

Tartu Ülikool  
Sotsiaalteaduskond  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

PÄRNU IMAGO PÄRNU SÜTEVAKA  
HUMANITAARGÜMNAASIUMI JA PÄRNU ÜLEJÕE  
GÜMNAASIUMI ABITURIENTIDE SEAS

Bakalaureusetöö

Autor: Gerli Paldis  
Juhendaja: Aune Past MA

Tartu  
2008

# Sisukord

Sissejuhatus.....	3
1. Teoreetilised lähtekohad.....	5
1.1 Imago.....	5
1.2. Imago tekkprotsess.....	9
1.3 Imago uurimise meetodid.....	10
2. Ülevaade uurimisobjektist ning uuringumetoodika tutvustus.....	13
2.1 Ülevaade Pärnust.....	13
2.2 Uurimismeetodite kirjeldus ja valiku põhjendus.....	14
2.3 Valimi valik ja põhjendus.....	16
2.4 Uurimisküsimused ja hüpoteesid.....	17
3. Tulemuste esitus.....	20
3.1 Standardiseeritud küsimustik.....	20
3.2 Semantiline diferentsiaal.....	28
3.3 Süvaintervjuude tulemuste analüüs.....	32
4. Analüüs ja järeldused.....	36
Kokkuvõte.....	40
Summary.....	42
Kasutatud kirjandus.....	43
LISA 1. Standardiseeritud küsimustik.....	45
LISA 2. Semantilise diferentsiaali tulemused.....	48
LISA 3. Süvaintervjuud Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi õpilastega.....	51
LISA 4. Süvaintervjuud Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi õpilastega.....	61

## Sissejuhatus

Suhtekorralduse trendid tõstavad tänapäeval tähelepanu keskmesse pigem sisekommunikatsiooni kui meediasuhted. Üha enam pööravad erinevad riigid, linnad ja piirkonnad tähelepanu oma sisemisele mainekujundusele meelitamaks uusi elanikke ning vältimaks juba olemasolevate lahkumist. Nii nagu organisatsioonikommunikatsioonis muutub oluliseks siseturundus, pööravad ka linnad-vallad palju tähelepanu elanikkonna teavitamisele. Linna eristumine teistest on väga oluline, sest piirkonnad võistlevad piiratud ressursside nimel (Rainisto 2003, Kutti 2007, kaudu). Inimeste käitumine on sageli seotud organisatsioonist või piirkonnast kujunenud imagoga.

Käesoleva bakalaureusetöö fookuses on Pärnu linna imago Pärnu kahe erineva kooli abiturientide silmis. Valimi moodustasid Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium ning Pärnu Ülejõe Gümnaasium, mida on käsitletud kui kahte erinevat sihtgruppi. Töö eesmärgiks on välja selgitada, milline on Pärnu imago välja valitud sihtgruppide seas, ning kuidas saaks seda nende arvates paremaks muuta. Autor uurib Pärnu imagot konkreetsete sihtgruppide hulgas, kuna nõustub imagoteoreetik Bromley väitega, et ühel objektil on erinevad imagod lähtuvalt sihtgruppidest ja imago uurimisel tuleks läheneda sihtgruppidele eraldi, et selgitada välja erinevates sihtgruppides tekkinud imagod.

Eesti linnade imagot on varem käsitlenud Aune Past oma 1999. aastal kaitsnud magistritöös „Eesti linnade imago linnaelanike silmis“, kus lisaks Pärnule on uuritud ka Tallinna ja Tartu imagot erinevate sihtgruppide hulgas.

Käesolev bakalaureusetöö jaguneb neljaks suuremaks peatükiks. Esimeses peatükis on toodud töö teoreetilised lähtekohad. Välja on toodud erinevate teoreetikute ning praktikute arusaamad imagost, selle tekkimisest. Lisaks on käsitletud ka erinevaid võimalikke imago uurimismeetodeid. Teine peatükk annab ülevaate uurimisobjektist Pärnust ning tutvustab ning põhjendab uurimismetoodika valikut. Kolmas peatükk esitab saadud tulemused, eraldi on välja toodud nii semantilise diferentsiaali, standardiseeritud küsimustiku kui informandi-intervjuu tulemused. Neljandas peatükis on töö üldine analüüs ning järeldused.

Semantilise diferentsiaali koos standardiseeritud küsitlusega viis autor läbi 2007. aasta detsembrikuus ning sellele vastas kokku 66 õpilast 94% küsitluse saanutest. Semantilist diferentsiaali toetavaks meetodiks on informandi-intervjuud ehk süvaintervjuud, mis on läbi viidud käesoleva aasta aprillikuus.

Töö autor tänab oma juhendajat, Aune Pasti.

# 1. Teoreetilised lähtekohad

Kuivõrd käesolev bakalaureusetöö keskendub ka imagoteooriatele, on oluline selgitada imago sisu ning selle tekkimist. Töös on kasutatud erinevate autorite (Aune Past, Dennis Basil Bromley, Charles J. Fombrun, Cees B.M. van Riel jt.) teooriaid ning seisukohti.

## 1.1 Imago

Antud bakalaureusetöös on läbivalt kasutatud mõistet imago, kuigi kirjanduses leidub sellele ka erineva varjundiga, kohati sünonüümidena kasutatud sõnu, nagu imidž, kujutus, identiteet, reputatsioon jms. Selgitamaks imago mõiste valikut, selle olemust, tekkimist ning autoripoolset arusaama sõna ning selle sünonüümide sisust, olgu selgitatud mõnede eelpool nimetatud sõnade tähendust ning põhjendatud nende mittesobivust antud töö konteksti. Imagoga samaväärselt, sünonüümina on kasutatud mõistet „kuvand“.

„Eesti keeles ei ole ikka veel *image*’i väljendamise jaoks ideaalset terminit. See on ka mõistetav, sest antud mõiste on kaugelt rikkam kui „kujutus“. Samas tunduvad ühekülgselt jäävat ka sellised mõisted nagu maine, ettekujutus, stiil, tunnetus. Kuvand on liialt assotsieeruv televisioonitehnikaga ja ka visuaalse kujutisega. Jäägu see sisuliselt rikas mõiste edasigi oma eestikeelset ristimist ootama. Senikaua eelistan mina imagot. Imago on teatud ettekujutuste, ootuste, kogemuste ja teadmiste kogum mingi propageeritava toote, isiku või firma kohta. Inimesed ostavad ja tarbivad mitte niivõrd selle alusel, kas nende poolt valitud või isikutel *on tegelikult* need omadused, mida neil eeldatakse olevat, vaid selle alusel, milline on *subjektiivne arvamus* või ettekujutus nendest omadustest.“ (Bachmann 2005: 166-168)

Nagu ka varem öeldud, ei oma tänapäeval imagot mitte üksnes tooted, firmad ning isikud, vaid üha enam ka piirkonnad ning linnad. Seetõttu saab eelpool toodud definitsiooni kanda üle antud uurimustöö objektile, Pärnu linnale: inimestel on subjektiivne arvamus või ettekujutus sellest, milline Pärnu on, olenemata sellest, kas see vastab tegelikkuses tõele. Ka töö raames läbi viidud standardiseeritud küsitluses ilmnes abiturientide hulgas erinevaid ja kohati väga vastakaid arvamusi, mida ei osatud seejuures alati adekvaatselt põhjendada.

Ka Aune Past defineerib imagot sarnaselt Talis Bachmannile:

„Imago on sihtgruppides organisatsioonist kujunenud meelepilt, mille kujunemist mõjutavad organisatsiooni käitumine ja sümbolkommunikatsioon, sihtgrupi domineerivad skeemid ja vastuvõtukeskkond. Imago on teadmine, mille järgi sihtgrupid suhtuvad organisatsiooni ja mille põhjal nad eristavad organisatsiooni teistest.“ (Past 2007: 14)

Imagot saab käsitleda mitte kui imago saatja või imago saaja, vaid ühiskonna kahe osaleja vahelist vastastikust tegevust. Imago on ühe poole ehk objekti enda tähistamise (märkimise, tähenduse andmise) ja teise poole ehk subjekti poolt objektile tähenduse andmise vastastikuse mõju väli. (Past 2007)

Aune Past lisab oma magistritöös „Eesti linnade imago linnaelanike silmis“ (1999) järgmist: „Imago on kahetasandiline, esmasel tasandil on see, mis on öeldud organisatsiooni kohta, teine on latentne imago, mis mõjutab sihtgruppe sageli alateadvuslikult. Sekundaarsel tähenduse tekkimise tasandil on tähtis koht müüdil. Märgi tähenduse tekkel on oluline vastuvõtja positsioon ühiskonnas, haridus, vanus, rahvus jne. Igal neist on oma teatav diskursus, mis juhib omal viisil maailma hindamisele. Tähenduse teke on spetsiifiline, kuid viis, kuidas mõeldakse, universaalne.“

Võrdluseks olgu toodud ka mõiste „imidž“, mida kasutab Linnar Priimägi oma teoses „Reklaamikunst“:

„Üks 1980. – 1990. aastatel meie käibesse tulnud laenmõisteid ja võõrsõnu on imidzh. Seda inglise keelest ülevõetud sõna on soovitatud küll kodustada tema algsemal, ladina alusel, „imaagona“, kasutatud on ka „immitsat“. Täiesti korrektne vaste oleks „kujund“ ning lõpuks meenub koguni ühe filmipealkirja tõlkes pakutud „kuvand“, aga nood parandusettepanekud kipuvad jääma asjatuks, sest „imidzh“ on suulises kõnes juba kinnistunud kõikidel elualadel, mille globaalne levik on kulgenud läänest itta. Imidzh tähendab pilti vaimusilmas, mälestus- või kujutluspilti.“ (Priimägi 1998: 57)

Käesoleva töö autor ei kasutanud imidži mõistet seetõttu, et antud uurimuse raames tundub see mõiste intuiivselt veidi kitsas. Siinkohal ühtib autori arvamus Bachmanniga: „Imago on midagi sümboli, ettekujutuse ja ootuse vahepealset.“ (Bachmann 2005)

Kinnitamaks imago defineerimise võimaluste paljusust, olgu välja toodud veel mõned variandid, mis on võetud C. B. M. van Rieli (1995: 78) raamatust „Principles of Corporate Communication“:

- Imago on tähenduse asetus, mille kaudu objekti teatakse ja läbi mille inimesed kirjeldavad, mäletavad ja seostavad sellega. See on inimese uskumuste, ideede, tunnete ja muljete interaktsioon objekti kohta. (Dowling 1986)
- Imago on subjektiivne teadmine (Boulding 1956)
- Imago on hierarhiline tähenduste struktuur, mis moodustub tähenduste (/väärtuste) ahelatest. (Reynolds & Gutman 1984)
- Imago on nende kogemuste summa, mis kellelgi institutsiooniga on. (Ford 1987)
- Imago on kujutis mõistuses. See mõjutab suhtumist, mis omakorda mõjutab käitumist. (Bernstein 1986)
- Imago on kuju, inimese, asja vms representatsioon või imitatsioon; illusoorne vorm, nähtu representatsioon; vaimne pilt millestki reaalsest; teatud grupi peas olev sümbolite ja alussuhtumiste ning orientatsioonide kogum, massimeedia kirjeldatud populaarne kontseptsioon (Vos 1996)
- Imago on subjektile objekti poolt – kaudselt või otseselt – esitatud stiimuli määr. Interpretatsiooni ja nende stiimulite hinnangut võivad mõjutada paljud faktorid. (van Riel 1995)

Eelpool toodud erinevate autorite imago mõiste definitsioonidest ühtib töö autori arusaam eeskätt Dowling’u ja Boulding’uga. Autori meelest on oluline rõhutada, et tegemist on subjektiivse teadmisega, mis kujuneb inimese uskumuste, ideede, tunnete ja muljete koosmõjul objekti kohta, antud juhul siis Pärnu linna kohta. Fordi käsitus justkui oleks imago kogemuste summa, mis inimesel objekti või institutsiooniga on, pole autori meelest oma sisult päris korrektne. Kogemused, mis seostuvad näiteks Pärnu linnaga on kindlasti oluliseks mõjuriks imago kujunemisel, ent inimestel on tihti arusaam objekti imagost ka sellisel puhul, kui nad pole ise sellega otseselt kokku puutunud.

Aune Past (2007) on oma teoses „Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas“ kasutanud lisaks imago mõistele kasutanud ka reputatsiooni ja maine mõistet, viimaseid kasutab ta sünonüümidena. Nii imago kui reputatsioon/maine peegeldavad avalikkuse teadvuses olevaid kognitiivseid representatsioone (ld *representatio*, esindamine, taasesitamine).

Autori intuiitiivne seisukoht on, et maine ning imago vahele pole võimalik võrdlusmärki tõmmata. Maine ehk reputatsioon on pigem kahedimensiooniline ehk hea-halb. Imago sisu on aga ulatuslikum, kus imagodimensioone näiteks lähtuvalt Eestile kohandatud Osgood'i semantilisest diferentsiaalist on 16.

Siiski on teoreetikuid, kes mõisted imago ning reputatsioon samastavad.

Suhtekorraldusteoreetik Dennis Basil Bromley (1993) leiab aga, et mõisted reputatsioon ja avalik imago (*public image*) on praktiliselt identsed. Põhiline erinevus on see, et reputatsioon eeldab hinnangut, imago on aga küllaltki neutraalne termin. Reputatsioonid on uskumuste ja arvamuste süsteemid, mis mõjutavad inimeste tegevust teatud inimeste või asjade suhtes. Oluline on, et reputatsioon ei ole kunagi paigalseisev, staatiline – see võib muutuda vastavalt situatsiooni muutustele.

Sarnaselt Bromleye leiab Charles J. Fombrun (1996), et korporatiivse reputatsiooni moodustavad tarbijate, investorite ja üldise avalikkuse nii käitumuslikud kui emotsionaalsed reaktsioonid organisatsiooni nimele. Antud töö kontekstis siis reaktsioonid Pärnu nimele.

Bakalaureusetöö selguse huvides olgu lahti selgitatud ka identiteedi mõiste ning selle võimaliku sünonüümi mittedobivus käesoleva töö konteksti .

Pasti (2007) kohaselt kajastab identiteet seda, mis organisatsioon tegelikult on. Identiteet on seotud sellega, kuidas organisatsioon ennast esitleb, millised on organisatsiooni olulised jooned. Identiteet ei ole midagi võltsi ega kosmeetilist, vaid see peegeldab organisatsiooni põhiolemust. Organisatsioonikommunikatsioon on protsess, mis transleerib identiteedi imagoks.

Lähtuvalt käesoleva bakalaureusetöö teemast peegeldab identiteet Pärnu kui linna põhiolemust. Identiteedi imagoks transleerimine on nii Pärnu Linnavalitsuse, Pärnu linna elanike kui ka selle külaliste võimuses. Kui linnavalitsus saaks identiteeti imagoks transleerida oskusliku kommunikatsiooni abil, siis nii linnaelanike kui külaliste puhul mängivad rolli ühiskonna nn tähtsad teised, kelle arvamused tähele pannakse, hinnatakse ning sageli ka omistatakse.



## 1.2 Imago tekkeprotsess

Imago tekkimis-, kujunemisprotsess on keeruline, kuivõrd see tekitab palju küsimusi ning „imago uurimisvaldkonda iseloomustab ambivalentsete definitsioonide ja tõlgenduste rohkus (Past & Vihalemm 2004: 183).“ Olulisim küsimus on aga: kes loob imago? Kas imago loob teadlik suhtekorralduslane tegevus või loob imago sihtgrupp? Mis aspektid imago loomist/kujunemist veel mõjutavad? Erinevad imagokäsitluse koolkonnad on eri seisukohtadel. „Imagotega seoses on tuliseid vaidlusi põhjustanud küsimus, kes on imago looja. Kas me tajume tegelikkust niimoodi, nagu tegelikkus on, või tajume tegelikkust vastavalt omaenda identiteedile, kogemusele ja skeemidele?“ (Past 2007: 28) Imago käsitlus kas siis saatja või vastuvõtja vaatekohalt, ongi eraldusjooneks kahe olulisema koolkonna vahel.

„Imagoteoreetiliste arutluste kõige sagedasem diskursus on *image-makerite* turundusprotsesside vastandamine avalikkuse erinevate gruppide kognitiivsetele protsessidele“ (Past & Vihalemm 2004: 183).

Käesoleva bakalaureusetöö autor lähtub oma töös kognitiivpsühholoogilisest diskursusest, mida Boorstin nimetab ka marketingidiskursuseks. Sellele vastandub nn pettusediskursus, mis on teine oluline imago tekke baasteooria. Ka näiteks tuntud imagoteoreetik James Grunig eristab imago kognitiivpsühholoogilise (vastuvõtjasuunaline) ja artistliku poole (sõnumi saatja suunaline) (Past 2007). Kuivõrd üks lähenemine on töö põhiline lähtekoht ning teine sellele otseselt vastanduv, peab autor vajalikuks käesolevas peatükis käsitleda neid mõlemaid.

„Vastuvõtjasuunaline imago on seotud kognitiivpsühholoogiaga, mis tugineb Aristotelesest lähtuval filosoofiale (Past 2007: 33).“ Kognitiivpsühholoogilise diskursuse tsiteerituim esindaja K. E. Boulding väidab, et imago on subjektiivne teadmine. Imagot käsitletakse kui poolt loodavat mitmetahulist tunnetuslikku teadmiste, kogemuste, hinnangute ja väärtuste kompleksi. Imago loojad ei ole mitte turundusspetsialistid, vaid sihtgrupid ise. Imago tekkeprotsessis on olulised nii organisatsiooni identiteet ja sõnumid kui ka sihtgruppide kogemused ja identiteet. (Past 2007; Boulding 1973, Konrad 2007, kaudu) „Kognitiivteoreetilised käsitlused said alguse Kenneth E. Bouldingust, kes väidab, et igal inimesel on teadmus maailmast, mida ta usub olevat tõde, nii on imago persooni subjektiivne

teadmus maailmast (*person's stock of subjective knowledge*).“ (Boulding 1956, Past & Vihalemm 2004: 183, kaudu)

Autor on seisukohal, et imago teket mõjutavad nii linna identiteet kui sõnumid, aga ka sihtgruppide identiteet kogemused ning teadmised. Kindlasti ei saa rääkida ühepoolsest kommunikatsioonist, vaid igasugusest kommunikatsioonist mitmete lisategurite koosmõjul.

Kognitiivpsühholoogia rõhutab, et imago on tunnetamise vorm. Imago on otsustamise puhul oluline, siin toimivad kognitiivsed skeemid, imago on mõtlemise komponent (Beach 1990, Past 1999: 12, kaudu).

Tuginedes kognitiivsele imagokäsitlusele väidavad Aune Past ja Peeter Vihalemm, et imago on inimese meeltes olev kujutluspilt ning see on tegelikkust tähistav teadmuse struktuur. Imago sünnib kommunikatsiooni tulemusena. (Past & Vihalemm 2004: 183).

Kognitiivpsühholoogilise diskursusele vastandub nn pettusediskursus, mida iseloomustavad väljendid nagu „pseudotegelikkus“ ja „manipuleerimine“. Diskursus tugineb Boorstini seisukohtadele väites, nagu oleks võimalik imago luua ja see siis edastada sihtgruppidele, kellel ei jääd muud üle, kui imago alla neelata. Selline lähtekoht õigustab manipuleerimist, imago kui valetegelikkuse esitamist. Ühiskonnakriitikud on sellise imagoloomise (*image making, spin doctoring*) vastu. Sellised valeimago on nagu kuliss, mis varjab tegelikkust (Past 2007). Võrdlemisi üheplaaniline käsitlus näeb imagot kui professionaali teadliku töö tulemust, mille kaudu jõuab vastuvõtjani vaid valitud informatsioon. Seega on tegemist valeliku ning ebaetilise kommunikatsiooniga, mida omal ajal kasutasid sõjapropagandistid ja pressiagendid (Lippmann, Past 1999, kaudu).

### **1.3 Imago uurimise meetodid**

Imago analüüsil tuleb uurida erinevaid aspekte. Pole olemas ühest, universaalset mõõtmistehnikat, mis kirjeldaks korraga imago kõiki külgi.

Imago uurimiseks ning hindamiseks on kirjanduses välja pakutud erinevaid võimalusi. Bromley (1993) on imago uurimise võimaluste all muuhulgas esile toonud

nominatsioonimeetodi, hääletamise meetodi, arva-kes-meetodi, magnituudiskaalade meetodit, hindamise skaalade meetodit, semantilise diferentsiaali meetodit, lisaks kontentanalüüs, küsimustikud ja struktureeritud intervjuud. Aune Past on oma raamatus „Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas“ (2007) lisanud märgistuslehemetodi, hääletamise meetodi ning mõtteskaalameetodi.

Olgu lühidalt toodud erinevate uurimismeetodite põhiideed.

Nominatsiooni- ehk nimetamisemeetod seisneb intervjuus, kus vastajatel ehk respondentidel palutakse nimetada objekt, mis või kes kõige rohkem vastab esitatud kategooriale, näiteks: milline linn on Eestis kõige teadussõbralikum? Nominatsioonimeetod sobib kõige paremini imago ulatuse ja jagatud kogemuse mõõtmiseks, sotsiaalse koostöövõrgustiku ning kommunikatsiooni analüüsiks. (Past 2007: 41-42)

Arva-kes-meetod leiab enam kasutamist psühholoogias sotsiomeetria täiendusena. Küsitakse: arva, kes? Arva, kus? Arva, mis? Protseduur on lihtne, sarnaneb nominatsiooniga, ent nimetatud meetod ei mõõda latentset imagot. Eelistustemeetodi puhul koostatakse objekti omaduste hinnangute võrk. Meetod sobib näiteks linnade võrdlemiseks. Mõõtmiseks kasutatakse 5-11 punktilist skaalat ja vastandlikke omadusi. Võrdluseks jagatakse omadused gruppideks, et näha, kuidas need grupiti erinevad. (Suhtekorralduse käsiraamat, 2002)

Semantilise diferentsiaali meetodi autori Charles Osgood kohaselt mõõdab see meetod märgi tähendust ning esitab seda kui assotsiatsiooni, mida märk kutsus esile inimese teadvuses. Märgiks võib pidada näiteks organisatsiooni nime, logo või mõnda muud elementi. Assotsiatsioonid, mida samad märgid inimestes esile kutsuvad, erinevad konteksti ja inimese kogemuse poolest. (Bromley 1993)

Bromley (1993: 263) järgi saab semantiline diferentsiaali kasutada nii avaliku imago (*public image*) mõõtmiseks kui ka imagote võrdlemiseks. Nimetatud meetodi tugeva küljena toob autor välja, on lihtne konstrueerida ja töödelda. Aune Pasti magistritöö (1999) kohaselt on semantilise diferentsiaali eeliseks imago mõõtmisel on tulemuste võrreldavus, mõõtmist on kerge verifitseerida, uuringu protseduur on standardiseeritud. Nõrgaks küljeks peab Bromley (1993) üsna limiteeritud teoreetilist põhja. Ka Past (1999) leidis, et imago eksperimentaalsete

uurimuste kohta on kirjanduses vähe andmeid. Imago on raskesti defineeritav, teaduslikult raskesti mõõdetav.

Töö autor eelistas Pärnu linna imago uurimiseks kasutada kvantitatiivmeetodina semantilist diferentsiaali. Täpsem ülevaade nimetatud uurimismeetodist on antud peatükis 2.2, kus autor põhjendab nii meetodi valikut kui kirjeldab seda põhjalikumalt.

## **2. Ülevaade uurimisobjektist ning uuringumetoodika tutvustus**

### **2.1 Ülevaade Pärnust**

Pärnu on Edela-Eestis Pärnu lahe kaldal asuv 32 km<sup>2</sup> suuruse pindala ja umbes 43 500 elanikuga majanduskeskus. Pärnu on saanud tuntuks kui suvitus- ja kuurortlinn: suvel kasvab inimeste arv kümnekordseks. Pärnu kuurordiks kujunemise üheks eelduseks oli paikkonna soodus geograafiline asend liivapõhjaga mereranna vahetus läheduses, madalaveelise lõunasse avatud merelahe kaldal.

Esimene suurem õitsenguaeg oli Pärnul alates 1318. aastast 15. sajandi lõpuni, kui Pärnu oli hansalinn Novgorodi viival jõeteel.

Alates 1996. aastast Eesti suvepealinna tiitlit kandev vana hansalinn Pärnu on ka rahvusvaheliselt tuntud sadamalinn ja mereturismi keskus. 18. sajandi teisel poolel alguse saanud sajandipikkune õitseage Pärnu ülemerekaubanduses, mis saabus koos vilja, lina, puiduekspordi kasvuga. Pärnu ligi sajandipikkused purjetamistraditsioonid ja heal tasemel külalissadama teenused on 1994. aastast alates hinnatud Euroopa Sinilipu nõuetele vastavaks.

Niisiis pole Eesti kuulsaim kuurort Pärnu pole üksnes suvelinn. Siin peetakse konverentse, teatrietendusi, kontserte. Kuurort-, sadama- ja hansalinna kõrval on Pärnu ka ülikoolilinn: 1699-1710 aastal tegutses Pärnus Tartust üle toodud *Academia Gustavo Carolina*. Tartu ülikool jõudis tagasi Pärnu Kolledži näol 1996. aastal.

Pärnu Linnavalitsuse koostatud brošüür kirjeldab Pärnut järgmiselt:

“Linnasüdant piirav vallikraav Tallinna väravaga, vanalinna idüllilised tänavad, randa viivad või sellega rööbiti kulgevad puisteed, Pärnu Rannahotell ja Rannahoone koos selle ees kõrguva seenekujulise vaateplatvormiga, neoklassitsistlikus stiilis mudaravila peahoone, kõrval kuursaal ja palju parke. Kõik see moodustab eriomase keskkonna nii intiimsust kui rahu otsivale inimesele, aga ka neile, kes tahaksid ühendada lõõgastuse elava kunsti- ja muusikaeluga.” (Pärnu 2007)

Pärnu linna tunnuslauseks on „Ela või ise“ (inglise keeles „*Try it yourself*“) mida kasutatakse ainult koos Pärnu linna logoga.

Käesoleva aasta 1. jaanuari seisuga elab Pärnus 43 488 inimest, neist naissoost 24 355 ehk 56% ja meessoost 19133 ehk 44%. Rahvastik rahvuste lõikes 2006. aasta 1. jaanuari seisuga on järgmine: eestlasi on 74%, venelasi 14%, ukrainlasi 2%, soomlasi 1%, valgevenelasi 1% ning muid rahvusi 8%. (Linna elanikud 2008)

Kuivõrd antud uurimistöö valimi moodustavad kooliõpilased, olgu toodud ka ülevaade Pärnu haridusasutustest.

Pärnu linnas tegutseb 2007/2008 õppeaastal 14 koolieelset lasteasutust, kus on komplekteeritud 107 rühma 2070 lapsega. Tegutseb 11 munitsipaal-üldhariduskooli ja 2 era-üldhariduskooli. Üldhariduskoolidest on üks vene õppekeelelega.

Õpilaste arv üldhariduskoolides on 6924 ja klassikomplektide arv on kokku 286. Munitsipaal-üldhariduskoolides on 6468 õpilast ja klassikomplekte 266, era-üldhariduskoolides on 456 õpilast ja klassikomplekte 20. (Üldharidus 2007)

## **2.2 Uurimismeetodite kirjeldus ja valiku põhjendus**

Käesolevas bakalaureusetöös on kvantitatiivmeetodina kasutatud Osgoodi poolt välja töötatud semantilist diferentsiaali. Nimetatud uurimismeetod võimaldab selgitada välja peamised tendentsid ning on heaks aluseks edasisteks, kvalitatiivmeetodiga läbiviidavateks uuringuteks. Semantiline diferentsiaal on abiks Pärnu imagost ülevaate saamiseks ja edasise kvalitatiivanalüüsi tõlgendamise lihtsustamiseks. Autor otsustas nimetatud uurimismeetodi kasuks ühest küljest seetõttu, et see kohandatud Eesti oludele vastavaks: „Imagomeetri väljatöötamise põhjuseks oli, et ükski teistest keeltest tõlgitud skaala ei mõõtnud kaasaegses eesti keeles objekti imagot efektiivselt (Past 2007: 40).“ Teisalt aga seetõttu, et meetodiga on võimalik välja tuua sihtgruppides esinevad imagodimensioonid ning need on kergesti võrreldavad. Semantilisele diferentsiaalile järgneb lühiküsimustik, kus on nii avatud kui suletud küsimused Pärnu linna ja selle imago kohta.

„Charles Osgood töötas semantilise diferentsiaali skaalad välja 1950. aastate lõpus ning seni on neid kasutatud imago mõõtmiseks edukalt (Past 1999: 106).“ Semantiline diferentsiaal mõõdab märgi pragmaatilist tähendust, mida võib võrdsustada inimese sisereaktsiooniga märgile. Need sisereaktsioonid muutuvad ja varieeruvad erinevate inimeste puhul kindlaksmääratud, kõigile mõistetele ühese psühholoogilise järjepidevusega. Järjepidevusest kasvab mingi tunnus, millega seostuvad kõige erinevamad mõisted. Mõiste tähenduse hindamine toimubki vastandlike omadussõnade vahelisel skaalal, mis on jagatud võrdseteks intervallideks. Keskpunkt väljendab indifferentsust. Mida tugevamini mõiste skaala otspunktil asuva omadussõnaga seostub, seda kaugemale indifferentsuse punktist küsitletav mõiste asetab. (Osgood Suci and Tannebaum, Kirikmäe 2006, kaudu)

„Assotsiatsioonid, mida ühed märgid erinevates inimestes esile kutsuvad, erinevad konteksti ja inimese kogemuse võrra. Iga inimese puhul võib märgi pragmaatiline, eriti konnotatiivne tähendus (kaastähendus) suuresti muutuda, sest temas on inimese suhtumine mõistesse selle tekitatud assotsiatsiooni kaudu.“ (Past 2007: 39-40)

„Semantilise diferentsiaali meetodika autorid arvavad, et tähendus muutub kindlaksmääratud, kõigile mõistetele ühtse psühholoogilise järjepidevusega. On olemas psühholoogiline järjepidevus, millest kasvab mingisugune tunnus ja millega me seostame kõige erinevamaid mõisteid.“ (Past 2007: 40)

Pärnu imago uurimiseks kasutati 16 bipolaarse omadussõnaga skaalat (Vt. LISA 1). Iga skaala jaotub seitsmeks vahemikuks, kus otspunktid „väga hästi“ iseloomustavad antud omadussõna kõige rohkem, keskpunkt märgib suhtumist „ei seda ega teist“. Skaala keskpunkt on indifferentsuse punkt. Mida tugevam on assotsiatiivne side hinnatava mõiste ja temale vastava omadussõnaga, seda lähemale paigutab indiviid mõiste ühele skaala otsale.

Semantilise diferentsiaali tulemustest arvutatakse välja hinnangute keskmine ja uuritakse keskmiste varieerumist indifferentsuse punktist. Kõige enam keskpunktist erinevad omadused on imago puhul kõige olulisemad ja kõige rohkem kinnistunud omadused.

Semantilisele diferentsiaalile järgnenud standardiseeritud küsimustik on lisatud taustainformatsiooni kogumiseks. Tegemist oli valikuuringuga, kuna küsitleti üht osa

üldkogumi esindajaist ning tehakse vastuste põhjal laiendusi üldkogumile (Suhtekorralduse käsiraamat 2001). Saadud tulemusi oleks võimalik analüüsida väga mitmest aspektist, ent käesolevas töös on autor keskendunud üldistele esinenud tendentsidele kahe erineva gümnaasiumi lõikes. Tulemused on aluseks süvaintervjuude küsimuste koostamisele.

Kvalitatiivse uurimismeetodina on kasutatud informandi-intervjuud mõlema gümnaasiumi viie abiturientidega. Nimetatud kvalitatiivmeetodi valis töö autor, kuna see hõlbustab semantilise diferentsiaali tulemuste analüüsimist ning suurendab uurimisküsimuste valiidust. Süvaintervjuu nõrkuseks on see, et neid ei pruugi saada üksüheselt võrrelda, kuna teemaarendused võivad eri respondentide puhul olla erinevad ning seega kõik respondendid pole olnud nii-öelda võrdsetes tingimustes. Küll aga on „seda tüüpi intervjuuga kogutud teave on sobiv põhjuslike seoste leidmiseks, seletavaks uuringuks (Vihalemm 2007).“

## **2.3 Valimi valik ja põhjendus**

Antud töö valimi moodustasid Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi ning Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi lõpuklasside õpilased. Abiturientid just seetõttu, et gümnaasiumi viimase klassi õpilasel peaks olema kogunenud juba piisav teadmiste ning kogemuste hulk, mille abil ühiskonnas toimuvaid tendentse põhjendada. Neil seisab ka ees elu esimese olulise otsuse tegemine: mis saab edasi? Kas jääda kodulinna, minna mujale õppima ja siis naasta kodulinna või lahkuda Pärnust jäädavalt. Kvantitatiivandmete kogumine toimus 2007. aasta detsembrikuus, süvaintervjuud viidi läbi 2008. aasta aprilli- ning maikuus.

Nimetud kaks gümnaasiumit osutusid valituks kahe näitaja tõttu, mis antud koole teineteisest oluliselt eristab. Esimeseks olulisemaks näitajaks on nimetatud koolide paiknemine edetabelis, mis on koostatud riigieksamite tulemuste põhjal. Aluseks on võetud Eesti Ekspressi iga-aastane Eesti üldhariduskoolide riigieksamite keskmiste tulemuste võrdlus. 2007. aasta edetabelis oli Sütevaka Humanitaargümnaasium kuues ning Ülejõe Gümnaasium 125. kohal. Võrdluseks olgu toodud ka 2006, mil koolid asusid vastavalt 10. ja 154. kohal (Järv 2007). Eksamitulemuste väljatoomist peab töö autor vajalikuks tõendamaks koolide erinevat üldist taset. Nimelt eeldas autor enne töö kirjutamist, et oluliste õppetulemuste erinevus kajastub ka õpilaste vastustes käesoleva töö tarbeks. Autor eeldas, et kõrgema tasemega nn eliitkoolis on õpilased sotsiaalselt küpsemad ning ühiskonnakriitilisemad, tajudes



imagot võrreldes nõrgema tasemega kooli õpilastega erinevalt. Teine aspekt, mis koole eristab, on koolide omandivorm: Sütevaka Humanitaargümnaasium on erakool, Ülejõe Gümnaasium aga munitsipaalkool. Valiku põhjuseks on ka asjaolu, et ka Pesti 1999. aasta magistritöös on Pärnu valimi puhul esindatud nn eliitkool (Pärnu Koidula Gümnaasium) ja nn tavakool (Pärnu Ülejõe Gümnaasium) ning see annab hea aluse kahe töö tulemuste võrdluseks.

Oluline on märkida, et valimi moodustamisel ei tehtud vahet, mis kallakuga klassi õpilasega oli tegu, kuivõrd antud töö seisukohalt ei oma see tähtsust. Oluline oli, et tegemist oleks lõpuklassi õpilasega. Küsitlused edastas autor kumbagi kooli eesti keele õpetajate abiga. Valimis olid esindatud kumbagi kooli mõlema paralleelklassi õpilased. Intervjueeritavad valis autor õpitulemuste järgi: pooled respondentidest on väga hea, pooled kehvema õppeedukusega.

Küsitlustele vastas kokku 66 õpilast: 16 meessoost ning 50 naissoost õpilast. Pärnu Ülejõe Gümnaasiumis täideti ära 35 ankeedist 34. Vastajad olid vanuses 17-19, 8 neist olid mees- ning 26 naissoost. Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium tagastas 35 ankeedist 32, millele vastanud õpilased olid 18-19aastased. Meessoost vastajaid oli nimetatud koolis 8, naissoost vastajaid aga 24. Käesoleva bakalaureusetöö seisukohalt olulisemad andmed on ära toodud ka järgnevas tabelis (Vt. Tabel 1).

**Tabel 1. Ülevaade valimist.**

<b>Kool</b>	<b>Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium</b>	<b>Pärnu Ülejõe Gümnaasium</b>	<b>Kokku</b>
<b>Naissoost vastajate arv</b>	24	26	50
<b>Meessoost vastajate arv</b>	8	8	16
<b>Vastajate koguarv</b>	32	34	66

Olgu öeldud, et Aune Pesti magistritöös moodustasid kooliõpilaste valimi vastavalt 32 eliitkooli õpilast ning 22 tavakooli õpilast.

## 2.4 Uurimisküsimused ja hüpoteesid

Käesoleva bakalaureusetöö peamiseks uurimisküsimusteks on:

- Millised imagodimensioonid iseloomustavad Pärnu linna imagot kahe erineva kooli abiturientide silmis?
- Millised imagodimensioonid domineerisid Aune Pasti magistritöös esitatud uuringu tulemustes? Mil määral erinevad need tulemused käesoleva töö tulemustest?
- Kas Pärnu linna imagot iseloomustavad imagodimensioonid erinevad kahe kooli abiturientide lõikes?
- Millised on lõpuklassi õpilaste meelest Pärnu tugevused ja nõrkused?
- Kuidas Pärnu noorte arvates praegust imagot saaks (veel) paremaks muuta?
- Kas erinevad imagod on seotud suhtumisega Pärnusse kui elupaika?

Eesmärgiks on välja selgitada, milline on kahe erineva keskkooli lõpuklassi õpilaste hinnangul Pärnu linna imago ning kuivõrd see erineb Aune Pasti magistritöö tarbeks läbi viidud uuringu tulemustest. Noored, ent juba piisavalt haritud ning eneseteadlikud, on oluline sihtrühm, kelle tähelepanekud tuleks kindlasti arvestada näiteks linnajuhtidel, kelle eesmärgiks on kindlasti luua võimalikult positiivne imago nii linnaelanike kui külaliste hulgas.

Nimetatud uurimisküsimusele on püütud vastus leida semantilise diferentsiaali, Pärnut puudutava standardiseeritud küsitluse ning süvaintervjuude abil.

Bakalaureusetöö hüpoteesid on:

- Pärnu linna avalik imago on positiivne.

Autor arvab, et kuigi Pärnus elavad abituriendid võivad leida linna puhul negatiivseid aspekte, mis võivad ka üldist imagot mõjutada, on Pärnu positiivne kuvand suvepealinna ja kuurortlinnana sellest siiski tugevam.

- Pärnu linna imago erineb Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi ja Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi lõikes: parema tasemega nn eliitkooli ehk Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi õpilased on ühiskonnakriitilisemad (sotsiaalselt küpsemad) kui nn tavakooli ehk Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi õpilased.

Sellise hüpoteesi esitamiseks andis aluse Aune Pasti 1999. aasta magistritöö Eesti linnade imagost, kus Tallinna eliitkooli Gustav Adolphi Gümnaasiumi õpilased olid linna ja selle imago suhtes oluliselt kriitilisemad kui tavakooli õpilased.

- Õppimistulemustelt erinevad õpilased tajuvad kodulinna imagot erinevalt: õppeedukuselt paremad õpilased on ühiskonnakriitilisemad.

Kuivõrd autor viis läbi süvaintervjuud erineva õppeedukusega õpilaste seas, eeldas ta lähtuvalt eelmisest hüpoteesist, et väga heade õppimistulemustega õpilased on sotsiaalselt küpsemad, võibolla ka laiema silmaringiga ning seetõttu linnas toimuva suhtes kriitilisemad.

### 3. Tulemuste esitus

#### 3.1 Standardiseeritud küsimustik

Lõpuklassi õpilastel tuli kirjeldada, milline on nende meelest Pärnu imago, kuidas saaks seda (veel) paremaks muuta, mis neile Pärnu juures meeldib/ei meeldi, millises suunas on Pärnu arenenud ning kui nad peaksid Pärnust lahkuma, kas nad tuleksid tulevikus Pärnusse tagasi. Lisaks milline on nende meelest Pärnu imago Pärnu elanike hulgas ning milline eestlaste hulgas (Vt. LISA 1). Tulemuste kirjeldusele on selguse huvides lisatud ka graafilised esitlused nendest. Ka valikvastustega küsimuste puhul on jäetud ruumi põhjendamiseks, ent autor kasutas seda eelkõige selleks, et noori oma vastuste üle rohkem süvitsi mõtlema panna.

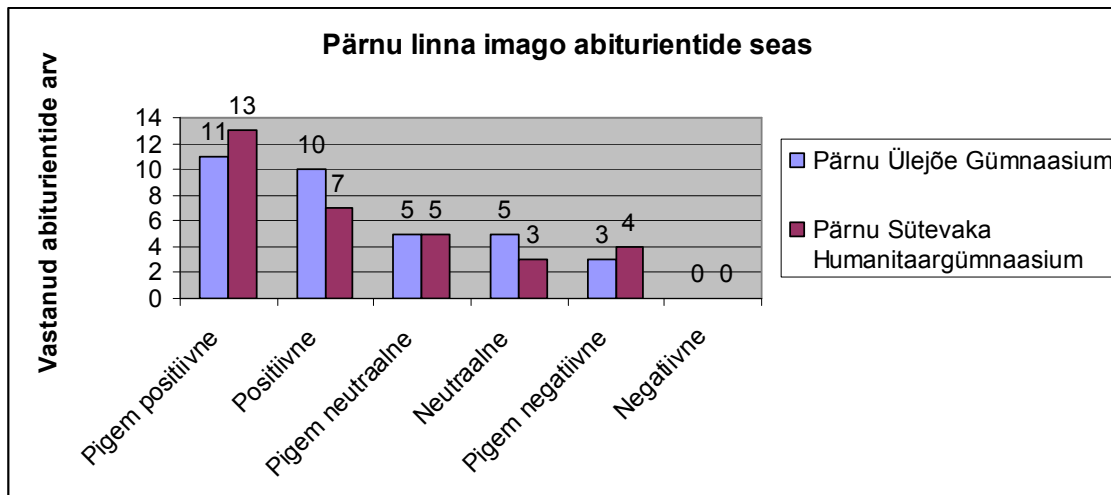
**Tabel 2. Milline on Pärnu linna imago koolinoorte seas?**

	<b>Pärnu Ülejõe Gümnaasium (valim 34)</b>	<b>Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (valim 32)</b>	<b>Vastajaid kokku</b>	<b>Protsent valimist</b>
<b>Pigem positiivne</b>	11	13	24	36%
<b>Positiivne</b>	10	7	17	26%
<b>Pigem neutraalne</b>	5	5	10	15%
<b>Neutraalne</b>	5	3	8	12%
<b>Pigem negatiivne</b>	3	4	7	11%
<b>Negatiivne</b>	0	0	0	0%
			66	100%

Tabelist 2 on näha, et drastilisi erinevusi kahe sihtgruppide lõikes ei esine. Selge on aga see, et vastajate silmis kaldub Pärnu imago positiivsema poole: 17 õpilast 66st peab seda positiivseks, 24 õpilast pigem positiivseks. Pärnis negatiivseks ei hinda imagot keegi, ent 7 õpilast 66st leiab, et see on pigem negatiivne. Lisaks selgub tabelist, et Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi abiturientidest peavad Pärnu imagot positiivseks 10 õpilast 34st ning pigem positiivseks 11 õpilast. Niisiis kaldub positiivsema poole 21 õpilast 34st ehk 62% selle kooli küsitletutest. Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi 32 abiturientidest 7 leiab, et Pärnu imago on positiivne, pigem positiivsena hindas Pärnu imagot 13 õpilast. Seega kokku kaldub positiivsema hinnangu poole 20 Sütevaka abiturienti 32st ehk 63% sellest kooli vastanutest. Sütevaka õpilased olid võrreldes Ülejõe omadega kokkuvõttes veidi kriitilised leides rohkem,

et imago on *pigem* positiivne ning vähem, et see on positiivne. Siiski saab aga järeldada, et Pärnu kuvandit tajutakse mõlema kooli puhul positiivsena.

Siinkohal olgu toodud Tabel 2 ka graafiliselt.

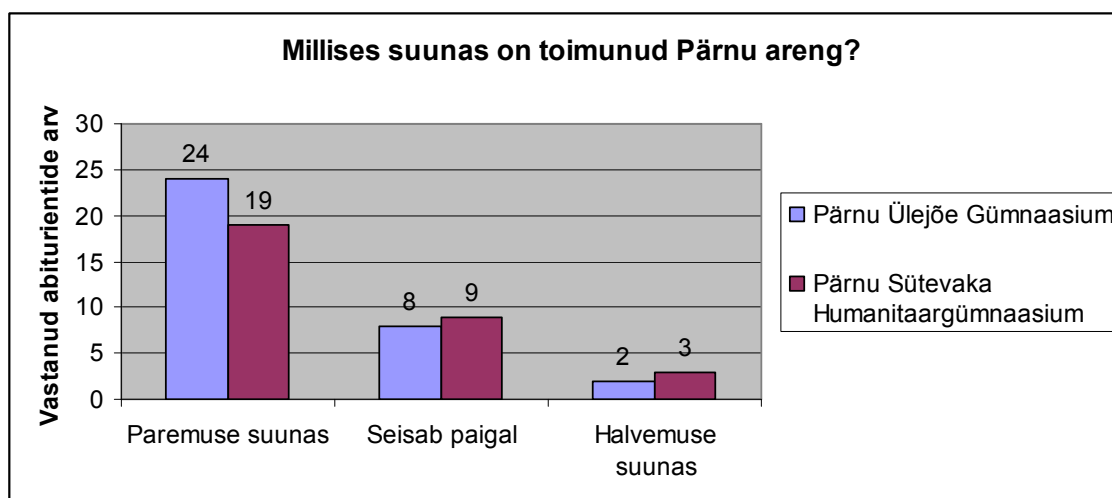


**Tabel 3. Millises suunas on toimunud Pärnu linna areng?**

	Pärnu Ülejõe Gümnaasium	Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium	Vastajaid kokku	Protsent valimist
<b>Paremuse suunas</b>	24	19	43	65%
<b>Seisab paigal</b>	8	9	17	26%
<b>Halvemuse suunas</b>	2	3	5	8%
			65	99%

Tabelis 3 on ära toodud vastused küsimusele, millises suunas on Pärnu arenenud. Küsimusele vastas 66 õpilasest 65 ehk 99% koguvalimist. Tugevalt üle poole vastanutest ehk 43 õpilast leiab, et Pärnu on arenenud paremuse suunas. Taas on kahe sihtgrupi vastused sarnased, erinedes mõne vastaja võrra.

Tabel 3 graafiliselt:

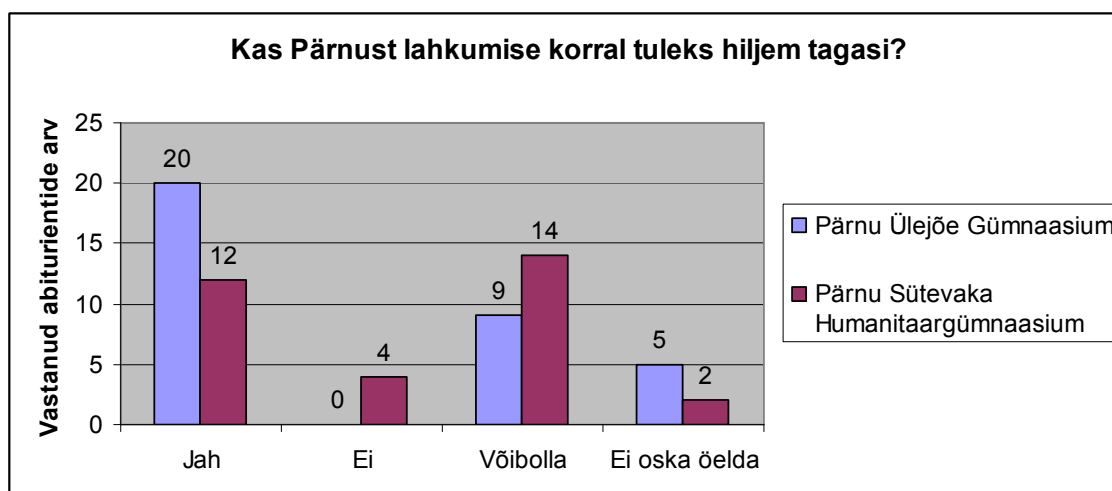


Tabel 4. Kui vastanu peaks Pärnust lahkuma, kas ta tuleks tulevikus tagasi.

	Pärnu Ülejõe Gümnaasium	Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium	Vastajaid kokku	Protsent valimist
<b>Jah</b>	20	12	32	49%
<b>Ei</b>	0	4	4	6%
<b>Võibolla</b>	9	14	23	35%
<b>Ei oska öelda</b>	5	2	7	11%
			66	100%

Tabelist 4 on näha, et lahkumise korral tuleks Pärnusse tagasi ligi pooled vastanutest ehk 32 õpilast 66st. Neid, kes tuleksid võibolla või ei oska veel öelda, on vastavalt 23 ning 7. Ainult 4 vastajat ütlesid, et ei tuleks Pärnusse tagasi.

Tabel 4 graafiliselt:

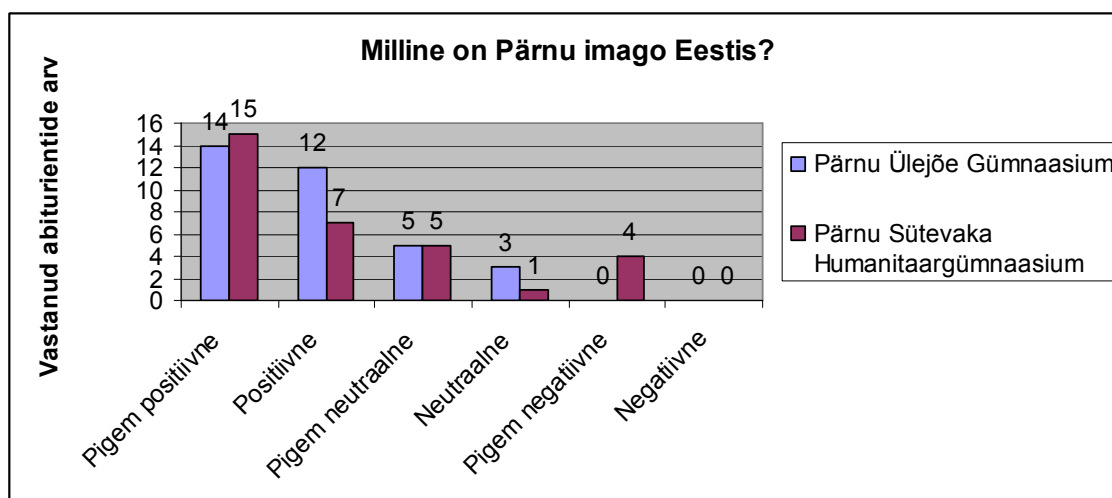


Tabel 5. Kujutletav imago. Kuidas Pärnu noored arvavad, milline on Pärnu avalik imago Eestis.

	Pärnu Ülejõe Gümnaasium	Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium	Vastajaid kokku	Protsent valimist
<b>Pigem positiivne</b>	14	15	29	44%
<b>Positiivne</b>	12	7	19	29%
<b>Pigem neutraalne</b>	5	5	10	15%
<b>Neutraalne</b>	3	1	4	6%
<b>Pigem negatiivne</b>	0	4	4	6%
<b>Negatiivne</b>	0	0	0	0%
			66	100%

Tabelist 5 selgub, et abiturientide meelest on Pärnu imago ka eestlaste seas tugevalt positiivsusele kalduv. Pärnu imagot eestlaste silmis peab positiivseks 19 õpilast 66st ning pigem positiivseks koguni 29 õpilast ehk 44% vastanutest. Imagot negatiivseks ei pea aga keegi vastanutest.

Tabel 5 graafiliselt:



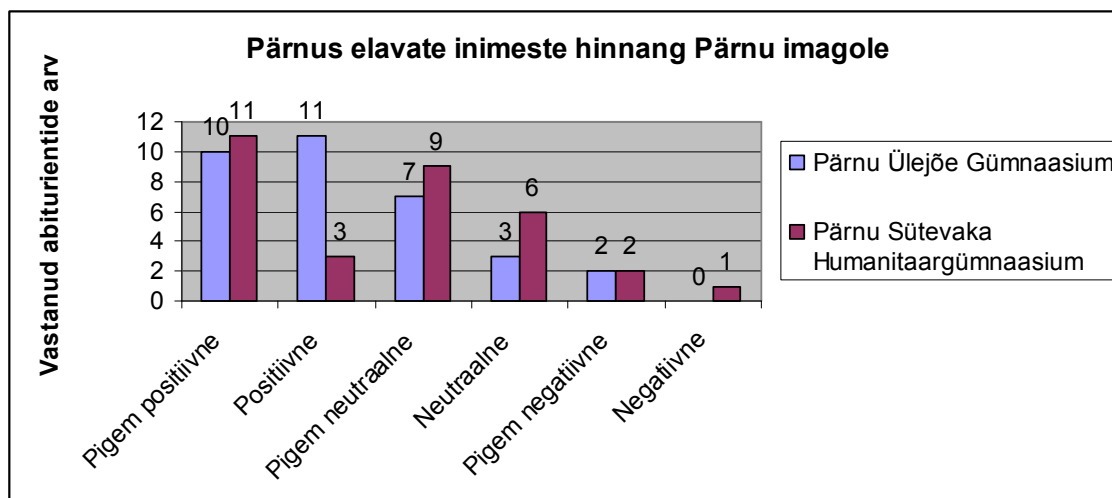
Tabel 6. Pärnus elavate inimeste hinnang Pärnu imagole

	Pärnu Ülejõe Gümnaasium	Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium	Vastajaid kokku	Protsent valimist
<b>Pigem positiivne</b>	10	11	21	32%
<b>Positiivne</b>	11	3	14	21%
<b>Pigem neutraalne</b>	7	9	16	24%
<b>Neutraalne</b>	3	6	9	14%
<b>Pigem negatiivne</b>	2	2	4	6%
<b>Negatiivne</b>	0	1	1	2%
			65	99%

Tabelis 6 on välja toodud abiturientide arvamus, milliseks hindavad Pärnus elavad inimesed Pärnu linna imago. Enamus kaldub taas positiivsema poole: positiivseks peavad imago 14 õpilast 66st ning pigem positiivseks 21 abiturienti. Samas 5 õpilast leiab, et imago pärnakate seas olevat negatiivne või pigem negatiivne.



Tabel 6 graafiliselt:



Lahtiste küsimuste puhul on vastused välja toodud enim esinenud teemade kaupa koolide lõikes. Lisaks on toodud mõningaid teemat paremini iseloomustavaid näiteid küsitletute vastustest.

## Mis noortele Pärnu juures meeldib?

### Rand, meri (30)

- Pärnu Ülejõe Gümnaasium (14)

Näiteks:

„Pärnu rand on parim – hea, pikk, liivane.“

„Suureks plussiks on Pärnu rand.“

- Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (16)

Näiteks:

„Rand eelkõige.“

„Merelinn.“

### Linna sobiv suurus (22)

- Pärnu Ülejõe Gümnaasium (15)

Näiteks:

„Pärnu juures meeldib mulle kõige rohkem see, et ta ei ole liiga suur ega liiga väike.“

„Pärnu on piisava suurusega linn.“

- Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (9)

Näiteks:

„Piisavalt väike, et jõuda igale poole jala, samas piisavalt suur, et mitte ära tüdineda.“

„Mõnus suurus, pole liiga suur ega liiga väike.“

### **Linna kodusus, hubasus (18)**

- Pärnu Ülejõe Gümnaasium (11)

Näiteks:

„See linn tundub väga kodune, kõik on hästi lähedal. Väike ja armas linn.“

„Siin on kodune ja see on hea väike, vahemaad ei ole pikad.“

- Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (17)

Näiteks:

„Kodune, hoolitsetud, rahulik.“

„Pärnu juures meeldib tema hubasus, ei ole suurlinn.“

## **Mis noortele Pärnu juures ei meeldi?**

### **(Noortel) vähe tegevust (20)**

- Pärnu Ülejõe Gümnaasium (6)

Näiteks:

„Ühtlasi võiks olla rohkem elu talvel, sest me ei ela ju kusagil polaaröös, et kõik on pime, kõle ja midagi ei toimu. Rohkem lasteparke võiks olla, rohkem tähelepanu noortele.“

„Pole tegevust – just talviti ja kevadel, sügisel. Linn sureb igasugusest tegevusest välja.“

- Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (14)

Näiteks:

„Et siin on vähe kohvikuid ja vaba aja veetmise kohti. Ka see, et suvel on Pärnu tegevusrohke, kuid talvel, sügisel ja kevadel ei ole siin pea midagi teha.“

„Igav on siin talvel, suvel massiliselt turistide. Noortele vaba aja veetmise võimalused kesised.“

### **Linnapea, linna valitsemine (18)**

- Pärnu Ülejõe Gümnaasium (8)

Näiteks:

„Peamiselt selle linna poliitikud, kes naeruvääristavad linna, teevad arulagedaid/halbu otsuseid, põhimõtteliselt ei pea Pärnu rahvast mitte millekski.“

„See, et linnavalitsus ei kuula inimeste arvamust. Ja kui kuulavadki, siis nad ei tegutse.“

- Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (10)

Näiteks:

„Linnavalitsus on hetkel veider. Ei meeldi linnavõimude vähene suutlikkus linnaelu korraldamiseks ja Mart Viisitamm linnapeana, sest ta ei ole Pärnu eluga piisavalt kursis.“

„Linnapea, Viisitamme üllatav suhtumine linnarahva suhtes.“

### **Sõiduteede olukord (12)**

- Pärnu Ülejõe Gümnaasium (8)

Näiteks:

„Teed on täis auke ja koledad.“

„Teedeolud on teatud kohtades masendavad.“

- Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (4)

Näiteks:

„Teed on korrast ära!“

„Auklikud tänavad.“

### **Kuidas saaks Pärnu imagot (veel) paremaks muuta?**

#### **Linnapea, -valitsuse vahetus (13)**

- Pärnu Ülejõe Gümnaasium (4)

Näiteks:

„Muretseda endale uus linnapea“

„Vahetada linnapea, panna tema asemele arukas, kogemustega inimene.“

- Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (9)

Näiteks:

„Julm öelda, aga vaja oleks asjalikumat linnapead.“

„Vahetaks linnavalitsuse välja, et keegi oma halbu otsuseid peale ei suruks ja linna raha mõttetuste peale ei raiskaks.“

### **(Noorte) ajaveetmisvõimaluste parandamine (12)**

- Pärnu Ülejõe Gümnaasium (9)
- Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (3)

### **Keskenduda linnaelanike heaolule (10)**

- Pärnu Ülejõe Gümnaasium (4)

Näiteks:

„Parandades ühistransporti, noorte ja vanurite võimalusi siin linnas elada.“

- Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium (6)

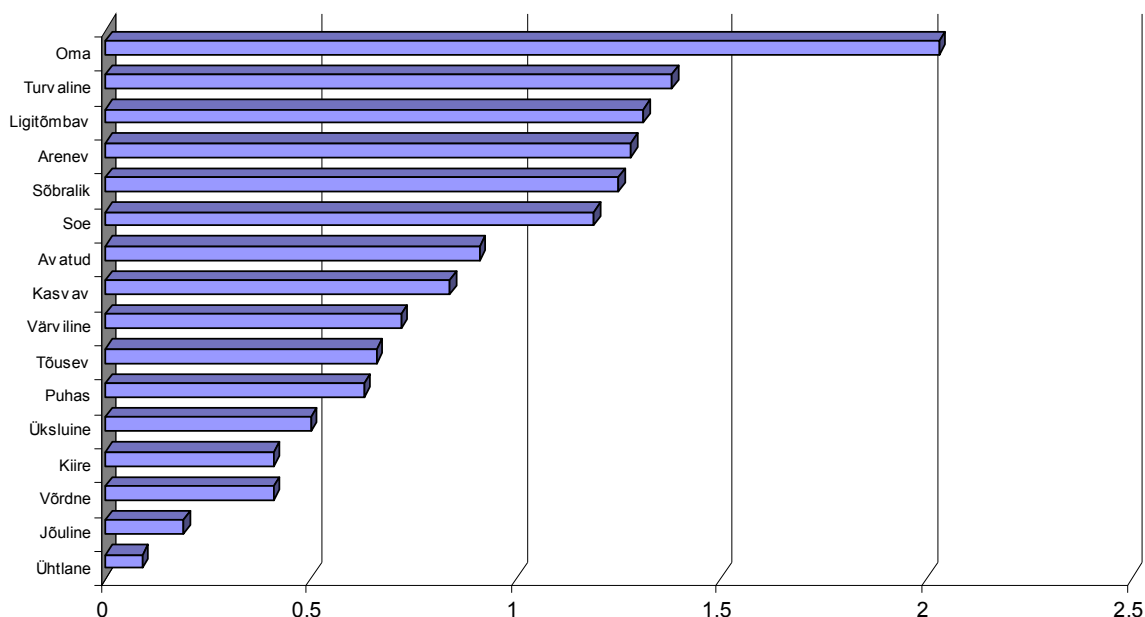
Näiteks:

„Tõstes linnavõimu hoolivust linnaelanike suhtes, sest ei ole olemas linna, kui ei ole olemas elanikke.“

## **3.2 Semantiline diferentsiaal**

Semantilise diferentsiaali (Vt. LISA 1) skaaladele palusin lõpuklassi õpilastel märkida vastusevariandid, mis kirjeldavad nende arvates kõige paremini Pärnu linna. Järgnevalt on semantilise diferentsiaali tulemuste (Vt. LISA 2) põhjal välja toodud Pärnu imagot kirjeldavad tendentsid nii Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi (Vt. Tabel 8) ning Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi (Vt. Tabel 9) abiturientide lõikes eraldi, kui ka koos vaadeldes kahe erineva kooli abituriente tervikliku sihtgrupina (Vt. Tabel 10).

**Tabel 8. Pärnu imago Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi abiturientide hulgas.**

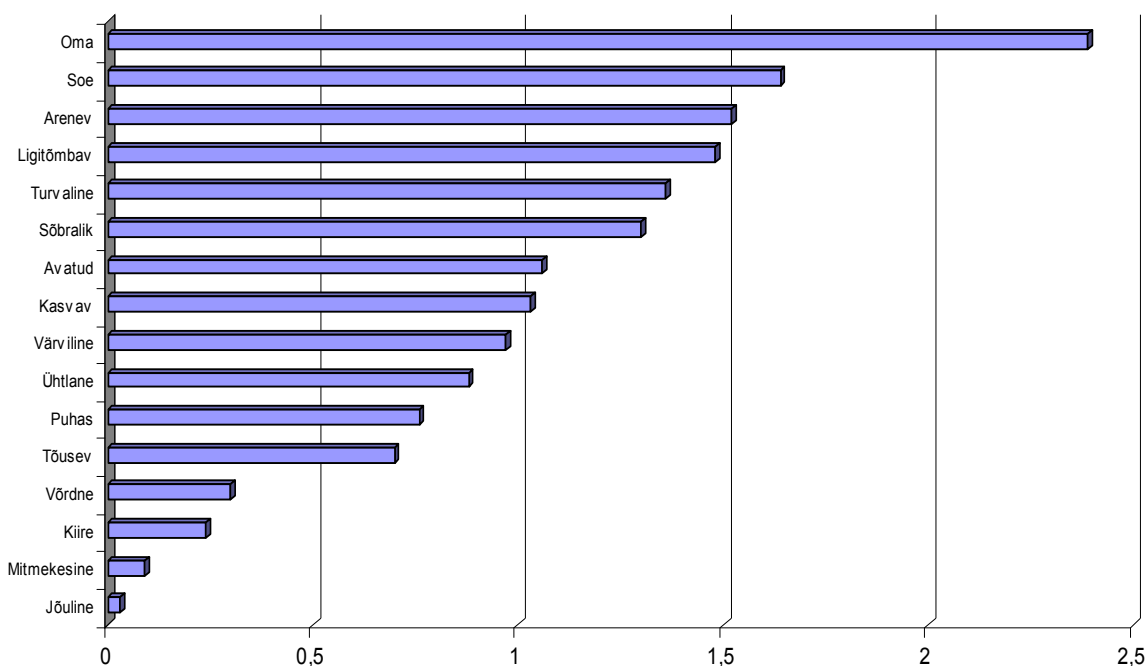


Nagu Tabelist 8 näha, oli Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi puhul kolmeks dimensiooniks, mille kaugus indifferentsuspunktist olid kõige suuremad: oma-võõras, turvaline-ohtlik ning ligitõmbav-peletav. Semantilise diferentsiaali põhjal selgus, et nimetatud gümnaasiumi lõpuklassi õpilased tajuvad Pärnut omana (2,03), turvalise (1,38), ligitõmbavana (1,31). Kõige väiksema erisusega skaala keskpunktist olid dimensioonid ühtlane-killustatud (0,09 ühtlase suunas), jõuline-jõuetu (0,19 jõulise suunas) ning võrdne-üleolev (0,41 võrdse suunas). Taoline lähedus indifferentsuspunktile näitab, et Ülejõe Gümnaasiumi noored eelistavad nimetatud dimensioone puhul jääda neutraalseks või on nad dimensioonides pakutud omadussõnade puhul kahe vahel. 16 bipolaarse omadussõnaga skaalal hindamisel kaldus tulemus vaid ühel korral negatiivsema sõna poole, see oli dimensioonil mitmekesine-üksluine (0,50 üksluise poole).

Aune Pasti magistritöös olid tavakoolis läbi viidud semantilise diferentsiaali indifferentsuspunktist kõige kaugemal oma-võõras, ligitõmbav-peletav ning arenev-paigalseisev. 1999. aastal tajusid nn tavakooli õpilased omana (2,82), ligitõmbavana (2,45) ning arenevana (2,32). Kui antud bakalaureusetöö semantilise diferentsiaali tulemusena oli ka dimensioone, mis olid skaala keskpunktile üsna lähedal (alla ühe ühiku), siis Pasti magistritöö tavakooli lähimad dimensioonid keskpunktile olid jõuline-jõuetu (1,14), puhas-määrduv (1,14) ning ühtlane-killustunud (1,14). Pasti tulemustest ilmnes oluliselt selgem kuvand Pärnust. Past leiab, et kui imagodimensioonid on ühe ja kolme ühiku vahel, on kuvand väga

selgepiiriline, mis võib tähendada uurimisobjekti (ehk antud juhul Pärnu) suurt olulisust respondentidele. 2007. aastal on Pärnu kuvand aga oluliselt hajusam, mis võib viidata sellele, et kaheksa aasta taguse ajaga võrreldes ei pruugi kodulinna teemad enam niivõrd tähtsad olla. Lisaks kasvavad aastatega nõudmised ja ootused ühiskonnale, on suur erinevus, kas riik on olnud iseseisev seitse või 15 aastat.

**Tabel 9. Pärnu imago Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi abiturientide hulgas.**

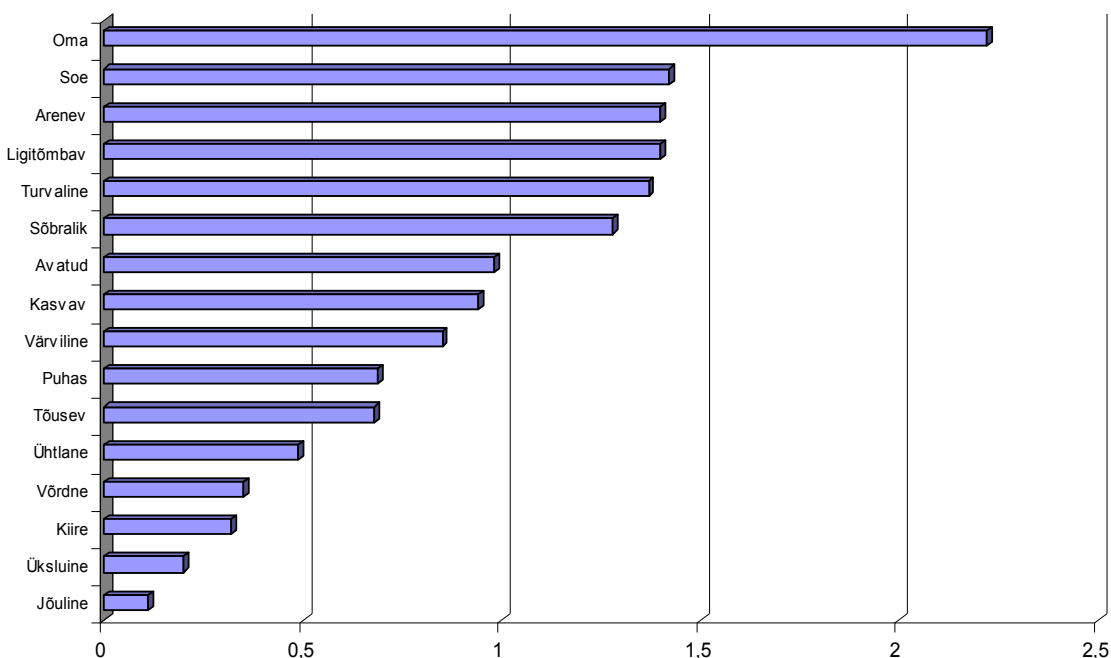


Tabeli 9 kohaselt tajuvad Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi abiturientid tajuvad Pärnut kõige rohkem omana (2,39), soojana (1,64), arenevana (1,52). Kõige lähemal indifferentsuspunktile olid dimensioonid jõuline-jõuetu (0,03 kaldudes jõulise poole), mitmekesine-üksluine (0,09 kaldudes mitmekesise poole), kiire-aeglane (0,24 kaldudes kiire poole). Erinevalt Ülejõe Gümnaasiumist ei esinenud ühegi dimensiooni puhul kaldumist negatiivsema omadussõna poole.

Pasti magistritöös tajusid nn eliitkooli õpilased Pärnut oma (2,59), värvilise (2,19) ning avatuna (2,06). Kõige lähemal indifferentsuspunktile oli dimensioonid mitmekesine-üksluine (1,38 kaldudes mitmekesise poole), puhas-määrduvad (1,41 kaldudes puhta poole) ning turvaline-ohtlik (1,56 kaldudes turvalise poole). Eliitkooli puhul kaldusid negatiivse omadussõna poole kaldusid dimensioonid jõuetu-jõuline ning killustunud-ühtlane. Paraku

polnud magistritöös toodud, millises ulatuses need negatiivse omadussõna poole kaldusid. Seetõttu pole võimalik ka järeldada, kas tegemist oli pigem õpilaste neutraalsuse või kahevahel olekuga või tajutakse imago neid dimensioone selgelt negatiivsena.

**Tabel 10. Pärnu imago Pärnus elavate abiturientide hulgas.**



Tabelist 10 järeldub, et koolide summaarne semantiline diferentsiaali näitaja põhjal tajuvad abiturientid Pärnut omama (2,22), soojana (1,42) ja arenevana (1,40). Indiferentsuspunktile kõige lähemal olid aga dimensioonid jõuline-jõuetu (0,11 kaldudes jõulise poole), mitmekesine-üksluine (0,20 kaldudes üksluise poole) ning kiire-aeglane (0,32 kaldudes kiire poole). Taas kord oli ainsaks dimensiooniks, mille puhul hinnang kaldus negatiivse omadussõna poole, mitmekesine-üksluine puhul.

Võrdlemaks semantiline diferentsiaali tulemusi soolises lõikes, töötles autor andmeid T-testiga. Tulemustest võib järeldada, et kui võrrelda naissoost ja meessoost küsitletute vastuste keskmisi, ei ilmne olulisi erinevusi. See omakorda lubab järeldada, et sugu ei mõjuta kodulinna imago kujunemist. (Vt. Tabel 11)

**Tabel 11. Semantilise diferentsiaali keskmiste tulemuste võrdlus soolises lõikes.**

	<b>Sugu</b>	<b>Keskmine</b>	<b>Standardhälve</b>
kiire-aeglane	mees	4,38	1,500
	naine	4,31	1,326
oma-võõras	mees	6,44	0,727
	naine	6,14	1,021
värviline-hall	mees	5,38	1,204
	naine	4,67	1,533
avatud-suletud	mees	4,94	1,389
	naine	5,00	1,258
jõuline-jõuetu	mees	4,13	1,258
	naine	4,10	1,342
soe-külm	mees	5,56	1,209
	naine	5,37	1,014
kasvav-kahanev	mees	5,38	1,025
	naine	4,80	1,527
arenev-paigalseisev	mees	5,50	1,155
	naine	5,37	1,253
võrdne-üleolev	mees	4,31	0,946
	naine	4,37	1,334
tõusev-langev	mees	4,56	0,892
	naine	4,71	1,118
mitmekesine-üksluine	mees	3,94	1,436
	naine	3,76	1,786
turvaline-ohtlik	mees	5,38	0,806
	naine	5,37	1,202
ligitõmbav-peletav	mees	5,00	1,155
	naine	5,53	1,293
puhas-määratud	mees	4,00	1,633
	naine	4,92	1,397
sõbralik-ebasõbralik	mees	5,06	1,063



	naine	5,35	1,251
ühtlane-killustatud	mees	4,88	1,204
	naine	4,37	1,590

### **3.3 Süvaintervjuud**

Informandi-intervjuud kolme Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi ja kolme Sätevaka Humanitaargümnaasiumi õpilasega on viidud läbi käesoleva aasta aprillikuu jooksul. Intervjuud on lindistatud ning intervjuu kava ja transkriptsioon on lisatud bakalaureusetöö lisade hulka (Vt. Lisa 3 ja Lisa 4).

Kuna semantilise diferentsiaalil ilmnes, et sugude lõikes ei ole olulisi erinevusi linna imago tajumisel, ning sisuliselt leidis see ka informandi-intervjuude puhul kinnitust, on intervjuude analüüsis sugu kõrvale jäetud. Niisamuti ei olnud olulisi erinevusi erineva õppeedukusega õpilaste arvamusel, mis lükkab ümber ka töös püstitatud hüpoteesi, et õppimistulemused mõjutavad õpilaste taju. Järelduste tegemise hõlbustamiseks on autor kasutanud kategooriaid, kus on välja toodud üldised tendentsid.

Kuna antud töö käsitleb ka erinevaid imagoteooriaid, pidas autor vajalikuks uurida õpilaste aru saama (linna) imago tähendusest ning vajalikkusest.

#### **Mõiste „imago“ tähendus**

- „Mingil määral nagu staatus või väljanägemine, mis on nagu omane mõnele kindlale asjale“
- „Võibolla midagi sellist, et mis nagu välja paistab. Et mis teised inimesed millestki konkreetsest arvavad“
- „Ta on nagu mingisugune pilt, mis on nagu kas siis meedia kaudu või üldse... mida teised sinust arvavad“
- „Ütleme mulje, mis on millestki jäänud teistele inimestele. Mis siis iseloomustab seda teatud asja, mille imagost räägitakse.“
- „Välimus ja kõik see, mis sul on. Väljanägemine, *look* kõik.“

- „See on selline mulje, mis inimestele jääb sellest linnast. Imidž on midagi sellist, et mingi asja mulje, mis teistele jääb. Või mulje, mida üritatakse näidata teistele.“

Kõik intervjuueeritavad leidsid, et linna või piirkonna puhul saab rääkida imagost.

### **Linna positiivse imago olulisus**

Õpilased tõid välja, et linnal peaks positiivne imago olema seetõttu, et üldmulje paneb suuresti paika selle, kas siia tahetakse tulla või tahetakse ära minna. Leiti, et positiivne kuvand on vajalik, kuna siis tahetakse linna elama tulla ning seda külastada. See omakorda toob linna raha ja linn saab areneda.

### **Pärnuga esmalt assotsieeruv**

Kõikidel respondentidel seostub Pärnuga eeskätt suvi, rand, puhkamine, suvepealinn, turistid, aga ka fakt, et see on nende kodu. Mainiti ka Mart Viisitamme, soomlasi, erineva ajastu arhitektuuri ja meelelahutust.

### **Pärnu kui elukeskkonna tugevused**

Toodi esile linna rohelisus, ohutus ning rahulikkus võrreldes Tallinnaga, korralikud sportimistingimused ning head koolid. Lisaks linna ühtsus ja sõbralikkus. Linn on piisavalt väike ja piisavalt suur, et oleks tegevust ja samal ajal saaks kõikjale jõuda lühikese ajaga. Informandi-intervjuud kinnitavad semantilises diferentsiaalis domineerinud imagodimensioone, milleks olid oma ja soe. Ning kuivõrd kõik leidsid mitu positiivset asjaolu, miks Pärnus on hea elada, võib sellest järeldada, et imago on seotud linna eluga rahuolu tasemega.

### **Pärnu kui elukeskkonna nõrkused**

Kõige rohkem mainiti suvist suurt turistide hulka. Lisaks liikluskorralduse ja prügi koristamise koordineerimatust ja seda, et linnavalitsus ei suhtle piisavalt linnakodanikega ega kaasa neid aruteludesse. Ning see, et linn on suure arenemisega Pärnule mitteomaselt kommertslik.

### **Linna imago teke**

Domineeriv seisukoht oli, et linna imago tekib peamiselt linna kohta kuulnud juttudest. See fakti kinnitab imago tekke teoorias välja toodud nn tähtsad teised. Lisaks peeti imago tekke oluliseks aluseks meedias kajastatud.

### **Pärnu imago teiste silmis**

Pärnu imagot Pärnus mitteelavate inimeste hulgas arvati olevat pigem positiivne, kuna leiti, et linn seostub paljudele suve, suvepealinna, turismi ja puhkusega ning kohalike probleemid neid ei puuduta.

### **Pärnu imagole positiivselt mõjunud sündmused**

Imagole positiivselt mõjunud sündmusi õpilastele väga palju ei meenunud, siiski toodi välja näiteks raamatukogu suurendamine, kontserdimaja avamine, Vabariigi aastapäeva paraad ning mõned muusikaüritused. Kuna linna arengut puudutati mitme küsimuse juures, leiab kinnitust ka kolmas semantiliselt diferentsiaalselt domineerinud dimensioon, milleks oli „arenev“. Linna arengus nähakse ka olulist võimalust selle imago positiivsemaks muutmisel.

### **Pärnu imagole negatiivselt mõjunud sündmused**

Kõik intervjueritavad tõid negatiivse aspektina välja Pärnu linnapea Mart Viisitamme ümber toimuva diskussiooni. Vaid üks respondent ei nimetanud teda nimeliselt, vaid rääkis poliitikas „sahkerdamisest“. Niisiis tunnetavad kõik vastajad, et linnapea ja/või temast räägitav mõjutab linna imagot negatiivselt. Tulemus on seda huvitavam, et kaheksa õpilast kümnest olid varem õelnud, et linna imago kujundamisega peaks eeskätt just linnavalitsus ning selle ametnikud tegelema.

### **Linna imago positiivsemaks muutmine**

Leiti, et linn peaks rohkem kultuursemaid üritusi toetama ning linna korrashoiule rohkem rõhku panema, sealhulgas koristusele, majade renoveerimisele ning uute ehitiste ehitamisele. Leiti, et ka kohalike inimeste rahuolu mõjutab linna üldist imagot.

## 4. Analüüs ja järeldused

Valitud uurimismeetodid võimaldasid saada ülevaate, milliseks hindavad Pärnu kahe erineva kooli abiturientid Pärnu linna imagot. Järeldused on toodud ära vastavalt püstitatud uurimisküsimustele ning hüpoteesidele. Ühtlasi on tulemusi võrreldud Aune Pasti magistritööga. Tulemusi ei saa üksüheselt võrrelda, kuna Pasti valim oli oluliselt suurem ning hõlmas lisaks õpilastele ka linnavalitsuse liikmeid, volikogu liikmeid ning ajakirjanikke. Eraldi sihtgruppina oli Pastil esile toodud üksnes semantilise diferentsiaalis domineerinud imagodimensioonid. Sellegipoolest on võimalik võrrelda kahes töös esinenud tendentse ning trende.

- **Millised imagodimensioonid iseloomustavad Pärnu linna imagot Pärnus elavate eesti keelt kõnelevate abiturientide silmis?**

Domineerivad imagodimensioonid on oma-võõras, soe-külm, arenev-paigalseisev ning ligitõmbav-peletav kaldudes kõikide dimensioonide puhul skaala positiivsema omadussõna poole. Üleüldse kaldus negatiivsema skaala poole vaid dimensioon mitmekesine-üksluine. Ent nagu ka küsitlustest ilmnes, peavad noored üsna tõsiseks probleemiks vaba aja veetmise mitmekesisuse puudumist ning linna väljasuremist, kui suvi on möödas. Siit võib järeldada, et imago on noorte silmis positiivne.

Pärnu imagot näitab ka tulemus, et ligi pooled vastanutest (49%) tuleks Pärnusse tulevikus tagasi, juhul kui nad peaksid siit mingil põhjusel lahkuma. Siiski oleks edaspidi kindlasti oluline uurida, kuidas erineb imago nende seas, kes plaanivad lahkumise korral Pärnusse naasta ja kes mitte, kuivõrd see on oluline imago teooria uurimise küsimus

- **Millised imagodimensioonid domineerisid Aune Pasti magistritöös esitatud uuringu tulemustes? Mil määral erinevad need tulemused käesoleva töö tulemustest?**

Domineerinud imago dimensioonid ning nende kaugus indifferentsuspunktist magistri- ning bakalaureusetöö kahe erineva kooli puhul oluliselt ei erinenud. 1999. aastal domineerisid tavakoolis dimensioonid oma-võõras, ligitõmbav-peletav ning arenev-paigalseisev kaldudes kõik positiivsema omadussõna poole. 2007. aastal aga oma-võõras, soe-külm ning arenev-paigalseisev. Eliitkoolides magistritöös vastavalt oma-võõras, värviline-hall ning avatud-

suletud ning bakalaureusetöös oma-võõras, soe-külm ning arenev-paigalseisev. Kõikides nimetatud dimensioonides kalduti positiivsema omadussõna poole.

Oluline erinevus magistri- ja bakalaureusetöö vahel oli kaugus indifferentsuspunktist. Pasti töös positiivsema sõna poole kalduvad dimensioonid tunduvalt kaugemal, kui käesoleva bakalaureusetöö omad. Sarnasused skaala keskpunkti kaugusest on ainult kolme domineeriva dimensiooni puhul, kus tulemused on vahemikus kaks kuni kolm ühikut.

- **Õppimistulemustelt erinevad õpilased tajuvad kodulinna imagot erinevalt: õppeedukuselt paremad õpilased on ühiskonnakriitilisemad.**

Nagu varem juba öeldud, oli sellise hüpoteesi aluseks Pasti magistrیتöös ilmnenud tendents, mis ilmnis Tallinna imago puhul, kus nn eliitkooli õpilased, kel olid kokkuvõttes paremad õppimistulemused, suhtusid linna tunduvalt kriitilisemalt. Käesolevas bakalaureusetöös aga sellist trendi ei ilmnenud. Selle üheks võimalikuks põhjuseks võib olla välja kujunenud lokaalne avalik arvamus. „Avalik arvamus on ühiskonnas laialt levinud arusaamine ja suhtumine mingi sotsiaalselt tähendusliku nähtuse suhtes, mida paljud inimesed on avalikult väljendanud. Lokaalne avalik arvamus hõlmab teatud piirkonda või sotsiaalset kihti.“ (Vihalemm 2007) Abituriente võib pidada üheks sotsiaalseks kihiks, kes on ümbritseva suhtes tundlikud ning on võtnud omaks mingid avalikult väljendatud seisukohad, mida kujundatakse ka omavahel suheldes. See võib olla üks põhjus, miks ei esine ka olulisi erinevusi vastustes.

- **Kas Pärnu linna imagot iseloomustavad imagodimensioonid erinevad sihtgrupiti?**

Nii Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi kui Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi puhul iseloomustab Pärnut kõige enam „oma“. Ülejõel järgnevad turvaline, ligitõmbav, arenev, Sütevakal aga soe, arenev, ligitõmbav. Niisiis on indifferentsuspunktist kõige kaugemal olevad dimensioonid koolide lõikes üsna sarnased. Ka indifferentsuspunktile kõige lähemal olevad sõnad olid sarnased: Ülejõel jõuline, üksluine, kiire, Sütevakal aga jõuline, mitmekesine, kiire. Mõlema kooli puhul on nad skaala keskpunktile kõige lähemal, ent Ülejõel kaldub mitmekesine-üksluine skaalal negatiivsema sõna poole. Kuna skaalapunktide vahed on siinkohal üsna väikesed, ei saa sellest midagi põhjapanevat järeldada, kuivõrd pole teada, kas õpilane oli nimetatud dimensiooni puhul neutraalne või ei suutnud ta muud valikut teha.

Võrdluseks olgu toodud Aune Pasti magistritöö tarbeks tehtud sarnane Pärnu linna imago uuring. Vaatamata sellele, et Pasti kasutatud imagodimensioonid pole 100% samad, iseloomustasid ka toona nii eliitkooli kui tavakooli õpilased Pärnut dimensiooniga oma võõras, kaldudes tugevalt oma poole (tavakool: 2,82; eliitkool 2,59). Tavakooli õpilaste seas järgnesid ligitõmbav (2,45) ning arenev (2,32). Eliitkoolil aga värviline (2,19) ning avatud (2,06) (Past 1999: 92). Käesolevat bakalaureusetööd ning Pasti magistritöö semantilise diferentsiaali tulemusi eristab ka see, et Pasti töö puhul olid dimensioonid indifferentsuspunkti selgelt kaugemal ehk imago on välja joonistunud selgemalt. Selle üheks põhjuseks võis olla ajale iseloomulik väiksem kriitilisus.

- **Millised on lõpuklassi õpilaste meelest Pärnu tugevused ja nõrkused?**

Abituriendid mainisid Pärnus meeldivate aspektide juures kõige enam, et neile meeldib rand ja meri, linna sobiv suurus ning selle kodusus ja hubasus. Asjaolu, et kõik on kellegi tuttavad mainiti nii positiivse kui negatiivse asjaoluna. Aune Past oli oma magistritöös (1999: 95) toonud küll välja üksnes kogu Pärnu valimi tulemuse samale küsimusele: pärnakatele on meri ja rand ja pargid väga tähtsad. Meeldib linna rahulik miljöö, koostöö, kõik tunnevad kõiki. Kuigi koolide vastuste tulemusi pole eraldi välja toodud, võib eeldada, et 1999. aastal esinenud tendents iseloomustab ka tänast päeva.

Küsimusele, mis Pärnu linnas ei meeldi, vastati kõige enam, et noortel pole piisavalt tegevust. Samuti pole noored rahul linnavalitsuse tegemiste ning sõiduteede ja prügiveeamise olukorraga. Viimane probleem ilmnes ka Pasti (1999) magistritöös vastanute seas, kus kogu Pärnu valimi lõikes nimetati samuti mitte meeldivate joontena tänavate-tee halba olukorda ning heakorraga seotud puudujääke. 1999. aastal pärnakate seas palju negatiivset kõmu tekitanud bussikontroll Maarika on asendunud aga Mart Viisitamme ja tema juhitava valitsusega. Huvitav on, et 1999. aastal ei seostatud linna imagot niivõrd linnavalitsuse ja linna juhtimisega. See tendents võib muidugi olla põhjustatud sellest, et praegune linnapea on enneolematult meediakõmu tekitanud.

- **Kuidas Pärnu noorte arvates praegust imagot saaks (veel) paremaks muuta?**

Sellele küsimusele vastati küsitluses kõige rohkem, et tuleks välja vahetada linnapea või – valitsus. Seejärel leiti, et tuleks luua uusi ajaveetmisvõimalusi ning kolmandaks leiti, et tuleks pöörata suuremat tähelepanu linnaelanikele. Viimane kinnitab ka töös püstitatud hüpoteesi, et linna imagot seostatakse rahuoluga eluga linnas.

Üheks hüpoteesiks oli ka Pärnu linna imago erinemine sihtgrupiti ehk siis nn eliitkooli (Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium) ning tavakooli (Pärnu Ülejõe Gümnaasium) lõikes. Ilmnes, et olulisi erinevusi siiski pole, niisamuti puudusid märkimisväärsed erinevused ka erineva õppeedukusega õpilaste intervjuude vastustes. See annab kinnitust võimaliku lokaalse avaliku arvamuse olemasolust.

Oluline on, et kõik õpilased pidasid Pärnu linna valupunktiks selle linnapea ja/või linnavalitsuse tegevust ning meedia kajastust, seda olenemata vastaja soost, õppimistulemustest või koolist, kus nad õpivad.

Kokkuvõttes võib öelda, et vaatamata oma negatiivsetele külgedele peavad abituriendid selle imagot positiivseks – seda nii nende endi silmis, aga ka eestlaste ja pärnakate silmis.

## Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö „Pärnu imago Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi ja Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi abiturientide seas“ eesmärk oli uurida, milline on Pärnu linna imago kahe erineva gümnaasiumi abiturientide hulgas ning mil määral erineb see Aune Pasti 1999. aasta magistritöös saadud tulemustest.

Töö koosneb neljast suuremast peatükist: esimene, teoreetiline osa käsitleb imagoteooriad ning selle tekkimise teooriaid ning uurimisvõimalusi. Teine peatükk annab ülevaate Pärnu linnast kui uurimisobjektist, lisaks tutvustab ning põhjendab nii valimi kui uurimismetoodika valikut. Kolmandas peatükis on toodud nii kvantitatiiv- kui kvalitatiivuuringu tulemused, millest tulenevad olulisemad järeldused on toodud viimases ehk neljandas peatükis.

Enamik valimi moodustanud lõpuklassi õpilastest tajub Pärnu imagot positiivsena. Linna nähakse oma, sooja ning arenevana. Kõrgelt hinnatakse Pärnu randa, linna sobivat suurust ning selle kodusust, hubasust. Küll aga ilmnes ka aspekte, mis noortele Pärnu juures ei meeldi: (noortel) on Pärnus vähe tegevust, teed on auklikud ning lisaks ei olda rahul linnavalitsuse tegevusega. Linnapead ja/või linnavalitsust mainiti ka süvaintervjuudes kui Pärnu imagot negatiivses suunas mõjutavateks asjaoludeks.

Vastupidiselt oodatule ei olnud semantilises diferentsiaali tulemustes ega süvaintervjuude vastustes olulisi erinevusi kahe erineva tasemega kooli abiturientide hulgas. Samuti ei erinenud vastused ja seisukohad erineva õppeedukusega õpilastega läbi viidud süvaintervjuudest. Selle üheks põhjuseks arvab autor olevat väljakujunenud lokaalne avalik arvamus, mis on kohandatud üldisest avalikust arvamusest. Näitena võib tuua palju kritiseeritud linnapea Mart Viisitamme ning tema valitsuse tegevuse, mida mainisid negatiivse mõjurina ka eranditult kõik kümme intervjuueritud abiturienti.

Nagu ka Pasti magistritöös, mainisid abiturientid Pärnus meeldivate aspektidena kõige enam, randa ja merd, linna sobivat suurust ning selle kodusust ja hubasust. Küsimusele, mis Pärnu linnas ei meeldi, vastati kõige enam, et noortel pole piisavalt tegevust. Samuti pole noored rahul linnavalitsuse tegemiste ning sõiduteede halva olukorraga. Sõiduteede ning heakorraga seotud puudujääke mainis ka Aune Pasti magistritöö Pärnu valim.



Kokkuvõttes võib öelda, et kuigi valdavalt on Pärnu kuvand noorte silmis positiivne, osatakse leida ka piisavalt olulisi valupunkte ning näha tõsiseltvõetavaid probleeme, mis on linna imago parandamise seisukohalt küll olulised, ent samas ei näi varjutavat Pärnu kui suvepealinna positiivset kuvandit.

## Summary

### **Image of Pärnu among the school-leavers of Pärnu Sütevaka Grammar School and Pärnu Ülejõe Gymnasium.**

Main purpose of bachelor's thesis was to research and analyze image dimensions of Pärnu among school-leavers of two different Pärnu's schools. Author is also comparing results with Aune Past's master's thesis' results from 1999.

Bachelor's thesis consists of four chapters. The first one gives an overview of different theoretical discourses that explain the concept of the image. It also explains formation of image and different methods of researching it. Second chapter explains research methods, research questions and hypothesis. Pärnu's background as object of research is also included. Third chapter is dedicated to results and analyzes of the research. And last chapter is conclusion of the paper.

Research questions were: do the dimensions of image differ among two different school students. How could the image of Pärnu be better. Is the image of Pärnu depending on wellbeing of local people. Hypothesis were: Pärnu's public image is positive. The image is different in Pärnu Ülejõe Gymnasium and Pärnu Sütevaka Grammar School. Pärnu Sütevaka Grammar School's students are more critical about the society.

As quantitative research method was used Charles Osgood's semantic differentiation with questionnaire. Semi-structure interviews with entrants of both schools were used as qualitative method. Semantic differentiation revealed that Pärnu is perceived as "own", "warm" and "developing". And gender, school and educational success was not decisive. Interviews proved the results of semantic differentiation, but students also brought out facts that have negative impact on Pärnu's image. Most often was mentioned the meer of Pärnu.

Also became clear that the image of Pärnu depends on wellbeing of local people as they might be also "the important other" who form the public image of Pärnu.

## Kasutatud kirjandus

- Bachmann, T. (2005). Reklaamipsühholoogia. Tallinn: Ilo.
- Bromley, D. B. (1993). Reputation, Image and Impression Management. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Eesti Suhtekorraldajate Liit (koost.). Suhtekorralduse käsiraamat. (1998-2002). Tallinn: Äripäeva Kirjastus.
- Järv, M. Parimad Eesti koolid 2007. <http://paber.ekspress.ee/viewdoc/957399EE539B962BC22573460029474B> ja [http://paber.ekspress.ee/gfx/lood/koolide\\_edetabel.pdf](http://paber.ekspress.ee/gfx/lood/koolide_edetabel.pdf), vaadatud 17. detsember 2007.
- Fombrun, C. J. (1996). Reputation. Realizing Value from the Corporate Image. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Kaevats, P. (2005). Haridus- ja teadusministeeriumi imago Tartu õpetajate seas. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
- Kirikmäe, M. (2006). Pilootuuring Ida-Virumaa imago maakonna eesti ja vene koolilõpetajate seas. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
- Konrad, K. (2007). Salva Kindlustuse sisemine kuvand. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
- Kutti, K. (2007). Koeru valla imago kohalike elanike seas. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.

- Linna elanikud. Pärnu linna ametlik kodulehekül. <http://www.parnu.ee/index.php?id=415>, vaadatud 13. jaanuar 2007.
- Past, A. (1999). Eesti linnade imago linnaelanike silmis. Käsikirjaline magistritöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool. Tartu.
- Past, A. (2005). Juhtimine ja suhtekorraldus. Meelespealilledega tass. Tallinn: Pegasus.
- Past, A. (2007). Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas. Äripäeva Kirjastuse AS.
- Past, A & Vihalemm, P. (2004). Euroopa Liidu imago Eestis enne ja pärast euroreferendumit. Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia. tulemustest. Kalmus, V ja M. Lauristin ja P. Pruulmann-Vengerfeldt. Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Priimägi, L. (1998). Reklaamikunst. Tallinn: BNS Kirjastus OÜ.
- van Riel, C.B.M. (1995). Principles of Corporate Communication. Erasmus University Rotterdam.
- Vihalemm, P. (2007). Avalik arvamus. Loengukonspekt. <http://www.jrnl.ut.ee/filemanager/index.php?&direction=0&order=&directory=Avalik%20arvamus/statsionaar> , vaadatud 16. mai 2008.
- Vihalemm, T. (2008). Meedia ja kommunikatsiooni uurimismeetodid. Loengukonspekt. [http://www.jrnl.ut.ee/MKUM/2008\\_kevadsemester\\_Standardiseerimata\\_Intervjuu/Kurses\\_materjal\\_iseseisvaks\\_lugemiseks/Intervjuu\\_tutvustus.pdf](http://www.jrnl.ut.ee/MKUM/2008_kevadsemester_Standardiseerimata_Intervjuu/Kurses_materjal_iseseisvaks_lugemiseks/Intervjuu_tutvustus.pdf), vaadatud 12. aprill 2008.
- Üldharidus. Pärnu linna ametlik kodulehekül. <http://www.parnu.ee/index.php?id=41>, vaadatud 13. jaanuar 2007.

## Lisad.

### LISA 1. Standardiseeritud küsimustik.

Hea vastaja!

Sinu ees on küsimustik, mille abil hinnatakse Pärnu imago Pärnu elanike hulgas. Vastused on anonüümsed ja neid esitatakse peale analüüsimist vaid üldistatud kujul. Tulemuste põhjal valmib bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis.

Soovin jõudu!

Gerli Paldis

**1. Palun märgi tabeli igal real ristikesega see vastusevariant, mis kirjeldab Sinu arvates kõige paremini Pärnu linna. Keskmine lahter tähendab „ei seda ega teist“, skaalade otspunktid tähendavad, et see hinnang tundub Sulle väga tugev.**

	Väga hästi	kesk- miselt	vähesel määral	ei seda ega teist	vähesel määral	kesk- miselt	väga hästi	
1. Kiire								Aeglane
2. Oma								Võõras
3. Värviline								Hall
4. Avatud								Suletud
5. Jõuetu								Jõuline
6. Soe								Külm
7. Kahanev								Kasvav
8. Arenev								Paigalseisev
9. Üleolev								Võrdne
10. Tõusev								Langev
11. Üksluine								Mitmekesine
12. Turvaline								Ohtlik
13. Peletav								Ligitõmbav
14. Puhas								Määrduvad
15. Ebasõbralik								Sõbralik
16. Killustatud								Ühtne

**2. Järgnevate valikvastustega küsimuste puhul vali Sinu jaoks sobivaim vastusevariant, tee sellele ring ümber ning palun põhjenda oma arvamust. Küsimustele vasta vabas vormis, sest ei ole õigeid ega valesid vastuseid – oluline on Sinu aramus.**

**1) Milline on Sinu arvates Pärnu linna imago? Tee sobivale vastusele ring ümber ning põhjenda oma arvamust.**

- Pigem positiivne
- Positiivne
- Pigem neutraalne
- Neutraalne
- Pigem negatiivne
- Negatiivne

Põhjendus.....  
.....  
.....

**2) Millises suunas on Sinu meelest Pärnu arenenud? Tee sobivale vastusele ring ümber ja palun põhjenda oma arvamust.**

- a) Paremsuse suunas
- b) Seisab paigal
- c) Halvemuse suunas

Põhjendus.....  
.....  
.....

**3) Mis Sulle Pärnu juures meeldib?**

.....  
.....  
.....  
.....

**4) Mis Sulle Pärnu juures ei meeldi?**

.....  
.....  
.....  
.....

**5) Kuidas saaks Pärnu imago (veel) paremaks muuta?**

.....  
.....  
.....  
.....

**6) Kui peaksid tulevikus mingil ajal Pärnust lahkuma, kas tahaksid hiljem uuesti Pärnusse elama tulla? Tee sobivale vastusele ring ümber ja palun põhjenda oma arvamust.**

- a) Jah
- b) Ei
- c) Võibolla
- d) Ei oska öelda

Põhjendus.....  
.....  
.....

**7) Milline on Sinu arvates Eestis elavate inimeste üldine arvamus Pärnust? Tee sobivale vastusele ring ümber ja palun põhjenda oma arvamust.**

- a) Pigem positiivne
- b) Positiivne
- c) Pigem neutraalne

- d) Neutraalne
- e) Pigem negatiivne
- f) Negatiivne

Põhjendus.....  
.....  
.....

**8) Milline on Sinu arvates Pärnus elavate inimeste üldine arvamus Pärnust? Tee sobivale vastusele ring ümber ja palun põhjenda oma arvamust.**

- a) Pigem positiivne
- b) Positiivne
- c) Pigem neutraalne
- d) Neutraalne
- e) Pigem negatiivne
- f) Negatiivne

Põhjendus.....  
.....  
.....

**Sugu:** M / N

**Vanus:** .....

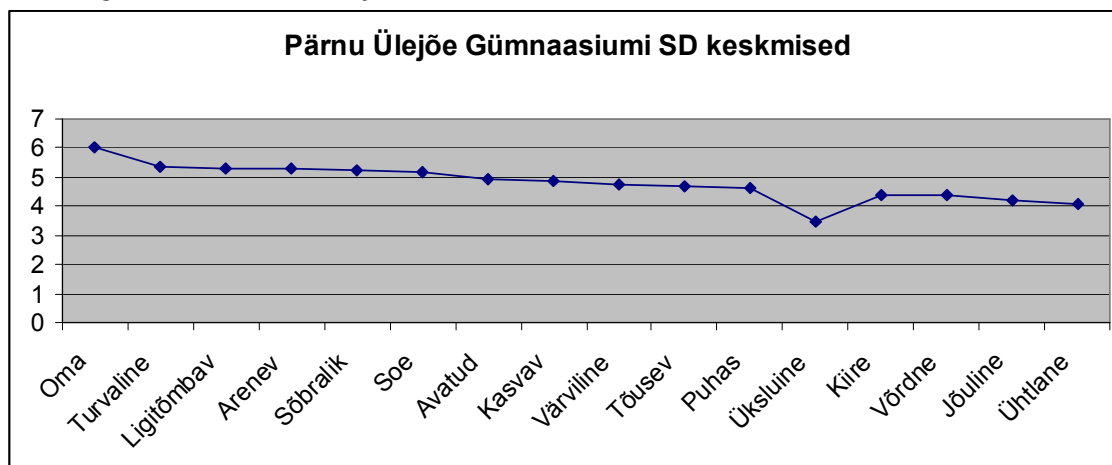
**Suur aitäh! Sinu arvamus on oluline!**

## LISA 2. Semantilise diferentsiaali tulemused.

Tabel 1. Pärnu imago Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi abiturientide seas.

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
Oma	6,03	2,03	0,897
Turvaline	5,38	1,38	1,040
Ligitõmbav	5,31	1,31	1,355
Arenev	5,28	1,28	1,486
Sõbralik	5,25	1,25	1,078
Soe	5,19	1,19	1,120
Avatud	4,91	0,91	1,279
Kasvav	4,84	0,84	1,505
Värviline	4,72	0,72	1,591
Tõusev	4,66	0,66	1,153
Puhas	4,63	0,63	1,737
Üksluine	3,50	0,50	1,741
Kiire	4,41	0,41	1,292
Võrdne	4,41	0,41	1,411
Jõuline	4,19	0,19	1,176
Ühtlane	4,09	0,09	1,489

Tabel 1 graafiliselt: Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi semantilise diferentsiaali keskmised.

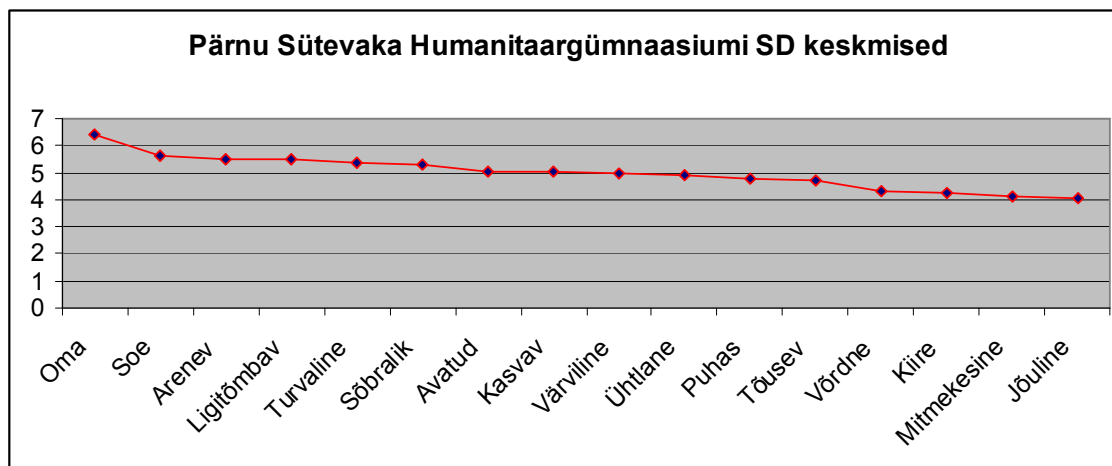




**Tabel 2. Pärnu imago Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi abiturientide seas.**

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
Oma	6,39	2,39	0,998
Soe	5,64	1,64	0,962
Arenev	5,52	1,52	0,906
Ligitõmbav	5,48	1,48	1,202
Turvaline	5,36	1,36	1,194
Sõbralik	5,30	1,30	1,334
Avatud	5,06	1,06	1,298
Kasvav	5,03	1,03	1,380
Värviline	4,97	0,97	1,380
Ühtlane	4,88	0,88	1,453
Puhas	4,76	0,76	1,251
Tõusev	4,70	0,70	0,984
Võrdne	4,30	0,30	1,075
Kiire	4,24	0,24	1,437
Mitmekesine	4,09	0,09	1,627
Jõuline	4,03	0,03	1,447

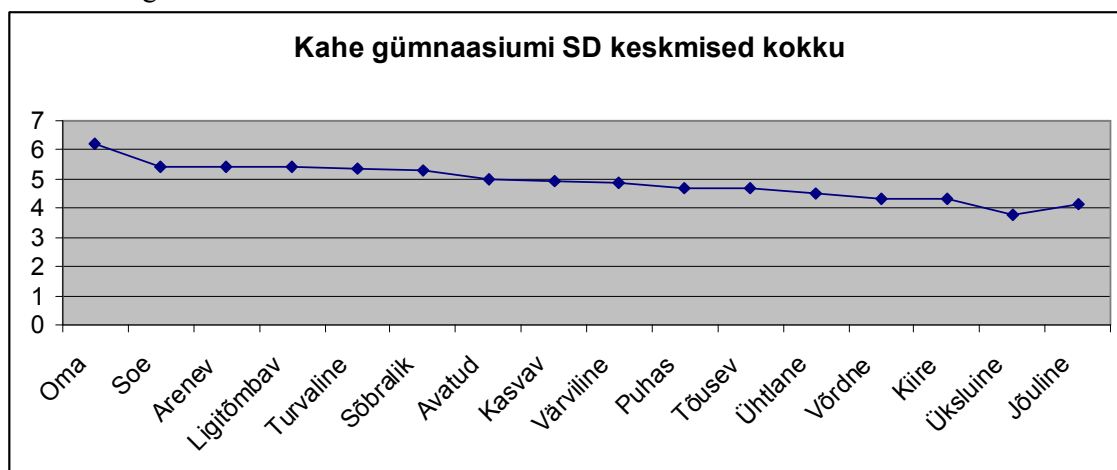
Tabel 2 graafiliselt: Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi semantilise diferentsiaali keskmised.



**Tabel 3. Pärnu imago kahe kooli abiturientide seas.**

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
Oma	6,22	2,22	0,960
Soe	5,42	1,42	1,059
Arenev	5,40	1,40	1,222
Ligitõmbav	5,40	1,40	1,272
Turvaline	5,37	1,37	1,112
Sõbralik	5,28	1,28	1,206
Avatud	4,98	0,98	1,281
Kasvav	4,94	0,94	1,435
Värviline	4,85	0,85	1,481
Puhas	4,69	0,69	1,499
Tõusev	4,68	0,68	1,062
Ühtlane	4,49	0,49	1,512
Võrdne	4,35	0,35	1,243
Kiire	4,32	0,32	1,359
Üksluine	3,80	0,20	1,697
Jõuline	4,11	0,11	1,312

Tabel 3 graafiliselt: Pärnu imago Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi ja Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi SD keskmised kokku



## **LISA 3. Süvaintervjuud Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumi õpilastega.**

1) Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium, õppimistulemuste põhjal hea õpilane

**Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriksid?**

Võibolla midagi sellist, et mis nagu välja paistab. Et mis teised inimesed millestki konkreetsest arvavad, ma arvan, võibolla.

**Oskad Sa seda mõne teise sõnaga öelda? Mõnda sünonüümi pakkuda?**

Mulje. Ma ei tea.

**Kas mõne linna või piirkonna puhul saab rääkida imagost?**

Ma usun, et kindlasti saab rääkida.

**Mis Sa arvad kuidas imago üldse tekib kui me räägime linna imagost?**

Linna imagost? No linna puhul see, et milline on linna selline välismulje. No ütleme, et tuttavad-sugulased käivad siin, et kuidas kohalikud räägivad neile mis elu siin on. Et kuidas neile tundub, jutud levivad, Eesti väike riik, jutud levivad. Et... Ma arvan, et põhimõtteliselt ikka juttude põhjal.

**Mis Sa arvad, kas ja miks on üldse oluline, et ühel linnal oleks positiivne imago?**

No kindlasti on. Näiteks mulje põhjal ma Jõhvi väga ei kipu ja Tartusse jälle kipuks. Positiivne üldmulje ikka kohe kutsub või tõmbab, negatiivne ikkagi peletab natuke ikka.

**Kuidas Sa defineeriksid sõna „identiteet“?**

Kui võrrelda imagot identiteetida, siis imago on rohkem see, mis välja paistab. Identiteet... ütleme nii, et imago on võibolla mitte-kohalikel ja identiteet on kohalikel. Võibolla on see vahe, ma ei tea. Defineerimisküsimused on halvad küsimused.

**Et identiteet on see mis kohalikud linnaelanikud arvavad...**

Jah. Jah.

**...ja imago on rohkem see, mis teistele välja paistab?**

Jah. Võibolla, ma arvan.

**Kui Sa kuuled sõna „Pärnu“, siis mis Sulle kõige esimesena meenub?**

No minu jaoks on kindlasti kodu, sest ma olen ise, noh, mitte päris pärnakas, peaaegu pärnakas. Aga... suvi, suvepealinn, rand, puhkamine. Aga mulle eelkõige ikkagi kodu. Olen kogu oma teadliku elu, alates kolmandast eluaastast elanud Pärnus.

**Mis on Pärnu kui elukeskkonna tugevused Sinu arvates?**

No Pärnu on üldjuhul ikka selline roheline linn. Siuke... talvel on hea vaikne rahulik, suvel mitte nii väga rahulik. Ma arvan, et suhteliselt ohutu võrreldes näiteks Tallinnaga, kindlasti palju ohutum. Ma arvan, et ta ongi siuke mõnus roheline ja ohutu.

**Aga nõrkused?**

Nõrkused? Suvel on võibolla natuke selline koordineerimatus liikluskorralduses. Üleüldse see kuidas massid liiguvad. Suvel ikka põlise elaniku jaoks on see natuke häiriv mis siin need hordid liiguvad. Talvel on kõik okei.

**Milline on Sinu arvates Pärnu imago?**

Ma arvan, et Pärnu jätab sellise suve mulje, suvepealinn ta meil ju on. Siuke puhkuselinn, ma arvan.

**Et pigem positiivne?**

Pigem positiivne. No praegu on muidugi võibolla natuke siuke negatiivne aura ka ümber selle... linnavalitsuse tasandil. Aga üldjuhul positiivne.

**Oskad Sa öelda, kuidas olemasolevat imagot saaks paremaks või veel paremaks muuta?**

Kusjuures, me täna just sõbrannaga rääkisime sellest ja ... Et põhimõtteliselt on niimoodi, kui võrrelda mingi kümne aasta taguse ajaga, siis linn toetas rohkem üritusi kui praegu. Enam ei ole selliseid, ma ei oskagi öelda... Linn võiks rohkem mingeid kultuuriüritusi toetada, mis meelitaks siia rohkem inimesi, ma arvan. Et mitte neid, kes tulevad siia Grillfestile õlut jooma. No „Tere, Pärnu Suvi“ siuke, kus enamus mass tuleb lihtsalt õlut jooma. Võiks midagi teistsugust ka olla.

**Kes selle linna imago kujundamisega tegelema peaks?**

Põhiliselt linna imagot kujundavad tema elanikud ise. Aga kui vaadata meedia poolt, siis linnavalitsus, linnavalitsuse pressiesindaja, ma arvan. Vaadata mis läheb läbi, mis ei lähe läbi.

**Sa arvad, et linn peaks sellega tegelema. Kas seda tehakse praegu piisavalt Sinu meelest?**

Ei tea, tõesti ei tea seda.

**Et Sinule ei paista see välja, et sellega üldse tegeletakse?**

No minule ei paista, jah, välja.

**Aga kui Sa meenutad sündmusi, mis on Sinu arvates Pärnu linna imago just positiivselt mõjunud?**

Lähiajal?

**Võib kaugemale ka minna. Kas meenub midagi?**

Nii paugust küll kohe ei tule. Mis väljapoole võiks hea paista... No kui ma mõtlen, mis mulle endale tohutult meeldib, siis mulle meeldib see, et raamatukogu korda tehakse, sest varem oli see inetu. No ausalt!

**Aga midagi negatiivset?**

No negatiivne, mis praegu kõik pasundavad, nii korralikumad kui kollasemad väljaanded, on meie linnapea ikka. See, kuidas Pärnu sipleb võlgades ja... ja kuidas ikka selle linnapea palgaga on ja raha pole ja. Ja see PAUH-süsteem on ka suhteliselt jabur natukene, aga noh .. las ta siis olla.

**Aga mis Sa arvad mis Pärnust mitte-elavad inimesed arvavad?**

Ma arvan, et positiivselt. Aga need linnapea asjad need väga hullult ei mõjuta. No kui puhkama tulla, siis ei mõeldagi sellele, mis toimub kabinetis, siis mõeldakse sellele, et peasi, et päike paistab ja ilm soe oleks, et siis on kõik hea.

## 2) Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium, õppimistulemuste põhjal hea õpilane

### **Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriksid?**

Imago on selline... see on hea küsimus. Ma kohe mõtlen sellele hea vastuse. Imago on see, kuidas Pärnu nagu inimestele paistab või tundub. Imago on selline... seda võiks kirjeldada kui üldist arusaama.

### **Oskad Sa imagole sünonüümi pakkuda? Teise sõnaga öelda.**

See on hea küsimus. Praegu lihtsalt küll ei tule.

### **Kas mingil linna või piirkonna puhul saab üldse rääkida imagost?**

Kahtlemata. Ma olen päris kindel selles.

### **Kuidas linna imago tekib?**

Aja jooksul. Aja jooksul ja see oleneb kindlasti kohast, see oleneb inimestest, see oleneb sellest, kas sellel linnal on mingisugune eriline asi, mingisugune tuulik, kindlus, linnus mida iganes.

### **Miks on oluline, et linnal oleks positiivne imago?**

Sellepärast, et tänapäeval on tähtis näiteks turism. Ma arvan, et positiivne imago meelitab turiste linna esiteks. Ja teiseks on sellise positiivsema imagoga linnas meeldivam elada, ma arvan.

### **Kui ma ütlen sõna „identiteet“, siis kuidas sa seda imagoga võrdleksid? Kas nad on sama tähendusega või on neil mingi vahe?**

Ma arvan küll, et neil on vahe. Ma päris ei ütleks, et nad samad on.

### **Aga milles nende erinevus siis seisneb?**

Ühesõnaga linna identiteet ja linna imago? Minu arust identiteet on kuidas personaalsem, imago aga rohkem väljast poolt tulevam. Et see, mida teised arvavad sellest on imago. Ja identiteet on see, mida linn või linnaelanikud ise arvavad, võibolla.

### **Mis sulle esimesena meenub, kui Sa kuuled sõna „Pärnu“?**

Rand, päike, suvi.

### **Mis on Pärnu kui keskkonna tugevused? Miks siin on hea elada?**

Ma arvan, et see on mõnus, et ta on piisavalt väike ja samas piisavalt suur, et siin oleks kõik olemas: kino, raamatukogud, kaubanduskeskused. Aga see on piisavalt väike, et tekitada selline natukene intiimsem õhkkond kui seda on näiteks Tallinnas. Et ikkagi enamvähem kõik on sõprade sõbrad või tuttavate tuttavad. Vähemalt. Ja selles suhtes on tore, et Pärnu on selles mõttes nagu üks suur perekond, et kõik ikkagi kuidas teavad üksteist.

### **Aga nõrkused?**

Et võibolla on siin mõnes mõttes nagu liiga vähe võimalusi kohati. Mulle tundub, et kui inimesed lõpetavad keskkooli, siis nad lähevad enamuses kas Tallinnasse või Tartusse. Ja sellest on kahju sellepärast, et Pärnusse jäävad kuidagi sellised kooliealised inimesed ja siis vanemad inimesed, kes on siin otsustanud oma elu veeta. Aga kuidagi sellised noored värskete mõtetega inimesed lähevad kuidagi mujale õppima, mulle tundub. Et see on võibolla selline nõrk kohta.

**Milline on Sinu meelest Pärnu imago nende seas, kes siin ei ela?**

Ma arvan, et nad hindavad Pärnut kui suvepealinna ja kuurorti, kus puhkamas käia. Ma arvan, et see on hästi positiivse imagoga eestlaste seas, aga ka välismaalaste seas.

**Kuidas saaks Pärnu imago paremaks muuta? Või veel paremaks muuta?**

No kindlasti saaks kuidagi. Kas või juurutada mingisuguseid traditsioone, mingisuguseid festivale, mis igal aastal toimuksid. Või midagi sellist, mida inimest lihtsalt ligi tõmbaks või siis täiustaks seda Pärnu imago just.

**Kes peaks Pärnu linna imagoga tegelema?**

Ühelt poolt mõjutavad seda ju praktiliselt kõik inimesed, kes Pärnus elavad ja siin midagi teevad. Teiselt poolt ma arvan, et see on ikkagi pigem linnavalitsuse selline teema. Ma arvan küll, et selleks, et tahtlikult ja teadlikult Pärnu linna imago kuidagi edendada, et selleks peaks linnavalitsus kindlasti tööd tegema ja organiseerima mingisuguseid töölisi, kes seda kuidagi koordineeriks ja juhendaksid.

**Kuidas Sulle tundub, kas praegu tegeletakse sellega piisavalt?**

Raske öelda. Võibolla nagu selles mõttes, et suvel on meie imagoga kõik korras, aga kevad ja ütleme talv ja sügis, Pärnu on ju täielikult välja surnud siis. Ma ütleksin, et kindlasti on arenguruumi kõvasti.

**Tuleb Sulle meelde sündmusi, mis Sinu arvates on Pärnu imago positiivselt mõjunud?**

Pean nüüd täitsa mõtlema selle peale. Hea küsimus. Mul ei tule pragu midagi ette peale selle jaanuaritormi, aga ma ei usu, et see kuidagi väga... no võibolla see tekitas ka rohkem huvi Pärnu vastu.

**Aga negatiivset? Midagi, mis Pärnu imago halvasti on mõjunud?**

Ma arvan, et see Viisitamme valitsus on kuidagi mõjutanud seda päris negatiivses suunas sellepärast, et see on nii veider.

**3) Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium, õppimistulemuste põhjal halvem õpilane****Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriks?**

Imago on ehk selline... ütleme mulje, mis on millestki jäänud teistele inimestele. Mis siis iseloomustab seda teatud asja, mille imagost räägitakse.

**Oskad Sa sünonüümi öelda?**

Ei oskagi niimoodi kohe ei tulegi.

**Kas mingil linnal või piirkonnal saab olla imago? Kas saab imagost sellises kontekstis rääkida?**

Ma arva, et ikka saab jah.

**Kuidas imago tekib?**

Kas linna imago?

**Jah, linna imago.**

Eks see ole kõik sellest sõltuv, et mis poliitikat linn ajab ja mis eesmärki ta nagu täidab, et mis ta põhilised prioriteedid on ja milline ta kas või välja näeb üldse. Kas ta on puhas linn näiteks ja nii edasi ja nii edasi. See loob kõik selle imago.

### **Miks on oluline, et linnal oleks positiivne imago?**

No kinnisvara hinnad loomulikult. Seda kas inimesed tahavad, näiteks kui on turismilinn nagu Pärnu, et kas turistid tahavad siia tulla või mitte. Kui linnaga on halvasti, siis nad ei taha tulla siia. Aga ka need inimesed, kes siin elavad juba, et kas nad tahavad siia jääda või tahavad siit minema saada.

### **Kuidas Sa sõna „identiteet“ defineeriksid?**

Identiteet?

### **Kui on lihtsam, võid näiteks imagoga võrrelda?**

Ma arvan, et pigem imago on teiste silmis nähtud, aga identiteet on see mis on nii teiste suhtes arvestatav kui ka see mis sa ise nagu tunned nii-öelda.

### **Pärnu linna puhul siis imago on pigem see, mis teistele paistab ja identiteet on...**

...pigem ikka see, mis kohalikel on.

### **Mis Sulle esimesena meenub, kui Sa kuuled sõna „Pärnu“?**

Suvi. Arvatavasti on suvi. Suvi või soomlased. Suvi pigem.

### **Mis on Pärnu kui elukeskkonna tugevused?**

Rahulik meeleolu selline, ta on vaikne linn. Tal ei ole palju müra ja ta on siukene kerge koht. Tallinn tundub aeg-ajalt suruvana, et ta surub sulle kogu aeg peale. Aga Pärnu on just siukene.. ta on hea linn, kus üles kasvada. Ja ka kedagi üles kasvatada.

### **Aga nõrkused?**

Nõrkused...Võibolla see on üks nõrkus, et turismi poole pealt, et turismid on hakanud seda vallutama. Tihtipeale on nagu mulje, et suvisel ajal on pärnakaid endid vähem kui on välismaalasi või kas või mõnest teisest linnast pärit inimesi. See on kindlasti nõrkus. Nõrkus on ka see, et Pärnus võib tekkida momente, kus selliseid teisitimõtlejaid on liiga palju, kes on Pärnu lähistelt kokku voolanud.

### **Keda Sa silmas pead?**

No ma ei tea, kust kandist nad tulevad, vahel on väga palju teisti mõtlejaid linna peal, et see on võibolla nõrkus. Ta tugev külg on see, et ta on turvaline, samas ta nõrk külg on jälle see, et ta ikka aeg-ajalt ei ole ka.

### **Milline on Sinu meelest Pärnu imago nende hulgas, kes siin ei ela?**

Pärnu imago ongi.. põhimõtteliselt eks ta ongi, teistele tundub ta ju rohkem, ongi turism, suvi, päike siukene. Ta jätab hubase siukse linnakese mulje, et pigem võibolla suurlinnad vaatavad seda kui ka kui pigem alevikuna kui linnana. Väikelinna mentaliteet on.

### **Aga kas pigem positiivne või pigem negatiivne?**

Pigem positiivne, ma usun kindlasti.

### **Kuidas saaks Pärnu imagot paremaks muuta? Või veel paremaks muuta?**

Veel paremaks muuta...Kõigepealt peab võlgadest välja tulema. Tegelikult ju oma eesmärki täidab ta väga hästi, kui võtta teda turismilinnana. Aga... võibolla nagu imago, et tõesti näiteks suurlinna mentaliteeti luua juurde, noh suurehitisi sinna tõesti toppida. Seal tehakse see Pärnu Keskus sinna Port Arturi juurde, minu arust väga hea idee. Et seda rajooni näiteks kasvatada suuremaks. Siukene, et oleks nagu keskus. Ja teine asi näiteks võiks Pärnu Rüütli tänava siukseks teha nagu on vanalinn Tallinnas, on Tartus. Et ta ei ole lihtsalt mingi poodidekett, vaid oleks selline, et oleks vabaõhu kohvikuid täis, ma arvan, et see toimiks väga hästi.

#### **Kes peaks Pärnu linna imagoga tegelema?**

Ma arvan, et selleks peaks palkama eraldi mingi konsultandi, kes sellega tegeleks. Kui seda just ei ole juba, ma ei kujuta ette. Ma arvan, et kellegi, kellel oleks mingi osaline kunstimeel võibolla natukene ja kes suudaks mõelda ka majanduslikult, et seda asja realiseerida võimalikult väheste kulutustega.

#### **Kuidas Sulle tundub, kas praegu tegeletakse sellega?**

Ta ei ole nii silmapaistev ega samm-sammult ikka natuke tehakse, nokitsetakse siit ja sealt. Aga siukest kapitaalremonti ei tehta.

#### **Et piisavalt ei tegeleta?**

Ma arvan, et natukene jõudsam peaks see tegevus olema küll jah. Selles mõttes noh, et iga aasta tehakse mingi üks asi juurde. Eelmine aasta tehti see rannapromenaad näiteks ja Rüütli tänav, aga samas nagu võtta ette, et ühe aastaga teha terve üks linnaosa, nagu *make-up* teha. See toidaks võibolla nagu paremini ära. Praegu nagu jääb mulje, aga võibolla on see kohaliku inimese mulje, et võibolla väljapoolt Pärnut vaadatakse, et oo. Ma ei tea.

#### **Tuleb Sulle meelde sündmusi, mis Sinu arvates on Pärnu imagole positiivselt mõjunud?**

Pärnus.. mis oleks positiivselt mõjunud. Ma arvan, et pigem ongi see.. see läheb jälle sinna turismiauku, et see nagu mõjub hästi, muu ei paista nii väga välja. Ma mõtlen, et praegusel hetkel ei olegi nii väga midagi silma paistnud.

#### **Aga negatiivselt?**

Negatiivset, no tõesti mulle see uisuväljaku idee mulle ka ei istu, see oleks nagu vale. Või noh sinna kohta, kuhu teda planeeritakse. Ta nagu sobiks ikkagi panna kohta, kus praegu veel rohelust ei ole, et teha ilusamaks mingi koht. Ma paneks mingi Ülejõe näiteks selle üldse. Või siin jälle.. no siin lähedal see pargivärg mõjub hästi. Aga näiteks raamatukogu sinna külje peale mis oleks Vallikääru lähedal. Võiks paljusid asju korda teha. Pärnus on päris palju ilusaid ehitisi ja näiteks võiks need korda teha, see mõjuks väga hästi. Need on nagu negatiivsed küljed. Et vaadates praegu tõesti Vallikääru, siis ta on siuke räämas. See näiteks. Või võiks korda teha mingisugused vanemad majad kas või. Vaatad kas või see Supeluse tänav, kõnnid, kõnnid – kõik on täis vanu lagunevaid maju. Lükkaks need ilusasti üles, oleks kohe olemas jälle üks positiivne külg. Saaks vaadata, et ohoh. Uisuväljak on jah meelde jäänud, sest sellest tekitati kõige suuremat jama, aga eks kui mingi asja suhtes tähelepanu juhtida, siis raudselt jääks see jälle külge, et vaataks, et nüüd oleks vaja seda teha. Mudaravila võiks korda teha, see on üks väga ilus koht. Üleüldse.. selles suhtes pole nagu väga palju vaja muuta, rohelust meil on, puhtust ka on - selles suhtes on hubane linn. Ja no näiteks Liiva kant korda teha.

#### **4) Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium, õppimistulemuste põhjal halvem õpilane**



### **Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriksid?**

See on selline mulje, mis inimestele jääb sellest linnast. Sa ju teed linnast? Imidž on midagi sellist, et mingi asja mulje, mis teistele jääb. Või mulje, mida üritatakse näidata teistele.

### **Oskad Sa sünonüümi öelda?**

Tegelikult ei oska.

### **Kas mingil linnal või piirkonnal saab olla imago? Kas saab imagost sellises kontekstis rääkida?**

Ma arvan, et mingit kindlad arusaamad on küll tekkinud erinevate linnade kohta. Et olenevalt siis, kui hästi arenenud see on või kui heas korras, et mingil määral see mõjutab inimeste arusaama sellest, milline see linn on, et mingil määral kindlasti. Teine asi on see, kui õige see on, mida inimesed arvavad, aga mingi on kindlasti kujunenud.

### **Kuidas linna imago tekib?**

Eks see on nii nagu kõikide teiste juttudega ja arvamustega. Et inimeste vahel ja kui ikka uudistes on, et seal juhtus jälle autoõnnetus või jälle mingi kuriteod, siis see mõjutab, et arvataksegi, et seal linnas on väga palju. Kuigi tegelikult on võibolla kuskil mujal ka, aga seda lihtsalt – võibolla see on väiksem linna ja see ei tundu nii oluline – siis seda kajastataksegi vähem.

### **Miks on oluline, et linnal oleks positiivne imago?**

Eks kõik taandub sellele rahalisele poolele. Kui näiteks Pärnu võtta, siis Pärnu on turismilinn ja selleks, et inimesed tahaksid siia tulla, tahaksid siia reisida ja siia raha panna selle linna arengusse. Siis selleks peabki sellel linna hea maine olema. Et kui ei ole, siis see kõik ei toimi nii hästi.

### **Kui ma ütlen sõna „identiteet“, siis kuidas Sa seda imagoga võrdleksid? On neil mingi vahe?**

Ma arvan, et imago on rohkem mulje. Et see on selline suhtelisem, et imago on selline, mis on rohkem inimeste enda arvamus. See ei pruugi olla kõikidel sama, võibolla Eesti erinevates osades arvatakse erinevalt Pärnust. Aga identiteet on mingid kindlad omadused, mis sellel linnal on.

### **Mis Sulle esimesena meenub, kui Sa kuuled sõna „Pärnu“?**

Kodu. Ma arvan, et enamikel on, et see on suvepealinn, et siin on suvel hästi palju üritusi ja palju rahvast. Üks koht, kus kui inimesed reisivad palju välismaale, siis Eesti-siseselt on suvel kindlasti Pärnu see koht, kuhu tulla.

### **Mis on Pärnu kui elukeskkonna tugevused? Miks siin on hea elada?**

Ma olen alati mõeldud seda niimoodi, et kui Eestis kuskil linnas tahaksin elada, siis see oleks Tartu või Pärnu. Sest et Tallinn on liiga suur ja liiga lärmakas ja kõik teised on liiga väiksed minu jaoks. Minu arvates Pärnu on täpselt sellise paraja suurusega, et võibolla miinus on see, et minu jaoks on see natuke liiga väike, et kõik inimesed teavad üksteist. Aga samas see on selline täpselt paraja suurusega, et ta on kodune, aga samas siin on palju erinevaid kohti ja erinevaid tegevusi, millega saab tegeleda.

### **Aga nõrkused?**

Üks on võibolla see, et ta ei ole nagu võrreldes Tallinnaga näiteks niipalju arenenud, et siin ikkagi on veel... näiteks üks kino on või kui noored tahaksid tegeleda millegagi vabal ajal, siis

on võibolla vähem võimalusi. Võibolla kõik need noortele suunatud asjad ei toimi veel nii hästi, näiteks noortekeskusi on väga vähe ja nendega on raskused, võiks selliseid asju rohkem olla.

**Milline on Sinu meelest Pärnu imago nende hulgas, kes siin ei ela?**

Ma arvan, et oleneb, kus nad on – kui nad on väiksemast linnast või maakohast, siis nad arvavad, et see on väga tore suur linn. Samas kui keegi Tallinnast arvab, siis ta arvab, et see on selline väike. Aga ma arvan, et üldine mulje on ikka, et ta on selline hubasem ja ma ei tea kas linna kohta saab „sõbralik“ öelda, aga... see on minu arvamus.

**Et siis pigem positiivne?**

Ma arvan küll, jah.

**Kuidas saaks Pärnu imagot paremaks muuta? Või veel paremaks muuta?**

Ma arvan, et üldist linnapilti, et parandada kõike seda jama, mis siin on. No võtame näiteks kesklinna, on Sütevaka kool, mis on siis Pärnu eliitkool, ja selle kõrval on kaks maja, mille aknad on kinni löödud. See mõjutab väga palju. Kui turistidele on kesklinn see peamine koht, kus nad käivad ehk siis Rüütli tänav ja siin lähedal ja siis kui siin teed täiesti jubedad ja majad on *graffiy* 't täis ja lagunened, siis linn võiks rohkem korraldada seda, et linn korda saaks.

**Kes peaks Pärnu linna imagoga tegelema?**

Üks asi on linnavalitsus ja riik, et nad toetaks piisavalt seda, et saaks kõik ilusti korda, et saaks rohkem asutusi teha, millega oleks noortel rohkem tegevust siin linnas. Et töökohti oleks, et inimesed ei läheks siit ära. Aga samas inimesed ise ka ju, et oleks linn puhas, et ei oleks *graffity* 't kesklinnas ja muud sellist. Inimesed ise mõjutavad ka ikkagi seda.

**Kuidas Sulle tundub, kas praegu tegeletakse sellega piisavalt?**

See on minu arust Eestis üldiselt, et ei ole veel jõutud nii kaugele selle asjaga. Et näiteks tegin ise uurimistööd lastekaitsest ja uurisin, kui palju üldse lapsed teavad ja kuidas üldse see süsteem toimib, siis tegelikult see on nii jubedaks aetud, et varsti on nii, et kui lapsed kadunud on, siis seda ei ole võimalik kuskilt kontrollida. Tuleks lihtsalt neid süsteeme, seadusi ja kõike seda üle vaadata, et saaks selle süsteemi tööle. Selleks, et üldse midagi parandada, on vaja süsteemi, kuidas seda teha. Kui see ei ole korras, siis seda ei saagi teha.

**Tuleb Sulle meelde sündmusi, mis Sinu arvates on Pärnu imagole positiivselt mõjunud?**

Mingeid kindlaid sündmusi ma küll ei oska nimetada. Siin on nagu üldine Pärnu imago on et see on suvepealinn, siin on palju üritusi, aga otseselt sündmusi ei oska nimetada.

**Aga imagole negatiivselt mõjunud sündmusi?**

Igasugused sahkerdamised ja asjad, mis poliitikas toimuvad, ükskõik mis linnas nad toimuvad, seda linna nad ka mõjutavad.

**On Sul lisada midagi?**

Pärnu imago kohta... ma arvan, et üldiselt on üks armas linn ja Eestis elamiseks üks parimaid, et annab parandada, aga sellega läheb pisut aega.

5) Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium, õppimistulemuste põhjal halvem õpilane

**Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriksid?**

Siukene välimine identiteet või kujutluspilt, mida üritatakse kõigile näidata.

**Oskad Sa imagole sünonüümi pakkuda? Teise sõnaga öelda.**

Ei oska tegelikult.

**Kas mingil linna või piirkonna puhul saab üldse rääkida imagost?**

Saab.

**Kuidas linna imago tekib?**

Ajaloost, inimestest, üritustest, mis seal toimuvad või siis reklaamikampaaniatega, mis seal luuakse.

**Miks on oluline, et linnal oleks positiivne imago?**

Siis ta on atraktiivne, siia tulevad turistid, inimesed tahavad siin elada. Ka firmad tahavad sinna tulla.

**Kui ma ütlen sõna „identiteet“, siis kuidas sa seda imagoga võrdleksid? Kas nad on sama tähendusega või on neil mingi vahe?**

Kindlasti on mingi erinevus, aga ma ei tea kahjus seda.

**Mis Sulle esimesena meenub, kui Sa kuuled sõna „Pärnu“?**

Mulle meenub kool, aga ma pakun, et enamustele inimestele rand ja suvi ja kari soomlasi ja nii edasi.

**Mis on Pärnu kui keskkonna tugevused? Miks siin on hea elada?**

See on kena, väike, rahulik linn, kus on põhimõtteliselt turvaline enamuse ajast. Midagi dramaatilist väga ei toimu. Ikkagi ilus linn, eriti suvel.

**Aga nõrkused?**

Just sama, et siin midagi ei toimu. Väike, rahulik linn, kus midagi ei toimu erilist. Samas vanematele inimestele kindlasti, aga noortele mitte nii väga. Ja äärelinnas ei ole väga kena.

**Milline on Sinu meelest Pärnu imago nende seas, kes siin ei ela?**

Seotud ranna ja suve, et kuurortlinn.

**Kuidas saaks Pärnu linna imago paremaks muuta? Või veel paremaks muuta?**

Tullagi sellest suvelinna mainest võibolla välja, et korraldada rohkem üritusi talvel, kevad ja ülejäänud aastaegadel. Teha mingi tugev reklaamikampaania.

**Kes peaks Pärnu linna imagoga tegelema?**

Linnavalitsus, inimesed, kes siin elavad, kes tahavad seda näha ja seda imago muuta.

**Kuidas Sulle tundub, kas praegu tegeletakse sellega piisavalt?**

Ei tegeleta. Võibolla kampaaniaid mingisuguseid on, aga need pole just väga mõjuvad olnud.

**Tuleb Sulle meelde sündmusi, mis Sinu arvates on Pärnu imagole positiivselt mõjunud?**

Niimoodi võttes kindlasti paraad, mis siin oli. Kindlasti on üritusi, aga mulle ei tule praegu meelde.

**Aga negatiivset? Midagi, mis Pärnu imagole halvasti on mõjunud?**

Ei oskagi öelda.

## **LISA 4. Süvaintervjuud Pärnu Ülejõe Gümnaasiumi õpilastega.**

1) Pärnu Ülejõe Gümnaasium, õppimistulemuste põhjal hea õpilane

**Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriksid?**

Mulle on see mingil määral nagu staatus või väljanägemine, mis on nagu omane mõnele kindlale asjale.

**Oskad Sa sünonüümi öelda?**

Ei teagi. Ei leiagi rohkem praegu mingit väljendusviisi kui staatus või midagi omast.

**Kas mingil linnal või piirkonnal saab olla imago? Kas saab imagost sellises kontekstis rääkida?**

Ma arvan, et seal saaks nagu võrrelda seda, milline on inimeste arvamus selle linna kohta, mis mulje see jätab inimestele, nii et selles suhtes saaks küll.

**Kuidas linna imago tekib?**

Ma arvan, et üldse sellest elu-olust, et kuidas inimesed tunnevad end selles linnas. Et sellest ju kõik väljendubki, et kuidas nemad oma linnast räägivad ja sellest, kuidas siis väljastpoolt inimesed, näiteks turistid või teistest linnadest inimestest, et kuidas nemad suhtuvad linna. Läbi nende muljete ja ... sellest nagu väljendub.

**Miks on oluline, et linnal oleks positiivne imago?**

Kõik linnad tahavad positiivset imagot. Miks see on oluline? No linna suhtes on see sellepärast oluline, et see on nagu üks asi, mis tõmbab inimesi enda poole ja mis muudab inimesed... kui on hea imago, siis see tähendab, et linn on elamiskõlblik, seega on inimesed õnnelikumad ja see linn on avatud kõigile inimestele. Ta on avatud sinna linna tulemiseks. Heaolu suhtes.

**Kui ma ütlen sõna „identiteet“, siis kuidas Sa seda imagoga võrdleksid? On neil mingi vahe?**

Mingi vahe kindlasti on. Ei oska seda praegu välja tuua.

**Aga vahe siiski on?**

On vist küll jah, aga mitte väga suurel määral.

**Mis Sulle esimesena meenub, kui Sa kuuled sõna „Pärnu“?**

Rand. Turistid ja meelelahutus.

**Mis on Pärnu kui elukeskkonna tugevused? Miks siin on hea elada?**

Tugevused on, et periooditi on siin üsna rahulik elada võrreldes näiteks Tallinnaga. Võibolla siin puudub, eks see hakkab minema, aga võrreldes Tallinnaga siin pole eriti selline kommertslinn. Et lihtsaid inimesi on võibolla rohkem ja äripinda võibolla pole veel nii palju, aga nagu näha, siis vaikselt hakkab juba minema selliseks linnaks, kus on raha peamine. Juba turismi suhtes näeb seda, palju asu tehakse turistidele.

**Oskad veel tugevusi tuua?**

Ma ei tea, mul nagu ongi peamine see, et kohati rahulik ja lihtsad inimesed on siin ja suvel on siin hästi tore ja mõnus.

### **Aga nõrkused?**

Nõrkus võibolla ongi see, et Pärnu on sellise rahuliku olemisega, aga et nüüd jubedalt minnakse sinnapoole, kus siis tahetakse, et hästi palju turiste käiks läbi, et siis raha voolaks linna, et hästi palju oleks seda äritegevust. Et sellest linnast ei jääks vaikne ja rahulik linn, vaid tahetakse pigem nagu – ma võin võrdluseks tuua Tallinna, kus on ka kiire elutempo. Et see on võibolla nõrkus, et liiga palju tahetakse olla see, kes me tegelikult ei ole. Et võiks nagu jääda samale lainele.

### **Milline on Sinu meelest Pärnu imago nende hulgas, kes siin ei ela?**

Kes siin ei ela? No ma olen kuulnud, et põhimõtteliselt Pärnut peetakse ikkagi ühelt poolt siukseks hästi rahulikuks suvepealinnaks ja teiselt poolt on Pärnu kui meelelahutus, kuhu suvel tulla. Üldarvamus on ikkagi, et Pärnu on selline lihtne linn, tavaline linn, kus on vaikne ja kus on lihtsad inimesed.

### **Et siis pigem positiivne?**

Jah.

### **Kuidas saaks Pärnu imagot paremaks muuta? Või veel paremaks muuta?**

Ma ei teagi, tegelikult on praegugi päris hea. Võibolla, mis praegu saab hästi palju kriitikat on linnapea, linnapead kritiseeritakse ja üldse seda nii-öelda valitsemist siin Pärnu pinnal. Et see võiks kindlasti olla parem ja inimestesõbralikum. Üldiselt võiks Pärnu lihtsalt hoida seda endale omast lihtsust ja seda kommerti võiks samal tasemel jääda, mitte nii väga juurde tulla. Ja need vanad majad, ehitised, kõik see Pärnule omane võiks nagu alles jääda.

### **Kes peaks Pärnu linna imagoga tegelema?**

Ma arvan, et need, kes linnavalitsuses on, need ennekõike. Ja siis need, kes siin elavad.

### **Kuidas Sulle tundub, kas praegu tegeletakse sellega piisavalt?**

No selles suhtes tegeletakse, et muudkui ehitatakse uusi ja uhkeid hooneid ja asju ja uisuväljakuid ja asju, aga selle kõrvalt on see tegelik asi, mida me tegelikult võiksime vajada, kõrvale jäetud.

### **Mida Sa täpselt silmas pead? Mis on kõrvale jäetud?**

Ma mõtlen seda, et liiga palju pööratakse tähelepanu turismi edendamisele ja sellistele äriasjadele, et võiks nagu rohkem inimestele ise tähelepanu pöörata.

### **Kohalikele inimestele?**

Jah, kohalikele inimestele, et nende elu paremaks muuta. Noh, selles mõttes ma saan aru, et kui linnas on raha liikvel, et siis on jätkusuutlikum, aga inimesed peavad ise ka rahuolevad olema.

### **Tuleb Sulle meelde sündmusi, mis Sinu arvates on Pärnu imagole positiivselt mõjunud?**

Võibolla see, et Vabariigi aastapäeva siin tähistati, aga... rohkem ei tule meelde küll.

### **Aga imagole negatiivselt mõjunud sündmusi?**

Võibolla seesama linnapea nii-öelda skandaal, rohkem nagu meelde ei tule. Et see on siuke negatiivne, et see ei ole enam ainult Pärnu-sisene arutelu, vaid see ulatub laiemale.

## 2) Pärnu Ülejõe Gümnaasium, õppimistulemuste põhjal hea õpilane

### **Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriksid?**

Imago on... ta on nagu mingisugune pilt mis on nagu kas siis meedia kaudu või üldse... mida teised sinust arvavad, ma arvan. Ma ei ole sellele üldse niimoodi mõelnud, defineerida ma seda päris hästi küll ei oska.

### **Oskad Sa imagole sünonüümi öelda?**

Ausalt öeldes ei oska praegu.

### **Kas mingil linnal või piirkonnal saab olla imago? Kas saab imagost sellises kontekstis rääkida?**

Saab kindlasti.

### **Kuidas linna imago tekib?**

Ma arvan, et ühel linna selle pildi või kuidas teistele asi tundub, väga palju loeb see, kuidas meedias kajastatakse, sest meedia jõuab kätte üle Eesti või üle maailma või kõigile noh. Samuti loeb siin see, kuidas inimesed ise levitavad kas siis midagi head räägivad või siis halba. Et inimestelt suust suhu levib ka väga palju.

### **Miks on oluline, et linnal oleks positiivne imago?**

See on sellepärast, et inimesed tahaksid siia elama tulla. Sellepärast, et kui inimesed tulevad siia elama, siis linn saab sellest raha, mingid maamaksud särki-värki ja samas tulevad siia ka turistid näiteks. Ja kas või kaubanduskeskused tahavad siia oma kauplusi teha, mis iganes. Ja kohalikel, need kes juba elavad selles hea imagoga linnas, et neil oleks veel parem elada.

### **Kuidas Sa sõna „identiteet“ defineeriksid? Võid imagoga võrrelda.**

Kohe tuli pähe identiteedikriis, aga... identiteet. Neil vist ikka on mingi vahe. Identiteet on nagu rohkem siuke „ise“, siuke nagu ma arvan, et see imago on rohkem teiste poolt loodud, identiteet on nagu see, mis sa ise lood. Aga ma ei tea, kas identiteeti saab näiteks linna puhul kasutada. Ma rohkem arvan, et identiteeti mina kasutaksin küll rohkem isiksuse kirjeldamisel või inimese kirjeldamisel.

### **Mis Sulle esimesena meenub, kui Sa kuuled sõna „Pärnu“?**

Rand. Viistamm, sest nägin teda eile telekast. Siis... pargid, palju igasugust arhitektuuri erinevatest ajastutest, stiilidest. Siuke muhe keskkond. Veidike vabameelne, kuid mitte väga. Rohkem ei tule vist...

### **Mis on Pärnu kui keskkonna tugevused?**

Mina hindan seda, et oleks vaba aega oleks võimalik veeta ka aktiivselt, mitte ainult pargipingi peal. Et selles mõttes on Pärnu on loonud nüüd viimasel ajal siukseid sportimisvõimalusi, et on siuke mõnus. Ja koolid on siin päris head, mina kui õpilase seisukohalt ütlen seda.

### **Aga nõrkused?**

Ma olen siuke keskkonnainimene, mulle ei meeldi kui praht on maas. Minu meelest on see üks väga halb külg, et ei ole välja kujunenud siukest tugevat koristamise struktuuri, et see jäätme probleem on Pärnus minu meelest, väga aktuaalne või väga silmaga nähtav. Küll aga

näiteks veel loomade varjupaik on väga halvas seisukorras. Alles hiljuti käisin seal, väga jube oli. Loomad olid armsad, aga elukoht oli neil päris paha. See on ka kindlasti üks nõrk külg, et võibolla linnavalitsus ei suhtle nii palju inimestega, et... no nad teevad küll neid küsitlusi, aga need on kuidagi imelikud. Mina vastan ühte, aga tulemus on hoopis teine ja... kuidagi imelik. Võibolla rohkem suhtlust võiks olla tavakodanikuga ka. Võiks rohkem kaasata neid inimesi igast' aruteludesse või... võibolla oleks siis ka inimestel parem elada, kui nad on millessegi kaasatud, nad hindavad seda.

#### **Milline on Sinu meelest Pärnu imago?**

Ma ei tea. Ma ütleks, et ta on neutraalne. Seepärast, et tema imagot tõmbab maha Viisitamm, aga tõstab see rand. Ma arvan, et nad on täiesti balansis, see on minu teooria.

#### **Kuidas saaks Pärnu imagot paremaks muuta? Või veel paremaks muuta?**

Lihtne oleks öelda, et võtke Viisitamm pukist maha, aga see ei ole lahendus, ma leian. Ma arvan, et tuleb muuta inimeste jaoks Pärnu veel paremaks. Linnaelanikele. Tegelikult on niimoodi, et kui ajalehed kirjutavad ühte, siis on jälle see võimalus, et inimesed, kes siin elavad, nemad saavad seda halba ümber pöörata. Tegelikult noh usutakse isegi võibolla rohkem seda, mida räägitakse suust suhu, et kui kohalikele meeldiks siin rohkem, siis võibolla oleks ka linna imago parem.

#### **Kes peaks Pärnu linna imagoga tegelema?**

Linnal on kindlasti mingi avalike suhete spetsialist, ma arvan, ma ei tea kah tegelikult. Aga tavalistes asutustes on avalike suhetega tegeleja. Võibolla tema peakski, et või tema suhtleb meediaga ja niimoodi, võibolla tema võimuses oleks see imago muutmine.

#### **Kuidas Sulle tundub, kas praegu tegeletakse sellega piisavalt?**

Ei, üldsegi mitte minu meelest. Minu meelest on see, imago töötlemine natuke puudlik. Võiks rohkem olla. Meedia on niimoodi, et saab ka sinna igast' lugusid kirjutada või midagi, et üles *haipida* Pärnu linna. Pärnu linnast kirjutatakse vähe, noh tegelikult öeldakse, et negatiivne reklaam on ka reklaam, aga... imagole ma ei usu, et see hästi mõjuks. Peaks ikka positiivsemat rohkem olema kui negatiivsemat. Alles hiljuti lehes kirjutas, et mingid nagad võtsid nina täis ja läksid politseile kallale, eks, et seda kirjutatakse lehes, igal pool on, aga samas seda head on vähe. Et peaks nagu seda rohkem olema võibolla.

#### **Tuleb Sulle meelde sündmusi, mis Sinu arvates on Pärnu imagole positiivselt mõjunud?**

Hästi? Presidendiasja ei olnud Pärnus vä? Ei, vale asi, *sorry*. Kontserdimaja avamine näiteks, ma arvan. Ma ei tea...

#### **Aga negatiivset?**

Negatiivset, tegelikult seda on palju. Kas või see, et kogu aeg Viisitamm pihtide vahele võetakse. Minu meelest on see juba nõme, jätku rahule. Võibolla see ongi tekitanud temast siukse vastiku arvamuse. Näiteks minul üks sõbranna, kellel ema või keegi töötab seal linnavalitsuses ütleb, et ta on täitsa normaalne inimene. Võiks ta rahule jätta. Aga negatiivset näiteks suvel oli, kuna rand on meie üks tõmbenumbreid, siis ei saanud sinist lippu või mingit lippu, mis näitab seda, et vesi on puhas. Ma ei tea rohkem.

#### **Mis Sa arvad, mida need inimesed Pärnust arvavad, kes ei ela siin?**

Ma arvan, et üldiselt nad arvavad hästi. Miks muidu nad siia tulevad? Et üldiselt arvavad ikka hästi.



### 3) Pärnu Ülejõe Gümnaasium, õppimistulemuste põhjal hea õpilane

#### **Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriksid?**

Imago on nagu kujutluspilt, mis inimestel on mingist asjast, filmist näiteks. Või näitlejast või inimesest. Et missugune see inimene on. See põhineb tihti muidugi kuuldustel mitte sellel, missugune see inimene päriselt on. Minu arust tekib vähemasti juttude põhjal. Et inimene saab seda muidugi luua ka omale, aga tekib kuidagi niimoodi inimeste juttude ja rääkimise kooslusest. Minu arust vähemalt.

#### **Oskad Sa imagole sünonüümi öelda?**

Ei. Mul tuleb ainult inglise keeles *image* pähe.

#### **Kas mingil linnal või piirkonnal saab olla imago? Kas saab imagost sellises kontekstis rääkida?**

Ikka saab. Pärnu linnas Oja piirkonnal on näiteks suhteliselt halb imago sellepärast, et paarkümmend aastat tagasi elasid seal põhiliselt vene rahvusest inimesed ja seda peeti eestlasele halvaks elukohaks. Arvati, et eestlasel ei sobiks seal elada, sest seal elasid vene rahvusest inimesed, kes nende arust käitusid natuke bravuurikalt, noh hoopis teistmoodi. Et ikka rahvusest sõltub, kuidas inimene käitub. Kindlasti saab olla. Ameerikas oli Chicagol 30ndatel väga halb imago sellepärast, et oli põhimõtteliselt gangsterite linn ja niimoodi. Et ikka saab tekkida. See kõik sõltubki, kuidas inimesed mingist linnast või kohast räägivad.

#### **Kuidas linna imago tekib?**

Inimesed räägivad ja jutt levib ja levib ja levib. Ja isegi kui räägitakse head asja, siis see ka muidugi levib, aga halb asi levib kiiremini. Et kui midagi halba räägitakse, midagi negatiivset, siis see nagu levib rohkem ja saab laiema kõlapinna kui mõni hea asi. Negatiivne müüb tavaliselt ja siis seda negatiivset kajastatakse igal pool, näiteks Eesti puhul üle terve Eesti ja siis saavad kõik sellest teada, kes uudiseid vaatavad või lehte loevad, siis nad hakkavadki mõtlema, et „näed, sinna ma ei lähe. Seal elavad ainult sellised inimesed, et see on hästi halb koht.“

#### **Miks on oluline, et linnal oleks positiivne imago?**

Näiteks sellepärast, et inimesed seda kohta külastaksid, et noored inimesed tahaksid minna sinna elama ja oma pere luua. Sellepärast, et kui linnal on ikka mingi selline imago küljes, et seal on mingi kurjategijate linna, et seal kogu aeg juhtub midagi, et seal pole üldse turvaline, siis noored inimesed ei taha üldse sinna minna, sest kui sa tahad oma pere luua, siis sa ikka tahad, et sul oleks turvaline, et su lastel oleks seal ohutu elada. Kindlasti sellepärast ka, et kui linnal on halb imago, siis see jääb pikemaks ajaks külge. Kui sa oled halva imagoga linn, siis sa võid ka aastaid hiljem selle all kannatada, mis siis, et see enam nii ei ole. Näiteks Paldiski oli vanasti sõjaväelinn ja inimesed oskasid sellest igasuguseid hirmujutte rääkida. Kuigi Paldiski on täiesti tavaline Eesti linn praegu, siis ikka räägitakse, et „näe, seal oli vene sõjaväeosa.“ Et sellest siiamaani räägitakse, mis siis, et see juba üle kümne aasta enam seal ei paikne. See jääb külge lihtsalt ja sellest on hästi raske vabaneda. Et halba on alati kergem rääkida kui head.

#### **Kui ma ütlen sõna „identiteet“, siis kas see on imagoga samatähenduslik? Või on neil mingi vahe?**

Erinevad ikka. Imago on kujutluspilt endast või mingist asjast, mille sa teistele lood, kuidas teised seda näevad. Aga identiteet on miski, mis sa oled. Näiteks mõne inimese identiteet on

see, et ta on sündinud oletame muusikute perre ja ta hakkab pilli mängima, umbes niimoodi. Aga imagoga on näiteks see, et see inimene on tegelikult väga halb, et ta arvab, et teised on temast madalamal. Et tema on kõik väärt, aga teised ei ole midagi väärt. Identiteet on see, kust sa pärit oled või ... identiteet on kuidagi juurtega seotud. Imago on see, mis võib tekkida ja hääbuda, aga identiteet ei hääbu, minu arust.

### **Mis Sulle esimesena meenub, kui Sa kuuled sõna „Pärnu“?**

Meri, mudaravila, liiv. Ma ei tea, puud.

### **Mis on Pärnu kui keskkonna tugevused? Miks siin on hea elada?**

Siin on tegelikult hästi palju rohelist. No nüüd muidugi vähem, aga... siin on võimalik jala igale poole jõuda. Et isegi ühest linna otsast teise sa võid jala kõndida ja kui sa oled kiire kõndija, siis sa jõuad paari tunniga. Isegi ühe-kahe tunniga võibolla. Ühistranspordiga liikumine ei võta aega nii kaua, samamoodi jõuad ühest Pärnu otsast teise. Et kõik on nagu käe ulatuses, mis siis, et seda kõike pole võibolla palju. Ning mõlemat pool Pärnut ja ilusad metsad ja saad palju jalutada, kui tahad. Et sul on võimalus teha tervisesporti ilma, et sa peaksid kaugele minema.

### **Aga nõrkused?**

Kindlasti see, et ta on väike linn ikkagi. Et ta on orienteeritud põhiliselt ikkagi suvele, et turismile ja suvele. Et sügisel, talvel, kevadel ta natuke nagu sureb välja. Talvel siin eriti väga palju asju ei toimu. Kui toimubki, siis need kogunevad ühele ajaperioodile, nagu näiteks jõulud või uus aasta, et siis kõik asjad toimuvad selle aja jooksul ära, aga muul ajal... võibolla mõni kontsert on, aga nagu midagi sellist elusat, mis kogu aeg oleks, mis võiks ka talvel olla, seda nagu ei ole. Ja see sama asi, et ta on väike, et kõik teavad kõiki. Et kui midagi juhtub, siis see levib kulutulena üle linna ja on järgmiseks päevaks enamvähem kõigile teada. Või siis, et väikese linna mentaliteet, et kui inimesed tahavad endale midagi osta, siis võid enamvähem kindel olla, et kui sa oled selle asja omale ostnud, siis võib kolm inimest samasuguse asjaga vastu jalutada järgmisel päeval.

### **Kuidas saaks Pärnu imagot paremaks muuta? Või veel paremaks muuta?**

No kindlasti kodanike kaasatus võiks suurem olla. Et inimesed võiksid oma linnast rohkem hoolida. Et see, kui inimesed ise ka tahavad oma linna paremaks muuta, see näitab, et nad tahavad siin linnas elada, et nad tahavad seda kohta paremaks muuta, et see oleks rohkem elamiskõlbulik. Kui midagi negatiivset juhtub, siis seda mitte maha salata ja öelda, et „meie ei tea midagi“. Ja et kui asi meediakajastuse saab, siis öelda, et „jah, ikkagi oli nii.“ Parem siis juba tunnistada tõde ja öelda, et „näete juhtus, aga seda enam ei juhtu või et tulevikus ei saa seda olema,“ midagi sellist. Et kindlasti tuleb selle poole püüelda, et imagot parandada, mitte lüüa käega, et see on kogu aeg nii olnud, et seda ei saa paremaks muuta. Ma ei kujuta ettegi. Kui midagi halvasti läheb, tuleb asja parandada, mitte käega lüüa, tuleb lihtsalt proovida.

### **Kes peaks Pärnu linna imagoga tegelema?**

No arvan, et selleks on olemas spetsiaalsed inimesed. Aga asi ei saa piirduda ainult sellega, et mingi üks inimene reklaamib ja laseb mingeid asju kirjutada Pärnu kohta. Et sellega peavad ikka kõik tegelema. Kui sa kuhugi lähed, välismaale näiteks, ja küsitakse Eesti ja koha kohta, kust sa tuled, siis sa võiksid küll öelda, et Pärnu on selline linn, et seal on puud ja meri ja liiv ja et kõik on väga ilus ja tore. Võid mainida, et jah, et talvel on linn välja surnud, aga võid ju rõhuda ka sellele, et me püüame seda parandada, et me proovime asju paremaks teha. Et mitte rääkida nii palju sellest mis on negatiivne, vaid rõhuda parematele külgedele. Öelda neile, et me töötame selle kallal, et asi paremaks läheb.

### **Kuidas Sulle tundub, kas praegu tegeletakse sellega piisavalt?**

Ei. Inimesed võtavad seda põhiliselt niimoodi, et see pole minu asi. E võibolla nad üldse ei mõtlegi sellele, et nemad ka selle imago loomise protsessis on. Et kui midagi juhtub, siis nad mõtlevad, et kuidas mina seda muuta saan, et mina olen lihtsalt inimene, ma lihtsalt elan siin. Ma arvan, et praegusel hetkel arvataksegi, et see, mis linnale maine on andnud, see on kujunenud pika aja jooksul, et seda ei saa kuidagi kahjustada. Või siis mina ei saa midagi muuta, et ma oleks üks inimene, minu arvamus ei loe. Võibolla niimoodi.

### **Tuleb Sulle meelde sündmusi, mis Sinu arvates on Pärnu imagole positiivselt mõjunud?**

No ma arvan, et see kui Neeme Järvi Pärnu linna aukodanikuks sai. Kui Pärnu sada need sinised lipud sai, see oli kindlasti positiivne. Kindlasti muusikaüritus, David Oistrahhi festival on positiivne. Mõni hariduseluga seotud sündmus äkki. Kindlasti veel midagi.

### **Aga negatiivset?**

No kindlasti meie linnapea väljaütlemised ja see, kuidas ta üleüldiselt suhtub nii Pärnu linna kodanike kui ülejäänud Eesti inimeste suhtes. Et see, kuidas tema vastuvõttudel võtavad vastu abilinnapea, mitte tema ise. Või see, kuidas ta spordi- ja haridussaavutusi tegelikult üldsegi ei tähtsusta. Siis kui noorte sõudjate kaheksapaat sai kuldmedali, siis teda ennast ei olnud kohalgi, et neid õnnitleda. Et see tegelikkuses vääraks just seda tunnustust, et Pärnu linnas on neid inimesi, kes teevad sellist asja. Et sellised väiksel linnal on olemas need inimesed. Kindlasti see, et kui ETV seda sama medaliasja kajastas, siis nad tõid välja, et Pärnus olevatel sõudebaasidel on paarkümmend aastat need ruumid ja asjad samasugused, et neid ei ole üldse ehitatud ega paremaks tehtud, aga aeg on tohutult edasi läinud. Kindlasti see, et siin pidevalt need kiskumised linnavalitsuse ja Mark Soosaare vahel. Et Soosaar, kes Eestis on ikkagi vägagi tuntud, et linna kisub ühe inimesega. Siis need ehitusjamad, mis olid hotelliga September. No kindlasti sellised väiksemad asjad ka, et kui siin on mingid politseiga jamad olnud. Aga rohkem mõjutavad ikka suuremad asjad. Ikka see, mis võimul olevad inimesed on teinud, sest neid vaadatakse kui linna esindavaid inimesi, nemad peaks ikka oma käitumist vaatama.

### **On sul midagi lisada?**

Põhimõtteliselt antud hetkel ma arvan, et linna imago on suhteliselt halb, sellepärast, et meie armastatud linnapea on vägagi... ta inimesena võibolla sümpaatne, ma teda inimesena ei tea, ma tean teda linnapeana. Ja linnapeana ta tõesti ei tee oma tööd hästi. Ta on täiesti süüdimatu, ta ei tunnista oma vigu, mis ta on teinud. Ta isegi ei jäta muljet, et ta püüab midagi muuta. Näiteks kui on tema vastuvõtt, siis teda ennast pole kohalgi. Kui eelmine aasta autasustati Pärnu linna parimaid õpilasi, siis nad olid kutsutud linnapea vastuvõtule, aga teda ennast ei olnud. Kohal olid abilinnapead ja haridusametist mingid inimesed. Ta jätab endast sõna otseses mõttes klouni mulje. Et tema peaks olema see rahu ja lepitaja, tema peaks näitama, kui väarikas Pärnu linna võib olla. Aga ta surub oma lollusi peale. Kui eelmine aasta Tallinna maantee ristmikul tulede ümbervahetus oli, põhimõtteliselt Saunpere oli haigevoodis ja ta oli sealt välja tulnud selleks, et linna valgusfoore uuesti töökorda seada, sest ummikud ulatusid linnapiirini. Et sellised asjad kisuvad kohutavalt nii Pärnu sisese kui välise maine alla ja antud hetkel ei ole linnavõimud selles osas üldsegi koostööd teinud. Nad ei ole isegi selle paranemisele kaasa aidanud. Nemad on põhiliselt süüdi selles, et linna maine halb on, rääkimata igasugustest laenuprobleemidest. Ega nad üksi ei ole süüdi. Kõige põhjus on see, et inimesed ise on need inimesed sinna pukki valinud. Nad on ise valinud need inimesed sinna ja oma süü on kindlasti nendel, kes valisid nad sinna. See läheb juba liialt palju sinna valimiste

alla. Valijad on ainult siis tähtsad, kui on valimised ja muul ajal ei lähe inimeste arvamus eriti korda.

#### 4) Pärnu Ülejõe Gümnaasium, õppimistulemuste põhjal halvem õpilane

##### **Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriksid?**

Imago vä? Välimus ja kõik see, mis sul on. Igäuel on nagu enda imago. Väljanägemine, *look* kõik.

##### **Oskad Sa imagole sünonüümi öelda?**

*Look* äkki vä?

##### **Kas mingil linnal või piirkonnal saab olla imago? Kas saab imagost sellises kontekstis rääkida?**

Ikka saab, ikka saab. Ta paistab silma millegagi, selline *special* värk.

##### **Kuidas linna imago tekib?**

Võibolla reklaamidest. Siis kuuldustest.

##### **Miks on oluline, et linnal oleks positiivne imago?**

Võibolla see, et ükstapuha kui suur või väike see linn oleks, et seda minnakse ikka vaatama. Ja et arv suureneks. Et saadaks aru, et see imago ei sõltu linna suurusest, vaid mis seal sees on.

##### **Kuidas Sa sõna „identiteet“ defineeriksid? Võid imagoga võrrelda.**

Identiteet? Imago on see, milline välja näeb. Ei oskagi defineerida...

##### **Mis Sulle esimesena meenub, kui Sa kuuled sõna „Pärnu“?**

Rand. Suvi, peod, Bravo, Endla teater.

##### **Mis on Pärnu kui keskkonna tugevused?**

Hästi südamelähedane on see linn. Hästi ühtne. Võrreldes suurlinnaga, seal on see müra ja närvilisus, aga Pärnus ongi see oma õhkkond. See pole suur ega väike, see on selline vahepealne. See on selline ühtne ja hubane koht.

##### **Aga nõrkused?**

Hirnutakse Viisitamme. Selles mõttes, et need negatiivsed eelarved kindlasti. Sellega on seotud kõik.

##### **Milline on Sinu meelest Pärnu imago?**

Väga hea. Stiilne, moodne linn.

##### **Kuidas saaks Pärnu imago paremaks muuta? Või veel paremaks muuta?**

Võibolla peaks tegema midagi sellist, mida ülejäänud pole veel suutnud.

##### **Mis see olema peaks?**

Ma ei tea.

##### **Kes peaks Pärnu linna imagoga tegelema?**

Valitsus ikka.

**Kuidas Sulle tundub, kas praegu tegeletakse sellega piisavalt?**

Kui ma ise seal eesotsas oleks, siis ma ütleksin, aga ma ei tea niimoodi. Aga välja paistab küll, et suvel on see suht atraktiivne koht, aga...

**Tuleb Sulle meelde sündmusi, mis Sinu arvates on Pärnu imagole positiivselt mõjunud?**

Sündmus vä? Jaa, ikka. Pärnus ju loeti ette see iseseisvusdeklaratsioon Endla teatri rõdult, see on positiivne. Et just Pärnus, Eesti on ju suur. Siis kindlasti rannakuurort. Kui sa lähed kuhugi ja ütleb „Pärnu“, suht palju inimesed tulevad Pärnusse, Pärnu randa. Ikka Pärnu.

**Aga negatiivset?**

Hotelli lõhkumine. Nagu meediasse toob Pärnu. See Viisitamme teadmine, et kui öeldakse Pärnus, siis tuleb kohe Viisitamm meelde, eks. See kindlasti, ma arvan. Et Pärnul on muid häid omadusi, mida meenutada, et üksikud on sellised, nagu Viisitamm..

**Mis Sa arvad, mida need inimesed Pärnust arvavad, kes ei ela siin?**

Nad ei tea, millest nad on ilma jäänud. Ma arvan, et nii hubast ja sõbralikku linna Eestis ei olegi, et Pärnu ongi selline hästi sõbralik, hubane linn.

**Et siis positiivne?**

Jaa, jaa, väga positiivne. Et kui negatiivseid külgi hakata välja tooma, siis ei meenugi kohe.

5) Pärnu Ülejõe Gümnaasium, õppimistulemuste põhjal halvem õpilane

**Mis on Sinu meelest imago? Kuidas Sa seda defineeriksid?**

Imago, see on nagu selline üldmulje või see, mis mulje peaks sulle jääma. Midagi sellist.

**Oskad Sa imagole sünonüümi pakkuda? Teise sõnaga öelda.**

Välimus näiteks.

**Kas mingil linna või piirkonna puhul saab üldse rääkida imagost?**

Ma arvan, et ikka saab.

**Kuidas linna imago tekib?**

Ma arvan, et selle elajaskonnast. Et kuidas kõik selle välja mängivad. Pärnu on suvepealinn, ma arvan, et see on meie imago. See, et suvi, rahvas, rand, meri, kõik sellised asjad.

**Et siis linna inimesed loovad?**

Jah.

**Miks on oluline, et linnal oleks positiivne imago?**

Et siia tuleks külastajaid. Ja tahetakse siin elada.

**Kui ma ütlen sõna „identiteet“, siis kuidas sa seda imagoga võrdleksid? Kas nad on sama tähendusega või on neil mingi vahe?**

Identiteet... ma ei tea, mina mõtleksin seda rohkem kui ühe inimese puhul. Et igaühel on oma identiteet. Aga samas jah, linna puhul saab ka öelda, et iga linn on oma identiteediga.

**Aga mis identiteedi ja imago vahe on?**

Nende vahe, ma ei oskagi öelda niimoodi.

**Mis Sulle esimesena meenub, kui Sa kuuled sõna „Pärnu“?**

Ma arvan, et Pärnu rand. Rüütli tänav ja see, et ta on nii hea väike, et sa lähed kas või jala ühest kohast teise ja, et ei ole nii tohutu suur. Aga sellest on halb ka, sest kõik tunnevad kõiki.

**Mis on Pärnu kui keskkonna tugevused? Miks siin on hea elada?**

See ongi see, et see on väike, mulle meeldib sellepärast siin elada. Mind ei tõmba Tartu ega Viljandi ega... nagu asukoht on hea, sellepärast.

**Aga nõrkused?**

Siis ongi see, et kõik teavad kõiki. Sa käid peol ja sa kõiki eelmisest peost mäletad juba.

**Milline on Sinu meelest Pärnu linna imago nende seas, kes siin ei ela?**

Ma arvan, et kõik hoiavad oma linna. Et tallinlased arvavad, et Tallinn on kõige parem ja Tartu omad arvavad, et Tartu on kõige parem, ma arvan et niimoodi. Aga kindlasti meeldib neile ka Pärnu.

**Kuidas saaks Pärnu imagot paremaks muuta? Või veel paremaks muuta?**

Uus linnapea. Ma ei oskagi öelda, võibolla see, et Rüütli tänav tehti selliseks, ta on nagu peatänav nüüd. Midagi omapärast peaks olema.

**Kes peaks Pärnu linna imagoga tegelema?**

Ma ei teagi. Sellega ei saagi vist nagu päris tegeleda, sest samas tegeletakse ju: ürituste korraldamised ja kõik need ja linna välimuse loomine. Aga ma ei tea, kes sellega isikuliselt võiks tegeleda.

**Kuidas Sulle tundub, kas praegu tegeletakse sellega piisavalt? Või on midagi puudu?**

Ma arvan, et suhteliselt hästi on kõik praegu. Kevad tuleb, tuuakse lilled tänavatele ja valgusfoori ristidele. Ma arvan, et ikka püütakse.

**Tuleb Sulle meelde sündmusi, mis Sinu arvates on Pärnu imagole positiivselt mõjunud?**

Ma arvan, et see aasta Eesti vabariigi aastapäev. Praegu polegi vist eriti sündmusi olnud. Ma polegi pühendunud, kooli lõpetamine ja pole aega.

**Aga negatiivset? Midagi, mis Pärnu imagole halvasti on mõjunud?**

Ma arvan, et mingi noortevaheline vaen. Et mingi audrukad ja pärnakad ei saa läbi, või midagi sellist. Ma arvan, et mingi selline asi.