalitatiivintervjuude puhul on muidugi oht, et materjali koguneb liiga palju ning hiljem on sellest raske olulist infot üles leida ja vastajate lõikes ühtlaselt esitada. Kuid samas, lastes inimestel vabalt oma elust ja kogemustest rääkida, on võimalik saada autentsemat ülevaadet kui etteantud vastustevariantide vahel valides. Kõigepealt esitan siinkohal oma uuringu olulisemate tulemuste kokkuvõtte ning kirjeldan neid siis ka lähemalt.

Varasemate empiiriliste uuringute tulemusena ning käesoleva töö jaoks läbi viidud kvalitatiivsetest intervjuudest tulid välja teemad, mille kohta inimesed oma eraelu tarbeks Internetist kõige rohkem infot otsivad. Need on eluaseme, töö, reisimise, kohtamis- ja tutvumisteenuste, pere ja tervise, hobide ning administratiivse info kohta ja kasutavad isiklikuks tarbeks e-teenuseid nagu e-pank, e-maksuamet ja e-kaubandus. Järgnevalt toon lühidalt välja uuringust selgunud tulemused, mida inimesed oma intervjuudes nende teemade kohta arvasid ja rääkisid.

Uurimusest selgus, et enamus vastajaid on Internetist uurinud **reisimisega seotud** teemasid just taustinformatsiooni või olukorrast ja võimalustest ülevaate saamiseks. Ning kuigi erinevad *online* broneerimissüsteemid koguvad üha enam populaarsust, siis vähesed ostavad veel pileteid või broneerivad hotellikohti otse Internetist. Selleks on erinevaid põhjusi nagu soov suhelda inimestega näost näkku, broneerimissüsteemide keerukus või Interneti usaldamise küsimus. Info kogumiseks on Internet vastajate arvates

aga ideaalne koht, sest kõik on olemas üheskoos. Populaarsed ja kasulikud on ka mitmed reisialased foorumid, kus saab tutvuda teiste inimeste reisikogemuste ja soovitudestega.

Sarnaselt reisiinfo otsimisele pöörduvad inimesed **ka kinnisvaraga seotud** huvide korral turu seisuga tutvumiseks eelkõige Interneti. Sealt saab ülevaate pakumiste kohta, teha esmase valiku ja pöörduda siis konkreetsete soovidega kinnisvarafirma või maakleri poole. Lisaks pakumiste valikule on Internetis võimalik tutvuda ka protseduuridega, mis kinnisvaratehingutega seotud on. Selle võimaluse kasutamist meie vastajad aga ära ei maininud. Ehk on see esialgu veel pigem kinnisvarafirmade soov, mille tegelik efektiivne toimimine vajab aega. Või eelistavad inimesed rohkem personaalset suhtlust anonüümsemale Internetile.

Inimeste huvi **töö otsimisest** Internetis sõltub rohkem konkreetsest olukorrast või eluetapist kui näiteks kinnisvara info jälgimine, mis inimestele ka igapäevaselt rohkem huvi pakub. Samuti on töö otsijate puhul märgata vanuselist erinevust – vanemad inimesed suhtuvad Interneti kaudu töö otsimisse võõrastavamalt kui noored. Enamus Interneti kaudu töö leidjatest olid ise aktiivsemas rollis ja panid ise oma kuulutuse Interneti andmepanka üles. Selgus ka, et vähem soovitud tööpakkumisi leiti juhul, kui otsiti hooajalist tööd, näiteks suveperioodiks või praktikaks.

Populaarseks **uute tutvuste ja suhete** tekkimise kohaks Internetis on mitmed vastavad portaalid, aga seda rohkem just noorte, kooliealiste seas. Vanemad inimesed pole nendest portaalidest üldse kuulnud või siis ei tunne nende vastu erilist huvi. Võib-olla selle pärast, et neil ei ole soovi ega ka vajadust nii palju uusi tutvusi ja suhteid otsida. Uuringust selgus ka, et enamus Internetist alguse saanud tutvustest ei ole aga kaua kestnud või kaugemale arenenud. Põhjuseks võib olla, et Interneti-suhtluse üheks omaduseks on anonüümsus ja selle baasil lähedasi suhteid pigem ei teki. Oli aga ka arvamusi, et lähedaste suhete tekkimine on võimalik ja see tugines tavaliselt isiklikele või tuttavate käest kuulnud positiivsetele kogemustele. Selle eelduseks on aga siis ilmselt anonüümsusest loobumine.

Pere ja tervisega seotud info otsimine sõltub, sarnaselt tööga seotud info otsimisele, konkreetsetest vajadustest ja /või eluetapist. Kui endal on pere/lapsed, siis on vajadusel sellise info järele suurem ning sel juhul otsitakse seda ka Internetist rohkem. Väga

populaarne seoses väikelastega on näiteks Perekooli foorum. Kui palusime vastajatel täpsustada, millist tervisealast infot nad Internetist otsinud ja leidnud on, siis nimetati ära näiteks info erinevate haiguste, aga ka näiteks ravimite või operatsioonide kohta. Lisaks otsitakse Internetist infot arstide ja nende vastuvõtuaegade kohta. Puudust tuntakse võimalusest Interneti kaudu ennast arsti vastuvõtule registreerida ja sel viisil aega kokku hoida.

Hobidega seotud info otsimine Internetist on väga subjektiivne ja sama mitmekülgne kui palju on maailmas erinevaid hobisid. Üldiselt kasutatakse selleks Interneti aga päris sagedasti nagu selgus meie intervjuudest. Kõige selgemalt tuli selles kategoorias välja huvi toiduretseptide otsimise kohta. Lisaks räägiti veel spordi- ja tehnikaalase (autod) info otsimisest ning erinevatest koduga seotud tegevustest nagu remont, ehitus ja aiandus. Huvitav, et ka ehituse ja remondi teemadel, mida peetakse pigem meheliikeks aladeks, rääkisid Interneti ja sealt info otsimisega seoses just naised. Kas on naised koduse remondi organiseerimisel aktiivsemad või kasutavad mehed sellise info saamiseks lihtsalt rohkem teisi kanaleid.

E-pank ja E-maksuamet. Nii nagu näitavad statistilised andmed, selgus ka uuringust, et Internetipangandus on vaieldamatult kõige populaarsem E-teenus Eestis. Seda kasutasid juba pikemat aega ja kiitsid kõik vastajad. Üha enam populaarsust kogub ka e-maksuameti kaudu tuludeklaratsioonide esitamine. Mõlema teenuse suure eelisena nimetati ära mugavust, et ei pea kodust välja minema ja järjekordades seismisega aega raiskama.

E-kaubandus. E-poodide teema oli vastajate jaoks haarav ja selle kohta oli peaaegu igal oma arvamus avaldada. Internetipoed on vaieldamatult suurepäraseks võimaluseks neile, kellel pole piisavalt aega või võimalusi kauplustes käia. Peamiselt ostetakse Internetist arvuti- ja tehnikakaupu ning ka raamatuid. Seda põhjusel, et neid pole ostes vaja eelnevalt tingimata katsuda, kuna neid teatakse niigi üsna täpselt. E-poodide suurimaks puuduseks vastajate silmis oligi asjaolu, et kaupa ei saa katsuda ning ostetakse seega nagu „pörsast kotis”. Eestis ongi levinum rohkem Internetis kaubaga tutvumine ja hindade võrdlemine kui otse Internetist ostu sooritamine. Kõige suuremaks eeliseks nimetati mugavust, et ei pea kohale minema ja saab ostud sooritada või valiku ja

hindadega tutvuda mugavalt kodus istudes. Eriti mugavaks võimaluseks oleksid Interneti-poed maapiirkondades, kus tavalisi poode niikuinii vähem ja inimestele lihtne, kui kaup postiga koju kätte tuuakse. Teine küsimus on muidugi sealne Interneti-ühenduse leviku probleem.

Administratiivne info. Paljud vastajad märkisid, et nende jaoks esmane ja ka kõige lihtsam koht, kust nad vajadusel lähevad otsime infot sõiduplaanide, asutuste ja ettevõtete kontaktandmete või lahtiolekuaegade kohta, on just Internet. Telefoniraamatud ja infokataloogid on kaotanud oma varasema tähtsuse. Probleemiks on aga, et Internetis ei ole sageli nii lihtne aru saada, kui vana informatsiooniga tegemist on ja seega on kerge saada sealt vananenud ja valet infot. Puudust tuntakse selles valdkonnas võimalusest saada ka erinevaid avaldusi ja dokumente Interneti teel, et ei peaks seda posti teel tegema või ise kohale minema.

Intervjueeritavate jutu põhjal koondasin nende arvamused ja Interneti tunnetamise ning tõin selle tulemusel välja **Interneti põhilised omadused** lähtudes Interneti kasutamisest eraelu tarbeks. Info otsimise koha pealt peetakse Interneti üldiselt usaldusväärseks allikaks, kuid oma andmeid Interneti anda hea meelega ei taheta. Kuigi puudub konkreetne teadmine, kuidas või kes neid andmeid siis kurjasti ära kasutada saavad. Anonüümsus on ühelt poolt usaldamatuse põhjuseks, teiselt poolt aga vabama suhtlemise võimaluse näol hoopis Interneti eeliseks. Internetist info otsimise mugavus ning kiirus ehk aja kokkuhoid on väga olulised ja tugevad Interneti omadused, millest räägiti. Interneti omaduseks on saanud ka sõltuvus temast ning see ilmselt süveneb ajaga üha rohkem. Ning Interneti info on niivõrd mitmekülgne ja selle kasutamine muutunud meile niivõrd igapäevaseks ja tavaliseks, et väga tihti me ei teadvustagi endale, mida kõike me sealt otsime. See seletab ilmselt asjaolu, et peaaegu kõigi vastajate puhul tuli ette olukordi, kus alguses eitati mingil teemal info otsimist Internetist, kuid hiljem ikkagi meenus, et ollakse seda otsinud küll. See on ka üks infoühiskonna debattide põhiprobleeme, et inimesed ei suuda oma vajadusi sõnastada ja seega on raske uurida nende vajaduste rahuldamist. Kuigi see võiks olla Interneti parema funktsionaalsuse mõttes vajalik üritada tulevikus võimalikult täpselt välja selgitada.

Võib eristada kahte tüüpi käitumist eraeluliste teenuste tarbimisel Internetis - üks, kus kogutakse Internetist üldinformatsiooni ennast huvitavate teemade kohta ja teine, kus lisaks info kogumisele võetakse aktiivselt osa ka Internetis pakutavatest transaktsioonidest nagu ostude sooritamine, kuulutuste lisamine või foorumites oma kogemuste jagamine ja arvamuse avaldamine jne. Kusjuures naised on eraeluliste teenuste tarbimise osas Internetis aktiivsemad kui mehed.

Sugudevahelistest erinevustest jäi veel silma, et naised olid jutukamad, rääkisid oma kogemustest rohkem ning kirjeldasid üldiselt oma Interneti tegevusi põhjalikumalt kui mehed. Võib järeldada, et naised on Internetis aktiivsemad eraeluliste teenuste kasutajad ja uute asjade proovijad, aga kuna käesolev uuring ei olnud suunatud just sugudevaheliste erinevuste väljaselgitamiseks, siis ei saa seda kindlalt väita ning see teema vajaks edasist uurimist.

Võrdlusest Meema andmetega selgus, et kõige rohkem on paari aastaga muutunud vastajate Internetikasutus e-kaubandusega seoses. Kui veel 2003. aastal vastas enamus, et ei kasuta ostudeks Interneti üldse, siis nüüd, 2 aastat hiljem rääkisid päris mitmed tollased e-kaubanduse mittekasutajad, kuidas ja mida nad Internetist vaadanud ja ostnud on ning kuidas see nende elu mugavamaks muudab. Samuti oli märgata töö otsimise suuremat kasvu Interneti kaudu.

Vastajate teadmus Interneti võimalustest on samuti suurenenud. Isegi, kui paljusid teenuseid ise ei kasutata, siis teatakse nendest ja kommenteeritakse neid - on olemas oma arvamus ja seisukoht. Probleemiks Internetis on vananenud info ja info ajakohasuse kiire kontrollimise võimaluse puudumine.

Kokkuvõttes, kui koostada kõigist vastajate kogemustest ühtne Interneti eraelulise kasutuse portree, siis võib öelda, et Internetist leiab töö, eluaseme, auto, mehe, perearsti, bussiajad ja telefoninumbrid; saab ideid ostusoovide, reisisihtkohtade, toiduvalmistamise ja laste kasvatamise kohta ning makstud ka kõik vajalikud maksud.

7. Kokkuvõte

Käesoleva uuringu eesmärk oli uurida, mil viisil kasutavad inimesed Interneti oma eraeluliste huvide edendamiseks ning kuidas Internet ja eraelu suhestuvad.

Eestis on veel vähe uuritud ja analüüsitud Interneti kasutust. Käesoleva töö raames intervjuerisime me (4 tudengist koosnev tööühm) 16 inimest, kes aastatel 2002-2003 osalesid ka Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas läbi viidud meediauuringus „Mina, Maailm ja Meedia” (Meema). Meema uuringu tulemustest ning meie kvalitatiivsetest intervjuudest selgusid peamised Interneti eraelulise kasutuse valdkonnad. Need on info otsimine eluaseme, töö, reisimise, kohtamis- ja tutvumisteenuste, pere ja tervise, hobide ning administratiivsete andmete kohta ja samuti kasutatakse e-teenuseid nagu e-pank, e-maksuamet ja e-kaubandus.

Huvitav oli võrrelda muutusi vastajate eraeluliste teenuste kasutamisel 2003. a alguse uuringust meie intervjuude tulemustega. Kõige suurem muutus oli toimunud e-kaubanduse valdkonnas. Kui 2003. aastal enamus vastajaist märkis, et ei kasuta Interneti ostudeks üldse, siis nüüd, 2005. aastal rääkis enamus oma kogemustest e-kaubanduse valdkonnas. Suurenenud oli ka Interneti kasutamine töö otsimiseks, aga teiste teenuste kasutamise erinevused ei olnud nii märkimisväärsed

Käesolevast uuringust selgus, et Interneti kasutamine eraelu tarbeks sõltub paljuski hetkel käesolevast eluetapist ja konkreetsetest vajadustest sellel eluperioodil. Vajaduse tekkides on Internet väga mugavaks ja kiireks info otsimise võimaluseks ning aitab aega kokku hoida.

Tehingute sooritamine Internetis ei ole veel nii populaarne, pigem ongi Internet just huvitavatest temades ülevaate saamise ja taustinfo kogumise kohaks, erandiks siinkohal e-pank ja e-maksuamet. Seega Internetis ei ole saadaval üksnes kaubad ja teenused, vaid lisaks ka ideed ja seeläbi aitab Internet inimestel otsuseid teha.

8. Summary

The more people use the Internet, the bigger are the needs they expect to be fulfilled by the use of it. Consequently, the bigger is also people's need for personal life services and for information they hope to obtain over the Internet.

The present research is about the Internet use for personal life services. The title of my thesis is "The Internet as a provider of personal life services – users' point of view". The purpose of my research was to find out how people use the Internet for their personal life issues and what kind of services and information they mainly look for in the Internet.

There are not many studies about the Internet use in Estonia carried out yet. For our thesis we, a group of 4 students, conducted qualitative interviews with 16 people. An interview consisted of different parts and questions compiled according to the purposes of our studies. The interviewees were the same people who participated in the previous national research about using different media (known as Meema) that was carried out by the Department of Journalism and Communication of Tartu University in the years 2002-2003.

From the previous Meema research and from the present study 8 main topics describing the use of the Internet for personal life purposes appeared. These main topics include: **travel, real estate, job, health and administrative information, meeting new people, information about the hobbies** and using the services of **e-banking, e-tax office and e-commerce**.

It was interesting to compare the changes in the Internet use of the people for private life purposes from the year 2003 (Meema research) till now, the year 2005 (current study). The biggest difference was in using e-commerce services. While in 2003, the majority of our interviewees wrote that they did not use the Internet for shopping purposes at all, 2 years later most of them talked about their experiences in e-commerce. The next biggest change was in looking for a job via the Internet, which is also more popular now. Changes in the use of other services were not so remarkable.

The research shows that using the Internet for personal life issues depends on people's current period of life and certain needs at this period. If they need some kind of private life information or services, the Internet is a very convenient and fast resource to fulfil these needs and save time.

Different transactions via the Internet are not so popular yet. The exceptions here are the use of e-bank and e-tax office services, which are very popular. However, people still use the Internet mainly for gathering different kind of information and getting an overview of a certain topic or question. Thus, in the Internet there are not only goods and services available, but also a lot of ideas and in this way the Internet helps people make their decisions.

Kasutatud kirjandus

1. Haythornthwaite, C. & B.Wellman. (2002). The Internet In Everyday Life. Blackwell Publishers Ltd.
2. Haywood, T. (1995). Info-Rich – Info-Poor. Access And Exchange In The Global Information Society. London.
3. Lees, M. (2004). Tööportaalist leiab töötaja odavamalt kui ajalehe kaudu. Äripäev, 02.veebruar.
4. Leonard, L. (2003). Acquiring Goods And Services Via The Internet: Consumer Shopping Perceptions. First Monday, Vol. 8, 11.
http://firstmonday.org/issues/issue8_11/leonard/index.html
5. McQuail, D. (2003). Massikommunikatsiooni teooria. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
6. Nuust, V. (2004). Kuus kevadist dilemmat. Postimees, 12.aprill.
7. Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2005). Mida tehakse Internetis? Arvutimaailm, 13.veebruar. <http://www.am.ee/15892>
8. Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2005). Mida tehakse Internetis, 2. Kes kasutavad Eestis Interneti? Arvutimaailm, 11.märts. <http://www.am.ee/16322>
9. Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2005). Mida tehakse Internetis, 3. Arvutimaailm, 22.aprill. <http://www.am.ee/16874>
10. Rainie, L. & P. Bell. (2004). The Numbers That Count. New Media & Society, SAGE Publications, Vol. 6, 1, 44-54.
11. Raud, M. (2004). Poodi kodust lahkumata. Eesti Naine, 9, 72-73.
12. Riigi Infosüsteemide Arenduskeskus (RIA), IT statistika. <http://www.ria.ee/atp/?id=217>, veebruar, 2005.

13. Runnel, P. & P. Pruulmann-Vengerfeldt. (2004). Eesti elavik 21.sajandi algul: ülevaade uurimuse *Mina.Maailm.Meedia* tulemustest: Mobiilid, arvutid, internetid: Eesti infoühiskonna künnisel. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 147-162.
14. Singh, S. (2001). Gender and The Use of The Internet at Home. *New Media & Society*, SAGE Publications, Vol. 3, 4, 395-416.
15. Tammet, T. (1995). Eesti Interneti esiajalugu. Eesti Päevaleht, 13.detsember.
16. Wellman, B. (2004). The Three Ages Of Internet Studies: Ten, Five And Zero Years Ago. *New Media & Society*, SAGE Publications, Vol. 6, 1, 123-129.
17. Wyatt, S. & F.Henwood & A.Hart & J.Smith. (2003). The Digital Divide: The Internet, Health Information And Everyday Life. Amsterdam: Amsterdams Sociologisch Tijdschrift.
18. Vengerfeldt, P. & P.Runnel. (2004). Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004: Uus meedia Eestis. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 233-256.
19. Viik, L. (1999). Dot comid veavad Eesti infoühiskonda. Eesti Päevaleht, 30.september.
20. Äripäeva juhtkiri. (2004). Internet müüb rohkem kui me arvame. Äripäev, 13.detsember.

Lisad

Lisa 1. Intervjuude läbiviimise tabel

Intervjueriija	Intervjueritav*	Tegevusala	Amet	Koht	Kestvus
Kristiina Tagel	M24	arstiteadus	töötav tudeng	Tartu	62 min.
	M19	metalli eriala	meistri abi	Tartu	44 min.
	M20	ehitus	töötav tudeng	Tartu	59 min.
	N27	bioloogia	lapsega kodus	Tartu	80 min.
Marko Paloveer	N39/2	poliitika	ametnik	Tallinn	59 min.
	N25	halduskorraldus	tudeng	Tallinn	106 min.
	M60	haridus	koolijuht	Tartu	82 min.
	N59	telefonivõrk	pensionär	Tallinn	81 min.
Piret Reiljan	N22	sotsiaaltöö	töötav tudeng	Tallinn	98 min.
	N39/1	majandus	analüütik	Tallinn	86 min.
	M25	meelelahutus	baarman	Tartu	72 min.
	N50	psühholoogia	vabakutseline	Tallinn	69 min.
Urmas Rosenberg	N31	põllumajandus	riigiametnik	Tartu	65 min.
	N42	käsitöö	FIE	Tartu	60 min.
	M26	ettevõtlus	töötav tudeng	Tartu	72 min.
	M48	põllumajandus	jurist	Tartu	54 min.
					1149 min.
Kokku:					~ 19 tundi

* Number tähe taga näitab intervjueritava vanust.

M = mees

N = naine

Lisa 2. E-kaubanduse tabel

(RIA 2005, Emori andmed)

Elanikkonna huvi e-kaubanduse vastu (% kõikidest vastajatest)

	Arv / %	Aeg
- väga huvitatud	1%	märts-mai 2001
	2%	märts-mai 2002
	2%	sept-nov 2002
	2%	märts-mai 2003
	3%	sept-nov 2003
	2%	märts-mai 2004
	2%	sept-nov 2004
- üldiselt huvitatud	6%	märts-mai 2001
	10%	märts-mai 2002
	9%	sept-nov 2002
	11%	märts-mai 2003
	15%	sept-nov 2003
	12%	märts-mai 2004
	10%	sept-nov 2004
- üldiselt ei ole huvitatud	14%	märts-mai 2001
	18%	märts-mai 2002
	17%	sept-nov 2002
	18%	märts-mai 2003
	18%	sept-nov 2003
	18%	märts-mai 2004
	15%	sept-nov 2004
- ei ole üldse huvitatud	70%	märts-mai 2001
	65%	märts-mai 2002
	66%	sept-nov 2002
	66%	märts-mai 2003

	60%	sept-nov 2003
	66%	märts-mai 2004
	69%	sept-nov 2004
- ei oska öelda	8%	märts-mai 2001
	6%	märts-mai 2002
	6%	sept-nov 2002
	5%	märts-mai 2003
	4%	sept-nov 2003
	2%	märts-mai 2004
	5%	sept-nov 2004
Elanike osakaal (%), kes ostavad tooteid ja teenuseid <i>online</i> 'is	15%	jaan.03
- neist on regulaarsed <i>online</i> 'is ostjaid	60%	jaan.03
eKaubanduse on-line'is kasutajate osakaal, kelle kogemus on kestnud enam kui 2 aastat	12%	jaan.03
Elanike osakaal, kes on kasutanud Interneti informatsiooni saamiseks toodetest ja teenustest	31,5%	jaan.03

Lisa 3. Internetikasutajate intervjuu

Valdkonnad, eesmärgid:

I Sotsiaalne võrgustik, kodu, sõbrad, õppimine, töö, huvid ja harrastused

II Arvutid ja Internet: Kogemused, ootused, harjumused, hüved, hoiakud, motivatsioon

III Internet ja sotsiaalne võrgustik, suhtlemine

IV Info otsimine

V Tarkvara ja riistvara: hirmud, oskused

VI Info ja kommunikatsioon, infoühiskond (mõiste tähendus, kokkupuude sellega),

SISSEJUHATUS

Te osalesite kaks aastat tagasi üle-eestilises uuringus Mina. Maailm. Meedia, mis käsitles teie elu, harjumusi ja eelistusi ning detailsemalt meedia tarbimist ning Interneti ja arvutite kasutamist. Te andsite nõusoleku vastata sama uuringu raames veel mõnele küsimusele. Kas teile meeldis selles uuringus osaleda? Kuivõrd teile meeldis oma elu ning maailmavaadet sellise küsitluse kaudu jälgida?

I Sotsiaalne võrgustik, kodu, sõbrad, õppimine, töö, huvid ja harrastused

Praeguse intervjuu eesmärgiks on rääkida pisut veelgi põhjalikumalt meedia ja arvutite ja interneti osast teie elus ning tegemistes ja teie üldisest suhtumisest nendes tehnoloogiatesse.

1. Esmalt palun rääkige meile pisut oma elust üldiselt. Mis valdkonnas te praegu tegutsete/töötate või õpitate?

1.2 Olete te viimase kümne aasta jooksul eriala või töökohta vahetanud? Mis põhjusel?

2. Kuivõrd peate te oma praegust elu huvitavaks ja õnnelikuks; raskeks ja nõudlikuks; võimalusterohkeks; rutiinseks (palun tooge näiteid).

2.1 Kuidas teile tundub, millest teie eluga rahulolu ning tegevustega toimetulek kõige enam sõltub?

2.2 Oskaksite ja tahaksite te nimetada mingeid olulisi asjaolusid, mis seavad teie elule piiranguid või mingeid asjaolusid, mis on rahulolu, eesmärkide saavutamisel ja eluga toimetulekul eriti olulised?

3. On teil aega väljaspool tööd ja pereelu ka huvialadeks või nn vaba-aja harrastusteks?

Millised need on?

3.1 Meeldib teile raamatuid lugeda, reisida, teha käsitööd või pildistada-filmida, vaadata filme, sportida, tehnikaga tegeleda, aiandusega tegeleda, kinos, teatris või

- kontserdil käia, ringides või koorides osaleda, ise midagi kirjutada, sõpradega aega veeta vms?
- 3.2 Kas te reisite? Kas töö või puhkuse eesmärgil? Kus?
- 3.3 Kui oluline on teie elus töö võrreldes vaba aja harrastustega?
- 3.4 Kas harrastused on teil isiklikud, või tegelete te oma huvialaga kellegagi koos (perega, sõpradega?)
4. Milline on teie igapäevaelus sõprade-tuttavate osa?
- 4.1 Kas suhtlete nendega tihedalt, igapäevaselt või pigem harva?
- 4.2 Kuivõrd te arutate nendega oma elu, perekonda puudutavaid asju?
- 4.3 Kuivõrd palju on teie sõbrad seotud teie huvialade ja harrastustega?
- 4.4 Kuivõrd arutate nendega maailma ja Eesti asju?
- 4.5 Kuivõrd oluliseks infoallikaks ja nõuandjaks te neid peate?
- 4.6 Arvestate te nende arvamusega?
5. Kuidas te oma elutempot iseloomustaksite?
- 5.1 On teil vahel kiire? Mis seda põhjustab?
- 5.2 Kuidas teil õnnestub aega kokku hoida?
- 5.3 On teil vahel igav? Kuidas te igavust peletate?
6. Kas teile meeldib end täiendada? (õppida, maailma asjadest teada saada, infot koguda, ülesandeid lahendada)?
- 6.1 On teil selleks elus või töö tõttu otseseid vajadusi?

II Arvutid ja Internet:

Kogemused, ootused, harjumused, hüved, hoiakud, motivatsioon

Internet on inimeste elus muutunud tihti üsna igapäevaseks ja nii on isegi raske öelda, kui oluline on selle osa. Meid huvitab siiski, kas, mis põhjustel ja kuidas teie ning teie sõbrad-tuttavad eelkõige Internetti kasutavad. Esmalt mõned üldised küsimused, millest pärast räägiksime ka pisut põhjalikumalt.

1. Mäletate te, kes teie sõpruskonnas hakkas Internetti kasutama esimeste hulgas, kes viimastena?
- 1.1 On teie tutvuskonnas või perekonnas neid, kes Internetti ei kasuta?
- 1.2 Kes sõpruskonnas hakkas varem, kes hiljem netti kasutama?
- 1.3 Kuivõrd lihtne oli teile endale arvutite ja interneti kasutamine? Õppisite te seda eraldi? Kelle käest? Kus? Kuivõrd oskajaks te ennast ise võrreldes teistega peate?

- 1.4 Kuivõrd sõltub interneti kasutamine teie arvates vanusest, haridusest, sotsiaalsest staatusest või muust sellisest? Millised inimesed Internetti kõige enam kasutavad? Oskate te oma tutvuskonna põhjal näiteid tuua?
- 1.5 On teil tähelepanekuid ka selle kohta, milleks teie sõbrad, tuttavad, pereliikmed kõige enam arvuteid ja Internetti kasutavad?
2. Mis eesmärgil te kõigepealt Internetti kasutama hakkasite?
- 2.1 Mida sealt otsisite või leida lootsite? On see tänapäeval kuidagi muutunud?
- 2.1 Mis te arvate, kas inimesed on oma harjumusi Internetiga seoses kuidagi muutnud? Aga teie ise?
3. Kui palju aega kulub teil umbes keskmisel päeval Interneti kasutamisele?
4. Oskate te nimetada oma elus mingeid valdkondi, kus võite öelda, et Internet on teile kasulik?
- 4.1 Kas oskate tuua mingeid näiteid?
- (KUI ei oska, SIIS abiküsimusteks: Mis tüüpi olukorraga on tegu – info otsimine, inimestega suhtlemine (tööalane, eraeluline?), probleemi, lahenduse otsimine (mis valdkonnas see oli: töö, isiklik elu, suhted, tervis. Kas tahate tuua mõnda näidet)?
- 4.2 Milleks te seda kasutate?
- (abiküsimused: e-mail, ajalehtede-ajakirjade lugemine, infootsing, eraelulised teenused, ajaviide, arvamuse avaldamine. Vastavatel temadel eraldi rääkimine sõltuvalt toodud näidetest)
5. Kuivõrd on Internet teile vaba aja veetmise vahend?
- (abiküsimused: netis surfamine? Hobide kohta info otsimine? Mängud? Rate ja muud sellised suhtluskanalid? kohtamisteenused?)
6. Olete te internetipanga kasutaja?
7. Olete te Interneti vahendusel midagi ostnud?
- 7.1 Aga Internetis näiteks hindu võrrelnud?
- 7.2 Kui olete teinud oste, siis kas teete ostu kohe, või vaatate kaupu mitu korda?
- 7.3 Mis laadi oste olete Internetis teinud – kas eesti e-poodidest või välismaalt?
- 7.4 Mis eelised on Internetist ostmisel poest ostmise ees?
8. Kuivõrd oskate te hinnata oma harjumusi üldiselt: kasutate te rohkem kindlaid lehekülgi või varieeruvad leheküljed, te internetis külastate, palju? Millega see on seotud?

III Internet ja sotsiaalne võrgustik, suhtlemine

1. Milliste suhtluskanalite abil hoiate kontakti oma sõprade-tuttavatega? (mobiil, telefon, näost näkku suhtlemine, sms, internet – e-post, MSN, jutukas, Skype, mingid muud online-suhtlusvahendid? Millised?)

- 1.2 Oskate te hinnata, millest just nende suhtlemisvahendite kasutamine?
- 1.3 Milline kanal/vahend on teile kõige meelepärased?
3. Kuivõrd palju külastate te ise mitmesuguseid foorumeid, suhtlete interneti vahendusel võõraste inimestega?
 - 3.1 On see rohkem üldine arvamuse avaldamine, või on teil ka isiklikke tutvusi?
 - 3.2 Milliseid foorumeid te külastate?
4. Kuivõrd te Internetisuhtlust usaldate? On teid Internetis ninapidi veetud või olete ise kellegagi nalja teinud?
5. Kas suhtlemine Internetis on teie jaoks kuidagi erinev suhtlemisest reaalses elus? (abiküsimused: kas olete netis suheldes julgem, avatum, enesekindlam või vastupidi?)
 - 5.1 Olete te märganud erinevusi näiteks lähedaste tuttavate interneti- ja tavaelu käitumist võrreldes?)
6. Kuivõrd te jälgite ajalehekommentaare või külastate suhtluslehekülgi, ajaviiteportaale, erialaportaale või uudisgruppe?
7. Kas te olete saanud foorumite/jututubade/ajalehekommentaare kaudu ka teile kasulikku infot (eluaseme, töö, tervise vms) kohta?
 - 7.1 Kas te usaldate sellisel teel saadud infot ja kui palju?
 - 7.2 Kas te kontrollite kuidagi selle usaldusväärsust? Kuivõrd selle kontrollimine on oluline?
8. Mida te arvate, miks kasutavad inimesed selliseid suhtlusvõimalusi nagu rate.ee või orkut.com? Teevad isiklikke kodulehekülgi?
 - 8.1 Kuidas te neisse portaalidesse suhtute? Kuidas te suhtute näiteks Delfi portaali või ajalehtede kommentaarikeskustesse?
 - 8.2 Kuivõrd peegeldavad Internetis leiduvad kommentaarid avalikku arvamust? Mis laadi teemade juures tunnete kõige rohkem huvi teiste lugejate arvamuse vastu ehk netikommentaare vastu?
9. Kas foorumid, kogukonnad, internetikommentaaris jms, kus te osalete, on mõjutanud või mõjutavad teie hoiakuid?
 - 9.1 Kui tugevalt tunnete end olevat seotud nende gruppidega, kuhu te kuulute?
 - 9.2 Kas grupp ja selle vaated mõjutavad või on mõjutanud teie hoiakuid?
 - 9.3 Kas külastate ka neid foorumeid, mille põhimõtted ei lähe otseselt kokku teie omadega? Mis eesmärkidel?
10. Loete te mingeid liste? On need seotud teie tööga, teie huvialadega, või on sõpruskonna- perekonna privaatsed listid?
 - 10.1 Kas need on rohkem info jagamise ja teadaannetega seotud, või käib seal listi liikmete vahelisi arutelusid?
11. Olete te Internetis tutvunud uute inimestega?

11.1 Mis tasemele need tutvused on arenenud?

11.2 Kuivõrd on Internetis võimalik heade või lähedaste suhete tekkimine?

IV Info otsimine

1. Kuivõrd tihti kasutate te Interneti millegi teada saamiseks, mingi info leidmiseks?

1.1 Oskate te tuua näiteid viimase nädala kohta – mis valdkondades olete infot otsinud?

1.2. Küsida kõigi valdkondade kohta: olete te otsinud/kasutanud/vaadanud uudiseid, eluasemega, tööga, reisimisega, kohtamisteenustega seotud infot, perega, tervisega seotud infot, hobidega seotud, seaduseid ja õiguslast infot vms?

1.3 Oskate te öelda, kuivõrd oluline infoallikas Internet teile on? Kas te kasutate ka muid infoallikaid: käite raamatukogus, helistate infotelefonidele, kasutate teatmeteoseid ja sõnaraamatuid?

1.4 Kuivõrd on Internet muutnud teie infootsimisharjumusi?

2. Kas te olete ka ise Interneti vahendusel püüdnud infot pakkuda, levitada? Mis valdkonnaga see on seotud?

2.1 Kuivõrd te usaldate Interneti? Olete te Interneti vahendusel oma andmeid edastanud? Millega seoses (krediitkaarditehingud nt)?

2.2 Kas annaksite Interneti oma isiklike andmeid?

3. Millistes eluvaldkondades või teemadel on info otsimine Internetist hea ja mugav?

3.1 Kuivõrd võib öelda, et leiate Internetist infot, mis teie elu kuidagi paremaks (mitte tööga seotud asjad: reisimine, pere ja tervisega seotud info, kohtamisteenused jms)? Meenub teile mõni näide?

4. Kuivõrd te olete Interneti kasutanud enda elu paremaks muutmiseks?

4.1 Olete te näiteks ostnud, müünud või rentinud eluaset?

4.2 Otsinud tööd?

4.3 Otsinud infot seoses reisile minekuga/korraldanud kavandatava reisiga seotut?

4.4 Otsinud meditsiinilist infot?

4.5 Oskate te tuua mõnd näidet, kuidas see on teie elu paremaks teinud?

5. Kuidas te Internetist infot otsite?

5.1 Otsite te mingeid kindlaid lehekülgi? Surfate niisama?

5.2 Kuivõrd on teil vajaliku info leidmiseks abi otsingumootoritest?

5.3 Kuidas te oma oskusi Internetist info leidmisel hindate? On info leidmine sealt lihtne või keeruline?

6. Milliseid sisulisi takistusi on teil Internetist info otsimisel ette tulnud?

6.3 Milliseid lehekülgi, portaale vms te info leidmiseks kasutate?

- 6.4 Kuidas teile tundub – kas olete Internetist saadava infohulgaga rahul, on seda liiga palju või liiga vähe? Miks teile nii tundub? Kui palju vaeva nõuab soovitud asja leidmine?
7. Kuivõrd kasutate eestikeelseid ning kuivõrd võõrkeelseid netilehekülgi? Miks?
- 7.1 Kas mõne keele mitte tundmine on olnud takistus soovitud info omandamisel, (kas vastaja on kasutanud Internetis tõlkimisteenuseid?)
- 7.2 Mis keeles lehekülgi te kõige enam kasutate?
8. Kui te leiate Internetist midagi huvitavat, kuidas käitute? Kas otsite teema kohta infot juurde või jätate selle sinnapaika?

V Tarkvara ja riistvara: hirmud, oskused

Meil on mõned küsimused ka Interneti ja arvutite hooldamise ja nendega seotud probleemide kohta.

1. Kuivõrd oskajaks arvutikasutajaks te end peate? On see viimase paari aastaga muutunud?
2. Kuivõrd hästi valdate enda hinnangul neid programme, mida teil igapäevases tegevuses kõige enam vaja läheb (nt tekstitöötlusprogrammid, pilditöötlusprogrammid, tabelarvutusprogrammid jms?)
3. Kuivõrd oskajaks peate ennast:
- 3.1 vajaliku tarkvara leidmisel, installeerimisel, vajadusel eemaldamisel või kaasajastamisel,
- 3.2 võrguühenduse konfigureerimises,
- 3.3 kodulehekülje või esitluste tegemises?
4. On teil olnud kogemusi viiruste, rämpsposti vms ebameeldivustega? Oskate te viiruste, spämmi jms kaitseks midagi ette võtta? Mida näiteks?
- (Urmase selgitus: tundmatuid kirju ei loe, attachmente ei ava, töö mail ainult töö jaoks jne?)
5. Kui teie arvuti töös tuleb ette tõrkeid, kas oskate neid ise lahendada või pöördate asjatundjate poole? Mis tüüpi probleemidega on enamasti tegu olnud?
6. Kas ise aitate või juhendate teisi arvuti kasutamisel?
- 6.1 Kui teil on kodus arvuti, siis kes enamasti lahendab arvuti hooldamisega seotud küsimusi?
7. Kust veel leiate abi probleemide lahendamisel?
- 7.1 Kuivõrd jälgite arvuti probleemidega seotut ajakirjandusest? Oskate nimetada ajakirjandusväljaandeid, kus neist kirjutatakse/räägitakse? Kui näiteks näete arvutitega seotud lugusid päevalehtedes, kas vaatate neid või liigute edasi?

VI Info ja kommunikatsioon, infoühiskond (mõiste tähendus, kokkupuude sellega), poliitika, globaalne areng, üldised hüved

1. Oskate te nimetada mingeid Internetist kättesaadavaid teenuseid, millest teile kasu on olnud?
 - 1.2 Näiteks Eestis pakutavad avaliku sektori teenused, pangateenused, busiinfo, ja palju muud või Internetis üldiselt pakutavaid? (kuni meilboksi tulevate spämmkirjade ravimipakkumiseni välja)
 - 1.3 Millistest teenustest puudust tunnete?
2. Olete te kasutanud Interneti kohaliku omavalitsusega suhtlemisel?
 - 2.1 Milliseid teenuseid võiks näiteks Tartu linnavalitsus Interneti vahendusel pakkuda?
3. Kuidas teile tundub, kui võrd arvestatakse Eestis e-teenuste väljaarendamisel Internetikasutajatega, kui võrd neilt küsitakse nõu? Kas olete ise aidanud kaasa mõne e-teenuse arendamisel, kui võrd oleksite valmis kaasa lööma? Milles kaasaaitamine võiks seisneda?
4. Milline on teie arvates infotehnoloogiliste teenuste tulevik Eestis lähematel aastatel?
5. Jälgite te arvutite ja Interneti kajastamist meedias?
 - 5.1 Kui, siis miks? Milliseid teemasid? Nimetage mingeid meelde jäänud teemasid?
6. On teil ID kaart? Kui võrd head on teie arvates selle praegused kasutamismõimalused? Olete te seda kasutanud? Kas te osaleksite e-valimistel?
7. Oskate te nimetada mingeid huvitavamaid või silmapaistvamaid E-arenguid Eestis?
 - 7.1 Kui võrd palju neist üldse teatakse?
8. Praegusel ajal kasutatakse mõisteid infoühiskond ja teadmühiskond. Neile antakse mitmeid erinevaid tähendusi.
 - 8.1. Mis te arvate, kas teie kuulute infoühiskonda? Kas teie tegevusala on iseloomulik infoühiskonnale? Miks?
 - 8.2 . Kui võrd on Eestis infoühiskonna arengukavad teie arvates seotud inimeste igapäevaeluga?
9. Kui võrd te sõltute tehnoloogiast nagu mobiil ja Internet? Kui võrd sõltub tänapäevane ühiskond tehnikast või kui võrd on see sõltuvus illusoorne?

Täname meiega oma mõtteid jagamast!

Taru Ülikooli Ajakirjanduse ja Kommunikatsiooni Osakond

Lisa 4. CD intervjuude helifailidega

CD on kinnitatud käesoleva töö tagumise kaane siseküljele ning sisaldab lisaks helifailidele ka käesolevat tööd elektroonsel kujul.