

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

**NOORTE MEEDIATARBIMISE AKTIIVSUSE SEOSED ELUSTIILI,
SOTSIAALSETE HOIAKUTE JA POLIITILISE AKTIIVSUSEGA**

Bakalaureusetöö (8 AP)

Kristi Künnapas
Juhendaja: prof. Peeter Vihalemm

Tartu
2007

Sisukord

SISUKORD	2
SISSEJUHATUS	3
I TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	
1. MÕISTED JA KONTSEPTUAALNE RAAMISTIK	5
2. NOORED TÄNAPÄEVA MAAILMAS	11
2.1 NOORED JA GLOBALISEERUMINE.....	12
2.2 NOORTE ELUSTIIL.....	13
2.3 NOORTE ÜHISKONDLIK JA POLIITILINE OSALUS	16
3. MEEDIARUUM 21. SAJANDI ALGUL – UUED MEEDIUMID, GLOBALISEERUMINE JA AUDITOORIUMI FRAGMENTEERUMINE	18
3.1 MEEDIA EESTIS	20
3.2 NOORED JA MEEDIA.....	22
4. MEEDIA MÕJUD	25
5. UURIMISHÜPOTEESID	29
II UURINGU METOODIKA	30
6.1 KASUTATUD METOODIKA ÜLDISELOOMUSTUS	30
6.2 AKTIIVSETE JA VÄHEAKTIIVSETE MEEDIATARBIJATE ERISTAMINE	32
III UURIMISTULEMUSED	
7. MEEDIATARBIMINE NOORTE HULGAS	35
7.1 AKTIIVSETE JA VÄHEAKTIIVSETE NOORTE MEEDIATARBIJATE ÜLDISELOOMUSTUS	35
7.2 JÕHVI GÜMNAASIUMIS LÄBI VIIDUD ANKEETKÜSITLUSE ÜLEVAADE	36
7.3 MEEDIAKASUTUSE ERIPÄRAD AKTIIVSETE JA VÄHEAKTIIVSETE NOORTE MEEDIATARBIJATE HULGAS	37
7.4 KOKKUVÕTE NOORTE MEEDIAKASUTUSE JA MEEDIATARBIMISE AKTIIVSUSE SEOSTEST	47
8. AKTIIVSETE JA VÄHEAKTIIVSETE NOORTE MEEDIATARBIJATE SOTSIAALSED HOIAKUD JA ELUSTIIL	48
8.1 SUHTUMINE MUUTUSTESSE JA SOTSIAALSED HOIAKUD	48
8.2 ELUSTIIL	63
8.3 KOKKUVÕTE SOTSIAALSETE HOIAKUTE, ELUSTIILI JA MEEDIATARBIMISE AKTIIVSUSE SEOSTEST	71
9. AKTIIVSETE JA VÄHEAKTIIVSETE NOORTE MEEDIATARBIJATE POLIITILISED HOIAKUD JA POLIITILINE OSALUS	74
9.1 POLIITIKAHUVI JA POLIITILISED HOIAKUD	74
9.2 POLIITILINE OSALUS	82
9.3 KOKKUVÕTE POLIITIKAHUVI, POLIITILISE AKTIIVSUSE JA MEEDIATARBIMISE AKTIIVSUSE SEOSTEST.....	85
IV DISKUSSIOON JA JÄRELDUSED	87
HÜPOTEESIDE PAIKAPIDAVUSEST	87
DISKUSSIOON	93
JÄRELDUSED	101
KOKKUVÕTE	103
SUMMARY	107
KASUTATUD KIRJANDUS	111
LISAD LISA	
1. LISATABELID JA -JONISED	117
LISA 2. ANKEEDID	141
LISA 3. INTERVJUUDE ALUSEKS OLNUD KÜSIMUSED JA OSALISED TRANSKRIPTSIOONID	186

Sissejuhatus

Käesolev bakalaureusetöö keskendub noorte inimeste meediakasutusele ning selle seostele noorte elustiili, huvide, sotsiaalsete hoiakute-hinnangute ning poliitikahuviga ja poliitilise osalusega 21. sajandi algul.

Sajandivahetusele eelnenud ja järgnenud aastad on oluliselt muutnud nii meediasüsteemi kui ka -tarbimist. Üha suurem roll on elektroonilistel ja globaalse iseloomuga meediakanalitel, internet on kaasa toonud operatiivsuse üha suurema olulise meediamailmas. Kanalite paljususe tingimustes on publik fragmenteerunud ning üha suurema osa meediatoodangust moodustab meelelahutus. Väga tugeva jälje on meediaruumi avardamine jätnud just noorematele põlvkondadele – inimestele, kes on üles kasvanud internetiajastul ning ei kujuta elu ilma uute meediumideta ettegi.

Generatsioonide vaheline lõhe on 21. sajandi algul muutumas üha konkreetsemaks – noorte inimeste side kodumaa ning emakeelega on oluliselt nõrgem vanemate generatsioonide omast; noortele on omased globaalsemad, ent samas sageli individualistlikumad väärtushinnangud. Kindlasti aitab globaalse mentaliteedi tekkimisele ja püsimisele oluliselt kaasa just viimase kümne aastaga tohutult avardunud meediaruum.

Meedia mõju ei piirdu aga vaid globaalse teadvuse alalhoidmisega. Käesoleva töö aluseks on eeldus, et meediatarbimine mõjutab mitmeid eluvaldkondi – sel on seos nii inimese sotsiaalsete suhete, maailmavaate, ühiskondliku ja poliitilise aktiivsusega kui huvidega. Et fragmenteeruv meediaruum ja võimaluste paljusus on kõige rohkem mõjutanud just noori inimesi, keskendungi käesolevas bakalaureusetöös noortele ja nende meediatarbimisele tänapäeva maailmas. Sean fookuse 18-24-aastaste noorte elustiili, huvide, sotsiaalsete hoiakute ja hinnangute ning poliitikahuvi ja poliitilise aktiivsuse seostele meediatarbimise aktiivsusega. Bakalaureusetöö põhihüpoteesiks on, et meediatarbimise aktiivsus on seotud noorte inimeste üldise eluhoiaku ja huviga enda ümber toimuva vastu – aktiivsed noored meediatarbivad on ka muudel käsitletud elualadel aktiivsema hoiakuga, nende harrastuste spekter on laiem ja huvi poliitika vastu suurem.

Käesolevas töös kasutatavate põhiterminite definitsioonid on ära toodud teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade osas. Töö teooriaosas annan ka ülevaate noorte positsioonist

tänapäeva ühiskonnas ning nende meediatarbimise eripäradest. Samuti toon esile meediatarbimise võimalikke mõjusid erinevatele eluvaldkondadele, mis uuringutes käsitlemist on leidnud.

Bakalaureusetöö empiiriline osa põhineb Tartu ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas 2005. aastal läbi viidud esindusliku küsimustiku Mina.Maailm.Meedia 2005 andmestikul ja 2007. aasta märtsis Jõhvi Gümnaasiumis korraldatud ankeetküsitlusel ning selle põhjal tehtud näitlikustavatel süvaintervjuudel.

Usun, et üha kiiremini muutuv meediaruum mõjutab noorte huvide spektrit ning meediahuvil on olemas seosed elustiili, hobide, sotsiaalsete hoiakutega, samuti poliitilise aktiivsusega.

Kahtlemata mõjutab meediatarbimine noori mitmetel erinevatel viisidel ja tasanditel, seega saaks leida mitmekesiseid võimalusi meedia kasutamiseks, et pakkuda noortele ka ühiskondlikult olulist teavet ning kujundada nende elustiili ja väärtushinnanguid. Kindlasti pakuvad ennekõike uute meediumide üha arenevad kasutusvõimalused ka noorte ühiskondlikult olulistele teemadele lähemale toomiseks üha uusi viise.

Tahaksin siinkohal väga tänada käesoleva töö juhendajat Peeter Vihalemma, kes on mitmel korral aidanud õiget suunda leida ja jaganud väga häid nõuandeid. Soovin tänada ka kõiki teisi, kes nõu ja jõuga selle töö valmimisele kaasa on aidanud.

I Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

1. Mõisted ja kontseptuaalne raamistik

„Nooruse” defineerimine sõltub suuresti kultuuriruumist ja kontekstist. Lääne kultuuriruumis peetakse nooruseks sageli vanust hilisemast teismeeast kuni 20-ndate eluaastate keskpaigani. Sageli defineeritakse noorust seoses seadusandlusega – inimene, kellele kohalduvad seadused võrdväärse teistega, on nooruk, mitte enam laps. Enamikus riikides on seaduse kohaselt noori ja lapsi eristavaks piiriks 18. või 21. eluaasta (Curtain 2000). Statistiliselt peetakse noorteks sageli 15-24-aastaseid inimesi – just seda inimrühma käsitlevad noortena nii ÜRO kui Maailmapank (ÜRO koduleht, Maailmapanga koduleht). Eestis defineeritakse noore mõiste noorsootöö seaduses, mille kohaselt on noor 7-26-aastane inimene (Timm 2003).

Noorust on aga võimalik defineerida ka kvalitatiivsemas kontekstis. Mitmed teadlased (Schegel & Herbert 1991, viidatud ÜRO maailma noorteraport 2003 kaudu; Curtain 2000) on uurinud üleminekurituaale lapsest täiskasvanuikka ja käsitlevadki noorust teatud laadi üleminekufaasina. Schegel ja Herbert (1991) uurisid pre-industriaalsete ühiskondade üleminekurituaale ja jõudsid järeldusele, et enam kui pooltes uuritud ühiskondadest eksisteerisid lapsest noorukiikka siirdumisega seotud kombetalitused, mille eesmärk oli ühiskonna liikmele uue staatuse andmine. Elufaaside vahelised üleminekurituaalid on olemas aga ka enam arenenud ühiskondades. Modernistlikus ja postmodernistlikus ühiskonnas on rituaalid oluliselt keerukamad ja mitte nii üheselt välja joonistunud, seega võib neid olla raske eristada ja rituaalidena mõista (ÜRO maailma noorteraport 2003).

Noorust kui üleminekufaasi lääne ühiskondades käsitleb täpsemalt Curtain (2000), kelle järgi on noorus majanduslikust ja sotsiaalsest perspektiivist vaadatuna eriline elufaas lapsepõlve ja täiskasvanuea vahel. Ta leiab, et noorus on keerukas isiklike, institutsionaalsete ja makroökonomiliste muutuste kogum, millega enamus noorukeid tänapäevastes ühiskondades peab toime tulema. Curtaini (2000) ülemineku mudeli kohaselt on noorus isikliku iseseisvumise aeg – inimene jõuab lapsest, mil ollakse sõltuv vanematest, täiskasvanuikka, kus isik on oma valikutes ja tegevustes iseseisev. Iseseisvumise tunnustena näeb Curtain (2000) nelja aspekti:

- vanematekodust lahkumine ja uue elamispinna leidmine;

- täisajaga haridustee lõpetamine;
- pereväliste stabiilsete lähisuhete loomine, mille tulemuseks on sageli abielu ja lapsevanemaks saamine
- esimesed katsed tööturul ning töökoha leidmine, mis võimaldab teenida vähemal või suuremal määral piisavat elatist.

Need üleminekud on omavahel seotud – kodust lahkumine ja majanduslik iseseisvumine eeldavad isikliku sissetuleku olemasolu, selle saavutamiseks peab noor aga omandama teatavad oskused ja teadmised ning olema ka teatud määral edukas tööturul (Curtain 2000).

Curtaini (2000) arvates kehtib see mudel ka arengumaade osas – inimese võime perekonna majanduslikku heaolu suurendada on võtmeteguriks noorukieast täiskasvanuikka jõudmisel. Lääne ühiskondades on traditsioonilistes ühiskondadest suurem tähendus isikliku autonoomia saavutamisel.

Johannson ja Miegel (1992) räägivad noorusest kolmes erinevas plaanis, eristades bioloogilist, psühholoogilist ning sotsiaalset-kultuurilist noorust. Esimene neist tähistab puberteeti ja suguküpseks saamist, teine psühholoogilist enesemääratlemise ja vaimse iseseisvumise protsessi ning kolmas erinevate rollide ja elustiilidega eksperimenteerimist eesmärgiga leida endale sobiv nišš ühiskonnas.

Käesolevas töös tähistab mõiste ‚noor‘ 18-24-aastaseid inimesi, kuna töö üheks teemaks on poliitilise aktiivsuse uurimine. Nimelt saavad inimesed Eestis valimisõiguse 18-aastaseks saamisel, seega on 18-24-aastaste analüüsimisel võimalik saada parem ülevaade sihtrühma poliitilisest aktiivsusest.

Mõiste ‚**media**‘ all käsitletakse traditsiooniliselt trükimeediat, televisiooni ja raadiot. McQuaili (2003:3) järgi „tähistatakse terminiga massimeedia suure levialaga kommunikatsioonivahendeid, mis jõuavad ühiskonnas peaaegu igäüheni.” Näidetena toob McQuail (2003:3) välja ajalehed, ajakirjad, raadio, tele, filmi ja fonogrammi.

20. sajandi lõpukümnendil hakkas termini ‚media‘ kasutus põhiliselt uut liiki meediumide tekke tulemusena kiirelt avarduma ning kõige laiemas mõttes mõistetakse selle all lisaks traditsioonilisemale definitsioonile mistahes uusi meedime, ennekõike muidugi internetti kõigi oma võimalustega, samuti aga ka raamatuid, CD- ja DVD-plaate.

Käesoleva töö kontekstis mõistan 'meediana' perioodiliselt ilmuvaid trükiväljaandeid, televisiooni, raadiot ja sagedaselt uuendatava infoga portaale internetis – ehk siis ajakirjandust selles mõttes, millena seda hetkel käsitleb ehk tavainimene.

Meediatarbimise all mõistetakse seda, milliseid kanaleid, mis põhjusel, kui pika aja jooksul, kui aktiivselt ja millise mõjuga indiviid tarbib. Läbi aegade on uuritud erinevaid meediatarbimise aspekte – eriti selle võimalikke põhjuseid ja mõjusid (McQuail 2003). Auditoriumi moodustumise ja seega meediatarbimist determineerivate muutujate küsimusele saab McQuaili (2003) hinnangul läheneda kahel viisil – auditoriumi poolt vaadates ja meediumipoolseid tegureid arvestades. Need tegurid ei eristu kuigi selgesti, kuna isiku motivatsioon mingi meediumi kasutamiseks on reeglina vähemasti osalt seotud meediumi pakutava sisuga.

Käesolevas töös defineeritakse 'meediatarbimise' aktiivsus meedia tarbimiseks kulutatud aja kaudu. Meediatarbimise aktiivsus on selle töö kontekstis käsitletud mahulises mõistes, kuna töö empiirilises osas kasutatud andmestik ei võimalda hinnata meediatarbimise intensiivsust.

Elustiil on nähtus, mille uurimisega on tegeletud juba kaua ning mille tähendus on ajas oluliselt muutnud. Elustiiliuuringud said alguse juba 20. sajandi algul, mil Weber (1924/1968, viidatud Johansson & Miegel 1992 kaudu) defineeris elustiili kui erineva staatusega ühiskonnagruppide omavahelise eristumise viisi. Ka paljud hilisemad käsitlused seovad elustiili ennekõike staatuse ja võimu küsimustega ning ühiskonnas toimuva võitlusega, lisaks materiaalsele rikkusele tuuakse aga sisse ka kultuuriline ja sotsiaalne dimensioon (Elias 1939, Gans 1972, viidatud Johansson & Miegel 1992 kaudu) olgu siis kultuurilise või majandusliku võimu pärast. Üks tuntumaid elustiili staatusega siduvatest hilisematest teoreetikutest on Bourdieu (1979, 1984, viidatud Johansson & Miegel 1992 kaudu), kelle kapitalide teooria lähtub samuti eeldusest, et ühiskonnas toimub erinevate rühmade omavaheline võitlus ning ennekõike kultuurilise ja majandusliku, aga ka sotsiaalse kapitali hulga ja kättesaadavuse kaudu on defineeritav erinevate rühmade staatus ühiskonnas. Bourdieu kohaselt defineerib domineeriv klass legitiimse kultuuri ning otsustab, millised maitse-eelistused ning elustiilid on vastuvõetavad. Sotsiaalse klassi formeerumise aluseks on aga maitse. Elustiil ongi Bourdieu kohaselt süstemaatiline sotsiaalsete kommete, valikute, käitumiste jm kogum, mida tajutakse vastastikustes suhetes teiste elustiilidega (Bourdieu 1984:172, viidatud Nigul 2004 kaudu). 20. sajandi teisel poolel hakkasid aga kanda kinnitama ka lähenemised, kus pöörati

suuremat tähelepanu indiviidile ja tema omadustele, elustiili seostati enesemääratlemisega (Nigul 2004, Johansson & Miegel 1992). Rõhutama hakati ka elustiili muutumist elu jooksul – näiteks Zablocki ja Kanter (1976, viidatud Johansson & Miegel 1992 kaudu) pöörasid tähelepanu elustiili mobiilsusele ja elustiili karjääridele. 1983. aastal lõi Mitchell (viidatud Johansson & Miegel 1992 kaudu) Maslow (1986, viidatud Johansson & Miegel 1992 kaudu) vajaduste püramiidi teooriale tuginedes oma laialt tuntud VALS tüpoloogia, mis seob elustiili ja väärtused. Ka Mitchell'i lähenemises muutub elustiil elu jooksul. Samuti ei usu hilisemad uurijad sageli, et elustiil määrab tingimata inimese positsiooni ühiskonnas (Reimer 1994, viidatud Nigul 2004 kaudu, Johansson & Miegel 1992). Elustiili kohta võib kokkuvõttes öelda, et see on sotsiaalsest ja ajaloolisest arengust sõltuv nähtus ning mitmed selle kohta 20. sajandi esimesel poolel ning isegi hiljem tehtud järeldused ei ole tänasel päeval tingimata adekvaatsed, kuna taustsüsteem on kardinaalselt muutunud.

Eesti sotsiaalteadlased on elustiili tähenduses tegelenud elulaadi uurimisega. Elulaadi on lahti mõtestatud erinevalt, ent enamasti kätkeb see endas kõiki peamisi eluvaldkondi – tööd, kodu ja perega seonduvat, ühiskondlik-poliitilist tegevust, vaba aja veetmist. Põhirõhk on pandud tegevuslikule küljele ehk käitumisele (Nigul 2004). Elulaadi võib vaadelda kitsamas ja laiemas tähenduses. Kitsamas tähenduses tähistab mõiste ‚elulaad‘ tegevuste, aktiivsuse jaotumist erinevate eluvaldkondade ja konkreetsete tegevuste vahel, samuti inimestele iseloomulikke käitumisviise ja inimsuhteid. Laiemas plaanis vaadeldakse aga elulaadi komponendidena ka tingimusi ja vahendeid tegevuste läbiviimiseks ning suhtumisi, arusaamu ja püüdlusi – selles võtmes vaadeldakse elulaadi kui elutingimuste, tegevusvormide ja mõttelaadi vaheliste seoste süsteemi (Hion et al 1988:7, viidatud Nigul 2004 kaudu).

Käesolevas töös ei tee ma olulist vahet mõistete ‚elustiil‘ ja ‚elulaad‘ vahel, ent kasutan pigem ‚elustiili‘ mõistet kitsamas tähenduses, kuivõrd esiplaanil on noorte huvid ja tarbimisharjumused.

Terminile ‚**poliitika**‘ saab samuti läheneda mitmeti. Heywood (2000) käsitleb poliitikana kõige laiemas mõistes tegevust, mille kaudu inimesed loovad, säilitavad ja täiendavad üldisi reegleid, mille järgi nad elavad – see definitsioon seob poliitikaga lahutamatult konflikti ja kompromissi temaatika. Püüdes defineerida poliitikat kitsamalt, on üks viis vaadelda seda kui spetsiifilist ühiskonnaelu sfääri, mis koosneb ametlikest institutsioonidest, nende tegevusest ning asutustevahelistest suhetest. Sellisel viisil defineeritud poliitika on piiritletud

riigisektoriga ja -valitsemisega (Craig 2004, Heywood 2000). See vaatenurk tähendab aga, et enamuse ühiskonnaliikmeid on „väljaspool” poliitikat (Heywood 2000). Teine, laiem viis poliitika defineerimiseks on käsitleda seda kui väärtushinnangute vahelist võitlust, mis puudutab sellisel juhul iga ühiskonna liiget – tegu on kogukondliku iseloomuga tegevusega, mis ei puuduta inimeste isiklike asju (Craig 2004, Heywood 2000). Kolmandaks võib poliitikat vaadelda kui konflikti lahendamisele suunatud tegevust kompromisside, läbirääkimiste ning lepituse otsimise, mitte toore jõu abil. Neljandaks seostatakse poliitikat ressursside tootmise, jagamise ja kasutamisega sotsiaalse eksistentsi käigus – see vaatenurk toob esiplaanile võimu, mis on vahendiks soovitud tulemuste saavutamisel (Heywood 2000). Dahl (1970, viidatud Craig 2004 kaudu) peab poliitika defineerimisel samuti oluliseks aspektiks võimu: ta defineerib poliitilise süsteemina mistahes inimestevaheliste suhete mustreid, kui need on püsivad ja kätkevad endas märkimisväärses mahu võimu, valitsemist või autoriteeti. Ponton ja Gill (1993, viidatud Craig 2004 kaudu) võtavad poliitika kokku kui inimeste sotsiaalsete ja materiaalsete suhetega seotud tegevuse, mis väljendub erinevates paikades erineval moel ning on pidevas muutumises.

Mõiste ‘poliitika’ tähistab käesoleva töö kontekstis poliitiliselt valitud ja/või juhitud organisatsioonis toimuvaid protsesse, tehtavaid otsuseid ning nende elluviimist.

‘Ühiskondlik osalus’ tähistab üldmõistena individuaalseid või kollektiivseid tegevusi, mille kaudu inimesed osalevad ühiskonnaelus ja avalike küsimuste lahendamises – kuulumist erinevatesse kodanikuühendustesse ja organisatsioonidesse, osalemist üritustel ning erinevates kampaaniates, heategevuslikel üritustel jms kaasa löömist, samuti tegevust vabatahtlikuna, aga ka mistahes poliitilist aktiivsust, sealhulgas valimas käimist (vt näiteks American Psychological Association’i kodulehekül, Raise Your Voice: Student Action for Change kodulehekül).

Käesolevas töös leiab detailsemat käsitlemist ühiskondliku osaluse see osa, mis hõlmab osalemist poliitilise iseloomuga organisatsioonides ja/või üritustel ehk poliitiline osalus.

‘Poliitilise osaluse’ all mõistetakse kodanike tegevust, millega soovitakse mõjutada või toetada valitsust ja poliitikat (Goel & Milbrath 1977, viidatud Timm 2003 kaudu). ‘Otsene osalemine’ viitab aga kodanike osalemisele otsustusprotsessis kõrvuti nende valitud esindajatega või nende asemel (Kodanikud kui koostööpartnerid 2002). Valimisealisele

kodanikule on seadusega antud mitmeid võimalusi poliitiliseks osaluseks – valimisõigus ning õigus seada oma kandidatuur üles Riigikogu või kohaliku omavalitsuse valimistel, kodanikualgatused, kuulumine poliitilistesse erakondadesse, osalemine poliitilise iseloomuga rahvakogunemistel, õigus avaldada oma poliitilise suunitlusega ideid mistahes väljaannetes jms.

Käesoleva töö kontekstis mõistangi poliitilise osaluse all eelpooltoodud õiguste kasutamist. Mida suuremat hulka seadusega antud võimalustest poliitiliseks osaluseks inimene kasutab, seda aktiivsem ta poliitiliselt on.

2. Noored tänapäeva maailmas

Praegused noored kasvavad üles tingimustes, mis erinevad oluliselt veel ka 20. sajandi lõpu põlvkondade kasvukeskkonnast – viimase kümne aasta jooksul on maailm oluliselt „väiksemaks” muutunud. See tähendab, et erinevate infokanalite hulk on kasvanud väga suureks; globaalse ulatusega meediakanalid, internet ja selle kaudu ülima operatiivsusega leviv teave on saanud pärisosaks noorte igapäevaelust. Teises maailmanurgas toimuv tundub olevat lähemal kui varem, kuna info selle kohta jõuab erinevate kanalite kaudu väga kiiresti tarbijateni kogu maailmas. Elame olukorras, kus infomüra on tohutu ja sõnumite paljususe tingimuses võistlevad erinevad sõnumid auditoriumi tähelepanu pärast.

Noored on elanikkonnagrupp, keda viimase kümne aasta jooksul aset leidnud uute meediumide areng on enim mõjutanud, nende infoväljas on vanematest inimestest märksa suurem roll traditsioonilisest erinevatel kanalitel ning neid iseloomustab tarbitavate kanalite suur hulk ja variatiivsus (Emor 2006a, Vihalemm, Lõhmus & Jakobson 2004). Just noored põlvkonnad on infoühiskonna reeglid kõige kiiremini omaks võtnud ning tulevad kanalite ja teadete külluses kõige paremini toime – paratamatult on sellega kaasnenud aga ka pealiskaudsus ja madal „kanalitrudus”, samuti meelelahutuse domineerimine tõsisemate teemade üle. Noorte vähest ühiskondlikku aktiivsust ja suhtelist huvipuudust poliitika suhtes on täheldanud uurijad kõikjal maailmas (vt näiteks SORA 2005, Howland & Bethell 2002, Milan 2005, Raudsaar & Kasemets 2004, Howe 2004).

Noorte puhul on paljud uurijad täheldanud individualistlike väärtuste prevaleerimist kollektiivsete kogukondlike eesmärkide ja protsesside üle. Selle tõestuseks on ka Vihalemma ja Kalmuse (2004) poolt eestlaste väärtushinnangute uurimisel välja toodud tendentsid: noored hindavad mitmeid individualistlikke väärtusi (eneseteostus, mugav elu, huvitav elu, võimu omamine) kõige kõrgemalt, vanim põlvkond aga kõige madalamalt. Mitmed kollektivistlikud väärtused (näiteks riigi julgeolek, ausus, puhas keskkond, õiglus) on noorte seas vähe hinnatud, vanemate põlvkondade seas aga kõrgeimate skooridega (Vihalemm & Kalmus 2004).

Samas iseloomustab noori pehmete väärtuste hindamine, mille põhjal võib eeldada, et hoolimata isiklikust individualismist eksisteerib teatud kollektiivne teadvus, mis globaalsemal tasandil erinevate riikide noori omavahel seob – näiteks peab 45% Euroopa Liidu (EL)

noortest liidu oluliseks ülesandeks võitlust sotsiaalse ebavõrdsuse ja vaesusega. Uute liikmesriikide noortest peab seda tähtsaks koguni 60% (Eurobarometer 2005).

2.1 Noored ja globaliseerumine

Noorte puhul on oluliseks eripäraks see, et nad on üpris positiivse suhtumisega globaalsete arengute suhtes. Näiteks suhtub 63% ELi noortest vanuses 15-24 ELi liikmeks olemisse positiivselt ning 67% ELi noortest teadvustab, et kuulumine ELi on nende riigile olnud otseselt kasutoov (Emor 2005). Enamik ELi noortest toetab ka ELi poliitilist rolli ja laialt levinud on toetus sellele, et ELil oleks tulevikus inimeste igapäevaelus suurem roll (Eurobarometer 2005). Pea kaks kolmandikku 15-24 aastastest ELi noortest leiab, et ELi liikmesaatus tähendab neile võimalust reisida, õppida ja töötada mis iganes liikmesriigis. Eriti levinud on selline arvamus uutest liikmesriikidest pärit noorte seas – neist on sellisel arvamusel koguni 76% (Eurobarometer 2005). Ka usaldavad noored kodumaistest esinduskogudest enam Euroopa Parlamenti. Eeltoodu põhjal võib oletada, et noorte jaoks on väärtushierarhias väga olulisel kohal võimalus vabalt liikuda ning nad tajuvad väiksemat seotust rahvuse ning sünnimaaga, näevad end pigem oma põlvkonna kui rahvuse esindajatena.

Selle mõtte tõestuseks on ka Milesi (2000, viidatud ÜRO noorteraport 2003 kaudu) lähenemine, mille kohaselt on olemas hulk noori, haritud ja mitut keelt kõnelevaid eurooplasi, kes võivad õppida ja töötada erinevates riikides ning seega kogeda kultuurilist mitmekesisust. Sarnasele arusaamale jõuab ka Hettige (1998, viidatud ÜRO noorteraport 2003 kaudu), kes räägib uue rahvusülese keskklassi esilekerkimisest ja näeb selles globaliseerumise kõige märkimisväärsemat sotsiaalset tagajärge. Uut ühiskonnaklassi iseloomustab tugev seotus rahvusülese ruumiga – see uus keskklass sõltub oma identiteedi loomisel ja säilitamisel suuresti globaalsetest mõjudest. Tegemist pole homogeense sotsiaalse kogumiga – see koosneb erineva taustaga indiviididest. Ühest küljest kuuluvad sinna edukad äri-inimesed, teisalt aga ka edukamad mittetulundussektoris tegutsejad ning rahvusvaheliste organisatsioonide, ettevõtete ja asutuste kõrgema taseme töötajaskond (Hettige 1998, viidatud ÜRO noorteraport 2003 kaudu).

Globaalsete põlvkondade olemasolu toetab Edmundsi ja Turneri (2002, viidatud ÜRO noorteraporti 2003 kaudu) uuring, mille kohaselt seob erinevates maailma osades elavad noored globaalseteks generatsioonideks mõni traumaatiline sündmus (11. septembri rünnakud

New Yorgis, printsess Diana surm, Vietnami sõda jne). Selline traumaatiline sündmus võib esile kutsuda kollektiivse teadvuse tekke, mis on aluseks globaalse põlvkonna tekkele. Teatud sündmuse tagajärjel sündinud kollektiivne teadvus võib tuua kaasa rahvuse-üleseid tegevusi erinevates ühiskondades (Edmunds & Turner 2002, viidatud ÜRO noorteraporti 2003 kaudu).

Ka Eesti puhul saab suundumust globaalsusele esile tuua: 15-19-aastastest Eesti noortest samastub 25% eurooplastega ja 24% põhjamaalastega; 20-29-aastaste seas tunneb pea kolmandik ennast põhjamaalastena. Inimkonna liikmetena identifitseerib end 33% 15-19-aastastest ning 38% 20-29-aastastest. Vanuse kasvades kahaneb nende inimeste arv, kes määratlevad ennast eurooplaste, põhjamaalaste või inimkonna liikmetena, oluliselt (eurooplastega samastub 12-13% üle 55-aastastest inimestest ning inimkonnaga 19%). Vihalemm & Masso (2004) grupeerivad end eestiüleselt määratlevad inimesed 'globaalsesse faktorisse', mida iseloomustab lisaks nooremale eale ka kõrgharidusega vastajate suurem osakaal. Ka pooldavad sellised inimesed keskmisest enam Eesti kuulumist Euroopa Liitu. Vihalemm ja Kalmus (2004) seostavad enese määratlemise globaalsel tasandil edukate inimeste eneseidentifikatsiooni mustriga.

Sarnasele järeltulele nagu Kalmus ja Vihalemm (2004), on jõudnud ka Bauman (1998, viidatud ÜRO noorteraporti 2003 kaudu), kelle arvates on "globaliseerunud maailmas 'kohalik' olemine sotsiaalse deprivatsiooni ja allakäigu tunnuseks."

2.2 Noorte elustiil

Noorte elustiili seostatakse traditsiooniliselt popkultuuri ja selle ilmingutega – rock- ja popmuusika ning muusikatööstuse, filminduse, lõbutsemisega erinevates meelelahutuskohtades, spetsiifiliste rõivaste-jalatsite-aksesuaaride ning enda identifitseerimisega eelistatava subkultuuri kaudu – selle heaks näiteks on hetkel noorte seas populaarne *emo*-kultuur, mille osalised määratlevad end nii välimuse, kuulatava muusika kui teatavate väärtushinnangute kaudu.

Noorte elustiili ja subkultuuride uuringud on sotsioloogide seas olnud küllalt populaarsed. Aja jooksul on noorte ja nende elustiilide uurimisele lähenetud mitmeti. Hebdige (1988, viidatud Johansson & Miegel 1992, kaudu) toob ära kolm põhimõtteliselt erinevat lähenemist: noorus kui probleem, noorus kui lõbu ja noorus kui kujund.

20. sajandi esimesel poolel oli Hebdige (1988) hinnangul valdav lähenemine, mille kohaselt uuriti noori ja nende subkultuure kui probleemseid. See lähenemine sai 1920ndail alguse Chicago koolkonnast ja selle tuntuim esindaja on Albert Cohen, kes töötas muuhulgas välja ka subkultuuri mõiste. Uuriti näiteks noortekampade probleemkäitumist Ameerika suurlinnades ja sellise käitumise motiive.

1950-60ndail aastail hakkas Talcott Parsonsi eestvedamisel domineerima uus lähenemine, kus tähelepanu fookus liikus noorte ja täiskasvanute erinevustele. Parsons arvates vähenesid 20. sajandi keskpaigas noorte seosed selliste institutsioonidega nagu klass, pere ja kogukond. Ta defineeris noorust kui vabale ajale, tarbimisele ning romantilisele elu mõtte otsingule pühendatud üleminekuperioodi lapsest täiskasvanuikka. Kiirelt muutuv ühiskonnas on noored jäänud täiskasvanute poolt juhatuseta ning satuvad seetõttu vanemate generatsioonidega konflikti. Konflikt ei ole aga sedavõrd tõsine, et see takistaks noorte hilisemat integratsiooni täiskasvanute ühiskonda ja väärtussüsteemi.

Kolmanda lähenemisena toob Hebdige esile nooruse kui kujundi käsitluse, mis sai hoo sisse 1960ndail. Sel ajal hakkasid noored varasemast enam tähelepanu pöörama oma kehale kui märgisüsteemile – stiilist sai üks noortekultuuri domineerivaid osi. Samal ajaperioodil või pisut hiljem ilmusid avalikkuse ette mitmed silmatorkavad noorte subkultuurid – *mod'*id, rokkarid, punkarid ja *skinhead'*id. Uute noorte subkultuuride uurimisele keskendus Birminghami koolkond, kes vastandas end Parsonsi ideele klassivabast noorsoost – nende ideede kohaselt olid noorte subkultuurid klassi, rassi ja soo poolt determineeritud. Noorte subkultuure iseloomustab Birminghami koolkonna kohaselt reaktsioon piirangutele nende vanemate kultuuris: ühest küljest soovivad noored mässata kultuuri vastu, mida esindavad nende vanemad, teisalt aga toetada vanemate kultuuri ja samastuda vanematega selles osas, mis puudutab piiranguid ja allasurutust ühiskonnas domineerivate klasside poolt. Vahendid, mille kaudu noored väljendasid kuulumist teatud subkultuuri liikmete sekka, olid maitse, stiil ja keelekasutus.

1980-90ndail aastail eristus varasematest klassi, staatuse ja sooga seotud uuringutest suund, milles tõusis esile indiviidi ja tema identiteedi mõju. Selle suuna üks tuntumaid esindajaid on Thomas Ziehe, kelle arvamuse kohaselt valitseb tänapäeva ühiskonnas erinevalt minevikust normatiivsete suuniste puudus, kuna sotsiaalsed ja moraalsed normid muutuvad sedavõrd kiiresti. Ühest küljest toob see kaasa suure vabaduse isiku otsustes, teisalt aga kasvanud haavatavuse ja ebakindluse. Selle duaalse olukorraga toimetulekuks toimuvad Ziehe

hinnangul pidevalt muutused inimeste identiteetides. Eriti tundlikud on identiteedimuutuste suhtes just noored (Hebdige 1988, viidatud Johansson & Miegel 1992 kaudu). Seega on üheks noortekultuuri oluliseks mõjutajaks noorte identiteet ja muutused selles.

Üldiselt on noortekultuuride uuringute keskseks jooneks uskumus, et popkultuur on noortekultuuride tekkimisel ja alahoidmisel olulisimaks komponendiks. Johanssoni & Miegeli (1992) hinnangul on popkultuur küll oluline, ent seda tuleb vaadelda individuaalsete väärtuste, hoiakute ja käitumiste kontekstis.

Erinevate noorte elustiili uuringute kohaselt on noorte jaoks üks atraktiivsemaid vaba aja veetmise viise seltskondlik suhtlemine sõpradega (Nigul 2004, Johansson & Miegel 1992). Niguli (2004) kohaselt on eesti noorte seas populaarsed tegevused ka uue meediaga seotud hobid, kinos-teatris-näitustel käimine, samuti mitmesuguste meelelahustusasutuste nagu ööklubid ja erinevat sorti söögikohad, külastamine. Lisaks on noorte seas populaarsed vaba aja veetmise tegevused eneseväljenduslikud harrastused nagu laulmine ja tants, samuti sport. Ka Ariko Marketigi poolt 2003. aastal läbi viidud noorte elu puudutava uuringu kohaselt on populaarseimaks vaba aja tegevuseks sõpradega kohtumine, mida nimetas kolme olulisema vaba aja tegevuse seas 53% noortest, järgnesid sport ja televaatamine. 10-12% noortest tegeles sageli lugemise, interneti ja arvutitega, diskode külastamise, rock- ja popmuusika kuulamise ning looduses käimisega.

Ka Euroopas läbi viidud uuringud (Young Europeans in 2001, Eurobarometer 2003b) toetavad osalt eelpooltoodut – Euroopa noorte seas on populaarseimateks vaba aja veetmise tegevusteks sõpradega kohtumine, televaatamine ja muusika kuulamine. Sporti peavad oluliseks vaba aja tegevuseks pooled Euroopa noored. Teatris ja kinos käimine ning kontsertide külastamine on sagedaseks meelelahutuseks umbkaudu 40% noortest. Üle 40% on ka neid, kes mängivad arvutimänge või kasutavad interneti meelelahutuslikel eesmärkidel. Üldiselt on uute liikmesriikide noored vanade liikmesriikide omadest aktiivsemad – nende seas on populaarsemad sport, matkamine ja jalutamine, samuti lugemine. Kui uute liikmesriikide noortest aitavad vanemaid kodutöodes pooled, siis vanades vaid neljandik. Kinos ja teatris käivad vanade liikmesriikide noored aga sagedamini (Eurobarometer 2003b). Vaba aja veetmise viiside puhul on olemas soolised erinevused – poiste jaoks on sport ja arvutite kasutamine olulisemad hobid, tütarlapsed käivad sagedamini ostlemas, loevad, harrastavad tantsimist ja aitavad kodutöodes (Young Europeans in 2001, Eurobarometer

2003b). Äramärkimist väärrib, et vaba aja tegevuste pingerida oli noorte eurooplaste seas sarnane ka 1997. aastal (Eurobarometer 1997).

2.3 Noorte ühiskondlik ja poliitiline osalus

Kodanike osalus erinevates ühiskondlikes organisatsioonides alates ametiühingutest ja lõpetades kirikuga ning võimalus saada informatsiooni võimuorganite seadusandliku ja täidesaatva tegevuse kohta annab ühiskonnale juurde sotsiaalset kapitali, mille hulk on stabiilse toimiva ühiskonnakorralduse aluseks. Ühiskondlik aktiivsus on tihedalt seotud poliitilise aktiivsusega, mis on tänapäeva osaluspoliitika alustalaks.

Kui noorte jaoks on sotsiaalsed suhted nii pere kui sõpradega traditsiooniliselt elus väga oluliseks dimensiooniks, siis osalus erinevates ühiskondlikes organisatsioonides on küllalt madal – pooled Euroopa noortest ei kuulu näiteks 2001. aastal läbi viidud uuringu kohaselt mitte ühessegi organisatsiooni, sealhulgas oli uute liikmesriikide noorte seas mittekuulujaid pisut enam. 2003. aastaks pole olukord oluliselt muutunud – organisatsioonilise kuuluvusega noorte protsent on kasvanud 53ni. Pea kolmandik noortest kuulus nii 2001. kui 2003. aastal läbi viidud uuringute kohaselt mõnesse spordiga seotud organisatsiooni, ülejäänud organisatsioonidesse kuulujaid on alla 10%. Kõige vähem noori kuulub tarbijakaitse ja inimõigustega seotud organisatsioonidesse (Young Europeans in 2001, Eurobarometer 2003b). Kümne aasta tagune Eurobaromeetri uuring annab pea üks-ühele samasugused tulemused organisatsioonidesse kuulumise osas (Eurobarometer 1997). Noored eurooplased leiavad, et ühiskondliku aktiivsuse edendamisel on suurim roll haridussüsteemil, viiendik noortest peab ka peret, sõpru ja noorsoo-organisatsioone olulisteks mõjutajateks. Meediat peetakse ühiskondliku aktiivsuse mõjutajaks harvem. Ka usub 46% noortest, et ühiskondlikku aktiivsust aitaks tõsta noorte teavitamine sellest, kui mistahes riiklikul institutsioonil on plaanis teha neid puudutav otsus. Vaid protsendi võrra vähem on neid, kes usuvad noortele suunatud kampaaniatesse ühiskondliku aktiivsuse tõstjatenä. Kohustuslikku kodanikuõpetust peab abivahendiks 37% noortest ja üle-euroopaliste noorteklubide loomist 28% (Young Europeans in 2001).

Ka on mitmete uuringute kohaselt madal noorte huvi poliitika vastu (Eurobarometer 2005, SORA 2005). Austria sotsiaalsete uuringute ja analüüsi instituudi (SORA) uurijate poolt 2005. aastal kaheksas ELi liikmesriigis läbi viidud uuringu kohaselt huvitub poliitikast vaid 37% noori, 63% see temaatika aga ei paelu. Samas nenditakse uuringu tulemustes ka, et

noorte huvi poliitika vastu saaks tõsta haridussüsteemi, meedia ning lähedaste sõprade ja pere abil. Ka on oluline see, et noored, kes on kuulunud õpilasomavalitsustesse või muudesse poliitilist osalust võimaldavatesse organitesse koolis, on tõenäoliselt ka väljaspool kooli poliitiliselt aktiivsemad. Meedia osas leiti uuringus, et poliitiliselt aktiivsemad on need noored, kes tunnevad huvi ka poliitikauudiste vastu. Meediumid uudiste jälgimiseks olid osalenud riikides erinevad ning eesti ja soome noored paistsid silma selle poolest, et domineerivaks meediumiks oli internet. Kokkuvõttes leiti, et poliitiliselt aktiivsemad on need noored, kes kasutavad uudiste hankimiseks peamiselt aktiivset osalust eeldavat meediat nagu internet. Nende riikide noored, kus infot saadi peamiselt tele või raadio vahendusel, on passiivsemad. Tugev mõju poliitikahuvile ja osalusele on ka noorte peredel ja sõpradel, sealjuures tuuakse esile, et perekondlik taust mõjutab enim maailmavaadet ja veendumusi, sõbrad aga poliitilist käitumist ning aktiivsust (SORA 2005). Samadele võimalustele tõsta noorte poliitilist aktiivsust viitab ka 2001. aastal Euroopa Liidus läbi viidud uuring, mille kohaselt noored ise näevad just haridussüsteemis ja peres peamisi noorte ühiskondliku osaluse mõjutajaid (Young Europeans in 2001).

Nagu mujal maailmas, on Eestiski noored selleks elanikkonnagrupidiks, kelle huvi poliitiliste protsesside vastu on murettekitavalt leige – kui eestimaalastest üldiselt tunnistas huvipuudust poliitika osas kolmandik, siis noortes seas oli poliitikast mittehuvituid üle poole (Toomla 2004). Raudsaare ja Kasemetsa (2004) hinnangul on 18-19-aastaste Eesti noorte seas suhteliselt palju poliitiliselt väga passiivseid ja väga aktiivseid inimesi – selle põhjal võib oletada, et ehk on poliitiliselt aktiivsem põlvkond peale kasvamas. Samas tuleb tunnistada, et Raudsaare ja Kasemetsa loodud tüpoloogias on mõlema passiivse, erakondlikult määratlemata tüübi koosseisust kolmandik 20-29-aastased inimesed. Ka kolmandas passiivses tüübis, mis koondab vähese poliitikahuviga ent erakondlikult määratletud inimesi, on selle earühma esindajaid neljandik. Seega tuleb siiski pigem nentida, et ka Eesti noorte seas on valdav huvipuudus poliitika ja riigi juhtimise suhtes ja poliitiline passiivsus.

3. Meediaruum 21. sajandi algul – uued meediumid, globaliseerumine ja auditooriumi fragmenteerumine

21. sajandi alguse meediaruumi iseloomustab meediumide paljusus ning suur variatiivsus: traditsiooniliste meediumide – press, televisiooni ja raadio – kõrvale 20. sajandi lõpukümnenditel tekkinud internet pakub mitmeid võimalusi meediaruumi mitmekesisemaks muutmiseks ning neid on võrdlemisi ohtralt ka kasutatud. Lisaks ajalehtede veebiväljaannetele ning portaalidele-uudisteagentuuridele on viimastel aastatel üha suuremat populaarsust leidmas näiteks ka *weblogid* (blog) ehk ajaveebid, mille kaudu saavad internetiruumis sõna kõik, kel vähegi vastav soov on.

Lisaks internetile mitmekesistavad 21. sajandi alguse meediaruumi ka muud uue meedia arenguga inimestele kättesaadavaks saanud infokandjad – ennekõike laia levikuga CD ja DVD, mis võimaldavad salvestada varasematest kaasakantavatest infokandjatest oluliselt suuremas koguses infot, seda töödelda ja kombineerida.

Erinevate infokanalite paljusus on kaasa toonud selle, et meediumid peavad publikut üha enam jagama ning meediatarbimine on muutunud oluliselt juhuslikumaks ja pealiskaudsemaks – tegu on nähtusega, mida nimetatakse publiku killustumiseks ehk fragmenteerumiseks (McQuail 2003, Vihalemm & Kõuts 2004). Sellega kaasneb tarbija ja tema poolt valitud kanali vaheliste sidemete nõrgenemine, mille tulemuseks on igasuguse auditooriumil põhineva identiteeditunnetuse kadumine (McQuail 2003). Selle tulemuseks on näiteks päevalehtede leviku langus, mida seostatakse paljudes riikides (USA, Rootsi, Soome, Inglismaa, Taani) juhulugejate osakaalu tõusu ja regulaarsete lugejate osakaalu langusega (Hujanen 2002; Hüffel 2003, viidatud Vihalemm & Kõuts 2004 kaudu, Media Trends 2001). Ka kõigi suuremate Eesti ajalehtede lugejate seas on juhuslike ja püsilugejate osakaal enam-vähem võrdne või on juhuslike lugejaid enam. Eriti kehtib see 15-19-aastaste ja 20-29-aastaste puhul, kelle seas on juhulugejaid 10-20% regulaarsetest huvilistest rohkem. Sama kehtib ajakirjade puhul (Vihalemm, Lõhmus & Jakobson 2004). Samas suureneb kõikjal maailmas tasuta elektroonilise meedia osakaal, internetikasutus ning tasuta lehtede olulisus

(Vihalemm & Kõuts 2004), viimastel aastatel on ka Eestis ilmuma hakanud üha enam tasuta väljaandeid. Ka on enamike Eesti ajalehtede lood tasuta lugemiseks üleval internetis.

Samaaegselt on aga toimumas meediaruumi globaliseerumine, mis toob kaasa fragmenteerumisele mõneti vastanduva protsessi – tekivad suured rahvusteüleised auditooriumid, mille aluseks on elustiil, väärtused ja huvid (McQuail 2003). Samas on sellised suured homogeenised auditooriumid omased ja kättesaadavad vaid suurtele rahvusvahelistele kanalitele. See omakorda toob kaasa rahvuslike kanalite konkureerimise globaalsete ja rahvusvahelistega, seda eriti telemaastikul.

Lisaks tuleb välja tuua, et inimesed ei süvene loetavasse-nähtavasse-kuuldavasse enam endisel määral. Auditoorium pöörab vastuvõetud teadetele vähem tähelepanu kui televisiooni ja raadio algusaastatel. Info pakkumine on sedavõrd suur, et ületab inimeste vastuvõtuvõime. Kokkuvõttes on meediakasutajal tulenevalt kanalite rohkusest vähem aega ja tulenevalt liigsest infotulvast vähem motivatsiooni meedia sisusse süveneda. Tähelepanu on pigem pealiskaudne ja seega on sageli pealiskaudne ka võimalik mõju (McQuail 2003). Sageli asetatakse meediatarbimisel rõhk skandaalsele ja põnevale ega püüta näha sündmuste või otsuste seost olnu või tulevaga. „Inimesed on küll huvitatud sellest, mis parajasti toimub, aga puudub tahtmine näha ka tagamaid, mõelda, mille nimel seda tehakse ja millised võivad olla reaalsed tulemused.” (Tubli et al. 2003).

Tänapäevase inimese infoväli koosneb väga suurest hulgast väikestest fragmentidest, mille tekkel on osa varasemast oluliselt suuremal hulgal kanalitel – auditoorium on killustunud ja kanalid peavad leidma üha enam võimalusi publiku paelumiseks ning kinnihoidmiseks. Üha keerukam on mõista auditooriumi muutuvat koosseisu ja huvisid (McQuail 2003). Selle loogiliseks tulemuseks on meedia sisu muutumine üha meelelahutuslikumaks ning tõsisemate teemade marginaliseerumine peavoolu meedias. Meelelahutuse domineerimine on kaasa toonud *„infotainmenti”* sünni – üha enam püütakse uudislikku infot siduda meelelahutuslikuga. Ka olulise teabe andmine meelelahutuslikus kontekstis on saanud tavapäraseks praktikaks – Eestis on selle heaks näiteks Kanal 2 „Reporter”, kus uudistesaaate formaat on ühendatud meelelahutuslike mängude ja „kollase” alatooniga teemade kajastamisega. Ilmselt on selline valik olnud õigustatud, kuna just Kanal 2 uudistemagasiini saadab viimasel ajal üha kasvav publikumenu (detsembris 2006 oli „Reporter” TNS Emori andmetel vaadatuim uudistesaaade Eesti kanalitel, edestades Aktuaalset Kaamerat 20 000

vaatajaga). Ka Eesti vaadatuimad saated – kaua sel positsioonil püsinud „Pealtnägija” ja viimasel ajal selle teisele kohale tõrjunud „Võsareporter” – on olemuselt *infotainment*’i alla kuuluvad, ehkki esindavad selle nähtuse erinevaid poolusi.

3.1 Meedia Eestis

Bakalaureusetööd ette valmistanud seminaritöös tõin ära pikema ülevaate meediatarbimise tendentsidest 21. sajandi alguse maailmas ning Eestis. Jõudsin järeldusele, et Eesti meedia on praeguseks muutunud suuresti sarnasteks lääneriikidele, olenemata sellest, et pidi peale taasiseseisvumist läbima demokraatlikes ühiskondades pikalt kestnud arengu äärmiselt forsseeritud tempos.

Eesti meediasüsteem on jõudnud kõigiti demokraatlike meediasüsteemide sekka – näiteks 2007. aasta mais avaldatud Freedom House’i maailma pressivabaduse indeksis paigutus Eesti 17.-22. kohale, olles ees kõigist Kesk- ja Ida-Euroopa riikidest. Ka varem avalikustatud organisatsiooni Piirideta Reporterid ülemaailmse pressivabaduse indeksis hinnati Eestit kõrgelt – seal jagas Eesti koos Norraga koguni 6.-7. kohta (BNS 2007). Ka eestimaalaste meediatarbimise kehtivad osas valdavalt vanadele lääne demokraatiatele omased jooned – näiteks meedia auditooriumi fragmenteerumine, tiraažide langus, lehtede juhulugejate kasvav osakaal eriti noorte seas, eriti trükimeedia puhul elitariseerumine, üldine elektroonilise meedia eelistamine jne (Vihalemm & Kõuts 2004, Vihalemm 2006, Emor 2004, Vihalemm, Lõhmus & Jakobson 2004).

Traditsioonilise meedia osas iseloomustab Eestit küllaltki kirju meediamaaistik – 2004. aasta seisuga ilmus Eestis 13 päevalehte, 13 paar-kolm korda nädalas ilmuvat lehte ja 31 nädalalehte, 20 neist olid üleriigilised ja 37 kohalikud lehed. Erineva ilmumissagedusega ajakirju oli kokku 180 – neist enim eestikeelseid (135) ja kord kuus ilmuvaid väljaanded (61). Venekeelseid ajakirju ilmus 2004. aasta aprillikuu seisuga 17. 1000 inimese kohta ilmus Eestis 2001. aastal 188 päevalehte, samas suurusjärgus on lehtede levik olnud alates 1992. aastast (Vihalemm & Kõuts 2004). Eestis tegutseb kolm üleriigilist eestikeelset telekanalit ja kaks venekeelset telekanalit, mis kajastavad Eesti uudiseid ning on küllalt suure levikuga, neile lisanduvad kohaliku iseloomuga kaabellivekanalid. 2003. aasta seisuga sai Eestis kuulata 31 erinevat raadiokanalit, neist neli olid üleriigilise leviga (Vihalemm, Lõhmus & Jakobson 2004).

Ajalehtede tiraažid on viimase 15 aasta jooksul märkimisväärselt langenud, vähenenud on ka regulaarsete lugejate hulk. Võrreldes kolme aasta taguse ajaga on enamus ajalehti lugejaid kaotanud. Ainsana on levinumatest väljaannetest 12 000 võrra kasvanud Postimehe lugejate hulk (Emor 2004, Emor 2007b).

Huvi raadio, eriti avalik-õigusliku raadio vastu on langenud küllalt madalale, ent viimastel aastatel on raadiokuulamisele kulunud aeg siiski kuigipalju tõusnud. Ka raadiokuulamise osas iseloomustab Eestit küllaltki levinud trend – aset leiab avalik-õigusliku raadio osakaalu vähenemine (Lõhmus & Vihalemm 2004). Sellegipoolest on eestikeelsetest raadiojaamadest populaarseim Vikerraadio ja venekeelsetest Raadio 4. 21. sajandi algul on tõusmas ka internetiraadiote olulisus (Lõhmus & Vihalemm 2004).

Inimeste jaoks on televisioon muutunud trükimeediast olulisemaks info ammutamise kanaliks. Telekanalitest eelistavad eestlased Kanal2 ja mitte-eestlased PBK-d (Emor 2007a). Huvi televisiooni vastu on Eestis väga suur, Hasebrinki ja Herzogi (2004, viidatud Vihalemm 2006 kaudu) hinnangul on eestlased rahvusvaheliste uuringute alusel jõudnud viie telehuvilisema rahva sekka Euroopas ja maailmas. Televaatamise osas on Eestil selge seos teiste postkommunistlike riikidega, kus vaadatakse televiisorit vanadest demokraatiatest rohkem (Vihalemm 2006).

Uue meedia osas on Eesti koos Sloveeniaga teistest postsovjettlikest riikidest selgelt edumeelsem – eestimaalased on kümne aktiivseimalt internetti kasutava rahva seas Euroopa Liidus (Europe Internet Usage 2004, viidatud Vihalemm 2006 kaudu). Internet on eriti nooremate inimeste seas muutunud igapäevaseks tarbevahendiks, ent interneti kasutamine kasvab ka vanemates ühiskonnagruppides. Viimase üheksa aastaga on internetikasutajate hulk Eestis kuus korda kasvanud: kui 1997. aasta sügisel kasutas internetti 10% 15-74-aastastest inimestest (Emor 2001), siis praeguseks on nende seas igapäevaseid internetikasutajaid 60% (Emor 2006b). Ka mobiiltelefonist on eestimaalaste jaoks juba ammu saanud iseenesestmõistetav tarbeese ning koduarvutid levivad Eestis üha kiiremini (Runnel & Pruulmann-Vengerfeldt 2004).

Eesti noorte mediakasutus erineb suuresti vanemate generatsioonide omast – noored on kõige aktiivsemad internetikasutajad ning nende huvi teleri ning eriti raadio vastu on vanemate põlvkondade omast oluliselt väiksem (Šein 2004, Runnel & Pruulmann-Vengerfeldt

2004, Lõhmus & Vihalemm 2004). Üldise ajalehtede lugemise vähenemise taustal torkab eriti silma juhulugejate osakaalu kasv võrreldes regulaarsete lugejatega just noorte seas. Ka on noorte huvi kohalike lehtede vastu keskmisest oluliselt madalam ja nad loevad teistest vanuserühmadest rohkem ajakirju (Vihalemm, Lõhmus & Jakobson 2004).

Erinevused on selged ka rahvuste lõikes – eestlased vaatavad enam nii telerit kui kuulavad raadiot ning eelistavad Eesti kanaleid, mitte-eestlased kuulavad-vaatavad pigem Venemaa kanaleid, ehkki ka Eesti telekanaleid (Lõhmus & Vihalemm 2004, Šein 2004). Mitte-eestlaste huvi trükisõna vastu on samuti väiksem, üleriigilisi lehti ja ajakirju loetakse vähem – regulaarseid ajalehe- ja ajakirjalugejaid on Vihalemma, Lõhmuse ja Jakobsoni (2004) kohaselt kaks korda enam eestlaste seas. Erinevused rahvuste vahel on väiksemad nooremates vanuserühmades.

Märgatavad on erinevused ka haridustasemetel lõikes. Haridustase mõjutab näiteks nii trükimeedia kui interneti tarbimist – üleriigiliste lehtede lugemine on seda kõrgem, mida kõrgem on inimese haridustase; arvuteid-internetti kasutavad sagedamini kõrgema haridustasemega inimesed. Ka on tähelepanuväärne, et mida madalam on haridustase, seda enam on teatud meediakanalite mittetarbijaid. Eestlaste puhul ilmneb see igasuguse trükimeedia osas peale kohalike lehtede (Vihalemm, Lõhmus & Jakobson 2004, Runnel & Pruulmann-Vengerfeldt 2004).

Sissetulekud mõjutavad palju trükisõna tarbimist, samuti arvutite ja interneti kasutamist (Vihalemm & Kõuts 2004, Runnel & Pruulmann-Vengerfeldt 2004). Televaatamisele ja raadiokuulamisele sissetulekul erilist mõju ei ole, ilmselt seepärast, et see ei eelda pidevat investeeringut ning telerid-raadiod on olemas pea kõigis Eesti majapidamistes (Lõhmus & Vihalemm 2004, Šein 2004).

3.2 Noored ja meedia

Üha rohkem fragmenteeruv meediaruum ja võimaluste paljusus on tõenäoliselt kõige enam mõjutanud just noorte inimeste meediatarbimist. Sihtrühmana, kelle meediatarbimise harjumused kujunevad valikute paljususe tingimustes, erinevad praegused noored ja lapsed vanematest põlvkondadest, kelle meediaharjumuste kujunemise ajal oli valikuvõimalusi vähem ning internet polnud veel tavakasutajate seas levinud.

Noored tarbivad suuremat hulka infokanaleid ning ei ole valitud kanalitele reeglina väga „truud“. Selle tõestuseks on näiteks päeva- ja nädalalehtede juhulugejate suurem osakaal nooremates vanuserühmades – Eesti noorte seas on kõigi päevalehtede (välja arvatud SLÕhtuleht) puhul juhulugejaid regulaarsetest huvilistest rohkem, vanemate põlvkondade puhul see aga ei kehti (Vihalemm, Lõhmus & Jakobson 2004). Suundumust üha juhuslikumale lehelugemisele noorte seas saab esile tuua ka mitmete teise riikide puhul, näiteks Rootsis, Soomes ja Taanis (Vihalemm 2006, Media Trends 2001), samuti Prantsusmaal, Saksamaal ja USAs (World Press Trends 2004, viidatud Vihalemm 2006 kaudu). Ilmselt võib oletada, et see on seotud noorte parema orienteerumisega uue meedia maailmas, millega kaasneb infoallikate paljusus. Noorte seas kasutatakse internetti oluliselt enam kui eakamate inimeste seas (vt näiteks Emor 2006a, SORA 2005, Eurobaromeetri uuringud, Young Europeans in 2001) – internetist info otsimine on paljude arenenud riikide noorte jaoks sama iseenesestmõistetav kui vanemate generatsioonide jaoks ajalehe lugemine. Noorte seas on levinud ka kaasaskantavad sidevahendid – vanade Euroopa Liidu liikmesriikide noortest kasutab mobiiltelefoni 80% (Young Europeans in 2001). Paljudes riikides on ka selge trend, et noored vaatavad eakamatest põlvkondadest oluliselt vähem televiisorit ja kuulavad raadiot (Vihalemm 2006).

Iga on peale Eesti iseseisvuse taastamist saanud ka siin oluliseks üldist meediakasutust mõjutavaks faktoriks. Suured vanuserühmade vahelised erinevused iseloomustavad mitte ainult internetikasutust, vaid ka ajalehtede ja ajakirjade lugemist, radiokuulamist ja televaatamist (Vihalemm 2006). Teismelised ja noored vaatavad telerit ja kuulavad raadiot oluliselt vähem kui vanemad rühmad – selles osas sarnaneb Eestis toimuv teiste riikide arengutele. 15-29-aastased inimesed on selgelt internetile orienteeritud (Vihalemm 2006). Eesti noorte märgatav internetilembus on äramainimist leidnud ka üle-euroopalistes uuringutes – näiteks 2003. aasta Eurobaromeetri noorteuuringu kohaselt kasutavad noored eestlased ja sloveenid uute liikmesriikide noorte seas kõige enam internetti (Eurobarometer 2003a). Kõige enam ongi Eestis internetikasutajaid 15-19-aastaste seas – sellest vanuserühmast kasutab internetti 98%, 20-29-aastaste seas on internet igapäevane asi 84% jaoks (Emor 2006a). Üsna ootuspäraselt hindavad nii 15-19-aastased kui 20-29-aastased Eesti noored kõigi meediakanalite seas olulisima igapäevase info hankimise kanalina just internetti, mis on kõigi infoallikate seas koolist-töölt saadava teabe järel teisel kohal, ületades ülekaalukalt kõiki traditsioonilisi meediakanaleid, mida noored hindavad vanematest

põlvkondadest oluliselt vähem. Kui näiteks ETV „Aktuaalne Kaamera” teenib elanikkonna seas teadmiste hankimisel olulisima teleuudiste saatena poolte vastanute poolehoidu, siis 15-19-aastaste seas on selle oluliseks infoallikaks pidajaid neljandik ja 20-29-aastaste seas 36% (Vihalemm, Lõhmus & Jakobson 2004).

Paljudele Eesti noortele on omane usk meedia kõikvõimsusesse ja sellesse, et meedial on ühiskonna käitumisele suur mõju, veelgi suurem hulk noortest leiab aga, et meedia näol on ennekõike tegu meelelahutajaga (Tubli et al. 2003). „Mõnigi kord öeldakse, et meedia kui “tõsiste” uudiste vahendaja ei paku erilist huvi. Kuigi paljud nooremad kirjutajad väidavad end ka uudiseid jälgivat, on nende kirjeldustest ometi näha, et pigem on tegemist vahendatud elamuste otsimisega.” (Tubli et al. 2003).

Ootused meediale on nooremates ja vanemates põlvkondades samuti selgelt erinevad. „Kui esimesed otsivad pigem meelelahutust, siis teised kalduvad otsima “reaalsusele” vastavat objektiivset informatsiooni ja “normaalsuse” (moraali jne) propageerimist. Kui esimesed on valmis (vähemalt sõnades) otsima informatsiooni ja meelelahutust, siis teised jälgivad kindlamalt juba väljakujunenud repertuaari. Nooremad meediatarbivad näevad sagedamini meediat läbi oma isiklike vajaduste prisma, vanem põlvkond vaatleb seda sagedamini läbi ühiskondlike vajaduste.” (Tubli et al. 2003).

4. Meedia mõjud

Inimesed veedavad iga päev suure osas oma ajast erinevate meediakanalite mõju all, isegi kui ei olda täielikult pühendunud kuulamisele-vaatamisele-lugemisele. Meediatarbimine mõjutab seega kahtlemata seda, mil moel inimesed defineerivad ja tajuvad poliitilise ja sotsiaalse reaalsuse olulisemaid aspekte.

Selle üle, kas meedia mõjutab inimest, millised need mõjud võiksid olla ja kui oluliseks tuleks meediat pidada võrreldes teiste hoiakute ja käitumise kujundajatega, on palju vaieldud (McQuail 2003). Aja jooksul on usk meedia mõjudesse vähenenud ning seejärel taas kasvanud, ehkki uuemates uuringutes ei usuta enam pimesi meedia nii taotluslike kui mittetaotluslike efektide toimimist indiviidi suhtes, vaid vaadeldakse võimalikke mõjusid suure hulga teiste muutujate ja mõjurite kontekstis. Meediauurijad eristavad mõjusid selle alusel, kas need on ettekavatsetud (näiteks propaganda, kampaania) või kavatsemata (näiteks reaalsuse defineerimine, kultuurilised ja institutsioonilised muutused). Samuti eristatakse pikaajalisi (näiteks kultuurilised ja sotsiaalsed muutused, raamistike loomine ja arvamuskliima kujundamine) ja lühiajalisi mõjusid (näiteks käitumuslik mõju).

Uuritud ja suuremal või väiksemal määral tõestust leidnud mõjusid on väga palju, toon siinkohal ära pistelise ülevaate.

On selge, et meedia mõjutab eriti avalikku sfääri, valides teemasid, millele enam tähelepanu pöörata – seda nähtust nimetatakse kõneaine ehk *agenda* kujundamiseks. Ka paigutab meedia teemasid erinevasse konteksti, luues mitmekülgseid seoseid ning andes hinnanguid – selle ilmingu on meediauurijad nimetanud raamistamiseks ehk *framing*'uks (McQuail 2003). Selliste protsesside läbi kujundab meedia avalikku arvamust ja avaliku elu tegelaste imagot. Populaarsetel meediakanalitel on kahtlemata oluline mõju ühiskonna tähelepanu keskmes olevatele teemadele. Näiteks võivad meedialood ja meedias enam rõhku saanud väljaütlemised omada tugevat mõju valijate käitumisele (Grünthal 2007, Curtice 1999).

Omaette küsimus on, kuivõrd mõjutab meedia avaliku sfääri mõjutamise kaudu aga meediatarbijat, pakutava materjali vastuvõtjat ning kui oluline on see mõju võrreldes teiste infoallikatega (Eldridge et al. 1997, McQuail 2003). 20. sajandi keskpaiku läbi viidud

uuringutes usuti, et meedia mõjutab kõigepealt inimese teadmisi, millele järgnevad hoiakute ja käitumise muutumine, enam aga ei usuta, et mõju indiviidile peaks tingimata aset leidma sellises järjekorras ega peeta ka käitumislikku mõju kognitiivsest või afektiivsest olulisemaks (McQuail 2003).

Et inimesed veedavad palju aega massimeedia seltsis, on üsna levinud arusaam, et meedia on „süüdi” mistahes sotsiaalsetes probleemides alates jalgpallihuligaanlusest ning lõpetades terrorismiga. Mitmetes uuringutes on meedia sedasorti mõju peetud uueks nähtuseks, ometi on ohtralt näiteid selle kohta, et iga uue massimeediumi või meelelahutusviisi sünni järel on usutud, et see muudab oluliselt inimeste käitumist ning mõttemaailma – reeglina negatiivselt (Eldridge et al. 1997, Curran & Seaton 1991, viidatud Norris 2004a kaudu, Straker 1991, viidatud Norris 2004a kaudu). Sageli seostatakse meedias eksponeeritavat vägivalda ja hälbivat käitumist analoogiliste käitumismallide kasutamisega reaalses elus, seda eriti laste ja noorte puhul. McQuail (2003) jõuab aga järeldusele, et ehkki meediast vägivalla vaatamisel on soovimatud mõjud, on hälbiva käitumise esilekutsumisel suurem roll siiski muudel teguritel – probleemsetel oludel ja sellest tuleneval frustratsioonil.

Väga sageli käsitletud küsimuseks on, kas massimeedia toob inimesi ühiskondlikult olulistele teemadele ja poliitilisele otsustamisele lähemale või suurendab võõrandumist. Näiteks leiavad paljud Ameerika sotsiaalteadlased, et meedia on peamine rahva poliitikast võõrandumise põhjustaja, kuna rõhutab sageli negatiivset ja skandaalset ning ei pööra tähelepanu poliitiliste institutsioonide igapäevatööle (Lang & Lang 1966, viidatud Norris 2004a kaudu, Robinson 1976, viidatud Norris 2004a kaudu). Norris (2004a) toob ära ülevaate ka Euroopa kriitiliselt suhtuvate teadlaste põhilistest argumentidest: sageli on juttu televisiooni kommertsialiseerumise ja avalik-õigusliku meedia olulisuse vähenemisega kaasnevast skandaalse ja negatiivse rõhutamisest. Trükimeedia osas kardetakse konkurentsi kasvuga kaasnevat tabloidiseerumist ja *infotainment*'i osakaalu kasvu. On aga ka vastupidiseid uuringutulemusi, mille kohaselt leiab tõestust see, et isegi passiivne massimeedia jälgimine parandab inimeste teadmisi ning suurendab nende huvi poliitika ja riigi toimimise vastu – seeläbi tõuseb ka kodanikuaktiivsus (Taru & Toomla 2003, Kivirähk 2006, Norris 2004a, Newton 1997, viidatud Norris 2004a kaudu). Norris (2004a) toob näiteks ära, et OECD riikides toodetud teleuudiste maht on alates 1970ndatest kolmekordistunud, lisaks sellele on välja arenenud rahvusvahelised ööpäevaringselt uudiseid edastavad kanalid nagu CNN – see on toonud kaasa paremad võimalused üha operatiivsemaks tutvumiseks nii siseriiklike kui rahvusvaheliste

uudistega. Norris (2004a) pakub vastuargumendi ka neile, kes viitavad meedia kommertsialiseerumisele ja keerukamate teemade kajastamise marginaliseerumisele – ta toob välja, et ehkki tabloidide ja kergema sisuga telesaadete arv on oluliselt tõusnud, on teisalt kasvanud ka tõsisemate arutelude ja foorumite arv ja kättesaadavus, mis võimaldab meil elada reaalses kaasa poliitilistele aruteludele parlamendis või teises maailmanurgas toimuvale keskkonnakatastroofile. Avardunud võimalused on toonud kaasa ka uudiste vastu huvi tundva inimeste hulga kasvu. Seega pole Norrise (2004a) hinnangul tegu mitte *infotainment*'i võimuga olulisemate teemade ja tõsisemate kajastuste üle, vaid turu mitmekesisumisega. Norris (2004a) leiab, et uudiste ja arutelusaadete jälgimine kasvatab poliitikahuvi, suurem poliitikahuvi omakorda kasvatab aga vastava sisuga meedia tarbimist. See vastastikkuse mõju teooria on olnud laia arutelu objektiks, seda on püütud nii ümber lükata kui tõestada – näiteks Luengo (2006) jõuab järeldusele, et interneti puhul on positiivne mõju poliitikahuvile selge, ent televisiooni puhul mitte. See toetab eelpooltoodud uuringu tulemusi, mille kohaselt nende riikide noored, kes kasutasid rohkem interneti, olid poliitikast enam huvitatud (SORA 2005).

Glasgow meediauurijate grupi ja mitmete teiste (Eldridge et al. 1997, McQuail 2003) poolt läbi viidud uuringute kohaselt mõjutab meediatarbimine sageli negatiivselt inimeste arusaamist ja suhtumist sotsiaalsesse küsimustesse, kinnistades stereotüüpe ja tekitades ebaratsionaalseid uskumusi. Glasgow uuringutes leidis tõestust näiteks see, et tööliste streigi puhul tajusid inimesed meediast saadud info põhjal olukorda enam vägivaldse ja kontrollimatuna, kui see tegelikult oli. Teise uuringu kohaselt mõjutas Põhja-Iiri konflikti kajastamine briti meedias paljusid Suurbritannia elanikke selliselt, et neil tekkisid ebaratsionaalsed hirmud seoses Põhja-Iirimaale reisimisega; kolmas uuring tõi esile AIDSiga seoses levinud väärarusaamu, mille algseks allikaks oli samuti meedia (Eldridge et al 1997). 1986. aastal Londonis toimunud Vietnami sõja vastase meeleavalduse kujutamine vägivaldse ja dramaatilisena mõjutas ka auditooriumi hinnanguid – sündmust tõlgendati vastavalt selle raamistamisele televisioonis, mitte tuginedes tegelikule reaalsusele (Halloran et al, viidatud McQuail 2003 kaudu). Meediatarbija ei ole neile uuringutele toetudes küll olemuselt passiivne, tõlgendades meedia sisu lähtuvalt oma isiklikust kogemusest ja teadmistest, ning sõnumi vastuvõtmist mõjutavad ka mitmed teised nii vastuvõtja kui keskkonnaga seotud tegurid, ent sellegipoolest on meedia üheks mugavamaks info otsimise viisiks, mille poole inimesed sageli pöörduvad, jättes infot vastu võttes mõnelgi korral kõrvale varasemad väärtushinnangud (Eldridge et al. 1997).

On selge, et mõju inimeste teadmistele, arvamuste kujundamisele ja seeläbi ka ühiskondlikule aktiivsusele meedial kindlasti on, ent on küsitav, kas see mõju on positiivne või negatiivne – tõestust leiab läbi viidud uuringutes mõlemale aspektile. Teiseks oluliseks küsimuseks on, kui võrd relevantne on see mõju võrreldes oluliste teiste või näiteks haridusasutuste mõjuga. Näiteks väidab enamuse Euroopa Liidu noori, et nende arvates on noorte ühiskondliku aktiivsuse suurimad mõjutajad haridussüsteem, pere ja sõbrad ning ka noorsooorganisatsioonid. Alles neile kolmele järgneb televisioon ning ülejäänud meedialiikide olulisse mõjusse ühiskondliku aktiivsuse mõjutajana usub alla 10% noortest (Young Europeans in 2001).

Lõppkokkuvõttes on praeguseks valdavalt jõutud arusaamisele, et suurimad meedia mõjud sünnivad info edastaja ja vastuvõtja koostöös – tähenduste konstrueerimisel (Gamson & Modigliani 1989, viidatud McQuail 2003 kaudu). Auditoorium kaalub ja kooskõlastab meediakanalite poolt pidevalt pakutavaid tähendusi oma personaalsete tähendusstruktuuridega ning seejärel otsustab nende liitmise või mitteliitmise üle. Vastuvõtuprotsessi mõjutab lisaks vastuvõtja individuaalsetele omadustele ka sotsiaalne kontekst. Meedia poolt pakutavate tähenduste kontekstis kujundavad auditooriumi liikmed oma arusaama sotsiaalsest reaalsusest ja oma kohast selles. Oluline on ka ära märkida, et Carey (1988, viidatud McQuail 2003 kaudu) on viidanud sotsiaalse maailma muutumise olulisusele meedia mõjude aspektist. Et meedia mõjukuse aste võib sõltuda ühiskonnas toimuvast, olles suurem näiteks kriisi perioodil, võib üheaegselt õigus olla nii neil, kes kahtlevad meediatarbimise mõjude olulisusel kui ka neil, kes peavad meediat üheks olulisemaks sotsiaalse ruumi kujundajaks, kuna uuringute tegemise ajal on sotsiaalne kontekst olnud sedavõrd erinev.

5. Uurimishüpoteesid

Põhilisteks hüpoteesideks, mille tõestamine või ümberlükkamine on järgneva analüüsi eesmärgiks, on:

1. Sotsiaalmajanduslikus plaanis iseloomustavad aktiivset noort meediatarbijat järgmised omadused: ta elab linnas ja on eesti rahvusest; ta on asunud omandama või on omandanud kõrghariduse, tema sissetulek on keskmisest suurem, sooliselt ei domineeri kumbki pool.
2. Aktiivne noor meediatarbija on väheaktiivsest aktiivsem ka muudel elualadel, tal on rohkem hobisid ja huvialasid.
3. Aktiivne noor meediatarbija on poliitiliselt aktiivsem vähetarbijast, tema teadmised poliitikast ja ühiskonnaelust on paremad.
4. Aktiivne noor meediatarbija on kriitilisema maailmavaatega nii meedia kui poliitika suhtes, ta teeb otsuseid ja annab hinnanguid enam info kui emotsioonide baasil.
5. Aktiivne noor meediakasutaja hindab Eesti ühiskonna arengut edukamaks ning peab ühiskonnas aset leidnud muutusi positiivsemaks, ta on väheaktiivsest meediatarbijast parema sotsiaalse kohanemisvõimega ja enesekindlam.
6. Aktiivsel noorel meediatarbijal on kindlamad erakondlikud eelistused, nende seas on vähem mitte ühegi erakonna eelistajaid.
7. Eesti noortel puudub selge ettekujutus parem- ja vasakpoolse ilmavaate tähendusest, seosed kindlate maailmavaatelistele ja erakondlike eelistuste vahel puuduvad või on vähesed.

II Uuringu metoodika

Käesolevas töös analüüsin Eesti noorte meediakasutuse aktiivsust, lähtudes meediatarbimise ajalise aktiivsuse indeksist. Meediatarbimise kontekstis vaatlen noorte elustiili ja huvisid, sotsiaalseid hoiakuid ja hinnanguid Eesti ühiskonnaelule, samuti huvi poliitika vastu ja poliitilist osalust.

6.1 Kasutatud metoodika üldiseloostus

Käesoleva bakalaureusetöö aluseks olnud seminaritöös keskendusin noorte meediatarbimise aktiivsuse ja poliitilise aktiivsuse seoste iseloomustamisele. Bakalaureusetöös käsitlen teemat laiemalt, tuues lisaks meediatarbimise ja poliitilise aktiivsuse seostele välja ka aktiivsete ja väheaktiivsete noorte elustiilide erinevusi ning mõlemale rühmale iseloomulikke sotsiaalseid hoiakuid ja hinnanguid. Püüan leida tõestust seminaritöö baasil täpsustatud ja täiendatud hüpoteeside paikapidavusele või ekslikkusele.

Jaganud noored meediatarbimise aktiivsuse alusel kolme rühma, asun konkreetselt analüüsima aktiivsema ja väheaktiivsema rühma vahelisi erinevusi ja sarnasusi. Toon esiteks ära kahe rühma erisused sotsiaaldemograafilises plaanis. Eraldi käsitlen meediatarbimise harjumusi ning erisusi ja sarnasusi sotsiaalsete hoiakute ja elustiili osas. Samuti analüüsin noorte poliitilise osaluse ja poliitikahuvi võimalikke seoseid meediatarbimise aktiivsusega.

Uuringu meetodiks on kvantitatiivne analüüs programmi SPSS 11.5 for Windows abil Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooniosakonnas 2005. aastal läbi viidud küsitluse Mina.Maailm.Meedia 2005 andmestiku alusel. Tulemuste paremaks tõlgendamiseks poliitilisest osalusest lähtuvalt on vanuserühmad regroupeeritud järgmiselt: 15-17-aastased, 18-24-aastased, kes on selle uurimuse sihtrühmaks, 25-34-aastased, 35-44-aastased, 45-54-aastased, 55-64-aastased ja 65-74-aastased.

Küsitluses osales kokku 1475 inimest üle Eesti, eestikeelseid ankeete täideti 1033 ja venekeelseid 442. Valim on representatiivne Eesti elanikkonna suhtes. Konkreetsem analüüsis täpsema vaatluse all olev rühm vanuses 18-24 aastat oli uuringus esindatud 171 respondendiga, kellest eestikeelse ankeedi täitis 115 ja venekeelse 56.

Aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediakasutajate meediatarbimise eripärade väljatoomisel kasutan näitlikustamiseks ka Jõhvi Gümnaasiumis 30. märtsi 2007 läbi viidud ankeetküsitluse tulemusi. Küsimustik käsitles meediatarbimise erinevaid aspekte ja sellele vastasid kodanikuõpetuse tunni ajal 11. klassi ja abituriumi õpilased, kel oli vanust üle 18 aasta – valimi moodustamise aluseks oli seega vanus. Kokku jagasin välja 42 ankeeti, mis kõik ka tagastati. Antud küsimustiku puhul tuleb kindlasti märkida, et valim ei esinda tervet 18-24-aastaste rühma, kuna vastajad olid vanuses 18-19 aastat. Küsitluse peamiseks eesmärgiks oli leida kõige aktiivsem ja kõige väiksema aktiivsusega noor meediatarbija, kellega viisin hiljem läbi süvaintervjuud. Et ankeedile vastanud ei olnud täiel määral võrreldavad analüüsi põhialuseks oleva 18-24-aastaste rühmaga, valim oli väike ja tulemus ebaproportsionaalne (aktiivsete meediatarbijatena klassifitseerus vaid kaks respondenti), kasutan ankeedi abil meediatarbimise kohta saadud andmeid ning vastuste alusel valitud isikutega tehtud süvaintervjuusid käesolevas töös ainult näitlikustamise eesmärgil. Peamiselt leiavad Jõhvi andmed kasutamist väheaktiivsete noorte meediatarbijate puhul, kuna kahe aktiivse noore meediatarbija vastused ei anna alust pädevate järelduste tegemiseks. Võrdluse aluseks võtan pigem väikese ja keskmise meediatarbimise aktiivsusega Jõhvi noored, kuna sellisel viisil selgunud tulemused võimaldavad minu hinnangul näidata mõningasi suundumusi ning tulemused on reliaabsemad. Kuna tulemused olid ebaproportsionaalsed, on Jõhvi küsitluse andmed toodud nominaalarvudes, et mitte anda edasi moonutatud pilti. Uuringutulemuste analüüsi algusosas toon eraldi ära ka Jõhvis läbi viidud küsitluse tulemuste lühiülevaate.

Nagu öeldud, kasutan lisaks Mina.Maailm.Meedia 2005 andmestikule ja iseseisvalt läbi viidud ankeetküsitlusele näitlikustamiseks ka noortega tehtud intervjuusid. Intervjueeritavate valiku aluseks oli Jõhvis läbi viidud ankeedi küsimus 1 meediatarbimisele kuluva aja kohta. Küsimus kattub täiel määral Mina.Maailm.Meedia 2005 ankeedi küsimustega 504-507, mis olid aluseks Mina.Maailm.Meedia 2005 andmete analüüsimisel kasutatud meediatarbimise aktiivsuse indeksi loomisel. Seega valiti intervjueeritavad täpselt samadel alustel, millel põhineb ka ülejäänud analüüs. Intervjuud viisin läbi Jõhvis 30. ja 31. märtsil 2007. Intervjueeritavaid oli kaks – üks väheaktiivsete noorte meediatarbijate ning üks aktiivsete noorte meediatarbijate esindaja. Väheaktiivseks nooreks meediatarbijaks osutus Jõhvi Gümnaasiumi õpilane, kelle meediatarbimise aktiivsuse skoor oli 12 punkti võimalikust 48-st, ning aktiivseks nooreks meediatarbijaks õpilane, kelle skooriks oli 35 punkti 48-st. Mõlemad respondendid olid tütarlapsed, kes olid sündinud ja kasvanud Ida-Virumaal ning elasid intervjuu läbiviimise hetkel Jõhvi lähedal väikestes asulates. Madala meediatarbimise

aktiivsusega neiu käis 11. klassis, kõrge meedia-aktiivsusega tütarlaps aga 12. klassis. Üldiselt iseloomustasid aktiivset noort meediatarbijat ladusam suhtlusstiil ja kindlamad hinnangud, väheaktiivne noor meediatarbija oli ettevaatlikum ning rääkis kohati endale vastu, püüdes mitte anda äärmuslikke hinnanguid.

Analüüsi täiendavad lisatabelid baseeruvad kõik minu arvutustel ning on leitavad töö lisast 1. Mina.Maailm.Meedia 2005 ja Jõhvis läbi viidud küsitluse ankeedid on leitavad töö lisast 2. Küsitluse alusel valitud aktiivseima ja kõige vähem aktiivse noore meediatarbijaga tehtud struktureerimata intervjuude aluseks olnud küsimused ning intervjuude osalised transkriptsioonid on leitavad lisast 3.

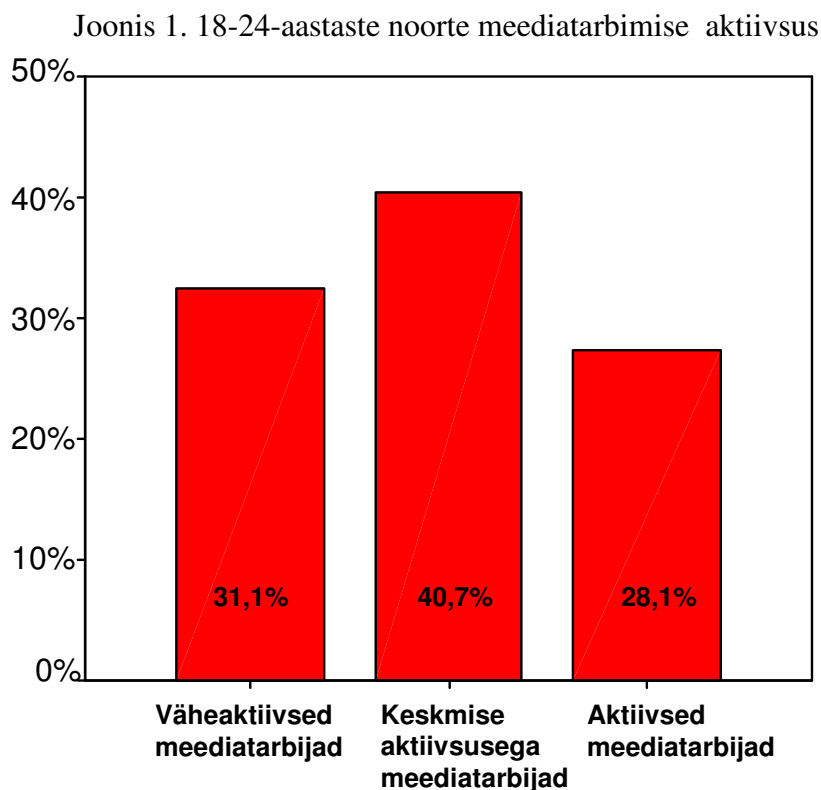
6.2 Aktiivsete ja väheaktiivsete meediatarbijate eristamine

Analüüsi aluseks on meediatarbimise aktiivsuse indeks, mis baseerub hinnangutel meediapäeva pikkusele – seega on tegu meediatarbimise mahulise aktiivsusega, mille alusel ei saa hinnata tarbimise intensiivsust ja põhjalikkust, kuna olemasolev empiiriline materjal ei võimalda selliseid järeldusi teha. Samas võib siiski oletada, et inimestel, kes tarbivad erinevaid meediakanaleid ajaliselt rohkem, on ka suurem huvi meedias kajastatava vastu ning nende süvenemise tase on kõrgem, kuna neil on paremad jooksvad teadmised erinevate teemade varasemast kajastusest.

Et määratleda noored aktiivsete või väheaktiivsete meediatarbijatena, kasutasin küsitluse Mina.Maailm.Meedia 2005 ankeedi küsimusi 504-507 erinevat liiki meediale kuluva aja kohta. Nende küsimuste alusel koostas eelpool mainitud meediatarbimise aktiivsuse indeksi, kus jagasin sihtrühma kolmeks – minu hinnangul ei annaks vaid väheaktiivseteks ja aktiivseteks jagamine täpset infot, kuna vahed väheaktiivsete ja aktiivsete rühmade sees oleksid liiga suured. Väheaktiivsesse rühma kuuluvad need, kelle punktide arv eri sorti meediale kuluva aja kohta jäi vahemikku 1-20 (ajaliselt tähistab see vahemikku „ei kulu üldse” kuni tund kõigi meedialiikide keskmisena), keskmise aktiivsusega meediakasutajateks on need, kelle punktide arv jäi vahemikku 21-28 (tund kuni 2 tundi kõigi meedialiikide keskmisena) ja aktiivseteks need, kelle punktide arv jäi vahemikku 29-48 (2 tundi kuni enam kui 6 tundi kõigi meedialiikide keskmisena). Kõige suurem võimalik skoor oligi 48 punkti, kõige madalam 0. Kõige kõrgemat punktisummat ei saanud sihtrühmast keegi, üksikud respondendid said punkte 37-st 40ni. 0 punkti sai 4 respondenti, ent 1-6 punkti polnud saanud

keegi. Enamik nii madala kui kõrge meediaaktiivsusega noortest olid ootuspäraselt keskmistele tulemustele pigem lähemal.

Tuleb märkida, et trükimeedia osakaal indeksis on võrreldes teiste meediumidega väiksem, kuna hindasin kõiki meedialiike ajalisel skaalal, ent ajalehtede ja ajakirjade lugemisele kulub päevas võrreldes teiste meedialiikidega vähem aega, isegi kui neid loetakse regulaarselt ja aktiivselt (vt lisajoonised 1-4). Seega avaldab trükimeedia tarbimine indeksile väiksemat mõju kui televaatamine, raadiokuulamine või interneti kasutamine. Interneti suure mõju puhul (vt lisajoonis 4) tuleb aga tähele panna, et mitte kogu internetikasutus ei ole suunatud veebimeedia kasutamisele ning veebi vahendusel info hankimisele. Ehkki uus meedia terminina on laialivalguv ja piiri tõmbamine, kus lõpeb meedia ning algavad interneti muud funktsioonid, on kohati keerukas, lähtun siiski eeldusest, et internetikasutus on selle töö kontekstis seotud meediakasutusega. Seda toetavad ka hilisema analüüsi tulemused.



Loodud indeksi abil jagasin noored meediapäeva pikkuse alusel kolme rühma. Tulemused on näha joonisel 1 – sihtrühmast jääb väheaktiivsemate meediatarbijate poolele 31,1%, aktiivsemate meediatarbijate poolele 28,1% ja keskmise aktiivsusega meediatarbijate hulka

40,7%. Edasises analüüsis pöoran tähelepanu aktiivsetele ja väheaktiivsetele meediatarbijatele sihtrühmas, et tõestada või ümber lükata eelpool toodud hüpoteese.

III Uurimistulemused

7. Meediatarbimine noorte hulgas

7.1 Aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediatarbijate üldiseloostus

Aktiivsete ja passiivsete noorte meediakasutajate üldised iseloomustavad näitajad on toodud tabelis 1. Naisi on mõlemas rühmas enam kui mehi, see vastab inimeste soolisele jaotusele ühiskonnas, meediatarbimise osas aga ei torka silma olulisi erisusi. Aktiivsete meediatarbijate seas on 10% võrra vähem¹ mitte-eestlasi. Üldharidus- või kõrgkoolis õppijaid on aktiivsete noorte meediatarbijate seas 10% võrra enam ning kõrgharidusega inimesi 4% võrra enam. Tallinnas elab aktiivsetest meediatarbijatest üle poole, väheaktiivsetest aga 11% vähem. Pealinnas ja suuremates linnades või nende ümbruses elab aktiivsetest noortest meediatarbijatest kokku 83%, väheaktiivsetest aga 69%. Narvas, Kohtla-Järvel, Sillamäel, väikelinnades ja maal elab 17% aktiivsetest meediakasutajatest ja pea kolmandik väheaktiivsetest. Ka Jõhvi keskkoolinoorte seas läbi viidud uuring kinnitab seda, et Ida-Virumaal elab rohkem vähese meediahuviga noori – noorte meediatarbimise aktiivsus oli Jõhvis pigem madal, vaid kaks respondenti kuulusid aktiivsete meediatarbijate sekka. Kui neljandik aktiivsetest noortest meediatarbijatest kuulub kõrgeimasse sissetulekurühma, siis väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest kuulub sinna vaid 4%. Liites kokku kaks ülemist sissetulekurühma, saab oletus aktiivsete meediatarbijate paremast materiaalsest kindlustatusest veelgi kaalu – kahte ülemisse sissetulekurühma kuulub neist 43% ja väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest 29%. Üle kolme neljandiku aktiivsetest meediatarbijatest on üle 20 aasta vanad, väheaktiivsete seas on aga rohkem nooremaid inimesi. Jõhvi Gümnaasiumis läbi viidud ankeetküsitluse tulemused kinnitavad kaudselt ka seda tulemust – küsimustele vastanud 18-19-aastaste kooliõpilaste seas oli oluliselt rohkem madala kui kõrge meediahuviga noori ning abituriumi huvi meedia suhtes oli oluliselt suurem 11. klassi õpilaste huvist.

¹ Siin ja edaspidi on arvud tekstis selguse huvides toodud ümardatult, tabelites ja lisatabelites aga skaalajaotuse võimaliku liitmise ning andmete soovi korral täpsema käsitlemise huvides täpsusastmega üks koht peale koma.

Näitaja	Aktiivsed meediatarbijad	Väheaktiivsed meediatarbijad
Naised	59,6%	55,8%
Mehed	40,4%	44,2%
Eestlasi	68,1%	57,7%
Venekeelseid inimesi	31,9%	42,3%
Alla keskhariduse	10,6%	17,3%
Keskharidus	66%	65,4%
Kõrgharidus	21,3%	17,3%
Õpilaste ja üliõpilaste hulk rühmas	63,8%	53,8%
Elukoht Tallinn	55,3%	44,2%
Elukoht Tartu/Pärnu	17%	15,4%
Elukoht Tallinna/Tartu/ Pärnu ümbrus	10,6%	9,6%
Elukoht Narva, Sillamäe, Kohtla-Järve	6,4%	9,6%
Elukoht väikelinn	6,4%	13,5%
Elukoht maa	4,3%	7,7%
Sissetulek ... - 1500	10,6%	13,5%
Sissetulek 1501 – 2500	10,6%	15,4%
Sissetulek 2501 – 4000	31,9%	28,8%
Sissetulek 4001 – 6000	17,0%	25%
Sissetulek 6000 - ...	25,5%	3,8%
Vanus 18-19	21,3%	40,4%
Vanus 20-24	78,7%	59,6%

Tabel 1. Aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediatarbijate sotsiaaldemograafiliste näitajate võrdlus

7.2 Jõhvi Gümnaasiumis läbi viidud ankeetküsitluse ülevaade

Jõhvi Gümnaasiumis läbi viidud ankeetküsitluse eesmärgiks oli määratleda sealsete noorte meediatarbimise aktiivsus ning tuua välja mõningaid mediakasutuse eripärasid. Esimese küsimuse alusel eristasin väheaktiivsed ja aktiivsed meediatarbijad, vastuseid ülejäänud küsimustele kasutan meediatarbimise analüüsis näitlikustamisel.

Ankeedile vastas kokku 42 Jõhvi gümnaasiumi 11. ja 12. klassi õpilast, kes olid vähemalt 18 aastat vanad. 27 vastanuist olid 11. klassi õpilased ja 15 abiturientid. Väheaktiivsete meediatarbijate hulka kuulus respondentidest 16, keskmise meedia-aktiivsusega rühma 24 ja aktiivsete hulka 2.

Oluline on ära märkida, et abituriumis oli vaid üks väikese aktiivsusega respondent, ülejäänud olid 11. klassi õpilased, ka kuulusid mõlemad kõrge meediaaktiivsuse skooriga respondentid 12. klassi õpilaste hulka. Samuti oli kõrgem abituriumi keskmise meediatarbimise aktiivsusega respondentide keskmine skoor – vastavalt 23,8 punkti 11. klassi õpilaste seas ning 25,2 punkti abiturientide seas. Tulemus viitab ka edaspidise analüüsi käigus käsitlemist leidvale oletusele, et sihtrühma nooremate esindajate seas on enam väiksema meediahuvi inimesi ning vanusega meediahuvi kasvab.

Edaspidine analüüs tugineb põhiliselt Mina.Maailm.Meedia 2005 andmetele. Kui kasutan Jõhvis läbi viidud analüüsi tulemusi näitlikustamisel, on see eraldi ära märgitud.

7.3 Meediakasutuse eripärad aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediatarbijate hulgas

Siinkohal analüüsin aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediatarbijate meediakasutust – lehtede ja ajakirjade lugemist, samuti televaatamist-raadiokuulamist. Käsitlen ka internetikasutust, vaadeldes eraldi internetimeedia ja portaalide kasutamist. Lisaks pööran tähelepanu uudiste ja teleuudiste jälgimise sagedusele, analüüsin noorte hinnanguid oma informeeritusele ning suhtumist meediasse.

Esiteks tuleb ära märkida, et aktiivsete noorte meediakasutajate kodude varustus kommunikatsioonivahenditega on oluliselt parem – kui väheaktiivsete meediakasutajatest on kodune kommunikatsioonivarustus suur või väga suur kolmandikul, siis aktiivsemate seas on see näitaja kaks kolmandikku (vt lisatabel 1). Ka on passiivsete noorte meediakasutajate seas suurem nende hulk, kes sooviksid omada enam kommunikatsioonivahendeid, ent see pole majanduslikel põhjustel võimalik. Nende hulk, kelle jaoks kommunikatsioonivahendite hankimine pole üldse või on vähe problemaatiline, on aktiivsete meediatarbijate seas märkimisväärselt väiksem (vt lisatabel 1). Seega on ilmselt olemas selge seos piiratud meediatarbimise ning piiratud võimaluste vahel soetada kommunikatsioonivahendeid.

Intervjuud ei kinnitanud otseselt seda hinnangut, ent välja tuua saab seda, et väheaktiivsel noorel meediatarbijal on väiksem huvi erinevate kommunikatsioonivahendite vastu. Seda illustreerib allolev intervjuu katke:

Kuidas Sa tunned, kas Sul on olemas kõik vajalikud kommunikatsioonivahendid – telekas, arvuti, DVD-mängijad, videomakid, muu säärane?

Noh, nad võivad mul ju olla..., aga ma eriti ei...arvutit ja telekat kasutan...

Võimaluste piiratus ei avaldu koju tellitud ajakirjade ja ajalehtede hulga puhul – mõlemas aktiivsuse rühmas on valdav enamus neid, kel pole tellitud üksi leht ega ajakiri. Üht või kaht lehte tellib enam-vähem ühepalju mõlema rühma liikmetest. Seega pole siin näha tugevat seost (vt lisatabel 2). Samale viitab intervjuude analüüs: mõlemad noored tunnistasid, et neil on koju tellitud mõni päevaleht.

Regulaarsete lehelugejate hulk on enam-vähem sama suur mõlemas rühmas. Nende hulk, kes regulaarselt ühtki lehte ei loe, on mõlemas rühmas üle 40%. Seega leiab siinkohal ennekõike tõestust eelpool märgitud tendents, et noored inimesed on pigem lehtede juhuslikud kui püsivad lugejad (vt tabel 2).

	ei ühtegi	Üks leht regulaarselt	kaks lehte	kolm lehte	neli lehte	viis või rohkem lehte
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	42,3%	21,2%	19,2%	9,6%	5,8%	1,9%
Aktiivsed noored meediatarbijad	40,4%	21,3%	21,3%	10,6%	4,3%	2,1%
Keskmine	37,1%	19,8%	19,2%	12,6%	6,6%	4,8%

Tabel 2. Regulaarselt loetavate lehtede arv ja meediatarbimise aktiivsus

Seega ei tule üldise trükimeedia tarbimise analüüsi puhul välja selgeid erisusi aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas. Vaadates trükimeedia tarbimist üleriigiliste päevalehtede kaupa, kehtib tendents, et väheaktiivsed noored meediatarbijad osutuvad sageli aktiivsemateks ajalehelugejateks (vt lisatabel 3). Tõenäoliselt on see seotud trükimeedia väiksema osakaaluga indeksis võrreldes teiste meedialiikidega. Et ajalehtede lugemise puhul mõõdetakse regulaarust, ent meediatarbimise indeksis lehtede lugemisele kulunud aega päevas, ei ole tegemist päris võrreldavate skaaladega – regulaarsus ei pruugi tähendada, et lehe lugemisele pühendatakse palju aega ja vastupidi. Pisut enam on aktiivsete noorte meediatarbijate seas sagedasi ja igapäevaseid SLÕhtulehe lugejaid ning Äripäeva püsilugejaid pole väheaktiivsete meediatarbijate hulgas üldse. Nädalalehtede puhul on samuti kohati enam huvilisi aktiivsete noorte lugejate seas – Eesti Ekspressi puhul on aktiivse noore meediatarbija huvi väheaktiivse omast pisut suurem, Sirpi kui riigi suurimat kultuurilehte loetakse samuti

rohkem aktiivsemate meediatarbijate seas. Maalehe pidevaid või sagedasi lugejaid pole aga aktiivsete noorte meediatarbijate seas üldse (vt lisatabel 3). Need erisused viitavad ilmselt taas aktiivsemate noorte meediatarbijate sotsiaaldemograafilisele taustale – enamik neist elab suuremates linnades või nende läheduses, kus Eesti Ekspress on loetavam kui maapiirkondades ning Maalehte eriti ei loeta. Ka väärib äramärkimist, et väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas on pisut enam neid, kes on eestikeelsete lehtede lugemist puudutavatele küsimustele vastamata jätnud – see viitab suuremale mitte-eestlaste osakaalule väheaktiivsete seas.

Erinevused aktiivsete noorte meediatarbijate kasuks tulevad selgelt esile aga seoses ajalehtede lugemise üldise aktiivsuse ja variatiivsusega (vt tabel 3). Selles indeksis on arvesse võetud nii eesti- kui venekeelseid päevalehti, nädalalehti ning valla- ja maakonnalehti, samuti muid üle-eestilisi ajalehti, Venemaa ning muude riikide lehti. Kõige selgem erisus avaldub kõrge aktiivsuse ning variatiivsuse puhul – aktiivsete meediatarbijate seas on 30, väheaktiivsete seas aga 23% suure või väga suure aktiivsuse ja variatiivsusega lehelugejaid.

	puudub, väga vähene	vähene	keskmine	suur	väga suur
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	17,3%	30,8%	28,8%	21,2%	1,9%
Aktiivsed noored meediatarbijad	12,8%	34,0%	23,4%	27,7%	2,1%
Keskmine	13,2%	29,9%	29,9%	21,6%	5,4%

Tabel 3. Ajalehtede lugemise aktiivsus ja mitmekülgsus ning meediatarbimise aktiivsus

Veelgi selgem on sama trend ajakirjade puhul. Ajakirjade lugemise aktiivsuse ja variatiivsuse indeksis on arvesse võetud kõikvõimalikke eri liiki ajakirju, mis Eestis ilmuvad, samuti välismaiseid ajakirju. Aktiivsetest meediakasutajatest noorte seas pole inimesi, kellel puuduks ajakirjade lugemise aktiivsus ja variatiivsus; suure ja väga suure variatiivsuse ja aktiivsusega lugejaid on nende seas 43%, väheaktiivsete seas aga alla kolmandiku (vt tabel 4).

	Puudub	vähene	keskmine	suur	väga suur
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	19,2%	21,2%	28,8%	28,8%	1,9%
Aktiivsed noored meediatarbijad		29,8%	27,7%	25,5%	17,0%
Keskmine	9,6%	22,8%	31,7%	24,6%	12,0%

Tabel 4. Ajakirjade lugemise aktiivsus ja mitmekülgsus ning meediatarbimise aktiivsus

Raadiokuulamise ja televaatamise aktiivsuse ja variatiivsuse osas kehtib sama trend silmnähtavamalt – aktiivsed noored meediatarbijad on aktiivsema ning variatiivsema raadiokuulamis- ja televaatamisharjumusega ning nende seas on vähe väikese variatiivsuse ja aktiivsusega raadiokuulajaid-televaatajaid (vt tabelid 5 ja 6).

	Puudub	vähene	keskmine	suur	väga suur
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	19,2%	34,6%	34,6%	5,8%	5,8%
Aktiivsed noored meediatarbijad	4,3%	23,4%	34,0%	27,7%	10,6%
Keskmine	13,8%	26,3%	34,1%	18,0%	7,8%

Tabel 5. Raadiokuulamise aktiivsus ja mitmekülgus ning meediatarbimise aktiivsus

	Puudub	vähene	keskmine	suur	väga suur
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	21,2%	9,6%	55,8%	13,5%	
Aktiivsed noored meediatarbijad	12,8%	10,6%	42,6%	25,5%	8,5%
Keskmine	15,6%	13,2%	47,9%	18,0%	5,4%

Tabel 6. Televaatamise aktiivsus ja mitmekülgus ning meediatarbimise aktiivsus

Vaadates eraldi teleuudiste jälgimise sagedust, saab sama veel kord tõestust (vt tabel 7): aktiivsematest noortest meediatarbijatest peaaegu kolmandik ja väheaktiivsetest viiendik vaatab suurel määral või väga palju teleuudiseid. Väga vähe või vähe teleuudiste jälgijaid on väheaktiivsete seas peaaegu 10% võrra rohkem.

	Väga vähe	vähe	keskmiselt	suurel määral	väga palju
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	33,3%	16,7%	30,0%	13,3%	6,7%
Aktiivsed noored meediatarbijad	21,9%	18,8%	31,3%	12,5%	15,6%
Keskmine	28,9%	21,1%	24,6%	14,0%	11,4%

Tabel 7. Teleuudiste jälgimise sagedus ning meediatarbimise aktiivsus

Teleuudiste jälgimise sageduse küsimus oli ka Jõhvis läbi viidud ankeedis. Võrreldes vähese ja keskmise aktiivsusega noori meediatarbijaid, on erinevus osalt nähtav ka siin (vt tabel 8). Kõige selgemalt on see nähtav ilmselt keskmise sagedusega uudiste jälgijate puhul, kelle seas on 14 keskmise meedia-aktiivsusega ja 4 madala meediaaktiivsusega respondenti. Sama seos ei kehti aga sagedaste ja väga sagedaste vaatajate puhul.

	Väga vähe	vähe	Keskmiselt	suurel määral	väga palju
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	1	2	4	8	1
Keskmise aktiivsusega noored meediatarbijad		1	14	8	1
Aktiivsed noored meediatarbijad		1		1	
Kokku	1	4	18	17	2

Tabel 8. Teleuudiste jälgimise sagedus ning meediatarbimise aktiivsus Jõhvi Gümnaasiumi näitel

Aktiivsed noored meediatarbijad vaatavad Mina.Maailm.Meedia 2005 alusel tehtud analüüsi põhjal ka mõnevõrra enam televiisorist arutus- ja dokumentaalsaateid ning mitte üldse sedasorti saadete jälgijaid on nende seas oluliselt vähem (vt lisatabel 4), ehkki üldiselt on nende saadete vaadatavus noorte seas madal. Ka meelelahutussaateid vaatavad aktiivsed noored meediatarbijad väheaktiivsetest oluliselt enam – aktiivsetest noortest meediatarbijatest jälgivad telerist meelelahutussaateid suurel määral või väga palju pea pooled, väheaktiivsetest aga vaid 7% (vt lisatabel 5).

Allolevad katked intervjuudest iseloomustavad sama erinevust – aktiivsed noored meediatarbijad vaatavad televiisorit rohkem ja nende televaatamise harjumused on mitmekülgsemad. Väheaktiivne noor meediatarbija räägib oma televaatamisharjumusest järgnevalt:

Mida Sa telekast põhiliselt vaatad?

Põhiliselt vaatan uudiseid ja..., seepe ma eriti ei ... „Kodus ja võõrsil” vaatan.

Mis Sa veel vaatad? Arutelusaateid vaatad vahel näiteks?

Ükskord „Foorumit” vaatasin, päris põnev oli jah.

Aga filme, *reality show*’sid?

Pigem vaatan filme: komöödiaid, loodusefilme, actionfilme. /.../ Ma vaatan üldse pigem vähem telekat.

Ei huvita või ei ole aega?

Mõlemat.

Aktiivne noor meediatarbija tunnistab aga pigem aktiivsemat televaatamisharjumust:

Mida Sa telekast vaatad, kui Sa vaatad?

Põhiliselt vaatan filme. Siis järgmisena tulevad uudised ja siis ...sellised saated, kus on rohkem arutlust.

Sarju ka vaatad? *Reality-show*' sid?

(Naerab) Superstaar on ju kuum teema nüüd. Igasuguseid Ameerika sarju, mis tulevad Eesti kanalitelt, vaatan ka.

Lääne meediakanaleid jälgivad aktiivsed noored meediatarbijad oluliselt enam – kolmandik neist jälgib välismaiseid kanaleid suurel määral või väga palju. Väheaktiivsete seas on suurel määral jälgijaid alla kümne protsendi ja väga palju lääne meediakanaleid tarbivaid inimesi pole üldse. Vähe või väga vähe jälgijaid on väheaktiivsete meediatarbijate seas samuti 10% võrra enam (vt lisatabel 6).

Üldise uudiste jälgimise indeksi kohaselt on aktiivsed noored meediakasutajad ka palju püsivamad uudiste jälgijad: neist neljandik jälgib uudiseid mingi meediakanali vahendusel paar või mitu korda päevas, väheaktiivsetest teeb seda aga ainult 10%. Ka uudiste harva, ebaregulaarselt jälgijaid on väheaktiivsete seas oluliselt enam kui aktiivsete seas (vt tabel 9).

	jälgin uudiseid harva, ebaregulaarselt	küllalt regulaarselt, aga mitte iga päev	Tavaliselt kord päevas	paar korda päevas	mitu korda päevas
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	28,8%	30,8%	30,8%	7,7%	1,9%
Aktiivsed noored meediatarbijad	17,0%	40,4%	17,0%	14,9%	10,6%
Keskmine	21,0%	38,3%	24,6%	10,2%	6,0%

Tabel 9. Uudiste jälgimise sagedus ning meediatarbimise aktiivsus

See küsimus leidis käsitlemist ka Jõhvi Gümnaasiumis läbi viidud ankeedis ning sealseid küsitlustulemused kinnitavad sama uudiseid kord ja mitu korda päevas jälgivate noorte osas, kelle hulk kahaneb vastavalt meediatarbimise aktiivsuse vähenemisele (vt tabel 10).

	Jälgin uudiseid harva, ebaregulaarselt	Küllaltki regulaarselt, aga mitte iga päev	Tavaliselt kord päevas	Paar korda päevas	Mitu korda päevas
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	2	2	3	7	2
Keskmise aktiivsusega noored meediatarbijad	1	4	9	6	4
Aktiivsed noored meediatarbijad				1	1
Kokku	3	6	12	14	7

Tabel 10. Uudiste jälgimise sagedus ja meediatarbimise aktiivsus Jõhvi Gümnaasiumi näitel

Vaadeldes informeerituse indeksit, mis kätkeb endas informeeritust kodukohas, Eestis, Euroopa Liidus ja maailmas toimuvast, näeme, et aktiivsed noored meediatarbijad on oluliselt paremini informeeritud – üle 40% aktiivsetest ja vaid veidi üle neljandiku väheaktiivsetest noortest arvab, et on hästi või väga hästi informeeritud. Halba või väga halba informeeritust tunnistab neljandik aktiivsetest ja pea pool väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest (vt lisatabel 7).

Aktiivsed meediatarbijad on meedia suhtes oluliselt kriitilisemalt meelestatud (vt tabel 11) – nende seas on tugevalt või väga tugevalt kriitiliselt meelestatuid 17% enam kui väheaktiivsete hulgas. Meedia suhtes üldse mitte kriitilised või vaid veidi häiritud on pool väheaktiivsetest ja mõnevõrra üle kolmandiku aktiivsetest noortest meediatarbijatest. See tulemus viitab ilmselt aktiivsemate meediakasutajate paremale teadmisele tarbitavast ja ilmselt ka paremale võimele eristada olulist ebaolulisest ning liialdust objektiivsest infost.

	puudub, ei häiri midagi	veidi häiritud	märkimisväärselt kriitiline	tugevasti kriitiline	väga tugevasti kriitiline
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	40,4%	9,6%	28,8%	13,5%	7,7%
Aktiivsed noored meediatarbijad	29,8%	8,5%	23,4%	23,4%	14,9%
Keskmine	31,7%	9,6%	30,5%	19,8%	8,4%

Tabel 11. Kriitilisus Eesti ajakirjanduse suhtes ning meediatarbimise aktiivsus

Jõhvi noortele esitasin ankeedis küsimuse, mis puudutas ajakirjanduse usaldusväarsuse kasvamist ja kahanemist (vt lisatabel 8). Kaudselt kinnitab Mina.Maailm.Meedia 2005 analüüsist selgunud tulemust kaks korda suurem ajakirjanduse tasemes pigem kahtlejate hulk keskmise aktiivsusega meediatarbijate seas.

Selle oletuse kehtivusele viitavad ka intervjuude tulemused. Väheaktiivse noore meediatarbijaga läbi viidud intervjuu põhjal võib öelda, et suhtumine meediasse oli pigem vähem kriitiline:

Kui usaldusväärseks Sa meediat pead? Tundub Sulle, et meedia on objektiivne, kas seda võib uskuda, mida meediast loe või näed-kuuled?

Päris kõike mitte, aga selliseid... Üldiselt... võiks vist küll... /.../

Aga kas see on usutav, mida Sa sealt telekast näed-lehest loed?

Ikka. Ma arvan, et nad ei pane sinna midagi sellist, et ... mille kohta nad nagu infot...kõike pole saanud.

Aktiivne noor meediatarbija on aga kriitilisemalt meelestatud.

Kuidas Sulle tundub, kas meedia on usaldusväärne, see info, mida Sa meediast näed või loed? Kas Sa usud seda pigem või..?

Oleneb, mis ajalehte ma näiteks loen. Mõned sellised artiklid, noh tõesti... et kui sa loed seda, siis sa mõtled, et see peaks ju olema usaldusväärne, aga siis ikka tuleb lõpuks kusagilt välja, et mingit jura aeti inimestele.

Aktiivsed noored meediakasutajad on ootuspäraselt ka sagedasemad internetikasutajad. Siin on erinevused silmatorkavad (vt tabel 12): palju või väga palju kasutab interneti veidi üle 60% aktiivsetest noortest meediatarbijatest ning pisut alla poole väheaktiivsetest. Eriti selge on vahe aga üldse mitte kasutajate puhul – väheaktiivsete seas on neid üle viiendiku, aktiivsete seas vaid 6%. Vahe on märgatav ka vähekasutajate puhul.

	ei kasuta üldse	vähesel määral	märkimisväärselt	palju	väga palju
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	23,1%	11,5%	17,3%	23,1%	25,0%
Aktiivsed noored meediatarbijad	6,4%	4,3%	27,7%	17,0%	44,7%
Keskmine	10,8%	11,4%	23,4%	21,0%	33,5%

Tabel 12. Interneti kasutamise aktiivsus ning meediatarbimise aktiivsus

Äramärkimist väärib, et aktiivsed noored meediatarbijad loevad väheaktiivsetest sagedamini interneti vahendusel ajalehti – 40% aktiivsetest ja veidi üle neljandiku väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest loeb interneti vahendusel ajalehti kas iga päev või mitu korda nädalas, ka on väheaktiivsete seas üle 10% enam neid, kes üldse veebi vahendusel ajalehti ei loe (vt lisatabel 9). Lisaks veebi vahendusel ajalehtede lugemisele kuulavad aktiivsed noored meediatarbijad väheaktiivsetest enam ka internetiraadioid ning vaatavad mõnevõrra enam interneti vahendusel telesaateid. Ka aktiivse noore meediatarbijaga tehtud intervjuus viitas intervjuueeritav, et loeb ajalehti ja kuulab raadiot põhiliselt internetis. 45% aktiivsetest noortest meediatarbijatest suhtleb igapäevaselt või mitu korda nädalas portaalides ja loeb kommentaare, väheaktiivsetest teeb seda 10% väiksem hulk. Internetimeedia ja suhtlusportaalide kasutamise puhul torkab silma ka see, et viiendik väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest jättis arvutikasutusega seotud küsimuste osa ankeedis vahele, kuna ei kasuta arvutit ning seega ka interneti. Seega võib neid tinglikult lugeda mittetarbijate või vähetarbijate sekka. Seda eeldust kasutades ning lugedes võrreldavuse huvides mittetarbijaiks ka neile küsimustele vastamata jätnud aktiivsed meediatarbijad, saame oletada, et nende osakaal, kes interneti vahendusel meediakanaleid ei jälgi ning portaalides ei suhtle, on oluliselt suurem väheaktiivsete kui aktiivsete noorte meediatarbijate seas – ajalehtede puhul vastavalt 39 ja 17%, internetiteleviseiooni puhul 67 ja 49%, internetiraadiote puhul 48 ja 32% ning portaalide puhul 39 ja 19%.

Jõhvis läbi viidud küsitluse tulemused annavad siinkohal kinnitust: ehkki interneti kasutavad eranditult kõik vastanud ning seda tehakse pigem sageli ja erinevatel eesmärkidel, on siiski olemas erinevused vähese ja keskmise meediatarbimise aktiivsusega noorte seas viimaste kasuks (vt lisatabel 10). 10 vähese aktiivsusega noortest Jõhvi Gümnaasiumi meediatarbijatest loeb ajalehti veebi vahendusel paar korda nädalas või iga päev, sama teeb 17 keskmise aktiivsusega tarbijatest. Keskmise meediatarbimise aktiivsusega Jõhvi noorte seas on enam ka neid, kes kasutavad sageli portaale, loevad blogisid ning kuulavad internetiraadiot. Mõnevõrra enam on ka neid, kes vaatavad igapäevaselt või mõni kord nädalas internetiteleviseiooni. Ise kommenteerib erinevaid teemasid internetis mõni kord nädalas või igapäevaselt 8 keskmise ja

4 madala meediatarbimise aktiivsusega Jõhvi Gümnaasiumi õpilastest, erinevus on oluline ka mõni kord kuus oma kommentaaride lisajate osas.

Eelnevat toetab selgelt ka intervjuudest selgunu. Väheaktiivne noor meediatarbija tunnistab, et kasutab arvutit päevas maksimaalselt 15-20 minutit ja seda mitte iga päev. Ta kirjeldas oma arvutikasutust järgnevalt:

Mis Sa selle ajaga siis peamiselt teed?

Käin postkastis, vaatan lehti...MSNis.

/.../

Milleks Sa internetti kasutad veel?

Koolitööd teen ka. Referaate...materjale otsin.

Aga kas Sa foorumites ka käid vahel, kommenteerid mõnda uudist või muud sellist asja ka teed, kus ise saab arvamust avaldada?

Mitte eriti..., vahel väga harva.

Blogisid oled lugenud?

Ei ole sattunud selle peale.

/.../

Aga miks vähe? Kas tahaksid rohkem kasutada?

Vahest võiks isegi rohkem kasutada või...ma ei tea

Aktiivne noor meediatarbija aga tunnistab ohtrat arvutikasutust:

Palju aega päevas arvuti seltsis veedad?

Väga palju. Kui ma koolist lähen koju, siis juba lähen arvutisse. Siis vahepeal tuleb telekas vahele ja siis õhtul olen arvutis jälle ja... Palju aega kulub koolitööle juba, igasugu referaadid ja asjad ja... ja ajalehti sirvin ja raadiot kuulan ka ja...

/.../

Blogisid loed?

Mõnikord jälle, et kui satun mingi asja kaudu sinna. Olen lugenud. Kogu aeg aga ei loe ikka.

/.../

Kas Sa kasutad mingit suhtlustarkvara? Suhtlusportaalid?

MSN. Rate, kui see kuidagi sinna alla nüüd läheb.

7.4 Kokkuvõtte noorte meediakasutuse ja meediatarbimise aktiivsuse seostest

Kokkuvõttes võib öelda, et noorte aktiivsete meediatarbijate meediakasutus on oluliselt mitmekülgsem – kõrgemad on kõigi meedialiikide tarbimise variatiivsus ja aktiivsus, rohkem tarbitakse lääneriikide meediakanalite poolt pakutavat. Aktiivsed noored meediatarbivad jälgivad sagedamini nii uudiseid üleüldse kui ka teleuudiseid eraldi vaadatuna. Samuti on suurem nende huvi arutelu- ja dokumentaalsaadete vastu televisioonis, nad vaatavad ka enam meelelahutussaadeteid. Ootuspäraselt on aktiivsed noored meediatarbivad oluliselt aktiivsemad interneti ning veebi vahendusel leviva meedia kasutajad. Oma informeeritust hindavad noored aktiivsed meediatarbivad paremaks ning nende suhtumine meediasse on kriitilisem. Jõhvi Gümnaasiumis läbi viidud uuringu tulemused toetavad osalt Mina.Maailm.Meedia 2005 alusel tehtud analüüsi tulemusi.

8. Aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediatarbijate sotsiaalsed hoiakud ja elustiil

8.1 Suhtumine muutustesse ja sotsiaalsed hoiakud

Siinkohal vaatlen detailsemalt noorte suhtumist muutustesse ning nende seas domineerivat eluhoiakut, samuti maailmavaatelist kuuluvust ning nende teemade seoseid meediatarbimisega.

Analüüsin 18-24-aastaste noorte eluhoiakut ning muutustesse suhtumist positiivsuse-negatiivsuse skaalal. Samuti kasutan positiivse ja negatiivse eluhoiaku indekseid ning küsimusi, mis võimaldavad võrrelda noorte maailmavaateid sotsiaalsuse-liberaalsuse skaalal.

18-24-aastaste seas on kõige vähem (9%) neid, kes arvavad, et nende ja nende pere elus ei ole viimasel ajal eriti midagi muutunud. Neid, kes usuvad, et isiklik elu muutub paremuse suunas, on selles vanuserühmas keskmisest 9% enam. Võrreldes teiste nooremate ja keskealiste vanuserühmadega kuni 45-aastasteni on erinevused aga väikesed (vt lisatabel 11).

Noored aktiivsed meediatarbijad usuvad sagedamini, et nende pere elu läheb pigem paremuse suunas – nii arvab neist üle poole, väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas on positiivsete muutuste uskujaid veidi üle kolmandiku (vt tabel 13). Märkimist väärib ka see, et väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas on 8% enam neid, kes pole sellele küsimusele vastanud, ja 6% rohkem neid, kes pole osanud seisukohta võtta. See võib toetada hinnangut, et väheaktiivsed noored meediatarbijad on ka üldiselt ellusuhtumiselt pigem passiivsemad.

	vastamata	paremuse suunas	jääb samaks, midagi ei muutu	halvemuse suunas	ei tea, ei oska öelda
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	42,3%	36,5%	9,6%	3,8%	7,7%
Aktiivsed noored meediatarbijad	34,0%	57,4%	4,3%	2,1%	2,1%
Keskmine	32,3%	50,9%	8,4%	4,2%	4,2%

Tabel 13. Suhtumine muutustesse oma lähikonnas ja meediatarbimise aktiivsus

Viimase 15 aasta jooksul Eestis aset leidnud muutusi hindab uuritav sihtrühm üldiselt positiivselt (vt lisatabel 12) – kaks kolmandikku neist leiab, et muutused on rõõmustavad või pigem rõõmustavad. Esiletoomist väärib selgelt kõigi vanuserühmade kõrgeim tulemus hinnangu „rõõmustavad” andnute seas. Ka on 18-24-aastased teiste eagruppidega võrreldes kõige vähem arvanud, et toimunud muutused on kurvastavad või pigem kurvastavad. Aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediatarbijate suhtumises Eestis aset leidnud muutustesse on märkimisväärne erinevus – kui aktiivsetest noortest meediatarbijatest hindab muutusi positiivselt üle poole, siis väheaktiivsete noorte seas on positiivselt suhtujaid vaid veidi üle kolmandiku. 11% võrra enam on väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas neid, kelle hinnang muutustele on väga vähesel või vähesel määral positiivne (vt tabel 14).

	väga vähene	vähene	Keskmine	tugev	väga tugev
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	11,5%	21,2%	32,7%	9,6%	25,0%
Aktiivsed noored meediatarbijad	4,3%	17,0%	21,3%	23,4%	34,0%
Keskmine	9,6%	13,2%	30,5%	15,6%	31,1%

Tabel 14. Positiivne hinnang viimase 15 aasta muutustele Eestis ja meediatarbimise aktiivsus

Sama hinnangut kinnitavad ka läbi viidud intervjuud. Aktiivne noor meediatarbija hindas toimunud muutusi positiivselt ja uskus, et seda teevad ka teised inimesed:

Kuidas Sa hindad peale Eesti taasiseseisvumist toimunud muutusi? Kas Eesti areng on olnud pigem rõõmustav või kurvastav?

Ma arvan, et ikka rõõmustav. Et noh, need poliitikud, need natuke on ära keeranud siin. Ma ei tea, mida nad üritavad. Aga muidu on küll ikka tore. Kui kuulata vahest, mis vanaema või vanaisa kõrval räägib, siis on küll vahel selline tunne, et väga hea, et mina elan just praegusel ajastul. Et poleks küll tahtnud sel ajal elada, kui nemad olid noored ja niimoodi... Paremuse poole ikka jah.

Kuidas Sulle tundub, mis enamik inimesi arvab? Kuidas nemad tajuvad – kas paremaks või halvemaks või...?

Ma arvan, et enamused ikka ütlevad, et paremaks. Aga noh, ma kujutan ette, tegelikult ma ju ei tea eriti... Ma arvan küll, et nagu noored, minuealised arvavad küll, et paremaks on läinud ikka.

Väheaktiivne noor meediatarbija on oma hinnangutes muutustele aga mõnevõrra ettevaatlikum – ehkki ta viitas, et tema hinnangul läheb elu paremaks, leidis ta siiski, et enamiku inimeste meelest see nii ei pruugi olla:

Kuidas Sa hindad peale Eesti taasiseseisvumist toimunud muutusi? Kuidas Eestil on läinud?

Et see on ikka paremaks läinud, läheme ikka Euroopa suunas, mitte tagasi. Pigem on..., jah, parem.

Mis Sa arvad, mis teised inimesed arvavad?

Enamik on vist ikka vastupidise poolt, et... vähemalt minu tutvusringkonnas küll, et... seda Euroopa Liitu vist nad eriti ei aktsepteeri. Nad ei ole harjunud selle ühiskonnaga, mis meil nüüd on, ütlevad, et Nõukogude Liidus oli ikka parem ja...

See, et noorte isiklikud hinnangud väga ei erine, võib viidata nende lähedusele kõige noorema Mina.Maailm.Meedia 2005 käigus uuritud rühmale – 15-17-aastastele inimestele, kes on Eestis toimuva osas kõige optimistlikumad. Sellegipoolest on vastustest näha, et väheaktiivsel noorel meediatarbijal on enam kokkupuudet inimestega, kes on pessimistlikumad Eestis toimuva suhtes. Ka on näha väheaktiivse noore meediatarbija ettevaatlikum suhtumine.

Pooled 18-24-aastastest noortest usuvad, et Eesti areng liigub lähitulevikus pigem paremuse suunas – seda on keskmisest mõnevõrra rohkem. Samas on negatiivsema arengustsenaariumi uskujaid elanikkonna keskmisega võrdväärises koguses. Selgelt eristuvad selle küsimuse põhjal kõige nooremad vastajad, kel, nagu eelpool juba viidatud, on enim usku positiivsesse arengusse (vt lisatabel 13). Seega ei saa öelda, et 18-24-aastaste earühm tunneks end Eesti tuleviku osas liiga kindlalt. Meediatarbimise aktiivsusega on olemas üldisest foonist eristuv seos – nimelt on väheaktiivsed noored meediatarbijad Eesti lähituleviku arengu suhtes mõnevõrra optimistlikumad (vt tabel 15). See võib olla osalt seotud sellega, et nende seas on

enam alla 20-aastaseid inimesi, kes on lähemal nooremale, kõige positiivsema tulevikuootusega 15-17-aastaste rühmale. Võib olla avaldub väheaktiivsete noorte meediatarbijate vähem kriitiline suhtumine enda ümber toimuvasse aga ka tulevikuootuste osas. Küll on aga kummaline, et hinnangud praegu pere elus toimuvale ja Eesti arengule lähitulevikus on selgelt erinevad. See võib olla seostatav aktiivsete noorte meediatarbijate ühiskonnakriitilisema suhtumisega, mis ei laiene aga oma lähikondsetele.

	vastamata	paremuse suunas	jääb samaks, midagi ei muutu	halvemuse suunas	ei tea, ei oska öelda
Väheaktiivsed noored meediatarbijad		51,9%	15,4%	9,6%	23,1%
Aktiivsed noored meediatarbijad	2,1%	38,3%	29,8%	12,8%	17,0%
Keskmine	,6%	50,3%	21,6%	9,0%	18,6%

Tabel 15. Hinnang Eesti arengule lähiajal ning meediatarbimise aktiivsus

18-24-aastaste hinnangud Eesti viimaste aastate arengule erinevates valdkondades on ära toodud lisatabelis 14. Ennekõike eristub uuritav sihtrühm teistest tehnilisele arengule ja uute masinate ning tehnoloogiate kasutuselevõtule antud hinnangute poolest – selles valdkonnas on 18-24-aastased inimesed Eesti arengust positiivseimal arvamusel, kuna 91% neist hindab arengu ses osas üldiselt või väga positiivseks ning negatiivseid hinnanguid on äärmiselt vähe. Mõnevõrra positiivsemalt hindab uuritav sihtrühm teiste eärühmadega võrreldes ka arenguid isikuvabaduste ja inimõiguste ning eriti sotsiaalse õigluse vallas. Demokraatia arengu osas torkab silma noorte eärühmade negatiivsete hinnangute vähesus. Õiguskorra arengu ja seadustest kinnipidamise ning hariduse saamise võimaluste paranemise osas kuuluvad 18-24-aastased koos teiste nooremate rühmadega keskmisest positiivsema suhtumise kandjate sekka. Teiste eärühmadega võrreldes on madalamad hinnangud Eesti keele ja rahvuskultuuri olukorra osas – selle hindamisel on just 18-24-aastaste rühm koos 15-17-aastastega need, kes arvavad sagedamini, et areng on olnud negatiivne ning positiivsete hinnangute andjaid on samuti pigem vähe. Keskmisest paremaks hindavad 18-24-aastased koos 25-34- ja 35-44-aastastega ka hea töökoha leidmise võimalusi.

Võrreldes hinnanguid erinevate valdkondade arengule viimasel ajal meediatarbimise kontekstis, avaldub mitmeid huvitavaid erisusi (vt lisatabel 15). Esiteks tuleb öelda, et väheaktiivseid noori inimesi iseloomustab sageli huvi ja suurem ükskõiksus – nende seas on oluliselt enam neid, kes tunnistavad erinevate teemade puhul, et ei oska hinnangut anda, kuna pole sellele mõelnud. Enamik teemade puhul on väheaktiivsete seas neid, kes

valdkonnale mõelnud pole, rohkem. Majanduse arengu, eesti keele ja kultuuri olukorra ning sotsiaalse õigluse puhul on arvamust mitte omavate noorte erinevused väheaktiivsete mittehuvitujate ja aktiivsete mittehuvitujate puhul eriti suured.

Kui aktiivsete noorte seas on demokraatia areng teema, mille peale pole mõelnud kõige enam noori (pea neljandik aktiivsetest), siis väheaktiivsete jaoks on kõige kaugemaks teemaks sotsiaalne õiglus, millele pole mõelnud kolmandik väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest. Kõige vähem arvamust mitte omavaid noori on väheaktiivsete noorte seas hea töökoha ja hariduse saamise küsimustes, aktiivsete noorte seas aga tarbimisvõimaluste osas – ükski aktiivsetest noortest meediatarbijatest ei tunnista arvamuse puudumist. Ka hariduse ja töökoha osas on küllalt vähe aktiivseid noori meediatarbijaid, kel seisukohta pole. Tehniline areng on samuti mõlema noorte rühma jaoks väga oluline teema – selle suhtes arvamuse mitte omajaid on mõlemas rühmas vähe.

Teiseks on noored aktiivsed meediatarbijad erinevate elu aspektide suhtes sagedamini positiivselt meelestatud. Ainult üksikute valdkondade puhul on väheaktiivsed noored meediatarbijad andnud aktiivsetest rohkem positiivseid hinnanguid, ent vahed on väiksemad kui nende teemade puhul, kus aktiivsed noored meediatarbijad on positiivsemalt meelestatud. Ainus tõesti silmatorkav erinevus on, et väheaktiivsete seas on 11% võrra enam neid, kes usuvad, et hea töökoha saamise võimalused on viimasel ajal paranenud. See võib olla seotud nooremate inimeste suurema osakaaluga selles rühmas, mistõttu neil on võib-olla olnud vähem negatiivseid kogemusi tööturul. Samas on nende seas aktiivsetest rohkem neid, kelle meelest hea töökoha saamise väljavaated on kehvemaks läinud. Nagu eelpool öeldud, on nii selle teema kui hariduse puhul väga vähe ka neid, kes pole seisukohta võtnud – usutavasti on need valdkonnad 18-24-aastastele lähedased ning nad omavad sageli konkreetseid kogemusi hariduse saamise ja töökoha leidmise osas, sellest ka kindlad veendumused.

Kõige suuremad on võrreldavate rühmade vahelised erinevused positiivsete hinnangute osas materiaalse heaolu, Eesti rahvuskultuuri ja keele olukorra ning sotsiaalse õigluse osas – kõigi nende valdkondade puhul on aktiivsete noorte meediatarbijate seas 14-20% rohkem positiivse suhtumisega inimesi. Negatiivsete hinnangute osas on erinevused oluliselt väiksemad kui positiivsete suhtes. Ainus märkimist vääriiv erisus on taas hariduse teema puhul, kus väheaktiivsed noored meediatarbijad on aktiivsetest pessimistlikumad.

Kõige positiivsemalt hindavad mõlemad noorte rühmad tehniliste võimaluste edenemist – positiivsete hinnangute andjaid on valdav enamus, täiesti negatiivse hinnangu andjaid pole aga üldse ning negatiivse hinnangu andjaid on vaid 2% väheaktiivsete seas. Väga positiivne on ka noorte hinnang Eesti rahvusvahelise positsiooni ja majanduse arengule. Negatiivsete hinnangute osas nii selgelt ükski valdkond teistest eristu, ent kokku langevad mõlema rühma kõige negatiivsemad hinnangud – kõige skeptilisemad on noored hea hariduse saamise võimaluste arengu suhtes, mida 48% väheaktiivsetest ja 43% aktiivsetest hindab pigem või täiesti negatiivseteks. Intervjueeritud noored avaldasid samuti suhteliselt selgelt negatiivseid arvamusi. Aktiivne noor meediatarbija arvas, et kõrgkooli sissesaamine on keerukas:

Raskemaks on see läinud. Nt ülikooli astuda sisse, minu meelest on see nii raskeks läinud...need eksamid ja see kõik. Kui võrrelda eelmiste aastate jooksul, siis minu meelest on raskemaks läinud.

Mitteaktiivne tõi välja ka tasuta kohale saamise keerukuse:

Aga hariduse saamise võimalused? Kas head haridust on kergem või raskem saada?

Keerulisem ikka. See...kooli sisse saamine...tasuta kohale...on ikka päris keeruline.

Samas on haridus ka valdkond, kus väga positiivse hinnangu andjaid on aktiivsete noorte seas teiste valdkondadega võrreldes pea kõige enam – seda edestab vaid hinnang tehnoloogia arengule. Ka väheaktiivsete noorte seas on hea hariduse saamise võimalustele väga positiivse hinnangu andjaid keskmisest enam. Nagu juba eelpool öeldud, on konkreetsete hinnangute andmine selles valdkonnas ilmselt seotud haridusküsimuste lähedusega sihtrühma jaoks.

Märkimist väärib ka noorte suhteliselt skeptiline suhtumine seadustest kinnipidamisse, ehkki earühmade võrdluses eristusid noored pigem positiivsete hinnangute poolest – aktiivsete noorte meediatarbijate seas on väga palju negatiivse hinnangu andjaid sel teemal, küllalt palju on pessimistliku suhtumisega inimesi ka väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas. See võib viidata ühest küljest aktiivsete noorte meediatarbijate suuremale ühiskonnakriitilisusele, teisalt aga, arvestades mõlema rühma suhteliselt kriitilist suhtumist, ka noortele silma torkavale problemaatikale üldiselt. Skepsist seadustest kinnipidamise kohta tunnistasid ka

mõlemad intervjuud. Aktiivne noor meediatarbija arvas, et asi on viimastel aastatel selles osas pigem halvemaks läinud.

Mis sa arvad, kuidas on seaduskuulekusega? Kuidas Sulle tundub, kas inimesed on muutunud seaduskuulekamaks või pigem mitte? Või pole vahet?

Ma ei tea, kuidas enne oli, aga mida vanemaks ma saan, seda rohkem ma aru saan, et küll mitte eriti... näiteks siinkandis, ma ei tea, seaduskuulekaid inimesi...ma ei tea, mitte eriti.

Šlikerdavad?

Nojah... Noorte puhul eriti, no need absoluutselt mitte. No näiteks see, et, ma ei tea, kas see nüüd seadus on just, aga see, et alla 18-aastased ei tohiks alkoholi osta ja tarbida ja...

On ikka seadus.

See oli kindlasti enne ka nii nagu praegu, aga minu meelest on see praegu veel suuremaks see läinud, et... alaealised...juuakse rohkem ja läbustatakse ja autodega sõidavad alaealised ja sellised asjad.

Väheaktiivne noor meediatarbija oli mingis mõttes pessimistlikumgi, uskudes, et olukord on kogu aeg selles osas pigem halb olnud.

Mis Sa seaduskuulekuse osas arvad? Kas inimesed on viimastel aastatel hakanud rohkem seadustest kinni pidama kui varem? Sinu meelest.

Ei ole eriti muutunud, samamoodi on põhimõtteliselt...Pigem vaadatakse mööda ikka sealt. Ei taheta järgida seadusi suurt.

Mis Sa arvad, miks see nii on?

Et ükskõiksus vist...Minuga nagunii midagi ei juhtu ja mind vahele ei võeta ja...

Võrreldes teiste nooremate eärühmadega on 18-24-aastaste seas pigem rohkem sotsiaalse orientatsiooniga inimesi ning vähem neid, keda sotsiaalne orientatsioon ei iseloomusta. Samuti iseloomustab paljusid selle rühma liikmeid nõrk liberaalne orientatsioon või selle puudumine, tugeva liberaalse orientatsiooni osas pole märkimisväärseid erinevusi, mille poolest 18-24-aastased silma torkaksid (vt lisatabelid 16, 17). Vaadeldes meediatarbimise mõju orientatsioonile, saab öelda, et maailmavaate indeksite alusel on tugevama sotsiaalse orientatsiooniga noori enam aktiivsete kui väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas (vastavalt 55 ja 42%). Ka on väheaktiivsete meediatarbijate seas 7% võrra rohkem väga nõrga sotsiaalse orientatsiooniga inimesi. Seega võime oletada, et meediatarbimise aktiivsusel on selge mõju sotsiaalse orientatsiooni kinnistamisele. Väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas on 16% võrra rohkem neid, kel puudub täielikult liberaalne orientatsioon, ent liites kokku nõrgad ja väga nõrgad liberaalsed vaated, tulemused võrdsustuvad ning seosed tugeva või märkimisväärse liberaalse orientatsiooni puhul puuduvad – seega pole seos liberaalse orientatsiooni ning meediatarbimise vahel sedavõrd selge (vt tabel 16).

		puudub, väga nõrk	nõrk	märkimisväärne	tugev	Väga tugev
Sotsiaalne orientatsioon	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	15,4%	21,2%	21,2%	26,9%	15,4%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	8,5%	23,4%	12,8%	36,2%	19,1%
	Keskmine	12,0%	22,8%	24,0%	26,3%	15,0%
Liberaalne orientatsioon	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	34,6%	28,8%	23,1%	5,8%	7,7%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	19,1%	44,7%	23,4%	4,3%	8,5%
	Keskmine	24,6%	38,9%	22,8%	6,0%	7,8%

Tabel 16. Sotsiaalne ja liberaalne orientatsioon ning meediatarbimise aktiivsus

18-24-aastased noored on ka enda hinnangul pigem vähem liberaalse ilmavaatega kui teised nooremad vanuserühmad (vt tabel 17, lisatabel 18). Oluline on aga ennekõike see, et nende seas on kõige rohkem – 60% – inimesi, kes ei soovi oma maailmavaadet sellisel moel määratleda. Oma vaateid peab täiesti parempoolseks kõigist teistest vanuserühmadest vähem inimesi. Ennast tsentrist paremale määratlejaid on teiste nooremate eärühmadega võrreldes samuti pisut vähem – kokku 19% (keskmine 22%, kõrgeim tulemus 26% 15-17-aastaste seas, neljandik oli parempoolse maailmavaatega inimesi ka 25-34 ja 35-44-aastaste seas). Vasakpoolsuse osas sellist erisust pole, küll aga väärib äramärkimist, et täiesti vasakpoolsena

pole end määratlenud ükski sihtrühma (ega ka 15-17-aastaste) esindaja, ehkki täiesti vasakpoolseid on ka teistes eärühmades väga vähe.

Vanus	vasakpoolsed vaated	parempoolsed vaated	ei oska või ei taha end niiviisi määratleda
15-17	11,5%	26,2%	45,9%
18-24	10,5%	18,6%	60,3%
25-34	7,6%	24,8%	55,7%
35-44	10,7%	24,1%	49,6%
45-54	12,4%	20,4%	55,8%
55-64	16%	19,5%	52,8%
65-74	19,2%	19,2%	55,4%
Keskmine	12,3%	21,5%	54,5%

Tabel 17. Parem- ja vasakpoolsus vanuserühmades

Enda hinnangul on tugevalt või täiesti parempoolsed vaated väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas 6%, aktiivsete noorte meediatarbijate seas aga 10% (vt lisatabel 19). Liites neile juurde ka nõrgemalt parempoolsed vaated, võrdsustub parempoolsete vaadetega inimeste hulk nii aktiivsete kui väheaktiivsete meediakasutajate seas (vt tabel 18). Väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas oli aga õige pisut enam enda hinnangul tsentrist vasakule jäävate vaadetega inimesi kui aktiivsete noorte meediatarbijate seas.

	vasakpoolsed vaated	parempoolsed vaated	ei oska, ei taha end niiviisi määratleda
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	12,8%	17%	57,4%
Aktiivsed noored meediatarbijad	7,5%	17,5%	62,5%
Keskmine	10,8%	17,5%	60,4%

Tabel 18. Enesehinnang parem-vasakpoolsuse skaalal ja meediatarbimise aktiivsus

Seega võib öelda, et meediatarbimisel on nõrk seos enese määratlemisega parem-vasakpoolsuse skaalal – veidi rohkem on aktiivsete noorte meediakasutajate seas neid, kes paigutavad end tugevalt või väga tugevalt parempoolsete sekka. Nõrgemalt parempoolsete vaadete osas seos aga puudub. Pisut selgem seos on olemas vasakpoolsete vaadete osas – tsentrist vasakule määratlevad end veidi sagedamini vähema meediaaktiivsusega noored. Samas ei ole vahe eriti suur.

Kui vaadelda seost indeksitest selgunu ja enesemääratlemise vahel, võib öelda, et noorte jaoks ei ole enese määratlemine vasak-parempoolsuse skaalal ilmselt väga oluline küsimus – selle üle pole kas mõeldud, selle täpset tähendust ei aduta või teata. Sellele viitab ka 60-protsendiline hulk sihtrühmast, kes ei soovinud end sellisel viisil määratleda. Sama oletust kinnitab intervjuudest selgunu: näiteks väheaktiivne noor meediatarbija palus endale täpsemalt selgitada, mida tähendavad terminid vasakpoolne ja parempoolne ning ei suutnud ka seletuse järel lõplikku seisukohta võtta. Aktiivne noor meediatarbija aga hindas, et tema vaated ei esinda püsivalt kumbagi poolt:

Lähtudes sellest, kui oluliseks peetakse avalike hüvede eest seismist ja riigi arendamist võrreldes erahuvidega, jagatakse inimeste poliitilisi vaateid vasak- või parempoolseteks. Kas Sina pead end vaadetelt rohkem parem- või vasakpoolseks? Kumb pool Sulle oluline on – kas riik peaks enam aitama inimesi või inimesed peaksid rohkem ise toime tulema?

Mina seisaks praegusel juhul täpselt seal keskel, ma ei oskakski valida, et...samas ma oleksin nagu ühe poolt ja samas jälle nagu teise poolt, et... võib-olla ma praegu jääksin rohkem ikka sinnapoole, et riik peaks nagu aitama...samas mingi paari kuu pärast või mingi aja pärast ma võiks olla just teisel poolel...

Mõlemad intervjuueeritud noored oli enese määratlemisega üsna segaduses ning soovisid end kohe parem-vasakpoolsuse skaalal mitte määratleda, kui neile seda võimalust pakuti.

Võrreldes hinnangutepaare, mis annavad samuti infot sotsiaalsuse-liberaalsuse kohta, saab välja tuua mitmeid erisusi – 18-24-aastaste hinnangud erinesid sageli oluliselt teistest earühmadest ja valimi keskmisest (vt lisatabel 20). Loidusele ja huvipuudusele riigi ja eraisiku suhete seisukohast oluliste teemade suhtes viitab ka väga suur nende vastajate osakaal, kes ei oska oma eelistust öelda – mitmete teemade puhul on umbkaudu kolmandik kuni pool mõlemast rühmast leidnud, et on raske öelda, kumba veendumust toetatakse (vt lisatabel 21). Võrreldes noorte hinnanguid meediatarbimise aktiivsusest lähtudes, saab kinnitust eelpool toodud hinnang, et noored ei adu vasak- ja parempoolsuse tähendust. Intervjuudest saadud kohati vastukäivad andmed toetavad seda hinnangut. Ülevaade positiivsetest ja negatiivsetest hinnangutest meediatarbimise alusel on toodud tabelis 19.

Hinnangud		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
A. Eesti Vabariigis on võimalik elus edasi jõuda igaühel, kellel on piisavalt töökust ja vaimuandeid – B. Selleks, et Eesti Vabariigis elus edasi jõuda, on rohkem vaja tutvusi ja raha kui töökust ja vaimuandeid	Pigem või täiesti nõus A-ga	44,2%	40,4%
	Pigem või täiesti nõus B-ga	40,3%	46,8%
A. Inimese heaolu peaks sõltuma eelkõige sellest, kuidas ta ise suudab enda ja oma pere eest hoolitseda – B. Riik peaks aitama nõrgematel ja vähem suutlikel inimväärselt eluga toime tulla	Pigem või täiesti nõus A-ga	34,6%	29,8%
	Pigem või täiesti nõus B-ga	50,0%	59,5%
A. Isikuvabaduste tagamine on riigis tähtsam kui kindel kord – B. Kindel kord on riigis tähtsam kui isikuvabaduste tagamine	Pigem või täiesti nõus A-ga	36,5%	49,0%
	Pigem või täiesti nõus B-ga	9,2%	14,9%
A. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kasulik – B. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kahjulik	Pigem või täiesti nõus A-ga	36,6%	34,0%
	Pigem või täiesti nõus B-ga	15,4%	10,7%
A. Mitte-eestlaste suurem osalus Eesti poliitikas ja majanduses on Eestile kasulik – B. Mitte-eestlaste suurem osalus Eesti poliitikas ja majanduses on Eestile kahjulik	Pigem või täiesti nõus A-ga	34,6%	29,8%
	Pigem või täiesti nõus B-ga	19,2%	25,6%
A. Haridus, sealhulgas kõrgharidus peab olema võimalikult paljudele Eesti noortele tasuta kättesaadav – B. Haridus, eeskätt kõrg-haridus on osa turumajandusest ning noored peaksid vähemalt osaliselt tasuma selle eest ise	Pigem või täiesti nõus A-ga	75,0%	95,7%
	Pigem või täiesti nõus B-ga	13,4%	4,3%
A. Turg suudab end ise reguleerida ja ei vaja riigi sekkumist – B. Riik peab avalikkuse huvides turgu reguleerima	Pigem või täiesti nõus A-ga	19,2%	23,4%
	Pigem või täiesti nõus B-ga	50,0%	48,9%
A. Eesti arengu huvides on hoida maksud võimalikult madalad – B. Maksud peaksid olema Eestis küllalt suured, et tagada sotsiaalset heaolu	Pigem või täiesti nõus A-ga	48,1%	66,0%
	Pigem või täiesti nõus B-ga	23,1%	8,5%

Tabel 19. Hinnangud sotsiaalsuse-liberaalsusega seotud väidete paaridele ja meediatarbimise aktiivsus

Esimene olulisi erinevusi kätkev hinnang seostub kiire erastamise ja turumajandusega. Uuritavas sihtrühmas on keskmisest vähem inimesi, kes usuvad, et kiire turumajanduse areng on olnud Eestile kahjulik. Veelgi vähem on selle uskujaid nooremate seas ning usk turumajanduse ja erastamise kahjulikkusse kasvab vanusega. Tasub aga märkida, et neis kahes vanuserühmas on enim ka neid, kes ei oska otsest hinnangut anda, nende hulka kuulub ka intervjuueeritud aktiivne noor meediatarbija. Usutavasti seostavad noored antud küsimust vähem isikliku eluga ning omavad kiirest reformideperioodist vähe mälestusi – sestap ei oska umbkaudu pool neist antud küsimuses hinnangut anda (vt lisatabel 20). Kiire erastamise täielikke pooldajaid on oluliselt enam väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas, liites aga juurde pigem pooldavad hinnangud, mõlema rühma positiivsed hinnangud erastamisele

võrdsustuvad (vt tabel 19, lisatabel 21). Väheaktiivsete seas on aga mõnevõrra enam ka neid, kes peavad kiiret erastamist pigem või täiesti kahjulikuks. Arvatavasti seostuvad noorte hinnangud isikliku kogemuse vähesuse tõttu pigem Eesti levinud üldise usuga liberaalsesse majanduspoliitikasse. Ka intervjuud toetavad siinkohal osalt erinevust, kuna väheaktiivne noor meediatarbija on mõnevõrra skeptilisemalt meelestatud:

Kas riik peaks rohkem majandusse sekkuma, rohkem asjadel silma peal hoidma?

Peaks rohkem silma peal hoidma. Et ega ikka ei saa ettevõttes teha niimoodi, et seal kasum on mul 40 000 ja see läheb firmale ja omale sealt võtan veel 30 000 näiteks ära. Et selliseid möödavaatamisi on jube palju.

18-24-aastased peavad tasuta hariduse ja kõrghariduse võimaldamist vanematest earühmadest märksa olulisemaks – 85% sihtrühmast leiab, et riik peaks tagama tasuta kõrghariduse võimalikult suurele hulgale Eesti noortest. Väga vähe on neid, kes arvavad, et vähemalt osaliselt peaks noored ise oma hariduse eest tasuma. Ka on väga vähe neid noori, kes selles küsimuses kindlat seisukohta ei oma. Samad tendentsid valitsevad noorimas, 15-17-aastaste rühmas (vt lisatabel 20). Tasuta hariduse eriti tulised toetajad on aktiivsed noored meediatarbijad, kellest pea kolm neljandikku on selle vajalikkuses täielikult veendunud, väheaktiivsete meediatarbijate seas on tasuta hariduse täielikke toetajaid pea kolmandiku võrra vähem (vt lisatabel 21). Liites juurde pigem toetajad, saab tasuta haridus aktiivsete noortes seas pea 100%-lise toetuse osaliseks ning väheaktiivsete seas on toetajaid kolm neljandikku (vt tabel 19). 9% väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest on pigem osalt tasulise hariduse pooldajad ja neist 4% on selle vajalikkuses kindlad. Aktiivsete noorte meediatarbijate seas pole kedagi, kes usuks täiel määral osaltki tasulise hariduse vajalikkusse ja 4% on neid, kes arvavad, et haridus võiks olla osalt tasuline. Ka mõlemad intervjuueeritud rõhutasid, et riik peaks noortele tasuta haridust pakkuma. Nagu juba eelpool toodud, on valdav tasuta hariduse pooldamine tõenäoliselt seotud vastanute isikliku elu ja arenguga – suur osa sihtrühmast on kõrghariduse omandamise eas ning see küsimus on neile personaalselt seega lähedane. Vanemates eagruppides väheneb aga tasuta hariduse pooldajate hulk ja suureneb osaliselt tasulise hariduse pooldajate osakaal.

Vanemate rühmadega võrreldes on 18-24-aastaste seas pigem vähem inimesi, kes on täiesti nõus sellega, et riik peaks avalikkuse huvides turgu reguleerima. Vaadeldes üheskoos nende

hinnanguid, kes seda väidet täielikult või pigem toetavad, kuuluvad 18-24-aastased koos 15-17 ning 25-34-aastastega samuti pigem vähem turu tegevusse sekkumise vajalikkuse uskujate sekka. Keskmisest pisut rohkem on ka neid, kes usuvad täielikult, et turg peab toimima ise ilma riigi sekkumiseta (vt lisatabel 20). Üldiselt usuvad pooled nii aktiivsetest kui väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest, et riik peab avalikkuse huvides turgu reguleerima (vt tabel 19). Oluline on aga ära märkida, et kui selles on täiesti kindlad 17% väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest, siis nende veendumust jagab vaid 2% aktiivsetest noortest meediatarbijatest (vt lisatabel 21). Veidi alla kolmandiku noortest pole väitele oma hinnangut andnud.

Selles osas, kas maksud peaksid olema pigem madalamad või kõrgemad, uuritav rühm keskmisest märkimisväärselt ei erine – pea 58% neist usub, et maksud peaksid olema pigem madalad, vastupidise arvamuse pooldajaid oli 14% (vt lisatabel 20). Maksude temaatika on kõige tugevamalt seostatav meediatarbimise aktiivsusega – pea viiendiku võrra vähem on väheaktiivsetest meediatarbijate seas neid, kes arvavad, et maksud tuleks hoida madalad, ning 15% võrra enam on neid, kes pooldaks pigem suuremaid makse (vt tabel 19). Madalate maksude täielikke pooldajaid on aktiivsete noorte meediatarbijate seas pea kaks korda rohkem (vt lisatabel 21). Intervjuudest saadud andmed on siinkohal vastukäivad – aktiivne noor meediatarbija usub osalt, et maksude tõstmine ei olekski väga negatiivne, väheaktiivne noor meediatarbija aga ei anna arusaadavat vastust – tema vastused toetavad siinkohal pigem üldist hinnangut, et ta on ebakindlam ja ei oma sageli konkreetseid vaateid:

Kas Eesti maksud on mõistliku suurusega? /.../

Eks ta...praegu ta on...selline paras, et võib-olla isegi võiks olla maksud natuke kõrgemad. Et Soomega võrreldes või Rootsiga...on Eestis ikka maksud suht madalad, et selles mõttes on hea. Nad pidid... tulumaksu või...? Või mis nad pidid alandama?

Tulumaksu jah.

No võiksid küll veel alandada jah. Praegu ta on selline stabiilne, et...kõrgemaks teda ei ole mõtet ajada. Aga noh, riik...saaks sellest muidugi rohkem raha.

Selles osas, kas inimene peaks tulema toime pigem ise või peaks riik aitama nõrgematel hakkama saada, polnud erilisi ealisi iseärasusi (vt lisatabel 20). Küll aga oli aktiivsete noorte meediatarbijate seas 12% võrra enam neid, kes usuvad täielikult, et riik peaks nõrgemaid aitama ja väheaktiivsete seas pisut enam neid, kes usuvad, et inimene peaks pigem ise toime tulema (vt lisatabel 21).

Seega võib ühest küljest järeldada, et 18-24-aastased noored on kantud Eestis üsna üldiselt valitsevast õhukese riigi ja liberaalse majanduspoliitika vaimust, mida näitas ka 2007. aasta Riigikogu valimiste tulemus. Teisalt aga on selge, et väheaktiivsed meediatarbijad toetaksid pigem vähem madalaid makse – see viitab taas nende ebakindlamale positsioonile ühiskonnas ning arvatavalt madalamale elatustasemele. Ka saab siinkohal taas kinnitust väide, et noored ei seosta märkimisväärselt vasakpoolsust ja sellega traditsiooniliselt seonduvaid valdkondi – kõrgemaid makse ja suuremat hulka avalikke hüvesid. Eriti selge on see noorte aktiivsete meediatarbijate puhul, kes küll indeksite kohaselt peaksid olema väheaktiivsetest pisut sotsiaalsema ilmavaatega. Sama hinnangut toetab ka nende aktiivsete noorte meediatarbijate suur osakaal, kes usuvad, et riik peaks nõrgemaid aitama; hinnangud maksude temaatikale viitavad aga sootuks vastupidisele, samuti väga väike hulk aktiivsetest, kes usuvad täiel määral, et riik peaks sekkuma majanduse toimimisse.

Hinnangud ei erine keskmisest ka selle osas, kas Eestis aitavad inimesel elus edasi jõuda pigem raha ja tutvused või töökus ja pealehakkamine. Keskmisest pisut vähem oli mõlemas nooremas vanuserühmas neid, kes nõustusid täielikult sellega, et raha ja tutvused aitavad elus edasi ja pisut rohkem neid, kes uskusid, et töökus ja vaimuanded on olulisemad (vt lisatabel 20). Märkimisväärset seost meediatarbimisega ei avaldu, vaid aktiivsete noorte meediatarbijate seas on pisut enam neid, kes usuvad tutvuste ja raha prevaleerimisse (vt lisatabel 21).

Mis puudutab rahvusvähemuste integratsiooni Eesti ühiskonda, on noored pigem skeptilised – teiste eärühmadega võrreldes on nooremates gruppides vähem neid, kes usuvad, et mitte-eestlased võiksid suurema osalusega poliitikas ja majanduses Eesti riigile kasu tuua. 18-24-aastaste seas on aga erinevalt noorematest pigem palju ka neid, kes usuvad, et see võiks olla Eesti riigile kasulik (vt lisatabel 20). Väheaktiivsed noored meediatarbijad on mitte-eestlaste suhtes mõnevõrra positiivsemalt meelestatud – võib-olla on see tingitud mitte-eestlaste ja Ida-

Virumaa eestlaste suuremast osakaalus väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas. Ka intervjuueeritud aktiivne noor meediatarbija andis pigem skeptilise vastuse:

Kas mitte-eestlaste suurem osalus Eesti riigi elus oleks Eestile kasuks või kahjuks?

Ma arvan, et ... kahjuks... Et Eesti kõik need läbielamised ja värgid... Mitte-eestlased on küll Eestis olnud ja...aga võib-olla nad ei tunneta seda kõike niimoodi...Kõike seda eestlaste ühtsust, mis ikka vahest kipub esile.

Väheaktiivne noor meediatarbija andis ka selle küsimuse osas pisut endale vastukäivaid vastuseid, ent julgeksin öelda, et ka tema oli kokkuvõttes pigem pessimistlikult meelestatud:

Kas mitte-eestlaste osalus riigi poliitilises ja majanduselus oleks Eestile pigem kasulik või kahjulik?

Pigem kahjulik ikka..., sest et noh...aga tegelikult...ta on nii piir peal sel, et. Järjest rohkem hakkab tulema vene rahvusest inimesi poliitikasse ja nad...tegelikult arendavad vist isegi rohkem Eestit edasi kui eestlased ise.

Mismoodi?

Nad julgevad oma mõtteid rohkem väljendada, edasi anda. Eestlased ainult räägivad, nemad võib-olla jõuaksid tegudeni ka üksipäev.

/.../

Kas Sulle tundub siis, et mitte-eestlased võiksid rohkem häält teha, et siis...?

Võetakse kuulda ka, jah.

Aga kas sellest oleks rohkem kasu või kahju, kui neid kuulda võetaks?

Sellest oleks ikka rohkem kahju.

8.2 Elustiil

Elustiili hindamisel ja võrdluste tegemisel kasutan Mina.Maailm.Meedia 2005 andmestiku alusel loodud elustiilide indekseid, samuti osa kultuurilist ja majanduslikku kapitali käsitlevatest indeksitest. Saamaks spetsiifilisemat ülevaadet just noorte earühmast, koostasin lisaks mõned kokkuvõtlikud indeksid, mis puudutavad noori arvatavalt enam huvitavaid tegevusi – eesmärgiks oli näha, kas muude indeksite puhul avalduvad erinevused kehtivad ka sihtrühma jaoks arvatavalt olulisemate huvide puhul.

Eraldi vaatlesin töö ja enesetäienduse, kultuuripublikus osalemise ning usulises tegevuses osalemise indekseid.

Lisaks analüüsisin erinevusi konsumerismi ja kaubanduskeskuste küllastamise mitmekülgse osas, kuna ostlemist ning tarbimisest meelelahutuse otsimist seostatakse sageli pigem noore põlvkonnaga, ning raamatu- ja muusikakogude suurust ja raamatute ostmise harjumust.

Algatuseks vaatlengi elustiili indekseid. Kokkuvõtvalt võib öelda, et aktiivsed noored meediatarbijad on tõepoolest igas mõttes aktiivsemad: kõigis vaadeldud elustiili indeksites koondatud tegevuste sagedasi viljelejaid oli enam aktiivsete noorte meediatarbijate seas (vt lisatabel 22). Osalt on see ilmselt seotud aktiivsete noorte meediatarbijate paremate rahaliste võimalustega, millele on eelnevalt viidanud nii sotsiaaldemograafiliste näitajate võrdlus kui ka kommunikatsioonivahendite omamisega seotud küsimuste analüüs. Teisalt on siin oma osa usutavasti ka üldiselt aktiivsemas ellusuhtumises ja elustiilis selle kõige üldisemas mõttes, kuna ka nende huvide puhul, mis ei nõua väga suuri väljaminekuid, oli aktiivsete noorte meediatarbijate seas harrastajaid oluliselt enam.

Teiste vanuserühmadega võrreldes olid 18-24-aastaste jaoks huvipakkumamad seltsielu, uus meedia ja sport ning eneseväljenduslikud harrastused (kaunid kunstid, muusika, fotograafia, filmindus, millegi kolleksioneerimine) – vastavalt 71 ja 39% sagedasi või väga sagedasi harrastajaid (vt lisatabel 23). Ka mõlemad intervjuueeritud tunnistasid äsjust tegelemist eneseväljenduslike hobidega – muusika ja näitekunstiga. Mõlema rühma puhul edestab 18-24-aastaseid huviliste hulga poolest vaid noorim earühm. Kõige enam on selles vanuserühmas ka väga sageli erinevate sõidukitega seotud harrastuste ja matkamisega tegelejaid. Lugemise, raamatukogude küllastamine ja ristsõnade lahendamine on nooremates vanuserühmades pigem

vähem populaarne, nii ka 18-24-aastaste seas. Teiste vanuserühmadega võrreldes on 18-24-aastaste seas kõige vähem neid, kes väga sageli tegelevad traditsiooniliste aktiivsete harrastustega (aiatöö, käsitöö, laulmine-tantsimine ja pillimäng), erinevus teiste nooremate earühmadega ei ole aga märkimisväärne, kui vaadelda koos sageli ja väga sageli nende tegevuste viljelejaid. Ka mõlemad intervjueeritud tütarlapsed tõid hobina välja laulmise. Hasartmängude (sealhulgas nii loteriid kui kasiinod ja mänguautomaadid) osas on nooremad vanuserühmad ootuspäraselt aktiivsemad, ehkki väga sageli hasartmängude mängijaid pole üheski vanuserühmas.

Elustiilide erinevuste seosed meediatarbimise aktiivsusega on toodud lisatabelis 22.

Indeks, mis puudutab seltsielu, uue meediaga seotud harrastusi ning spordiga tegelemist, on ootuspäraselt see, kus kõige vähem 18-24-aastaseid noori on väga vähese või vähese aktiivsusega. Sellegipoolest on erinevused väheaktiivsete ja aktiivsete noorte meediatarbijate seas olemas (vt lisatabel 22) – kui väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest tegeleb sellesse indeksisse haaratud tegevustega väga vähesel või vähesel määral 10%, siis aktiivsete seas pole neid, kes tegeleksid loetletud tegevustega väga vähe või üldse mitte ning vähe tegelejaid on 2%. Ka nende tegevuste väga sagedasi viljelejaid on aktiivsete noorte meediatarbijate seas pea viiendiku võrra enam. Ka aktiivne noor meediatarbija tõi oma hobide seas välja arvuti ja interneti, samuti sotsiaalset suhtlemist sõpradega:

Räägime kõigepealt Sinu hobidest. Mida Sulle vabal aja teha meeldib?

No ... kõigepealt kindlasti olen... ma käisin näüteringis neli aastat järjest, siis on laulmine... üks selline, noh, kas just hobi, aga midagi taolist. Ja siis, kuna nüüd ma olen lõpuklassis, siis lihtsalt veedan vaba aja sõpradega... enamus ajast. Või siis lihtsalt kas arvuti ja internet ja selline. Põhimõtteliselt rohkem hobisid ja selliseid asju ei ole.

Väheaktiivse noore meediatarbija huvide hulka ei kuulunud ei uue meediaga seotud huvid ega ka seltskondlik ajaveetmine. Nagu eelpool toodud, tegeleb ta arvutiga väga vähe. Sõpradega väljaspool kodu ajaveetmise kohta ütles ta aga järgmist:

Mina nendega eriti kusagil ei käi, sest et seal on kõik maani juua täis... ja ma ei viitsi sellistes seltskondades käia. Juuakse ikka väga palju. Sünnipäevadel on näiteks ka nii, et ikka laua alla ja kes ikka rohkem täis on. Segakooriga...nemad on siuksed mõistlikumad inimesed.

Eneseväljenduslike harrastustega palju või väga palju tegelejaid on aktiivsete noorte meediatarbijate seas samuti viiendiku võrra rohkem; mitte üldse või väga vähe tegelejaid on väheaktiivsete seas neli korda enam (vt lisatabel 22).

Erinevate sõidukitega tegelemise ja matkamise puhul on erinevused eriti silmatorkavad – kui väheaktiivsetest tegeleb nende hobidega sageli või suurel määral 17%, siis aktiivsetest teeb seda 40%. Vähe või üldse mitte tegelemise puhul on samuti küllalt suured erinevused – väheaktiivsetest tunnistab nende harrastustega mittetegelemist 40 ja aktiivsetest 28%.

Lugemise ja ristsõnade indeksi puhul, millesse on hõlmatud raamatukogude külastamine, ilukirjanduse lugemine ning ristsõnade lahendamine, on aktiivsete seas huvilisi 13% võrra enam. Erinevus üldse mitte tegelejate puhul on aga väheoluline. See tulemus viitab tõenäoliselt seosele rahaliste võimaluste ning hobide vahel – lugemiseks ei ole vaja soetada erivahendeid ning raamatuid on võimalik laenutada ka raamatukogust, seega ei ole see hobi kellelgi kättesaamatu, millele viitavad ka küllalt madalad üldse mitte lugemise ja ristsõnade lahendamise tegelejate arvud mõlemas rühmas. Teisalt näitab noorte üldiselt vähene seotus nende tegevustega noorema põlvkonna üldiselt väiksemat huvi lugemise, aga eriti just ristsõnade vastu, mis on traditsiooniliselt pigem vanemate inimeste hobiks – võrreldes muude hobidega oli nende tegevuste sagedasi harrastajaid vähem. Kolmandaks leiab ka siin tõestust aktiivsemate noorte meediatarbijate kõrgem üldine aktiivsus. Mõlemad intervjuueeritud noored viitasid sellele, et tegelevad lugemisega küll, väheaktiivne noor meediatarbija leidis aga, et varem meeldis lugemine talle praegusest enam. Üldiselt jäi mulje, et lugemine on noorte jaoks suures osas pigem kohustus kui meelelahutus.

Traditsiooniliste aktiivsete harrastuste väga sagedasi viljelejaid on aktiivsete noorte meediatarbijate seas 6%, väheaktiivsete seas pole aga üldse. Nende tegevustega üldse mitte või väga harva tegelejaid on pea viiendiku võrra enam väheaktiivsete meediatarbijate seas. Väga sagedasi hasartmängudega tegelejaid pole nii aktiivsete kui väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas üldse, väheaktiivsete seas pole ka neid, kes tegeleksid hasartmängudega

suurel määral, aktiivsete seas on neid 4%. Pea 10% võrra vähem on väheaktiivsete seas neid, kes hasartmänge kunagi ei mängi või teevad seda väga harva. Siingi leiab tõestust üldine hinnang, et aktiivsed noored meediatarbijad on aktiivsemad ka enamikel muudel elualadel.

Järgnevalt analüüsin noortele arvatavalt enam iseloomulikke tegevusi puudutavaid lühiindekseid. Vaatlesin lugemist ja raamatukogude külastamist ilma ristsõnadeta, filmide vaatamist kinos ning arvuti vahendusel, tegelemist treeningute ja muude keha ilu heaks mõeldud protseduuridega ja ööklubide, pubide ja kohvikute külastamist (vt tabel 20).

		üldse mitte või harva	mõnikord või sageli
Raamatukogude külastamine ja ilukirjanduse lugemine	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	46,2%	53,8%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	46,8%	53,2%
	Keskmine	49,1%	50,9%
Filmivaatamine kodus ja kinos	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	39,2%	60,8%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	23,4%	76,6%
	Keskmine	36,1%	63,9%
Oma välimuse eest hoolitsemine ja treeningud	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	52,9%	47,1%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	40,4%	59,6%
	Keskmine	45,2%	54,8%
Ööklubide, reivide, diskoteekide, restoranide, pubide ja kohvikute külastamine	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	40,0%	60,0%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	36,2%	63,8%
	Keskmine	34,5%	65,5%

Tabel 20. Noortele iseloomulikud tegevused ja meediatarbimise aktiivsus

Nende indeksite põhjal saab öelda, et osade huvide puhul, mis eeldavad suuremat rahalist panust (filmivaatamine, treeningud ning oma välimuse eest hoolitsemine), on selgelt suurem huvi aktiivsete noorte meediakasutajate seas: 16% enam on neid filmihuviliste seas ja 13% treeningul ja ilusalongides käijate seas. Samas on vaid 4%-line erinevus klubide ja söögikohtade külastamise osas, ehkki ka see tegevus eeldab küllalt korralikku rahalist panust. Pea olematud on erinevused raamatulugemise puhul, mis on noorte jaoks pigem vähempopulaarsete tegevuste seas.

Töö ja enesetäienduse, kultuuripublikus osalemise ning usulises tegevuses osalemise indeksite osas võib öelda, et earühmade võrdluses on 18-24-aastased noored kõige enam tööle ja enesetäiendusele orienteeritud tegevustega tegelejad (vt lisatabel 24). Ootuspäraselt on kahes nooremas vanuserühmas märkimisväärselt vähem neid, kes saavad osa kiriku tegevusest. Noortes earühmades on ka teistest enam aktiivseid ning väga aktiivseid kultuuripublikus osalejaid, ehkki erinevused pole väga suured. Ka nende tegevuste puhul viitavad tulemused aktiivsete noorte meediatarbijate üldisemale kõrgemale aktiivsusele.

Töö ja enesetäienduse indeksi puhul, mis kätkeb endas ametireisidest osa saamist, konverentsidel-seminaridel osalemist, ametialase kirjanduse lugemist ning positiivset suhtumist oma töösse, avalduvad erinevused selgelt – väheaktiivsete seas on viiendik neid, keda see eluvaldkond ei puuduta, aktiivsete seas aga viiendik neid, kes said tööga seonduvate küsimuste puhul kõrgeid skooore. Ka on aktiivsete noorte meediatarbijate seas väga vähe neid, kelle elus on töö ja enesetäiendamise seonduv vähetähtsal kohal (vt tabel 21). Muu hulgas võib see olla seotud alla 20 aasta vanuste respondentide suurema osakaaluga väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas.

		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Töö ja enesetäiendus	puudub, väga vähene	21,2%	4,3%
	Vähene	21,2%	19,1%
	Keskmine	50,0%	55,3%
	Suur	7,7%	21,3%
Kultuuripublikus osalemine	puudub, väga vähene	13,5%	
	Vähene	25,0%	19,1%
	Keskmine	32,7%	29,8%
	Suur	21,2%	40,4%
	väga suur	7,7%	10,6%
Kiriku tegevuses osalemine	Puudub, väga vähene	55,8%	25,5%
	Vähene	13,5%	21,3%
	Keskmine	11,5%	27,7%
	Suur	19,2%	21,3%
	väga suur		4,3%

Tabel 21. Kultuuripublikus ja kiriku tegevuses osalemise, töö ja enesetäiendus ning meediatarbimise aktiivsus

Kultuuripublikus (igat sorti kontserdid, teater ja näitused) osaleb väga suurel või suurel määral üle poole aktiivsetest ja alla kolmandiku väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest (vt

tabel 21). Aktiivsete noorte meediatarbijate seas pole neid, kes kultuuripublikus üldse ei osale, väheaktiivsete seas on neid 14%.

Kiriku tegevusest saab väga suurel või suurel määral osa neljandik aktiivsetest ning viiendik vähese aktiivsusega noortest meediatarbijatest (vt tabel 21). Samas on aktiivsete noorte seas neid, keda kiriku tegevus ei puuduta, neljandik, väheaktiivsete seas aga üle poole.

Vaadeldes koduse kultuurivara suurust, ilmneb samuti erinevus – aktiivsete noorte meediatarbijate seas on vähem neid, kel on kodus hinnanguliselt alla 50 raamatu ja rohkem neid, kel on kodus 300-500 raamatut (vt lisatabel 25). Usutavasti on raamatute omamisel oluline roll rahalistel võimalustel. Sellele viitab ka raamatute ostmine: kui aktiivsete noorte meediatarbijate seas on neid, kes ostavad raamatuid harva ja väga harva 40%, siis väheaktiivsete seas on neid 71% (vt lisatabel 26). Sarnane seos kehtib sageli ja mõnikord raamatute ostjate puhul. Muusikakogude puhul avaldub sama tendents – vähese meediaaktiivsusega noorte muusikakogud on viiendiku võrra enamatel juhtudel pigem väikesed ja aktiivsete noorte meediatarbijate seas on enam neid, kelle koduses muusikakogus on sadamitusada plaati. Üldisest tulemusest erinev on aga väga suurte muusikakogude omanike 4%-line hulk vähese aktiivsusega noorte meediatarbijate seas, kui väga suurte muusikakogude omanikke pole üldse aktiivsete noorte meediatarbijate seas (vt lisatabel 25). Intervjuudes leidsid käsitlemist kultuuripublikus osalemine ja kodune kultuurivara, ent märkimisväärseid erinevusi ei avaldunud.

Kaubanduskeskuse kasutamise mitmekesisuse (erinevate toodete ja teenuste tarbimine, kohvikute külastamine, enda ja pereliikmete meelelahutus, aja parajaks tegemine) ja konsumerismi (bränditeadlikkus ja selle oluliseks pidamine, brändi tähtsustamine üle hinna, erinevat sorti laenud ning kaubanduskeskuste külastamise sagedus) osas saab öelda, et võrreldes teiste eärühmadega on noortes vanuserühmades kõige rohkem neid, kel konsumerism puudub, on nõrk või väga nõrk (vt lisatabel 27) – kõige vähem ongi neid 18-24-aastaste seas. Samuti on nende seas kõige rohkem neid, keda iseloomustab tugev või väga tugev konsumerism. Kaubanduskeskuste kasutamise mitmekülgsus on kõrgem noorimal vanuserühmal, ent võrreldes teiste eärühmadega on ka 18-24-aastaste skoor märkimisväärselt kõrge (vt lisatabel 28).

Ootuspäraselt iseloomustab mitmekülgsem tarbimiskäitumine enam aktiivseid noori meediatarbijaid, kellest 68% on suure või väga suure mitmekülgusega kaubanduskeskuste küllastajad (vt tabel 22), väheaktiivsete meediatarbijate seas on suure või väga suure kaubanduskeskuste kasutamise mitmekülgusega viiendiku võrra vähem inimesi. Väga vähene või vähene kaubanduskeskuste kasutamise mitmekülgus iseloomustab väga väheseid aktiivseid ja neljandikku väheaktiivseid meediatarbijaid.

	väga vähene	vähene	keskmine	suur	väga suur
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	9,6%	19,2%	25,0%	17,3%	28,8%
Aktiivsed noored meediatarbijad	4,3%		27,7%	36,2%	31,9%
Keskmine	5,4%	8,4%	27,5%	29,9%	28,7%

Tabel 22. Kaubanduskeskuse kasutamise mitmekülgus ja meediatarbimise aktiivsus

Ka tugeva konsumerismiga paistavad silma pigem aktiivsed noored meediatarbijad – nende seas on 15% võrra enam väga tugeva konsumerismi tasemega inimesi (vt tabel 23). Ka neid, kel konsumerism puudub või on väga nõrk, on aktiivsete noorte meediatarbijate seas märkimisväärselt vähem kui väheaktiivsete seas.

	puudub	väga nõrk	nõrk	keskmine	tugev	väga tugev
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	3,8%	9,6%	9,6%	28,8%	25,0%	23,1%
Aktiivsed noored meediatarbijad	2,1%		8,5%	29,8%	21,3%	38,3%
Keskmine	2,4%	4,8%	7,2%	29,9%	27,5%	28,1%

Tabel 23. Konsumerism ja meediatarbimise aktiivsus

Ka intervjueeritud aktiivse noore meediatarbija jaoks oli tarbimisega seonduv pisut huvitavam kui väheaktiivse noore jaoks:

Nüüd räägiks natuke Sinu tarbimisest ka. Kui tihti Sa ostad riideid näiteks, kingi, aksessuaare?

No kui raha on ja midagi silma jääb (naerab). Riideid ja selliseid asju siis, kui ikka vaja on või jääb midagi tõesti ilusat silma. Et mingi hull tarbija ma küll ei ole.

Tahaksid tihedamini osta endale miskit või oled rahul nii, nagu on?

No võiks ikka paremini.

Väheaktiivne noor meediatarbija paistis aga silma eriti mittekonsumeristliku suhtumisega:

Nüüd räägiks natuke sellest tarbimise teemast ka. Kui tihti Sa ostad riideid näiteks, kingi, aksessuaare, muid asju?

Nii vähe kui võimalik. Ema veab mind piitsaga poodi... et kas Sa saad korralikud riided selga, käid muudkui nende vanadega.

/.../

Ilmselt Sa siis ka mööda kaubamajasid eriti ei kola, kui Sulle šopata ei meeldi?

Üritan... jah...neid kohti vältida.

Aga miks?

Ma ei tea, mulle ei meeldi seal...et liiga palju rahvast ja liiga palju kaupa ja muudkui osta, osta, osta...

Analüüsisin lisaks osalemist suurematel kultuuri- ja spordiüritustel, kuna ka see on üldise arvamuse kohaselt noorte seas populaarne meelelahutus (vt tabel 24). Ka siin kehtib sama seaduspära – aktiivsemad noored meediatarbijad on selgelt aktiivsemad ürituste külastajad: pea pooled neist külastavad erinevaid spordi- ja kultuuriüritusi suurel või väga suurel määral, väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest teeb seda alla kolmandiku. Sama ilmne on vahe nende puhul, kes osalevad erinevatel üritustel vähe või üldse mitte – see iseloomustab pea poolt väheaktiivsetest ja vähem kui kolmandikku aktiivsetest noortest meediatarbijatest.

	puudub, ei osale	vähene	märkimisväärne	suur	väga suur
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	15,4%	32,7%	23,1%	19,2%	9,6%
Aktiivsed noored meediatarbijad	2,1%	29,8%	19,1%	34,0%	14,9%
Keskmine	7,2%	26,9%	24,0%	30,5%	11,4%

Tabel 24. Osalemine kultuuri ja spordi suurüritustel ja meediatarbimise aktiivsus

8.3 Kokkuvõtte sotsiaalsete hoiakute, elustiili ja meediatarbimise aktiivsuse seostest

Eluhoiaku kokkuvõttes võib öelda, et 18-24-aastased on keskmisest pisut paremini peale taasiseseisvumist toimunud muutustega kohanenud ning suhtuvad toimunusse positiivselt. Aktiivsed meediatarbijad on toimunud muutuste ja ka eesootava suhtes valdavalt positiivsemad, välja arvatud Eesti tuleviku osas, kus väheaktiivsed on pisut optimistlikumad. See võib olla seotud nooremate sihtrühma esindajate suurema osakaaluga vähetarbijate seas – nad on lähemal kõige optimistlikumate tulevikuootustega 15-17-aastaste rühmale.

Üldiselt on sihtrühma hinnangud Eesti arengule erinevates valdkondades viimase kolme aasta jooksul samuti positiivsed – esiletõstmist väärib eriti suure enamuse positiivne suhtumine infotehnoloogia arengusse viimastel aastatel. Pigem usutakse ka hea hariduse ja töökoha saamise võimalustesse, ehkki neil teemadel on ka palju viimase aja arengule negatiivse hinnangu andjaid mõlemas rühmas. Need kaks teemat on lisaks tehnika arengule noortele ilmselgelt lähedased. Väga vähestel noortel puudub neil teemadel arvamus ja äärmuslikke hinnanguid on enam – see viitab isiklikule kontaktile teemaga, mis on aidanud kaasa selge arvamuse kujunemisele. Sotsiaalse õigluse probleemid ei leia selles sihtrühmas erilist tunnustamist. Seaduskuulekuse arengus osas viimastel aastatel on noored samuti teemade võrdluses pigem kriitilised, aktiivsete noorte meediatarbijate seas on see koos hariduse küsimustega enim pessimistlikke hinnanguid pälvinud teema. See võib viidata noortele silma torganud probleemidele ühiskonnas laiemalt, ent võib endas kätkeada ka hinnangut nende lähikonnas toimuvale.

Kindlasti väärib äramärkimist, et meediatarbimise alusel tehtud eristustes peitub kaks olulist seost meediatarbimisega: esiteks ei anna väheaktiivsemad noored meediatarbijad oluliselt sagedamini muutustele eri valdkondades hinnanguid, vastates, et ei ole teemale mõelnud. Teiseks avaldub muutuste hinnanguid analüüsides väheaktiivsete noorte meediatarbijate pisut pessimistlikum ellusuhtumine ning ettevaatlikkus. Nende poolt antakse negatiivseid hinnanguid sagedamini ja palju on negatiivse suhtumisega inimesi just eluolulistel teemadel – näiteks tarbimisvõimaluste edenemine ning hariduse ja töökohaga seotud küsimused. Oluline on ka see, et väheaktiivsete noorte meediatarbijate rühmas on enam negatiivseid kui positiivseid hinnanguid arengutele sotsiaalse õigluse osas – 13% rohkem on neid

väheaktiivseid noori meediatarbijaid, kes usuvad, et olukord on selles vallas viimastel aastatel pigem halvemaks läinud, sama kinnitab ka intervjueeritud väheaktiivne meediatarbija. Kokkuvõttes võib öelda, et väheaktiivsed noored meediatarbijad tunnevad ennast ühiskonnas ebakindlamalt ning kinnitust saab nende kuulumine pigem vähem kindlustatud ning madalama enesekindlusega inimeste sekka. Samuti saab kinnitust oletus, et väheaktiivsed noored meediatarbijad on ühiskonnas toimuva suhtes passiivsemad ja kujundavad enda ümber toimuva osas konkreetse arvamuse pigem siis, kui temaatika puudutab neid isiklikult.

Maailmavaate kohta saab kokkuvõtvalt öelda, et vasak-parempoolsus ei näi olevat noorte jaoks eriti oluline küsimus – nad pole selle üle kas mõelnud või ei oma selget seisukohta, kummal pool tsentrit nad maailmavaateliselt asuvad – sellele viitab ennekõike 60-protsendiline oma kuulumust mitte määratleda soovinute hulk. Väärtuste hinnangud annavad aimu sellest, et 18-24-aastased peavad teistest palju enam olulisemaks (ilmselt isiklikult olulistel põhjustel) tasuta hariduse küsimust, samas pooldatakse aga koos teiste eärühmadega valdavalt madalaid makse ja vaba turumajandust. Üldiselt ei eristu noored hinnangutepaare vaadeldes ei suurema ega väiksema sotsiaalsuse ega liberaalsuse poolest, olles valimi keskmisega pigem sarnastel seisukohtadel. Samale tulemusele viitavad ka sotsiaalse ja liberaalse orientatsiooni indeksid, kus 18-24-aastased noored keskmisest märkimisväärselt ei eristu. Äramärkimist väärrib, et noored ei mõista ilmselt erinevust „paksu” ja „õhukese” riigi vahel – ühest küljest soovitakse tasuta haridust ja oodatakse, et riik oleks hooliv nõrgemate suhtes, teisalt aga toetatakse madalamaid makse ning seda, et riik pigem ei sekkuks majandusse. Ka on Eestis valitseva edukultuse juures ilmselt ebapopulaarne määratleda end tugevalt vasakpoolsena, seda eriti edukamates ja paremal järjel olevates ühiskonnagruppides, kuhu paljuski kuuluvad ka noored aktiivsed meediatarbijad. Eriti selgelt avaldub „maailmavaateline segadus” just aktiivsete noorte meediatarbijate puhul, kes toetavad tugevalt madalaid makse ja väga vähesel määral usuvad täiesti, et riik peaks majandusellu sekkuma, samas aga on nende seas väheaktiivsetest enam neid, kes usuvad, et riik peaks nõrgemaid kodanikke toimetulekul aitama.

Intervjuud andsid maailmavaate küsimustes kohati vastukäivat infot. Selgelt leidis ka intervjuudes tõestust see, et noorte jaoks on vasak- ja parempoolsuse tähendus segane ning seoseid vasakpoolsuse ja heoluriigi puhul sageli ei aduta. Samuti andsid hoiakute ja maailmavaate teemaliste küsimuste vastused kinnitust sellele, et väheaktiivne noor meediatarbija on ebakindlam ja tal pole väga selgeid seisukohti-veendumusi.

Elustiili kohta võib kokkuvõttes öelda, et aktiivsed noored meediatarbijad on ka üldiselt oluliselt aktiivsema elustiiliga – nende seas on rohkem kõigi käsitletud hobide viljelejaid. Kõikide noorte seas populaarseimad vaba aja veetmise viisid on ootuspäraselt seltsielu, uue meedia ja spordiga tegelemine ning eneseväljenduslikud hobid, keskmisest vähem huvi pakub lugemine. Aktiivsemad meediatarbijad on ka noortele iseloomulike huvide puhul väheaktiivsetest oluliselt aktiivsemad, seda enam hobide puhul, mis eeldavad märkimisväärset rahalist panustamist – näiteks treeningud ja ilusalongi külastamine. Vahed on aga pea olematud lugemise puhul, mis tingimata märkimisväärset rahalist panustamist ei eelda. Aktiivsed noored meediatarbijad tegelevad oluliselt enam ka tööalase enesetäiendamise ja osalevad koguduste tegevuses ja kultuuripublikus, samuti suurematel massikultuuri ja -spordiüritustel. Nende seas on vähem ka inimesi, kelle kodused raamatu- ja muusikakogud on väga väikesed. Aktiivsed meediatarbijad on samuti mitmekülgsemad ja intensiivsemad tarbijad ning tarbimine seostub nende jaoks sagedamini meelelahutusega.

Intervjuudest sai kinnitust aktiivsete noorte meediatarbijate mõnevõrra suurem aktiivsus seltsielu ja uue meedia osas, väga suuri erinevusi elustiili muudes osades ei avaldunud. Samuti osutus mõnevõrra suuremaks aktiivse noore meediatarbija huvi tarbimise vastu üldiselt.

9. Aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediatarbijate poliitilised hoiakud ja poliitiline osalus

9.1 Poliitikahuvi ja poliitilised hoiakud

Esmalt toon ära noorte poliitikahuvi ja poliitilise osaluse üldised tulemused võrrelduna teiste earühmadega. Analüüsin üldise poliitikahuvi ja aktiivsuse indeksit ning poliitilise ükskõiksuse indeksit, et selgitada välja noorte üldine poliitikahuvi ja poliitiline aktiivsus ning ükskõiksete hulk.

Samuti analüüsin meediatarbimise vaatenurgast usaldust riiklike institutsioonide vastu, poliitikahuvi ja ükskõiksust poliitika suhtes, erakondlikke eelistusi, otsest poliitilist osalust, hinnangut oma poliitika-alastele teadmistele ning uudiste lugemise regulaarsuse seost poliitikahuvi ja poliitilise aktiivsusega. Lisaks vaatlen noorte valmisaktiivsuse ja meediatarbimise võimalikke seoseid.

Üldiselt on noorte poliitikahuvi ja poliitiline aktiivsus madalad (vt tabel 25): eriti väike on huvi noorimas eagrupidis, ent ka valimisealiste noorte hulgas on poliitikahuvi tugev või väga tugev vaid 12%, puudub või on vähene aga enam kui pooltel. Poliitikahuvi kasvab vanusega: keskealiste seas on poliitikahuvilisi üle kolmandiku ning vanemates põlvkondades üle poole respondentidest. Ka kahaneb vanuse kasvades vähese huviga ning täielikku huvipuudust tunnustavate inimeste hulk.

vanus	puudub, väga vähene või vähene	tugev või väga tugev
15-17	68,6%	5,8%
18-24	53,8%	12,1%
25-34	38,2%	15,5%
35-44	30,6%	34,7%
45-54	24,3%	35,8%
55-64	16,7%	53,4%
65-74	12,9%	52,2%
Keskmine	32%	33,2%

Tabel 25. Üldine poliitikahuvi ja aktiivsus vanuserühmades

Ka mõlemad intervjueeritud tunnistasid huvipuudust poliitika suhtes. Nad küll nentisid, et püüavad päevasündmustega end kursis hoida, ent tunnistasid samas, et see valdkond neid väga ei huvita.

Vaadeldes poliitilise apaatia indeksit, mis kätkeb endas neid, kes ei soovinud end määratleda vasak-parempoolsuse teljel ning eelpool aktiivsuse indeksis toodud küsimustele antud madalamaid vastuseid, näeme noorte earühmade kõrget ükskõiksust: 18-24-aastaste seas on tugev või väga tugev ükskõiksuse määr peaaegu neljandikul (vt tabel 26). Suurim on apaatia määr vanuses 25-34, kus tugev või väga tugev ükskõiksus poliitika suhtes iseloomustab enam kui kolmandikku inimesi. Suur on apaatia ka 35-44 ja 45-54-aastaste seas. Ootuspäraselt on ükskõiksus väiksem vanemate inimeste seas, üllatusena torkab silma ka kõige noorem earühm, kus on vaid 13% tugeva ükskõiksusega inimesi ning väga tugeva apaatsuse tasemega inimesi pole üldse.

vanus	puudub, väga vähene või vähene	tugev või väga tugev
15-17	60,8%	13%
18-24	54,2%	23,8%
25-34	49,3%	33,8%
35-44	56,8%	25,8%
45-54	61,2%	23,6%
55-64	69,8%	17,2%
65-74	69,4%	13,5%
Keskmine	59,4%	23,2%

Tabel 26. Poliitiline apaatia ja ükskõiksus vanuserühmades

Järgmiseks vaatlen meediatarbimise seost usaldusega riiklike institutsioonide vastu, käsitledes eraldi poliitilise iseloomuga institutsioone: Riigikogu, valitsust, presidenti ja poliitikuid. Üldiselt on noorte usaldus riiklike institutsioonide vastu kokkuvõttes keskmisest õige pisut suurem – tugevat või väga tugevat usaldust tunneb 46% 18-24-aastastest noortest (vt lisatabel 29). Suure ja väga suure usalduse tasemega inimesi on 10% võrra enam väheaktiivsete meediatarbijate seas, samas on väga vähe või vähe usaldajaid väheaktiivsete meediatarbijate seas samuti 6% võrra enam. Aktiivsete noorte meediatarbijate seas on oluliselt rohkem keskmise hinnangu andnud. See viitab vähese meediatarbimise aktiivsuse seostele nii väga kõrgete kui ka madalate usaldushinnangutega (vt tabel 27).

	väga vähene	vähene	keskmine	suur	väga suur
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	7,7%	9,6%	36,5%	32,7%	13,5%
Aktiivsed noored meediatarbijad	2,1%	8,5%	53,2%	25,5%	10,6%
Keskmine	4,2%	9,0%	41,3%	32,3%	13,2%

Tabel 27. Noorte usaldus riiklike institutsioonide vastu ja meediatarbimise aktiivsus

Vaadeldes eraldi poliitilisi institutsioone, näeme aga, et uuritav rühm on võrreldes teiste eagruppidega poliitikute ja valitsuse suhtes kriitilisim. On ka selge, et meediatarbimise aktiivsusel on seos poliitiliste institutsioonide usaldamisega (vt lisatabel 30). Kõige madalam on aktiivsete noorte meediakasutajate usaldus poliitikute vastu – nende seas pole inimesi, kes usaldaksid poliitikuid tugevalt või väga tugevalt, väheaktiivsete meediatarbijate seas on neid 4%. Väga väheste aktiivsete noorte meediakasutajate usalduse osaliseks saab ka valitsus, keda usaldab neist tugevalt 9% ja väga tugevalt mitte keegi, väheaktiivsete seas aga on valitsuse tugevalt või väga tugevalt usaldajaid 15%. Ka valitsuse väheusaldajate hulk on taas pea 10% suurem aktiivsete meediatarbijate seas. Riigikogu täielikke usaldajaid pole aktiivsete noorte meediatarbijate seas samuti üldse, väheaktiivsete seas on neid aga 6%. Ootuspäraselt pälvib noorte seas poliitilistest institutsioonidest kõrgeima usalduse president, keda väheaktiivsetest meediatarbijatest usaldab täiesti või tugevalt pool ning aktiivsetest meediatarbijatest 43%. Intervjuudest selgunu toetab aktiivse noore meediatarbija osas selgelt saadud tulemust:

Mis Sa arvad, kui usaldusväärsed on Eesti valitsus ja Riigikogu?

Ma kujutan ette, et mitte väga usaldusväärne. Kõik need... onupojapoliitika ja salatsemine, mis on. Omavahelised kokkulepped ja. Mitte eriti usaldusväärne küll.

Väheaktiivne noor meediatarbija annab taas veidi ebaselgeid sõnumeid:

Mis Sa arvad, kui usaldusväärsed on Eesti valitsus ja Riigikogu üldiselt?

Mitte eriti usaldusväärsed...noh...eelmine valitsus...oli selline...täna räägin ühte ja homme räägin teist, et aga...see hakkab muutuma selliseks...usaldusväärsemaks.

Miks?

Pigem ta ikkagi ei ole usaldusväärne...ma ei tea, ma ei oska põhjendada.

Meedias leiduvat infot poliitikute kohta usaldavad aktiivsed noored meediakasutajad väheaktiivsetest enam – nende seas on meedia poolt poliitikutest loodava pildi palju või väga palju usaldajaid 28%, väheaktiivsete seas aga vaid 15%. Ka on vähetarbijate seas 19% enam neid, kes meedia poolt poliitikutest loodavat pilti üldse ei usalda või usaldavad vähesel määral (vt lisatabel 31). Intervjuud kinnitavad osalt saadud tulemust – väheaktiivne usub, et meedia on poliitikat kajastades pigem objektiivne. Aktiivne noor meediatarbija aga kahtleb selles:

Aga kas Sa pead seda meediapilti poliitikast ja poliitikutest pigem objektiivseks?

Ma ei tea..., see on suhteline asi. Tihti on ta küll nagu... Samas tihti ei ole ka objektiivne. Imelik on see asi.

Kokkuvõttes võib öelda, et ehkki noorte üldine usalduslikkuse nivoo on keskmisest märgatavalt kõrgem just aktiivsemate meediakasutajate seas (vt lisatabel 32), usaldavad need noored, kes meediast rohkem infot ammutavad just poliitilise iseloomuga institutsioone keskmisest vähem. Meedia on neile oluliseks infokanaliks poliitikaga seotud teabe osas ning meedia poolt loodavat pilti usaldatakse väheaktiivsetest meediakasutajatest enam.

Vaadeldes üldise poliitikahuvi indeksit, milles on summeeritud poliitikahuvi puudutavad küsimused, hinnangud enda poliitilisele pädevusele, kuulumine poliitilisesse ühendustesse ning osalemine poliitilise iseloomuga üritustel ning valimistel, ei ilmne väga suurt erinevust aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediakasutajate poliitikahuvi ja osaluse vahel – tugevat või väga tugevat huvi tunneb poliitikaga seonduva vastu 13% väheaktiivsetest ja 17% aktiivsetest noortest meediatarbijatest. Küll aga on väheaktiivsete hulgas 13% võrra enam neid, kes tunnistavad täielikku huvipuudust või vähest huvi (vt tabel 28).

	puudub, väga vähene	vähene	keskmine	tugev	väga tugev
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	28,8%	25,0%	32,7%	9,6%	3,8%
Aktiivsed noored meediatarbijad	17,0%	23,4%	42,6%	12,8%	4,3%
Keskmine	24,6%	29,9%	32,3%	9,0%	4,2%

Tabel 28. Noorte üldine poliitikahuvi ja meediatarbimise aktiivsus

Selge seos on olemas ka poliitilise apaatia indeksi puhul, kus on lisaks osade poliitikahuvi indeksis toodud küsimuste madalamatele skooridele arvestatud ka seda, kas inimene ei soovinud end parem-vasakpoolsuse skaalal määratleda ning kas tema poliitikahuvi on viimasel ajal langenud – kui väheaktiivsetest on tugeva ükskõiksuse tasemega 27%, siis aktiivsete seas on tugeva ja väga tugeva ükskõiksuse tasemega 17%. Aktiivsete noorte meediatarbijate seas on rohkem ka neid, kellel puudub poliitiline apaatia täiesti (vt tabel 29).

	puudub, väga vähene	vähene	keskmine	tugev	väga tugev
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	17,3%	36,5%	19,2%	26,9%	
Aktiivsed noored meediatarbijad	25,5%	27,7%	29,8%	14,9%	2,1%
Keskmine	22,8%	29,3%	22,8%	21,0%	4,2%

Tabel 29. Noorte poliitiline apaatia ja meediatarbimise aktiivsus

Eraldi analüüsisin uudiste jälgimise ja üldise poliitikahuvi seoseid (vt lisatabel 33). Neist, kelle poliitikahuvi on väga vähene, ent meediaaktiivsus kõrge, jälgib uudiseid harva 13%, väga vähese poliitikahuvi ning madala meediaaktiivsusega inimestest aga kolmandik. Neist aktiivsetest meediakasutajatest, keda iseloomustab ka tugev huvi poliitika vastu, tutvub uudistega vähemalt kord päevas kaks kolmandikku; väga tugeva poliitikahuviga aktiivsetest meediakasutajatest tutvub uudistega paar korda päevas pool; teine pool loeb-vaatab uudiseid küll regulaarselt, ent mitte iga päev. Need noored, keda iseloomustab küll väga kõrge poliitikahuvi, ent madal meediaaktiivsus, tutvuvad kõik uudistega vähemalt üks kord päevas; ka neist madala meedia-aktiivsusega noortest, kelle poliitikahuvi oli tugev, jälgib uudiseid igapäevaselt 60%. Kokkuvõttes saab öelda, et uudiste regulaarsel jälgimisel on üldisest meediatarbimisest veelgi tugevam seos poliitikahuvi ja poliitilise osalusega, kuna nii väheaktiivsetest kui aktiivsetest meediatarbijatest tugeva poliitikahuviga respondendid jälgisid uudiseid pigem sagedamini. Samas annab ka meediatarbimine oma panuse – aktiivsete noorte meediatarbijate seas on pea kaks korda vähem neid väikese poliitikahuviga inimesi, kes jälgivad uudiseid harva, ebaregulaarselt.

Vaadates aktiivsete ja väheaktiivsete noorte meediatarbijate erakondlikke eelistusi või nende puudumist, torkab kõigepealt silma väheaktiivsete seas olev 11% võrra suurem hulk inimesi, kes ei tea erakondade vaateid ja/või ei tunne nende vastu huvi (vt tabel 30). Kõigi suuremate ja vanemate erakondade toetajaid (välja arvatud Rahvaliid) on enam aktiivsete noorte

meediatarbijate seas. Eriti suured on erinevused Isamaaliidu ja sotsiaaldemokraatide puhul – need on vast seotud ühelt poolt sellega, et väheaktiivsete sekka kuulub pisut rohkem mitte-eestlasi, kes reeglina ei eelista rahvusliku Isamaaliidu poliitikat, ning teisalt sellega, et aktiivsete seas on oluliselt suurem kõrgharidusega inimeste ning eeldatavalt ka tudengite osakaal, kelle hulgas on palju sotsiaaldemokraatide valijaid. Ilmselt toob sotsidele toetajaid juurde ka aktiivsete noorte meediatarbijate mõnevõrra tugevam sotsiaalne orientatsioon. Res Publica ja Vasakpartei toetajaid oli aga enam väheaktiivsete meediatarbijate seas. Neist esimese puhul julgen oletada, et toetus ei tuginenud niivõrd meediast või muudest allikatest pärinevatel teadmistel, vaid pigem emotsioonidel ja pettumusel vanemate parteide osas. Rahvaliit on suurtest erakondadest ainus, mille toetajaid on pisut enam väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas – selle põhjal võib ehk oletada, et Rahvaliidu toetajad on teiste suuremate erakondade valijatest pisut vähem mõjutatud mediainfost. Mõlemad intervjuueeritud noored tõid oma erakondliku eelistusena välja Reformierakonna, mis on ka eelistatuim partei selles earühmas üldiselt.

Erakond	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad	Keskmine
Isamaaliit	15,4%	23,4%	19,4%
Reformierakond	32,7%	36,2%	34,5%
Res Publica	15,4%	10,4%	12,9%
Sotsiaaldemokraatlik Erakond	5,8%	21,3%	13,6%
Keskerakond	21,2%	27,7%	24,5%
Rahvaliit	7,7%	4,3%	6%
Vasakpartei	3,8%	0%	1,9%
Eestimaa Ühendatud Rahvapartei	0%	4,3%	2,1%
Mõni muu erakond	0%	2,1%	1,1%
Minu vaadetele ja huvidele pole lähedane ükski erakond	9,6%	6,4%	8%
Ei tunne huvi, ei tea nende erakondade vaateid	36,5%	25,5%	31%

Tabel 30. Noorte erakondlike eelistuste seosed meediatarbimisega

Võrreldes parem- ja vasakpoolsete erakondade eelistamist väheaktiivsete ja aktiivsete noorte meediatarbijate seas, on ilmne vaid see, et aktiivsete meediatarbijate seas on vahe parempoolsete ja vasakpoolsete erakondade eelistajate vahel väiksem. See viitab samuti aktiivsete noorte meediatarbijate suuremale sotsiaalsele orientatsioonile.

Vaadeldes eraldi vastuseid küsimustele, mis puudutavad noorte poliitikahuvi, näeme seost meediatarbimise aktiivsuse ja huvi vahel (vt tabel 31, lisatabel 34) – aktiivsetest noortest meediakasutajatest huvitab sisepoliitika üldiselt või väga 60%, väheaktiivsetest 44%; aktiivsetest meediakasutajatest üle poole tunneb üldiselt või väga huvi välispoliitika vastu, väheaktiivsetest huvitab see 48%. Huvi mitte tundvaid inimesi on samuti enam väheaktiivsete meediakasutajate seas. Meediatarbimisega seotud vahed on nii huvi tundjate kui huvipuudust tunnistavate inimeste seas väiksemad välispoliitika puhul, kusjuures väheaktiivsete meediatarbijate puhul ilmneb huvitav tendents – välispoliitika vastu huvi tundvaid inimesi on pisut rohkem kui sisepoliitikast huvitujaid, sama kehtib huvi mitte tundvate inimeste puhul – neid, keda ei huvita sisepoliitika, on rohkem. Võib-olla on see seotud väheaktiivsete inimeste rühma mõnevõrra suurema mitte-eestlaste osakaaluga.

		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Kuivõrd teid huvitab sisepoliitika?	Ei huvita üldse, eriti ei huvita	28,8%	14,9%
	Üldiselt huvitab, huvitab väga	44,2%	59,6%
Kuivõrd teid huvitab välispoliitika?	Ei huvita üldse, eriti ei huvita	27%	23,4%
	Üldiselt huvitab, huvitab väga	48,1%	53,2%

Tabel 31. Noorte poliitikahuvi ja meediatarbimise aktiivsus

Sellele, kuivõrd noorte poliitikahuvi viimase viie aastaga on kasvanud, ei näi meediatarbimisel erilist mõju olevat (vt lisatabel 35). On üsna ootuspärane, et nii noores vanuserühmas on päris palju neid, kelle elus on viimase viie aasta jooksul leidnud aset poliitikahuvi tõus – seda tunnistab nii väheaktiivsetest kui aktiivsetest pisut enam kui kolmandik. Enam-vähem samas suurusjärgus on neid, kelle huvi on jäänud samaks. Erinevused huvi kasvu ja languse osas on väikesed. Seega ei näi meedial olevat olulist rolli poliitikahuvi tekitaja või vähendajana.

Silmatorfav on noorte aktiivsete meediatarbijate kriitilisem suhtumine oma poliitikaalastesse teadmistesse – kui väheaktiivsetest noortest meediakasutajatest annaks sõbrale valimiste eel julgelt nõu 39%, siis aktiivsetest noortest meediatarbijatest teeks seda vaid veidi alla neljandiku. 7% võrra enam on ka neid noori aktiivseid meediatarbijaid, kes nõu andma sugugi või pigem ei nõustu (vt tabel 32). Väheaktiivsed noored meediatarbijad peavad end ka poliitikas kaasaráákimise osas tublisti sagedamini pädevaks kui aktiivsetest meediatarbijatest

eakaaslased. Ilmselt kaasneb aktiivsete meediatarbijate parema informeerituse ja kriitilise suhtumisega meediasse ning poliitikutesse ka sügavam arusaamine poliitika keerukusest – seega annavad nad endale ka selgemalt aru nõudmistest, millele inimene peab poliitikas adekvaatselt kaasa rääkimiseks vastama.

		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Kui sõber või tuttav küsiks minu käest, kelle poolt valimistel hääletada, siis oskaksin talle anda asjalikku nõu	Ei nõustu üldse	28,8%	27,7%
	Pigem ei nõustu	19,2%	27,7%
	Ei tea, raske öelda	13,5%	21,3%
	Nõustun osaliselt	30,8%	12,8%
	Nõustun täielikult	7,7%	10,6%
Ma arvan, et olen poliitikas kaasarääkimiseks piisavalt pädev	Ei nõustu üldse	19,2%	23,4%
	Pigem ei nõustu	25,0%	42,6%
	Ei tea, raske öelda	23,1%	17,0%
	Nõustun osaliselt	28,8%	12,8%
	Nõustun täielikult	3,8%	4,3%

Tabel 32. Noorte poliitika-alaste teadmiste hinnangute seosed ja meediatarbimise aktiivsusega

Intervjuud toetavad seda tulemust poliitikas kaasa rääkimise osas – noor aktiivne meediatarbija hindab ennast kriitiliselt:

Aga kuidas Sulle tundub, kas Sa kas tead poliitikast piisavalt palju, et ise kaasa rääkida? Kui näiteks keegi tuleks ja teeks Sulle sellise ettepaneku?

Ma arvan, et võibolla ma oleksin rohkem selle rollis, kes kuulab ja lisaks võib-olla noogutab mõnes kohas kaasa, et mhm ja mhm (naerab).

Väheaktiivne noor meediatarbija on selles osas aga julgem:

Aga kuidas Sulle tundub, kas Sa kas tead poliitikast piisavalt palju, et ise kaasa rääkida? Kui Sul näiteks peaks tulema selline tahtmine?

Päris nii head vast ei ole. Aga ma arvan, et kui õige veidikene täiendada ennast, siis tean küll.

Mis puudutab sõpradele tuttavatele nõu andmist, siis selles osas leidsid mõlemad noored, et võivad oma eelistusi tutvustada ja selgitada, mille alusel nemad oma valiku teevad. Väheaktiivne noor meediatarbija on isegi veidi tagasihoidlikum, öeldes selgelt välja, et päris nõu anda ta ei julgeks.

9.2 Poliitiline osalus

Vaadeldes noorte otsest poliitilist osalust, kasutan erakondadesse kuulumise, poliitilise iseloomuga üritustel ning muudes aktsioonides osalemise ning valimas käimise küsimusi. Erakondadesse või muudesse poliitilise iseloomuga ühendustesse kuulub sihtrühmast 7%, aktiivseid liikmeid on nende seas 2%. Sealjuures torkab silma, et väheaktiivsete meediatarbijate seas on pisut enam erakondade liikmeid (vt tabel 33). Samas on aktiivsete noorte meediatarbijate seas rohkem neid inimesi, kes küll ei kuulu ühessegi poliitilise iseloomuga ühendusse, kuid keda nende tegevus huvitab. Ka on neid, kes tunnistavad huvipuudust, aktiivsete meediatarbijate seas pisut vähem. Intervjueeritud noortest ei kuulunud erakondadesse kumbki.

	ei ole liige, ei paku huvi	ei ole liige, aga tegevus pakub huvi	olen liige, aga eriti ei osale	olen liige, osalen aktiivselt
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	80,8%	9,6%	5,8%	3,8%
Aktiivsed noored meediatarbijad	72,3%	21,3%	4,3%	2,1%
Keskmine	78,4%	15,0%	4,2%	2,4%

Tabel 33. Poliitilistesse ühendustesse ning erakondadesse kuulumine ning meediatarbimise aktiivsus

Noorte huvi poliitilise iseloomuga ürituste ja aktsioonide vastu on üldiselt pigem madal. Meediatarbimise osas on väikesed erisused samuti olemas – 5% võrra enam on aktiivsete noorte meediatarbijate seas neid, kes on sellistel üritustel osalenud nii viimasel ajal kui varem ning 5% võrra vähem on neid, kes pole kunagi sellistel üritustel osalenud (vt tabel 34). Üldiselt pole need aga olulised erinevused.

	ei ole kunagi osa võtnud	varem olen, viimastel aastatel mitte	olen viimastel aastatel osalenud, varem mitte	olen osalenud nii varem kui viimastel aastatel
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	69,2%	15,4%	13,5%	1,9%
Aktiivsed noored meediatarbijad	63,8%	14,9%	14,9%	6,4%
Keskmine	71,3%	12,6%	12,0%	3,6%

Tabel 34. Osalemine poliitilistel kogunemistel, aktsioonides ja meediatarbimise aktiivsus

Poliitilise iseloomuga aktsioonidel osalemist ei kinnita ka kumbki intervjuueeritud noortest, aktiivne noor meediatarbija on oma allkirja lisanud ühele internetis aset leidnud kampaaniale:

Oled Sa võtnud kunagi osa mingist rahvakogunemisest või miitingust või kirjutanud internetis kusagile alla, need kampaaniad, mis meil olnud on siin?

Osa ei ole võtnud, aga kuhugi kohta ma kirjutasin netis alla küll.... See oli mingi lastekaitsevõrk. Ma tean, et ma kirjutasin sinna netis alla.

Väheaktiivne noor meediatarbija aga tunnistab oma pelgust selliste asjade suhtes. Samuti viitavad tema vastused üldisele passiivsusele – tehtud plaanid ei realiseeru sageli, nagu intervjuueeritav viitas ka muudel juhtudel, seda samas sageli põhjendamata:

Oled Sa kunagi võtnud osa mingist poliitilisema iseloomuga rahvakogunemisest või kirjutanud millelegi alla kas siis paberil või internetis? Või midagi muud sarnast?

Need internetiküsitlused, mis on...nendele olen ikka mõni kord. Rahvääritustel... Tallinnasse mõtlesin minna, kui oli see presidendivalimine..., aga jäi ikka minemata.

Aga kuhu Sa oled alla kirjutanud, ma huvi pärast küsin, et mis teemadel need asjad on olnud?

Et nagu ajalehtedes need ei või jaa küsimused ja nii.

Aga on olnud selliseid asju ka, kuhu inimesed kirjutavad oma nime alla millegi poolt või vastu. Siin oli näiteks Tallinnas Rahva Raamatu poe pärast selline kampaania ja muid on ka olnud. Sellistele asjadele oled ka alla kirjutanud?

Ei, sellistele asjadele küll mitte. Ei julge eriti nagu teha sellist asja.

Kõige selgema pildi noorte valimisosalusest annab 2005. aasta kohalike valimiste andmete analüüs, kuna sel hetkel oli sihtrühmas vaid 4% inimesi, kes ei olnud valimisõiguslikud. 2005. aastal käis sihtrühmast valimas 44%, valimistel ei osalenud 48%. Meediatarbimisel on selge ja tugev seos valimisaktiivsusega (vt tabel 35) – valimas käis üle poole aktiivsetest noortest meediatarbijatest ning veidi üle kolmandiku väheaktiivsetest. Vastupidine seos kehtib mittevalinute puhul. Intervjueeritud aktiivne noor meediatarbija osales 2007. aasta valimistel. Väheaktiivne noor meediatarbija sai aga 18 aastat vanaks valimiste järgsel päeval. Ta avaldas arvamust, et võimaluse korral osalenuks ta valimistel.

	ei osalenud	osalesin	ei olnud valimisõiguslik
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	57,7%	34,6%	7,7%
Aktiivsed noored meediatarbijad	42,6%	53,2%	2,1%
Keskmine	47,9%	44,3%	4,2%

Tabel 35. Noorte valimisaktiivsus ja meediatarbimise aktiivsus 2005. aasta kohalike valimiste näitel

Eraldi vaatlesin 20-24-aastaste käitumist varasematel valimistel. Ka siin kehtib sama seaduspära – aktiivsete meediatarbijate seas on valimaskäinuid oluliselt enam kui väheaktiivsete seas. Olgu siinkohal näiteks toodud 20-24-aastaste valimisaktiivsus 2003. aasta Riigikogu valimistel (vt tabel 36). Vahe mittevalinute hulga puhul on selles näites 27% – kui väheaktiivsetest noortest meediatarbijatest ei läinud 2003. aastal valima pea pooled, siis aktiivsete seas oli see protsent veidi üle viiendiku. Arvestada tuleb küll, et väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas ei olnud suurem hulk inimesi selleks hetkeks valimisealised – vahe on 8% –, ent ka seda erisust arvesse võttes on huvi valimiste vastu aktiivsete noorte meediatarbijate seas siiski palju suurem. Suurem mittevalimisõiguslike hulk väheaktiivsete seas kinnitab ka varasemat järeldust, et vähemaktiivsete noorte meediatarbijate seas on rohkem alla 20 aasta vanuseid noori.

	vastamata	ei tea, ei mäleta	ei osalenud	Osaletsin	ei olnud valimisõiguslik
Väheaktiivsed noored meediatarbijad			48,4%	38,7%	12,9%
Aktiivsed noored meediatarbijad	5,6%	11,1%	21,6%	51,4%	5,4%
Keskmine	2,7%	11,1%	33,3%	40,2%	11,1%

Tabel 36. Valimisaktiivsuse ja meediatarbimise aktiivsus 20-24-aastaste inimeste seas 2003. aasta Riigikogu valimiste näitel

9.3 Kokkuvõtte poliitika huvi, poliitilise aktiivsuse ja meediatarbimise aktiivsuse seostest

Kokkuvõttes võib öelda, et noori huvitab poliitika ja sellega seonduv suhteliselt vähe. Aktiivsed noored meediatarbijad on väheaktiivsetest mõnevõrra huvilisemad, madalam on ka nende poliitilise apaatia määr. Aktiivsete noorte seas on mõnevõrra rohkem ka neid, kellel puudub poliitiline apaatia täiesti. Vaadeldes eraldi küsimusi, mis puudutavad huvi sise- ja välispoliitika vastu, on aktiivsete noorte meediatarbijate suurem huvi ilmsem. Sellele, kuivõrd noorte poliitika huvi viimase viie aastaga on kasvanud, ei näi meedial erilist mõju olevat.

Noored usaldavad riiklikke institutsioone keskmisest pisut enam, ent samas on nad kriitilisemad just poliitiliste institutsioonide suhtes. Aktiivsete noorte meediatarbijate seas on poliitikute, Riigikogu ja valitsuse suhtes kriitilise suhtumisega inimesi rohkem ning tugevalt või väga tugevalt usaldajaid sisuliselt pole. Ootuspäraselt pälvib noorte seas poliitilistest institutsioonidest kõrgeima usalduse president. Meedia poliitikakäsitlust usaldavad aktiivsed noored meediakasutajad väheaktiivsetest enam.

Seos meediatarbimise aktiivsuse ja poliitika huvi vahel on selge, veelgi ilmsem on see aga uudiste jälgimise puhul – tugeva poliitika huvi noored jälgivad uudiseid sageli, seda olenemata meediatarbimise aktiivsusest. Teisalt on olemas ka tugev seos meediatarbimisega: aktiivsete noorte meediatarbijate seas on samuti pea kaks korda vähem neid väikese poliitika huvi inimesi, kes jälgivad uudiseid harva.

Aktiivsed noored meediatarbijad suhtuvad oma poliitikaalastesse teadmistesse oluliselt suurema kriitikameelega – nad pole eriti altid tuttavatele valimiste eel nõu andma ning nende seas on väheaktiivsetest vähem ka neid, kes usuvad, et võiksid enda arvates teadmiste poolest

poliitikas kaasa rääkida. Usutavasti viitab see aktiivsete noorte meediatarbijate parematele teadmistele poliitikast ja sellest lähtuvale arusaamisele poliitika komplitseeritusest.

Vaadeldes meediatarbimise seoseid erakondliku kuuluvuse või erakondade eelistamisega, näeme ka siin, et noored aktiivsed meediatarbijad omavad selgemaid veendumusi ja nende huvi on suurem. Ehkki väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas on üllatuslikult veidi enam erakondadesse kuulujaid, on nende seas oluliselt vähem neid inimesi, üks erakonda ei kuulu, ent keda erakondade tegevus sellegipoolest huvitab. Ka on väheaktiivsete inimeste seas 11% enam neid, kel puudub erakondlik eelistus ning pea kõigi vanade suurte erakondade toetajaid on enam aktiivsete meediatarbijate seas. Eriti märkimisväärsed on erinevused sotsiaaldemokraatide ja Isamaaliidu osas. Erinevus Isamaaliidu osas võib olla seotud rahvuslikku poliitikat pigem vähem väärtustavate mitte-eestlaste suurema osakaaluga väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas. Sotsiaaldemokraatide pooldajate suurem hulk aktiivsete noorte meediatarbijate seas võib olla seotud sageli sotside valijaskonna hulka kuuluvate õppivate ja kõrgharidusega inimeste suurema osakaaluga aktiivsete noorte meediatarbijate seas.

Üsna ilmne on ka seos valimiskäitumise ja meediatarbimise aktiivsuse vahel – aktiivsed noored meediatarbijad käivad valimas oluliselt sagedamini.

Läbi viidud intervjuud toetasid Mina.Maailm.Meedia 2005 andmestiku põhjal teostatud analüüsi osaliselt – valdavalt aktiivse noore meediatarbija osas. Mõnes osas leidsid kinnitust ka väheaktiivseid noori meediatarbijad iseloomustavad jooned. Ka selles analüüsi blokis paistis selgelt silma väheaktiivse noore meediatarbija suurem ettevaatlikkus ja üldiselt suurem passiivsus.

IV Diskussioon ja järeldused

Eesti noored ei erine oma meediatarbimise osas märkimisväärselt muude riikide noortest – noored on pigem juhuslikud lehelugejad, vaatavad vanematest generatsioonidest vähem telerit ja kuulavad raadiot ning nende meediapäevast suur osa kulub internetile. Võib öelda, et noorte aktiivsete meediatarbijate meediakasutus on oluliselt mitmekülgsem – kõrgemad on kõigi meedialiikide tarbimise variatiivsus ja aktiivsus. Kasutatavate kanalite suur variatiivsus võib olla seotud ka väiksema „kanaltruudusega”. Aktiivsemad noored meediatarbivad jälgivad intensiivsemalt muude riikide meediakanaleid, mis võib viidata nende vanematest põlvkondadest globaalsemale orientatsioonile. Samale tendentsile võib viidata ka kõikide noorte üldisest suurem huvi lääne telekanalite vastu. Ka on tublisti suurem aktiivsete noorte meediatarbijate huvi uudiste vastu, nad vaatavad telerist mõnevõrra enam arutelu- ja dokumentaalsaateid ja kasutavad oluliselt aktiivsemalt interneti. Aktiivsed noored meediatarbivad jälgivad märkimisväärselt järjekindlamalt uudiseid kõigi kanalite vahendusel. Ainult ajalehtede regulaarseid lugejaid on nende seas vähem, ent see on ühest küljest seotud trükimeedia väiksema osakaaluga indeksis ning teisalt nende oluliselt suurema ajalehtede tarbimisega internetis. Ka kasutavad nad väheaktiivsetest enam muid meedialiike interneti vahendusel ning nende seas on olulisel vähem internetimeedia ja portaalide mittekasutajaid.

Saab öelda, et meediatarbimise aktiivsusel on selged seosed üldise aktiivsuse ja elustiiliga, samuti poliitikahuvi ja sotsiaalse hoiakuga.

Hüpoteeside paikapidavusest

- Sotsiaaldemograafilisi näitajaid puudutav hüpotees peab valdavalt paika – aktiivne noor meediatarbija elab sageli linas, on keskmisest paremal järjel ja eesti rahvusest.
- Tõestust ei leidnud kõrgharidusega inimeste palju suurem osakaal aktiivsete noorte meediatarbijate seas, ent selge on nende suundumus pikemale haridusteele.
- Kinnitust saab oletus, et poliitiliselt aktiivsemad on sotsiaalselt ja majanduslikult edukamatesse klassidesse kuuluvad inimesed, kuna aktiivsed noored meediatarbivad on paremal järjel ning näitavad üles suuremat huvi poliitika vastu.
- Kinnitust saab ka hinnang, et noori huvitavad pigem spordi, seltsielu ja uue meediaga seotud tegevused ning vähem tuntakse huvi kirjasõna vastu.

- Selgelt saab tõestust hüpotees, mille kohaselt on aktiivne noor meediatarbija väheaktiivsest tegusam ka muudel elualadel.
- Elustiili ja huvide analüüsi alusel saab öelda, et ilmselt on olemas seos väheaktiivsete noorte meediatarbijate väiksemate rahaliste võimaluste ning huvialade viljelemise aktiivsuse vahel.
- Parematele majanduslikele võimalustele viitavad ka aktiivseid noori meediatarbijaid iseloomustavad kõrgem konsumerismi tase, tarbimise mitmekülgsus ja tarbimise sagedam seostamine meelelahutusega.
- Noorte poliitikahuvi on ootuspäraselt üldiselt keskmisest madalam ning ükskõiksus poliitika suhtes on nende seas keskmisest suurem.
- Aktiivne noor meediatarbija ei võta kergekäeliselt vastu mistahes teavet ning arvatavasti ei anna seega hinnanguid ega kujunda seisukohti emotsioonide ajal nii sageli, kui seda võivad teha väheaktiivsed noored meediatarbijad.
- Aktiivse noore meediatarbija üldine poliitikahuvi ja osalus on suuremad, kõrgem on ka valimisaktiivsus, kõigi suuremate ja vanemate erakondade toetajaid on enam aktiivsete noorte meediatarbijate seas.
- Tõestust leiab hüpotees Eesti noorte teadmatusest vasak- ja parempoolsuse tähendusest.
- Osalist kinnitust leiab hüpotees, mille kohaselt aktiivsel noorel meediatarbijal on kindlamad erakondlikud eelistused ja nende seas on vähem mitte ühegi erakonna eelistajaid.
- Aktiivne noor meediakasutaja hindab Eesti ühiskonna arengut edukamaks, peab ühiskonnas aset leidnud muutusi enamasti positiivseks ning tema tulevikuootused on enamasti optimistlikumad.
- Aktiivse noore meediakasutaja paremat sotsiaalset kohanemisvõimet ja suuremat enesekindlust on küllalt keeruline olemasoleva info põhjal selgelt hinnata – on aspekte, mis võivad viidata kõrgendatud eneseteadvusele ja paremale sotsiaalsele kohanemisvõimele.

Sotsiaaldemograafilisi näitajaid puudutav hüpotees leiab tõestust osaliselt: aktiivne noor meediatarbija elab tõepoolest pigem linnas ning on eesti rahvusest. Sissetuleku osas sai hüpotees samuti kinnitust – üle 40% aktiivsetest noortest meediatarbijatest kuulub kahte ülemisse sissetulekurühma ning neljandik neist kuulub rühma, kelle sissetulek on üle 6000

krooni pereliikme kohta. Väheaktiivsetest kuulub kõrgeima sissetulekuga rühma aga vaid 4%. Soolises plaanis tuleb tunnistada, et naiste osakaal on pisut suurem aktiivsete noorte meediatarbijate seas, ent see erinevus pole märkimisväärne. Märkimist väärrib ka, et väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas on oluliselt rohkem alla 20-aastaseid inimesi.

Väga täpselt ei saa öelda, kas aktiivne noor meediatarbija on asunud omandama või omandanud kõrghariduse – aktiivsete noorte meediatarbijate seas on vaid pisut rohkem kõrgharidusega inimesi kui passiivsete seas – 4% võrra. Olulisem on ehk aga vaadata keskharidusega ja alla selle haridustasemega inimeste hulka ning inimeste hulka, kes küsitluse hetkel õppisid üldharidus- või kõrgkoolis. Kui aktiivsete noorte meediatarbijate seas oli keskharidus või alla selle 77% ja hariduse omandamisega tegeles 64% respondentidest, siis passiivsete seas olid vastavad arvud 83% ning 54%. Seega oli aktiivsete seas mitteõppivaid inimesi, kellel on keskharidus või alla selle 13% ja väheaktiivsete seas aga 29%. Võttes arvesse nii kõrgharidusega inimeste suuremat osakaalu aktiivsete noorte meediatarbijate seas kui 16-protsendilist erinevust hariduse omandamisega tegelevate inimeste hulga osas, saame oletada, et aktiivsete noorte meediatarbijate seas on sagedasem suundumus pikemale õpiajale ning kõrgemale haridustasemele.

Ühtlasi saab sotsiaaldemograafiliste tunnuste analüüsi alusel kinnitada arvamust, et tõenäoliselt on poliitiliselt aktiivsemad sotsiaalselt ja majanduslikult edukamatesse klassidesse kuuluvad inimesed – aktiivsete meediatarbijate kõrgemad sissetulekud ja trend kõrgemale haridustasemele leidsid tõestust. Et aktiivsed noored meediatarbijad käivad ka oluliselt aktiivsemalt valimas, on riigi poliitika üha rohkem „nende nägu” ning seega süvendab madalamate sotsiaalsete kihtide passiivsus nende kõrvalejätust veelgi.

Noorte huvisid analüüsides sai kõigepealt kinnitust ka pea käibetõeks saanud hinnang, et noori huvitavad pigem spordi, seltsielu ja uue meediaga seotud tegevused ning vähem tuntakse huvi kirjasõna vastu. Selgelt saab läbi viidud elustiilide analüüsi põhjal aga kinnitust ka hüpotees, mille kohaselt on aktiivne noor meediatarbija väheaktiivsest tegusam ka muudel elualadel, tal on rohkem hobisid ja huvialasid ja ta tegeleb nendega sagedamini. Aktiivsed noored meediatarbijad on tõepoolest igas mõttes aktiivsemad: kõigis vaadeldud elustiili indeksites, nii Mina.Maailm.Meedia 2005 läbiviijate poolt koostatutes kui minu poolt loodutes, mis puudutasid noortele meelepäraseid tegevusi, koondatud tegevuste sagedasi viljelejaid oli enam aktiivsete noorte meediatarbijate seas.

Lisaks üldisele hinnangule, et meedia-aktiivsus on kindlasti seotud üldise eluolulise aktiivsusega, saab elustiili ja huvide analüüsi alusel öelda, et on ilmselt olemas ka seos väheaktiivsete noorte meediatarbijate väiksemate rahaliste võimaluste ning huvialade viljelemise aktiivsuse vahel – erinevused aktiivsuses olid väiksemad nende hobide puhul, mis eeldavad väiksemat rahalist panust või ei eelda kulutamist üldse. Aktiivsete noorte meediatarbijate parematele materiaalsetele võimalustele viitavad ka nende oluliselt kõrgem konsumerismi tase ning suurem mitmekülgsus kaubanduskeskustes käimisel, aktiivsem massikultuuri- ja spordiürituste külastamine, samuti suurem kommunikatsioonivahendite hulk kodus ja sagedamini esinevad suured raamatu- ja muusikakogud. Tublisti kõrgem konsumerismi tase viitab lisaks parematele sissetulekutele aktiivsete noorte meediatarbijate tugevamale bränditeadlikkusele ja huvile tarbitavate kaupade päritolu vastu. Aktiivsed meediatarbijad on samuti mitmekülgsemad tarbijad ning tarbimine seostub nende jaoks sagedamini meelelahutusega.

Aktiivsed noored meediatarbijad tegelevad oluliselt enam ka tööalase enesetäiendamise ja osalevad koguduste tegevuses ja kultuuripublikus. Ka siin on oma roll erineva tasemega sissetulekul. Nii suurem huvi teatri, kontsertide ja näituste vastu kui suurem kultuurivara hulk kodus viitavad aktiivsete noorte meediatarbijate suuremale huvile kõrgkultuuri vastu.

Noorte poliitikahuvi on ootuspäraselt üldiselt keskmisest madalam ning ükskõiksus poliitika suhtes on nende seas keskmisest suurem. Üldine usaldusnivoo on 18-24-aastaste puhul ootuspäraselt keskmisest kõrgem, seda eriti aktiivsemate noorte meediatarbijate seas. Samuti on keskmisest pisut suurem noorte usaldus riiklike institutsioonide vastu. Vaadeldes aga eraldi poliitilisi institutsioone, on näha selge seos meediatarbimisega – aktiivsemad meediatarbijad on poliitilise iseloomuga institutsioonide suhtes kriitilisemalt meelestatult. Samuti on aktiivsed noored meediatarbijad kriitilised meedia suhtes, ent meedia representatsiooni poliitikast peetakse pigem usaldusväärseks. Et aktiivsed noored meediatarbijad on kriitilisemad ka enda poliitikaalaste teadmiste suhtes ning hindavad oma infomeeritust oluliselt paremaks väheaktiivsetest, võib oletada, et noorte kriitilisem suhtumine põhineb vast ka parematel teadmistel ühiskonnaelust üldse ja poliitikast. Laiem silmaring toob kaasa ka pädevama enesekriitika. Usutavasti saame sellest oletada, et aktiivne noor meediatarbija ei võta kergekäeliselt vastu mistahes teavet ning arvatavasti ei anna seega hinnanguid ega kujunda seisukohti emotsioonide ajel nii sageli, kui seda võivad teha väheaktiivsed noored meediatarbijad.

Hüpotees, mille kohaselt on aktiivne noor meediatarbija poliitiliselt aktiivsem mittetarbijast või vähetarbijast, leiab samuti tõestust – suuremad on nii aktiivse noore meediatarbija üldine poliitikahuvi ja osalus kui valimisaktiivsus, kõigi suuremate ja vanemate erakondade toetajaid on enam aktiivsete noorte meediatarbijate seas. Ka erakondade tegevuse vastu huvi tundjaid on enam noorte aktiivsete meediatarbijate seas. Parematele teadmistele viitavad, nagu juba öeldud, nii suurem informeerituse tase kui kriitilisem suhtumine ümbritsevasse. Seega saab tõestust ka hüpoteesi see osa, mille kohaselt on paremad aktiivsete noorte meediatarbijate poliitika ja ühiskonnaelu alased teadmised.

Aktiivne noor meediatarbija on pigem väheaktiivsest meediatarbijast sotsiaalsema maailmavaatega, ehkki noorte eneste hinnangud oma maailmavaatele parem-vasakpoolsuse skaalal ei anna sama infot, mis sotsiaalsuse ja liberaalsuse indeksid – kui indeksite kohaselt on aktiivsed noored meediatarbijad sotsiaalsema ilmavaatega, siis enesehinnangute kohaselt on nende seas vähem enese tsentrist vasakule määratlejaid, sama oletust toetasid ka sotsiaalsete hinnangute võrdlused. Oletan, et siin on olemas seos sellega, et Eesti inimesed ja eriti noored ei taju sageli seost heoluriigi ja vasakpoolse poliitika vahel – kõrgemaid makse ja enamat sekkumist majanduse toimimisse ei seostata tasuta hariduse või abiturite eest hoolitsemisega. Kui näiteks väheaktiivsed noored meediatarbijad hindasid end sagedamini parempoolseteks ning vähesed neist leidsid, et riik peaks igal juhul sekkuma turu toimimisse, pooldati ometi aktiivsetest oluliselt sagedamini kõrgemaid makse. Aktiivsed noored meediatarbijad aga pooldasid madalaid makse, samas oodates riigilt sagedamini nõrgemate ühiskonnaliikmete eest hoolitsemist. Olenemata oma seisukohtadest muus osas pooldas valdav enamus noori tasuta üld- ja kõrghariduse võimaldamist – see viitab teemade hindamisele pigem eluolulise mätta otsast, mitte hinnangute sidumisele mingite kindlate maailmavaatelistel seisukohtadega. Teadmatusel vasak- ja parempoolsuse tähendusest viitab seega ka läbi viidud hinnangute analüüs ja seda kinnitavad intervjuud. Seega võib öelda, et tõestust leiab hüpotees Eesti noorte teadmatusel vasak- ja parempoolsuse tähendusest. Teine põhjus, miks noored end ehk pigem parempoolsena määratlevad, võib olla seotud prestiižiga – Eestis prevaleeriva edukultuse juures võib eriti majanduslikult paremini toime tulevate inimeste seas, kuhu kuuluvad paljud aktiivsematest noortest meediatarbijatest, tunduda ebapopulaarne tunnistada oma vasakpoolseid vaateid. Oluline on ära märkida ka see, et paljud noored ei osanud määratleda erakonda, mis sobiks nende vaadetega ning 18-24-aastaste seas oli enim neid, kes ei soovinud oma vaateid parem-vasakpoolsuse skaalal hinnata – kui

Euroopa Liidus on selliseid noori umbkaudu neljandik, siis Eesti noortest ei soovinud end määratleda koguni üle 60%.

Osalist kinnitust leiab hüpotees, mille kohaselt aktiivsel noorel meediatarbijal on kindlamad erakondlikud eelistused ja nende seas on vähem mitte ühegi erakonna eelistajaid. Aktiivsete noorte seas on küll 11% võrra vähem erakondliku eelistuseta inimesi, ent neid on sellegipoolest neljandik. Seega võib pigem öelda, et olulisem näitaja on siinkohal erakondliku eelistuseta noorte suur hulk. Hüpoteesi tõlevastavust toetab aga see, et pea kõigi vanemate ja suuremate erakondade toetajaid on enam aktiivsete noorte meediatarbijate seas. Ainsaks erandiks on Rahvaliit. Eriti suured erisused torkavad silma sotsiaaldemokraatide ja Isamaaliidu puhul. Need võivad olla seotud sotsiaaldemokraatide valijaskonda keskmisest sagedamini kuuluvate kõrgharidusega inimeste ja tudengite suurema esindatusega aktiivsete noorte meediatarbijate seas ning mitte-eestlaste suurema osakaaluga väheaktiivsete meediatarbijate seas.

Tõele vastab see, et aktiivne noor meediakasutaja hindab Eesti ühiskonna arengut edukamaks, peab ühiskonnas aset leidnud muutusi enamasti positiivseks ning tema tulevikuootused on enamasti optimistlikumad. Pean oluliseks ära märkida, et väheaktiivseid noori inimesi enam iseloomustav huvitus ja suurem ükskõiksus avalduvad ka siin – väheaktiivsete meediatarbijate seas on oluliselt enam neid, kes tunnistavad erinevate Eesti viimaste aastate arengut puudutavate teemade puhul, et ei oska hinnangut anda, kuna pole sellele mõelnud. Kõige positiivsemalt hindavad mõlemad noorte rühmad tehniliste võimaluste edenemist ja kõige negatiivsemalt hea hariduse saamise võimaluste arengut. Samas on aktiivsete noorte meediatarbijate hinnangud pea kõigi teemade puhul positiivsemad. Tähelepanu väärib ka see, et väheaktiivsete noorte meediatarbijate seas on palju negatiivse suhtumisega inimesi just eluolulistel teemadel.

Teist osa sellest hüpoteesist, nimelt aktiivse noore meediakasutaja paremat sotsiaalset kohanemisvõimet ja suuremat enesekindlust, on küllalt keeruline olemasoleva info põhjal selgelt hinnata. Juba jutuks olnud kriitiline suhtumine nii enda kui teiste tegemistesse võib viidata kõrgendatud eneseteadvusele, mis omakorda käib sageli kaasas enesekindlusega. Samuti viitab tugevamale enesekindlusele ja kiiremale muutustega kohanemisele aktiivsete noorte meediatarbijate seas ehk nende tugevamalt optimistlik hoiak ja eriti just väheaktiivsetest meediatarbijatest oluliselt positiivsem hinnang muutustele. Ka see, et

aktiivsed noored meediatarbijad hindavad oluliselt paremaks informeeritust enda ümber toimuvast, võib lisada kaalu oletusele nende suuremast enesekindlusest ja paremast toimetulekust. Täpsemaid seoseid siinkohal aga luua ei saa.

Diskussioon

Meediatarbimise aktiivsuse, ühiskondliku aktiivsuse ja poliitika huvi seostest

Läbi viidud uuringu põhjal leiab tõestust mitmete teadlaste (vt näiteks Taru & Toomla 2003, Kivirähk 2006, Norris 2004a, Newton 1997, viidatud Norris 2004a kaudu, SORA 2005, Howe 2004) poolt välja toodud tendents, mille kohaselt suurendab ajalehtede regulaarne lugemine ja uudiste jälgimine, aga isegi passiivne massimeedia tarbimine, poliitika huvi – aktiivseid noori meediatarbijaid iseloomustab väheaktiivsetest suurem huvi nii sise- kui välispoliitika vastu ning nende seas on vähem ükskõikseid inimesi. Nende hinnangud oma informeeritusele ja poliitikaalastele teadmistele viitavad aga paremini arenenud kriitikameelele, parematele teadmistele poliitikast ja sellest lähtuvale arusaamisele poliitika komplitseeritusest.

Usun, et nii meedia võimalusi kasutades kui ka muid viise leides saaks ennekõike noorte aktiivsete, aga ka keskmise aktiivsusega noorte meediatarbijate huvi riigi ja poliitikute tegevuse vastu tõsta, suurendada nende kodanikuaktiivsust ning samuti usaldust poliitiliste institutsioonide vastu. Ilmselt aitaks süstemaatiline tegutsemine enam kodanikuühiskonda integreerida ka osa väheaktiivsetest noortest, keda iseloomustab ka madalam huvi meedia vastu.

Toon siinkohal ka mõned ideed.

- Riigi oskuslik koostöö meediaga aitaks suurendada poliitikahuviliste hulka, samuti on massimeedia ilmselt parim viis nende inimeste operatiivseks teavitamiseks, kelle huvi poliitikas ja ühiskonnas üldiselt toimuva vastu on juba niigi kõrge.
- Meedia võimaluste kasutamisel saab parandada noorte teadmisi poliitikast ja riigi toimimisest – paremad teadmised aga suurendavad omakorda huvi.
- Venekeelsete Eesti meediakanalite loomine aitaks vähendada mitte-eestlaste infosõltuvust Venemaast ja aitaks ühiskonnas tekkinud ebakõlasid tasandada.

- Kritiseerimist väärrib Eesti meedia liigne negatiivsus, küünilisus ja kohatine pealiskaudsus – laiem teemadering ja positiivsem suhtumine aitaksid kaasa ühiskonna paremale sidustatusele.
- Eesti noori iseloomustab väga suur huvi interneti vastu – seega peaks ühiskondliku aktiivsuse ja poliitikahuvi edendamisel kindlasti kaaluma veebimeedia võimalusi.
- Lisaks veebimeediale tuleks leida ka muid infotehnoloogilisi lahendusi, mille abil innustada noori enam ühiskonnaelus osalema ja arvamust kujundama.
- Innovaatilised IT-lahendused aitaksid kaasa ka riigi ja noorte kogukonna dialoogi arendamisele.
- Panustada tuleks ka riigiasutuste igapäevase teavitamis- ja kaasamistegevuse arendamisse traditsioonilisemate vahendite kaudu – noortest koosnevate nõuandvate organite loomine, samuti lihtsamas keeles riiklik kommunikatsioonitöö aitaksid noorte ühiskondliku aktiivsuse ja huvi tõusule kaasa.
- Kindlasti tuleks kodanikutunde suurendamisel kasutada haridussüsteemi võimalusi – isemõtlemist ja vastutamist peaksid soodustama juba õppekavade koostamise aluspõhimõtted.
- Abi noorte kaasamõtlemisharjumuse edendamisel võivad pakkuda ka erinevad noortele suunatud kampaaniad ja algatused.
- Et noorte seas on populaarsemad alternatiivsed osaluse vormid, tuleks noorte kaasamise edendamiseks kindlasti panustada koostööle kolmanda sektoriga.
- Noorte puhul oleks ilmselt edukam teemapõhine lähenemine, kuna noori paeluvad teistest eärühmadest enam konkreetse põhjusega ühiskondliku aktiivsuse vormid

Ilmselt on võti noortes suurema ühiskondliku aktiivsuse ja poliitikahuvi äratamiseks paljuski peidus just meedias, eriti uutes meediumides, mis noorte seas traditsioonilisest meediast palju enam kasutust leiavad. Sellele viitavad ka mitmed meediatarbimise uuringud (vt näiteks SORA 2005, Howland & Bethell 2002) – räägitakse nii huvi äratamisest kui konkreetse käitumise saavutamisest – näiteks noorte valimisaktiivsuse tõstmisest. Eriti puudutab see muidugi aktiivsemaid noori meediatarbijaid. Kui sagedamini uudiseid ja meediat üldiselt jälgivate inimeste poliitikahuvi kasvab, võime ka oletada, et toimima hakkab Norrise (2004a, 2004b) poolt mitmetes töödes viidatud kahesuunalist mõju sisaldav mudel: ühiskonna- ja poliitikeemaliste saadete jälgimine suurendab huvi ja aktiivsust ühiskonnaelu suhtes ning poliitikahuvi, teadmised ja aktiivsus omakorda suurendavad uudiste ja poliitikeemaliste

saadete jälgimist massimeedias. Siinkohal võib ka oletada, et *infotainment*'i pealetung polegi olemuslikult negatiivne, millisele järeldusele jõuab ka Norris (2004b) – näiteks Jõhvi noorte seas oli kõige rohkem regulaarseid vaatajaid just Reporteril. Osalt küll meelelahutuslik, pakub *infotainment*'i formaat teisalt ka võimalusi poliitika ja ühiskonnaelu seisukohast oluliste teemade kajastamiseks, andes vaatajale infot ka selle kohta. Et uudiseid jälgisid läbi viidud analüüsi kohaselt sageli ka need madala meediaaktiivsusega respondendid, keda huvitas poliitika, võime oletada, et ühest küljest toob oskuslik meedia kasutamine riigi ja poliitikute tegemistest info jagamiseks huvilisi juurde, teisalt aga täidab ka edukalt infojagamise funktsiooni nende jaoks, kel huvi ühiskonna ja riigi toimimise vastu niigi kõrge.

Mitmed Eesti sotsiaalteadlased (näiteks Kivirähk 2006, Vetik 2001) on viidanud eestimaalaste vähesele teadlikkusele ühiskonnaelust, riigi toimimisest ja poliitikast kui lahendamist vajavale probleemile. Eriti markantse näitena võib siinkohal tuua esile 2001. aastal läbi viidud uuringu, mille kohaselt teadsid vaid pooled eestimaalastest, et neil on õigus osaleda Riigikogu valimistel (Meisalu 2002). Ilmselt on massimeedia ka üks paremaid viise inimeste puudulike teadmiste parandamiseks – vähemal või suuremal määral tarbib meediat siiski enamus Eesti inimesi. Teadmiste parandamise efekt toimub ennekõike kindlasti aktiivsete meediatarbivate puhul. Sellele viitab näiteks aktiivsete noorte meediatarbivate väheaktiivsetest oluliselt kõrgem hinnang oma informeeritusele nii Eesti kui muu maailma asjadest. Sama kinnitavad läbi viidud intervjuud, kus aktiivset noort meediatarbijat iseloomustasid selgemad ja kindlamad hoiakud ning arvamused, väheaktiivset aga kohati vastukäivad seisukohad ning mõningane ebakindlus hinnangute kujundamisel. Paremad teadmised toovad aga sageli kaasa suurema poliitikahuvi ja poliitilise aktiivsuse (Norris 2004a, Howe 2004). Näiteks hetkel Eesti ühiskonnas toimuvate sündmuste pehmendamise üheks viisiks on kindlasti mitte-eestlaste, aga eriti mitte-eesti noorte toomine Eesti meediaruumi – see aitaks parandada nende teadmisi Eesti riigi toimimisest ja ühiskonnast, samuti eestlaste ajalookäsitlusest. Minu hinnangul väljendub pronksõduriga seotud sündmustes selgelt mitte-eesti kogukonna madal sidusus Eesti ühiskonnaga, milles on kindlasti oma süü ka valdavalt eestikeelsel massimeedial, mis on kaasa toonud mitte-eestlaste sõltuvuse Venemaa meediaruumist. Esimese sammuna avati ETV venekeelne uudisteportaal. Usun, et samalaadseid samme tuleks ette võtta veelgi.

Kritiseerimist väärivad Eesti meedia negatiivsus ja pealiskaudsus. Eesti meedias sageli maad võttev küünilisus ja negativism jätavad jälje ka käsitletavatele teemadele ning suurendavad

sellega distantsi riigi ja kodaniku vahel. Pidades eriti silmas aktiivsemaid noori meediatarbijaid, aga üldisemalt meediahuvilisi kõigis vanuserühmades, aitaks peavoolumeedia laiapõhjalisem teemavalik, suurem tähelepanu ühiskondlikus plaanis olulistele teemadele ning mitmetahulisemad vaatenurgad kajastamisel kaasa ühiskonna suuremale sidustumisele. Ka on noorte huvipuudus ja apaatia, samuti sage kriitiline suhtumine poliitikasse kindlasti osalt seotud negatiivse kuvandiga, mis poliitikat kui tegevust saadab – meedia kujutab poliitikuid pigem „JOKK”- inimestena, keda moraalsed väärtused sageli ükskõikseks jätavad ning eksponeerib üksteisele vastandumisele suunatud ütlemissi-tegusid silmatorkavamalt kui ühiskondlikult olulisi algatusi. Meedia kalduvusele poliitikuid negatiivselt kujutada viitasid selgelt ka läbi viidud intervjuud. Aktiivseid noori meediatarbijad iseloomustas mõnevõrra suurem usaldamatus poliitiliste institutsioonide suhtes, samas aga usaldasid nad väheaktiivsetest enam meedia poolt loodavat pilti poliitikast – ka see tõestab seose olemasolu Eesti meedia negativismi ning noorte hinnangute vahel.

Traditsioonilise massimeedia kõrval tuleks Eesti noorte puhul kindlasti silmas pidada infotehnoloogia võimalusi kõige laiemas mõttes, aga ennekõike juba olemasolevat veebimeediat, mille tarbimise aktiivsus on selles ühiskonnasegmendis kõrgem huvist tavameedia suhtes – seda tõestavad nii minu poolt läbi viidud kvantitatiivne analüüs kui intervjuud. Lisaks operatiivsusele ning ligipääsule suurele osale sihtrühmast võimaldavad uued meediumid sageli ka aktiivset osalust – pakkudes võimalusi dialoogiks, motiveeritakse noori inimesi enam kaasa mõtlema. Kõige innovaatilisema veebimeedia lahendusena, mida kasutada saab, tooksin välja blogosfääri. Eesti poliitikud on blogimist küll kasutanud, ent valdavalt kampaania kontekstis, seega pole enamiku poliitikute blogid väga loetavad. Erandiks on aga need poliitikud, kes kirjutavad ka kampaaniavälisel ajal ning käsitlevad laiemat teemaderingi – näiteks on üsna aktiivselt loetav Hannes Rummi blog.

Lisaks veebimeediale on aga ka mitmeid muid infotehnoloogilisi lahendusi, mille abil innustada noori enam ühiskonnaelus osalema ja arvamust kujundama. Eesti noorte huvide analüüsist selgus lisaks eelpool viidatud internetimeedia kõrgele tarbimisaktiivsusele ka väga suur huvi interneti kasutamise vastu üldse, sama tõestavad ka eelnevad uuringud (vt näiteks Emor 2006b, Europe Internet Usage 2004, viidatud Vihalemm 2006 kaudu). On uuringuid, mis tõestavad, et just internetikasutus tõstab inimeste huvi ühiskondlikult ja poliitiliselt olulistele teemade vastu (Luengo 2006, SORA 2005). Eelnevat arvesse võttes oleks uuenduslike infotehnoloogiliste lahenduste kasutamine noorte seas ühiskondlikult oluliste

teemade vastu huvi äratamisel ja kaasärääkimismotivatsiooni suurendamisel enam kui õigustatud.

Näiteks Põhja-Iirimaal kasutati vaenulike protestantlike ja katoliiklike noorte omavahelise dialoogi innustamisel edukalt jututube – korraldati terve päeva kestnud anonüümne *online*-konverents neljas jututoas. Päeva jooksul võttis sõna üle 100 erineva taustaga noore, kellest paljud leidsid hiljem, et see on nende esimene kogemus „teise poolega” suhtlemisel (Howland & Bethell 2002). Usun, et analoogiliste lahenduste kasutamine hetke Eesti ühiskonnas oleks enam kui kohane. Edukalt ja väga väikese kuluga oleks võimalik kasutada populaarseid suhtluskeskkondi, foorumeid ja jututube (näiteks rate.ee, orkut.com).

Howland ja Bethell (2002) näevad infotehnoloogilistes lahendustes mitte ainult info edastajat või noortele omavahelise suhtlemise võimaluse pakkujat, vaid ka noorte ja riigi omavahelise dialoogi edendajat. Nad pakuvad näiteks välja, et kõigi riigiasutuste veebilehtedel peaks olema noortele pühendatud erilehed, mille ülespaneku ja teemadevaliku eest vastutaksid valdavas osas samuti noored. Enamgi – nad leiavad, et selliste lehekülgede loomiseks tuleks korraldada noortevahelisi võistlusi, kus parimad saaksid auhindu. Moodustada tuleks ka üleriigiline noortevõrgustik, kes noortele suunatud riiklikke veebilehekülgi hindaks, pidades silmas nii noortepärast keelekasutust ja tooni, kujundust, noorte ja täiskasvanute poolt loodud sisuosade tasakaalu, interaktiivsust ja osalusvõimalusi, mida lehekülj pakub, ning samuti seda, kui tõhus on hinnatav lehekülj noorte arvamuse riigivalitsejateni viimises. Viimase hindamist vääriva aspektina toovad Howland ja Bethell (2002) välja selle, et noortele suunatud lehekülj peab ka lõbus olema. Pean kirjeldatud üsna progressiivseks lähenemiseks, pakutud süsteemi või vähemalt selle osade rakendamist võiks kaaluda ka Eestis. Ehkki Eesti on üsna edukas e-riik pakutavate avalike teenuste osas, on veel tublisti arenguruumi kaasamist võimaldavate keskkondade loomise ning muude analoogiliste lahenduste väljatöötamise osas.

Lisaks arvutitega seotud kaasamise viisidele pakuvad Howland ja Bethell (2002) SMS-hääletuste populaarsusest lähtudes välja ka mobiili teel läbi viidavad „referendumid” päevapoliitilistes küsimustes. Selliste arvamuse küsimiste puhul peaks olema garanteeritud ka tulemuse arvestamine. Eestis edukalt rakendunud e-valimised tõestavad, et ka meie ühiskonnas võiks selliste lahenduste kasutamist kaaluda. Ennekõike võiks selliseid võimalusi minu hinnangul kasutada noori endid puudutavate poliitiliste otsuste tegemisel. Euroopas läbi viidud uuring Young Europeans in 2001 viitab noorte huvile olla senisest enam kaasatud

noorte elu puudutavate otsuste tegemisel ja sellele, et aktiivsem kommunikatsioon aitaks noorte hinnangul huvi ja osalust suurendada – infotehnoloogiliste vahendite aktiivsem kasutamine aitaks neid eesmärke kõige kergemini saavutada.

Meedia ja infotehnoloogia pole aga kindlasti ainsad kanalid, mille kaudu riik noortega suhtlema peaks. Leian, et oluline on panustada ka riigiasutuste igapäevase teavitamis- ja kaasamistegevuse arendamisse traditsioonilisemate vahendite kaudu. Eelpool viidatud noorte soove saada enam kaasaráäkimisõigust noori puudutavates otsustes ja enam infot noortele suunatud tegevuste osas tuleks arvesse võtta ka siin. Tony Blair näiteks moodustas nõukoja, kuhu kuuluvad noored britid vanuses 11-18 aastat – nõukoda viib Suurbritannia peaministrini noorte hinnangud näiteks haridust, tervist, transporti ja kuritegevust puudutava osas (Howland & Bethell 2002). Noortega tuleks suhelda senisest enam süstemaatilisel, info peab olema arusaadavas keeles ja argumenteeritud. Rohkem võiks olla koolinoortele suunatud publikatsioone ning riigiasutuste avalikus kommunikatsioonis kasutatav keel peaks olema vabam kantseliidist, võõrsõnadest ja pikkadest keerulise ehitusega lausetest. Kommunikatsioonis tuleks rohkem keskenduda oma tegevuste selgitamisele, mitte ainult faktide esitamisele. Sellised lihtsad sammud aitaksid kaasa mitte ainult noorte, vaid ka teiste eärühmade parema kontakti saavutamisele riigiasutustega.

Lisaks kõikvõimalikele uuendusmeelsetele lahendustele ei tohiks noorte teadmiste parandamisel ja kodanikuaktiivsuse suurendamisel unustada ka kõige traditsioonilisemaid võimalusi - ennekõike haridussüsteemi. Vastavalt Euroopa noorte seas läbi viidud uuringule Young Europeans in 2001 hindavad noored kodanikuaktiivsuse tõstmisel ühe peamise vahendina haridussüsteemi. Pakun, et nii kodanikuõpetuse kui teiste humanitaarainete programmis võiks panna enam rõhku iseseisvale mõtlemisele, aktiivsele vestlusele ja ühiskondlikult olulistel teemadel kaasamõtlemlse julgustamisele. Lootust kaasamõtlemls-harjumuse edendamise osas ei peaks aga panema vaid õpetajatele, see peaks aluseks olema juba õppekavade loomisel. Vajadust pöörata enam tähelepanu nii eesti- kui ennekõike muukeelsete Eestis elavate noorte senisest süsteemsemale kodanikuühiskonda integreerimisele haridussüsteemi kaudu on selgelt näidanud ka pronkssõduriga seotud ärevad sündmused.

Ka muud viisid noorte otsese kaasamise edendamiseks kasvataksid kindlasti ühiskondlikult aktiivsete noorte hulka. Näiteks usuvad Euroopa noored, et abi oleks ka noortele suunatud

kampaaniatest (Young Europeans 2001). Neid on viimasel ajal Eestis korraldatud palju, ent mulle teadaolevalt pole nende mõjususe analüüsiga väga tegeldud. Ka on positiivne, kui riigiasutused, aga ka suuremad eraettevõtted, pööravad noortele tähelepanu mitmete eriprojektide raames – heaks näiteks on siinkohal mitmed kooliealistele suunatud konkursid (näiteks haridusministeeriumi noorte leiutajate konkurss, rahandusministeeriumi erasektoriga koostöös läbi viidav esseekonkurss ning muud analoogilised algatused, sotsiaalministeeriumi algatus „Suitsuvaba klass”, Tervise Arengu Instituudi noorte projektikonkursid jne).

Mitmed uurijad (vt näiteks Norris 2004b, Milan 2005) on viidanud sellele, et noori ei iseloomusta mitte apaatia ja huvi ühiskonnaelu suhtes, vaid nende osalus avaldub alternatiivsete vormide kaudu – noorte jaoks on sageli olulised näiteks mitmed traditsiooniliselt kolmanda sektoriga seotud valdkonnad nagu keskkonnahoid ja vabatahtlik töö. Seega peaks riik noorte kaasärääkimismotivatsiooni suurendamiseks kaasama senisest enam kolmandat sektorit – seda tuleks aga teha planeeritult ja süstemaatiliselt. Praegu on kolmas sektor muutumas Eestis küll nähtavamaks, ent koostöö riigisektoriga on veel mõnevõrra kaootiline. Heaks näiteks on siinkohal taas pronksõduriga seotud sündmuste järel Eesti ühiskonnas toimuv – mitmed kolmanda sektori organisatsioonid on andnud märku oma koostöövalmidusest ja soovist osaleda tasakaalu taastamisel Eesti ühiskonnas ja riik peaks seda valmidust ja soovi kindlasti ka ära kasutama. Ka üsna palju tähelepanu saanud valge tulbi algatus veab mittetulundusühing, mille eestvedajad on noored.

Norrise (2004b) hinnangul on noorte põlvkonna jaoks tihti paeluvamad alternatiivsed kodanikuaktiivsuse viisid, mis on pigem suunatud põhjusele, konkreetsele teemale. Seega avardub poliitilise aktiivsuse mõiste Norrise (2004b) hinnangul oluliselt – põhjusele orienteeritud ühiskondliku ja poliitilise aktiivsuse viisid seostuvad nii tarbimise kui elustiiliga. Sestap võib oletada, et need noored, keda iseloomustab suurem huvi ring ning aktiivsem ellusuhtumine üldiselt, leiavad sageli ka erinevaid viise oma arvamuse väljendamiseks ja kaasärääkimiseks, isegi kui neid tavapärased poliitilise osaluse vormid ei huvita. Poliitilise aktiivsuse vormideks võivad siinkohal olla näiteks boikotid karusnaha või loomade peal katsetatud kosmeetikatoodete vastu, samuti osalemine mistahes rahumeelsetes protestiaktioonides, vabatahtlik töö ning mistahes vormis heategevus. Seega võiks noortele pigem lähenedagi teemapõhiselt, mitte viidata näiteks kodanikuvastutusele või integratsioonipoliitikale kui keerukatele ja noorte jaoks ebaselget sisu omavatele konstruktsioonidele.

Usutavasti oleks enamikku eelkirjeldatud lähenemisi kasutades hõlmatav noorte seltskond ennekõike taas seesama aktiivsem hulk noori, keda iseloomustab ka suurem huvi meedia vastu, ent usun, et võimaluste mitmekesisus eriti noortele omaste kanalite vahendusel aitaks ühiskonnaga enam sidustada ka neid noori, keda iseloomustab madalam huvi nende ümber toimuva vastu ja üldine madalam aktiivsus. Et väheaktiivseid noori meediatarbijaid iseloomustas madalam aktiivsus ka muudes eluvaldkondades, tuleks just neile mõeldes pakkuda kaasärääkimisvõimalusi, mis võimalikult palju nende igapäevaste harjumuspäraste tegevustega seostuksid ja oleksid lihtsad kasutada.

Üldisest aktiivsusest ja meediatarbimise aktiivsusest

Et seos meediatarbimise aktiivsuse ja aktiivsuse vahel muudel elualadel on selge, võib oletada, et lisaks ühiskondliku aktiivsuse ja poliitika huvi edendamisele võimaldaks riigi aktiivne töö meedia ning muude dialoogi edendamise viisidega ilmselt suurendada ka aktiivsust muudel elualadel.

Et üldine passiivsus ja apaatia iseloomustavad sagedamini just neid ühiskonnarühmi, kelle puhul on suurem risk sattuda eluheidikute sekka, vähendaks riik aktiivsema kaasamise ja ühiskonnahuvi edendamisega usutavasti mõnevõrra ka riskirühmadesse kuulujate hulka. Oluline on üldise aktiivsuse kasvu soodustamine ka Eestis ilmnunud etniliste probleemide valguses – pakkudes mitte-eestlaste kogukonnale enam infot Eesti riigi kohta ning erinevaid viise olla aktiivsed Eesti ühiskonna liikmed, suurendataks ka nende üldist aktiivsust erinevates eluvaldkondades. See kõik parandaks aga omakorda integratsiooni tulemusi – inimene, kel on motivatsioon olla aktiivne mitmetel elualadel, on enam motiveeritud õppima ka selle riigi keelt, kus ta elab, ning parandama oma teadmisi selle riigi teiste elanike kohta, kuna üldine aktiivsus eeldab paratamatult nii keeleoskust kui teadmisi enda lähiümbrusest. Seega aitaks mitte-eestlaste infoisolatsiooni plaanipärane vähendamine kaasa ka nende kogukondliku isolatsiooni vähenemisele ja seda võiks kasutada integratsioonitöö osana.

On uurijaid, kes viitavad huvituse ja poliitilise passiivsuse seostele pigem kohordi- kui elutsükli efektidega (Howe 2004), seega võib aktiivsemat kaasamistööd ja kaasärääkimisvõimaluste süstemaatilist edendamist seostada ehk ka praeguse noorte põlvkonna üldise aktiivsuse ja ellusuhtumise mõjutamisega. Eeldades, et üldine aktiivsus ja

meediatarbimise aktiivsus on omavahel seotud, võib praegune töö aktiivsema ellusuhtumise edendamiseks perspektiivis mõjutada positiivselt Eesti demokraatia legitiimsust kodanike kõrgema poliitilise aktiivsuse kaudu (pidades siinkohal silmas nii valimistel osalemist, erakondadesse kuulumist kui ka kaudsemaid poliitilise osaluse viise).

Järeldused

Läbi viidud uuring võimaldab teha kaks olulist järeldust.

Esiteks nähtub analüüsist selgelt, et majanduslik kihistumine on tugevas seoses kihistumisega info baasilt – meediat tarbivad aktiivsemalt ning seega on ka enda ümber toimuvast enam teadlikud paremal järjel olevad inimesed, keda iseloomustavad ka positiivsem ellusuhtumine, suurem enesekindlus ja kriitikameel. Ka sotsiaaldemograafiliste tunnuste analüüs kinnitab seda oletust – paremal järjel olevaid ja suuremates keskustes elavaid inimesi iseloomustab sageli mitmekülgsem ja aktiivsem meediahuvi. Madala meediahuviga inimesi leidub rohkem mitte-eestlaste ja Ida-Virumaa elanike seas. Seega tuleb tunnustada, et ka see uuring viitab Eesti ühiskonnas valulikult silma torkavatele sotsiaalse kihistumise probleemidele, mida tundub toetavat ka infokihistumine.

Teiseks oluliseks aspektiks on üldise aktiivsuse selge ja tugev seos meediatarbimise aktiivsusega – sama muster avaldub nii huvide mitmekesisuse ja harrastamise sageduse, tarbimise kui poliitikahuvi ja poliitilise aktiivsuse osas.

Julgeksin siinkohal oletada, et Norrise (2004a) poolt välja toodud kahesuunalise mõju mudel poliitikaalaste teadmiste ja meediatarbimise vastastikkuse mõju kohta võiks ehk olla laiendatav ka üldisele aktiivsusele. Usun, et meediatarbimise aktiivsuse kasv võib tuua kaasa paremad teadmised erinevatest eluvaldkondadest, mitte ainult poliitikast, ning seeläbi võib kasvada ka üldine aktiivsus erinevates eluvaldkondades. Seeläbi kasvaks omakorda meediatarbimise aktiivsus ning sedakaudu paraneks taas teadmiste ring.

Eelnevast lähtub, et Eesti riik saaks ennekõike traditsioonilise meedia ja uue meedia võimaluste mitmekülgsema ja süstemaatilisema kasutamisega, ent ka muude kaasamise ja dialoogi edendamise viiside arendamisega aidata kaasa kehvemal järjel olevate ühiskonnaliikmete ning ka rahvusvähemuste paremale sidustamisele ühiskonnaga, kuna

infokihistumise süvenemine võib nende isoleeritust veelgi suurendada. Ühiskonna erinevate osade paremal sidustamisel võiksid olla lisaks massimeediale olla abiks traditsioonilised teavitus- ja kaasamistöö viisid, kindlasti tuleks just noortega suhtlemisel kasutada innovaatilisi infotehnoloogilisi lahendusi. Lisaks vormile tuleks mõelda ka sisule – riigiasutuste planeerituma ning paremini omavahel integreeritud kommunikatsioonitöö ning kolmanda sektori kaasamise abil saaks usutavasti parandada ühiskonnaliikmete teadmisi ja tõsta ka huvi nende ümber toimuva vastu. Paremad teadmised ja suurem huvi parandavad informeeritust ning suurendavad oletatavasti ka üldist aktiivsust. Üldine aktiivsuse tõus võib aga kaasa tuua ka enesekindluse kasvu ja parema sotsiaalse kohanemisvõime.

Seega võib oletada, et riik saaks infokihistumise vähendamise võimaluste mitmekülgse edendamise kaudu aidata kaasa ka sotsiaalse kihistumise vähenemisele ning parematele võimalustele pääseda välja oma „ühiskonnakastist” või kogukondlikust isolatsioonist. Eesti on sedavõrd väike riik, et infokihistumise vähendamise kui plaanipärase meetme mõju sotsiaalsete ja etniliste erisuste tasandamisel võiks olla märkimisväärses kui suurema rahvaarvuga riikides.

Kokkuvõttes võiks kaasamisvõimaluste süstemaatilisem edendamine ja mitmekülgsete kommunikatsioonivõimaluste aktiivne kasutamine aidata kaasa ühiskonna paremale sidustamisele ning nii majanduslike kui etniliste erisuste tasandamisele.

Kokkuvõte

Käesoleva töö teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade osas tõin kõigepealt ära töös kasutatavate terminite definitsioonid.

Samuti andsin ülevaate noortest tänapäeva globaliseerivas maailmas – noori iseloomustavad sageli individualistlikud väärtushinnangud ja enese tajumine pigem maailmakodanike kui konkreetsete rahvuste esindajatena. On mitmeid uuringuid, mis toetavad „globaalsete põlvkondade” lähenemist – selle kohaselt on tekkinud rahvusteülesed põlvkonnad, keda seob pigem generatsioonikuuluvus. Sageli on globaalse teadvuse ja ühtsustunde tekitajaks dramaatilised sündmused. Selle teadvuse hoidmisel on aga väga suur osa massimeedial, eriti viimasel ajal kiiresti arenenud globaalsetel meediakontsernidel ja internetil, mille abil jõuab info teises maailmanurgas toimuvast kiiresti igäiheni, kel vaid on huvi infot saada.

Käsitlesin ka noorte elustiiliga seonduvat – nii noorte elustiili uuringute traditsioone kui noorte huvispektrit erinevate uuringute kohaselt iseloomustavaid aspekte. Noorte elustiil on valdkonnana huvi pakkunud paljudele sotsioloogidele eriti alates 1950-ndatest aastatest. Enamasti seostatakse noorte subkultuure ja elustiili popkultuuriga, ent uuemates uuringutes on hakatud enam rõhku panema ka indiviidi enesemääratlemise küsimustele ja identiteedi mõjule elustiilile. Uuemate uuringute kohaselt iseloomustavad nii Eesti kui teiste Euroopa riikide noori huvi seltskondliku suhtlemise vastu, samuti sport ja interneti erinevad kasutusvaldkonnad. Tegin ka ülevaate noorte ühiskondlikust ja poliitilisest aktiivsusest – enamikus uuringutes leiab tõestust noorte madal huvi poliitika ja ühiskondlike protsesside vastu, seda nii Euroopas üldiselt kui Eestis.

Eraldi peatükis käsitlesin meediatarbimise tendentse 21. sajandi algul – globaliseerunud meediaruumiga kaasnevat fragmenteeritust, publiku pealiskaudsemat huvi, millega muuhulgas kaasneb juhuslikum ajalehtede lugemine, *infotainment*'i pealetungi ja elektroonilise meedia domineerimist. Tarbitavate kanalite rohkus, vähene huvi ajalehtede regulaarse tarbimise vastu ning teistest earühmadest suurem internetikasutus iseloomustavad ennekõike just noori põlvkondi. Eesti noored tõusevad uuringutes esile oma eriti suure internetitarbimise poolest.

Samuti tegin ülevaate meedia mõjudest – tõin ära levinumad arusaamad nii meedia positiivsete kui negatiivsete mõjude kohta. Uskumused meedia mõju ulatusest on läbi aegade olnud erinevad, eraldi vaadeldakse pikaajalisi ja lühiajalisi mõjusid. Palju on uuritud meediatarbimise võimalikke seoseid vägivaldse käitumisega, samuti poliitikahuvi ja võimust võõrandumisega, ning erinevad uurijad toovad kohati välja üsna vastanduvaid tulemusi. Praeguseks on uurijad jõudnud arvamusele, et meedia olulisemad mõjud sünnivad meediumi ja info vastuvõtja koostöös – viimane otsustab meedia poolt pakutavate liitmise oma väärtussüsteemi varasema kogemuse ja olemasolevate väärtushinnangute põhjal.

Töö empiirilises osa keskendusin noorte meediatarbimise aktiivsuse ning sotsiaalsete hoiakute, elustiili ja poliitilise aktiivsuse võimalike seoste analüüsile, kasutades selleks Mina.Maailm.Meedia 2005 andmestikku. Analüüsis kasutasin näitlikustamiseks ka Jõhvi Gümnaasiumis läbi viidud ankeetküsitlust ja viimase põhjal valitud aktiivse ja väheaktiivse noorega tehtud intervjuusid.

Põhilised tulemused viitavad sellele, et noored aktiivsed meediatarbijad on aktiivsemad ka muudes eluvaldkondades – neid iseloomustavad mitmekülgsem traditsioonilise meedia ja eriti interneti kasutamine, parem informeeritus ja kriitilisem suhtumine meediasse. Arenenud kriitikameel on neile omane ka muudes valdkondades – aktiivsed noored meediatarbijad suhtuvad kriitiliselt ka oma poliitikaalastesse teadmistesse, samuti poliitilistesse institutsioonidesse. See-eest hinnatakse väheaktiivsetest meediatarbijatest sagedamini usaldusväärseks meedia representatsiooni poliitikast ja poliitikutest. Negatiivne hinnang poliitiliste institutsioonide usaldusväarsusele ja meedia poliitikarepresentatsiooni usaldamine võivad viidata noorte sõltuvusele mediainfost oma arvamuse kujundamisel.

Aktiivsete noorte meediatarbijate hinnangud Eesti arengule on optimistlikumad. Sotsiaalse ja liberaalse ilmavaate indekse kohaselt on meediatarbimise aktiivsusel seos sotsiaalsema maailmavaate kinnistamisega. Seda ei kinnita aga enesehinnangud parem-vasakpoolsuse skaalal. Oletan, et Eesti noored ei tea sageli väga täpselt, mida tähendab parem- või vasakpoolsus. Seda hinnangut toetab läbiviidud sotsiaalsete hinnangute analüüs, mille kohaselt toetavad aktiivsed noored meediatarbijad näiteks madalaid makse, samas aga eeldatakse riigilt väheaktiivsetest sagedamini nõrgemate ühiskonnaliikmete toetamist. Väheaktiivsed noored meediatarbijad toetavad sagedamini täiesti reguleerimata turgu, samas eeldavad aga kõrgemaid makse. Pea kõik noored leiavad, et riik võiks võimaldada tasuta

hariduse – see viitab hinnangute andmisele pigem eluoluliselt hetkel tähtsate asjade vaatevinklist, mitte mingist sügavamast veendumusest lähtudes.

Aktiivsed noored meediatarbijad on ka poliitiliselt aktiivsemad – neid iseloomustavad väheaktiivsete noorte meediatarbijatega võrreldes suurem poliitikahuvi ning aktiivsem osalus nii sagedasema valimas käimise näol kui huvi näol erakondade tegevuse vastu.

Läbi viidud intervjuud toetasid osalt analüüsi tulemusi – seda eriti aktiivse noore meediatarbija osas. Noortevahelised erinevused polnud kõikide teemade puhul nii suured, kui võib näha ülejäänud analüüsist, ent väheaktiivse noore meediatarbija puhul leidis tõestust suurem ebakindlus ja järjekindlusetus hinnangutes, samuti pessimistlikum ja ettevaatlikum suhtumine.

See, et erinevused on väiksemad ja kajastuvad enam suhtumises kui otsestes hinnangutes, võib viidata teatud elutsükli efektile. Ehkki intervjuueeritud noored kuuluvad vanuse poolest 18-24-aastaste sekka, on nad siiski keskkooliõpilased – seega ei pruugi iga veel tähendada, et neil on eluoluliselt palju ühist tudengite või oma tööalast karjääri alustavate noorte inimestega. Oma igapäevase eluolu poolest kuuluvad nad pigem ühte rühma 15-17-aastaste noortega, sestap on ka mõistetav kohatine hinnangute sarnanemine noorema earühma poolt antud hinnangutele.

Läbi viidud uuringu ja teoreetiliste ning empiiriliste lähtekohtade analüüsi alusel võib öelda, et Eesti noored ei erine nii oma meediatarbimise kui poliitilise osaluse ja eelistatud hobide ja vaba aja tegevuste poolest märkimisväärselt teiste Euroopa riikide noortest.

Uuringu alusel saab teha kaks olulisemat järeldust. Esiteks on infokihistumine seotud majandusliku ja sotsiaalse kihistumisega – väheaktiivsete meediatarbijate sissetulekud olid sagedamini madalad ning nende seas on enam mitte-eestlasi, Ida-Virumaa ja maapiirkondade elanikke. Teiseks on meediatarbimise aktiivsus selgelt seotud üldise aktiivsusega – sama muster avaldub mitmetes eluvaldkondades. Oletan, et vähendades infokihistumist erinevaid kanaleid kasutades ja pakkudes mitmekesiseid võimalusi kaasärääkimiseks, saaks riik aidata kaasa ka üldise aktiivsuse suurenemisele, mis omakorda võiks olla abiks sotsiaalse kihistumise vähendamisel.

Et seosed meediatarbimise aktiivsuse, poliitilise aktiivsuse ja üldiselt aktiivsema hoiaku vahel on selged, saaks riik minu hinnangul nii traditsioonilise kui uue meedia võimalusi kasutades ning ka muid kaasamisvõimaluste edendades aidata kaasa ühiskonna paremale sidustamisele ning nii majanduslike kui etniliste erisuste tasandamisele.

Summary

This bachelor's thesis „Youth media use in relation to youth lifestyle, social attitudes and political engagedness” is dealing with the matters of youth media use in the beginning of the 21st century.

The years before and after millenium have changed both media system and consumption substantially. Electronic and global channels have a growing role in our information field and internet has made operativeness one of the key values in today's media world. The multiplicity of channels has brought along fragmentation of publics and the part of entertainment in media production is growing. The influence of changing media world has been greatest upon younger generations, for they have been raised in the internet era and cannot imagine life without new mediums.

The generation gap is becoming more and more explicit in the beginning of the 21st century – the connection to homeland and native tongue is much weaker for youth than it is for older generations; youth share more global yet often more individualistic values. One of the carriers of global values is globalizing mass media.

But the influence of media is by far much more complex than just maintaining global consciousness. The basis of this paper is an assumption that media use has an influence on many aspects of life – it's related to social realtionships, one's view of the world, one's interests, public and political engagedness. Because the effect of the changing media world has been greatest upon youth, I focused on youth and their media use in today's world. I tried to find relations between media use and youth lifestyle; interests; social attitudes and judgements; political engagement and interest in politics. The main hypothesis for this paper was that the the activity of media use is connected to the general attitude towards life and interest in one's living environment – active young media users are also more active in other areas of everyday life, their spectrum of hobbies is wider and they are more interested in politics.

In the part of theoretical and empirical framework I gave the definitions for terms used most often in this paper. I also gave an overview of youth in globalizing world. As said before, youth are often characterised by individualistic values. They see themselves more as citizens

of the world than the representatives of a certain nation. There are quite a few studies that support the notion of „global generations” – according to this theory there are new global generations for whom belonging to a certain cohort is more important factor of identity than nationality. Often the basis of global generations is a certain traumatic event, 9/11 for instance. As for the maintenance of this certain type of consciousness, global mass media has a major role to carry. Especially global media corporations and internet give possibilities for information to get from one end of the world to another in no time, so that anyone who is interested enough can get the info he or she is searching for.

I also looked into the lifestyle of youth – this paper contains both an overview of the tradition of youth lifestyle surveys and the aspects most often related to the spectrum of interests of youth. Youth lifestyle has been a matter of interest for many sociologists since the 1950ies. Youth subcultures and lifestyle are often considered to be related to pop culture, but more recent surveys have also started to emphasize individual identity and its' effects on lifestyle. According to newer surveys youth in Estonia and in EU generally tend to be most interested in spending time with peers, doing sports and using internet for many different purposes. I also gave an overview of youth's public and political engagement – in most of the recent studies youth's apathy towards politics and low civic engagement find proof, in Estonia and also in EU generally.

I also gave an overview of the trends of media consumption at the beginning of 21st century. Globalizing media world has brought along fragmented publics, superficial interest in most of the subjects, the onslaught of infotainment and domination of electronic media. The multiplicity of channels used, low interest in regular newspaper reading and bigger internet consumption are the factors that characterize youth media consumption. Estonian youth stand out for especially extensive internet use.

As for the last chapter of theoretical and empirical framework I gave a summary of media influences – I gave an overview of widespread beliefs about media's possible positive and negative effects. At different times there have been different beliefs about media influences. Usually a distinction is made between long-term and short-term effects of media use. Media use and its' connection to violent behaviour is a well-explored matter of research, media influences on political activity and apathy have also been under discussion a lot. Different researchers have come to rather contradictory results on these matters. Nowadays the

dominant approach is, that the greatest media influences come into being in cooperation of the medium and the receiver – the last-mentioned decides whether to incorporate the meaning offered by media to his or her own structure of meanings and values. He or she does so based on previous experience and existing values.

The empirical part of this paper is mostly based upon a representative survey Me.World.Media 2005 carried out at the Department of Journalism and Communication of Tartu University, Estonia. For illustrating the main results I also use a questionnaire carried out at Jõhvi Gymnasium, Estonia, in spring 2007 and two interviews with active and inactive young media users.

Main results point to the higher general activity of active young media users. They are characterized by much more diverse use of traditional media and especially internet. They are better informed and their attitude towards media is much more critical. A well-developed sense of criticism characterizes them in other areas as well – active young media users are also critical towards their knowledge of politics and about political institutions. But on the other hand they find media's representation of politics to be trustworthy more often than inactive media users.

Active young media users are more optimistic about the development of Estonia. According to indexes of social and liberal worldview the activity of media use is connected to more social view of the world. On the other hand it's important to note that self-assessments on left-right scale do not support that conclusion. I suppose that Estonian youth often do not know, what exactly does being rightist or leftist mean. The analysis of social assessments supports that assumption. Active young media users support low taxes for instance, but expect the state to support weaker members of society more often. Inactive young media users on the other hand support totally free market economy, but also believe higher taxes to be necessary. Almost all of the youngsters find that state should provide free education, including college education.

Active young media users are also more active politically – they are more interested in political matters and participate more in politics by voting and by being more interested in different parties.

According to the research conducted I can say that Estonian youth doesn't differ in matters of media use, political activity, lifestyle and preferred hobbies from their peers in other European countries.

Two important conclusions stand out. First, stratification based on information is connected to economic and social stratification – lower income and place of habitation outside the capital and other Estonian's habitated bigger cities characterize inactive young media users more often, many of them are also immigrants. Secondly, the activity of media use is strongly connected to overall activity – same pattern of activity appears in different areas of life.

I suppose that Norris's (2004a) virtuous circle can also be expanded to other areas of life and media consumption, not just political activity and media content. I believe that active media use will improve one's knowledge of different areas of life, not just politics, and therefore will give raise to increase in overall activity also.

As the correlations between the activity of media use, political activity and overall activity are explicit, I suppose that the state could, finding ways to lessen stratification based on information through different channels media and otherwise, strongly support the growth of overall activity and that in term could be of help in reducing social stratification and connecting t different risk-groups to the society.

Kasutatud kirjandus

American Psychological Association'i kodulehekülj. Ühiskondliku osaluse definitsioon.

<http://www.apa.org/ed/slce/civicengagement.html> Vaadatud 15. mai 2007

Ariko Marketing 2003 – Eesti noored 2003.

<http://vana.hm.ee/uus/hm/client/download.php?id=731> Vaadatud 17. aprill 2007

BNS 2007 - Eesti pälvis maailma pressivabaduse tabelis kõrge koha. Ilmunud 3. mai 2007

www.bns.ee

Carlsson, U & Harrie E (toim.). (2001). Media Trends 2001 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Sweden, Göteborg: Nordicom, Göteborg Univeristy

Craig, G. (2004). The Media, Politics and Public Life. Crows Nest, N.S.W.: Allen & Unwin

Curtain, C. (2000). Concept Paper: Identifying the Basis for a Young Employment Strategy Aimed at Transition and Developing Economies.

<http://www.ilo.org/public/english/bureau/exrel/partners/youth/yen/1-curtain.pdf>. Vaadatud 17. jaanuar 2007

Curtice, J. (1999). Was it the Sun wot Won it Again? The Influence of Newspapers in the 1997 Election Campaign. CREST (Centre for Research into Elections and Social Trends)

Working Paper No 75. <http://www.crest.ox.ac.uk/papers/p75.pdf>. Vaadatud 10. märts 2007

Eldridge, J. & Kitzinger J. & Williams K. (1997). The Mass Media and Power in Modern Britain, Oxford: Oxford University Press

Emor 2001 - Eesti elanikud pühendavad järjest enam aega meediale. Ilmunud 23. oktoober 2001 <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=821>

Emor 2004 - Eesti elanikkonna lugemisharjumused 2004. Ilmunud 11. november 2004

<http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1267>

Emor 2005 - Eurobaromeeter: Euroopa tulevik noorte pilgu läbi. Ilmunud 9. detsember 2005
<http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1418>

Emor 2006a - Baltikumis on 2,2 miljonit internetikasutajat. Ilmunud 12. september 2006
<http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1610>

Emor 2006b - Eestis on 730 000 internetikasutajat. Ilmunud 6. detsember 2006
<http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1694>

Emor 2007a - Teleauditooriumi ülevaade detsembrikuus 2006. Ilmunud 9. jaanuar 2007
<http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1709>

Emor 2007b - Eesti meediauuring IV kvartal 2006 oktoober-detsember. Ilmunud 8. jaanuar 2007
<http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1708>

Eurobarometer 1997 - The Young Europeans
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_114_en.pdf Vaadatud 27. aprill 2007

Eurobarometer 2003a - Public Opinion in the Candidate Countries.
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/cceb/2003/2003.1_youth_analytical_report_en.pdf
f. Vaadatud 15. aprill 2007

Eurobarometer 2003b - Youth in New Europe.
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/cceb/2003/2003.1_youth_analytical_report_en.pdf
f Vaadatud 16. aprill 2007

Eurobarometer 2005 - Youth Takes the Floor: Young Europeans' Concerns and Expectations as to the Development of the European Union. Background Note Based on Relevant Findings from Eurobarometer. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/notes/back_note_en.pdf.
Vaadatud 20. aprill 2007

Grünthal, Raoul. (2007). Rootsi 2006. aasta parlamendivalimised ja meedia. Ettekanne. Eesti Ajalehtede Liidu konverents „Meedia ja valimised”. Tallinn, 26. jaanuar 2007

Heywood, A. (2000). Key Concepts in Politics. Basingstoke, England: Palgrave

Howe, P. (2004). Political Knowledge and Electoral Participation in the Netherlands: Comparisons with the Canadian Case. Paper presented at the annual conference of the Canadian Political Science Association, June 3-5, 2004, Winnipeg.
<http://ips.sagepub.com/cgi/content/abstract/27/2/137> Vaadatud 20. aprill 2007

Howland, L & Bethell, M. (2002). Logged off? How ICT can connect young people and politics? <http://www.demos.co.uk/files/loggedoff.pdf> Vaadatud 27. aprill 2007

Johannson, T. & Miegel, F.(1992). Do the Right Thing: Lifestyle and Identity in Contemporary Youth Culture. Stockholm, Sweden: Almqvist & Wiksell International

Kivirähk, J. (2006). Avalik arvamus ja Riigikogu. Riigikogu toimetised nr 13.
<http://www.riigikogu.ee/rva/toimetised/rito13/artiklid/11kivirahk.htm>. Vaadatud 18. veebruar 2007

Kodanikud kui koostööpartnerid: nõuandeid omavalitsustele, kuidas teavitada, konsulteerida, panna huvituma ja senisest rohkem kaasata nii kodanikke kui ka kõiki elanikke kohaliku elu kujundamisse (2002). Tallinn: Siseministeerium

Luengo, O.G. (2006). E-Activism: New Media and Political Participation in Europe.
<http://confines.mty.itesm.mx/articulos4/OLuengo.pdf> Vaadatud 20. mai 2007

Lõhmus, M. & Vihalemm, P. (2004). Raadio Eestis 1960-2003: struktuur, programm ja kuulajad. Rmt.: P. Vihalemm (toim.). Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Maailmapanga kodulehekül. Nooruse definitsioon.
<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTCY/0,,contentMDK:20261632~menuPK:565270~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:396445,00.html>. Vaadatud 15. jaanuar 2007

Meisalu, M. (2002) Rahva informeeritus Riigikogust. Riigikogu toimetised nr 5, 2002, 18.
veebruär 2007 <http://www.riigikogu.ee/rva/toimetised/rito5/artiklid/20meisalu.htm>

McQuail, D. (2003). McQuaili massikommunikatsiooni teooria. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Milan, A. (2005). Willing to participate: Political Engagement of Young Adults. Canadian Social Trends, 11, 8, 2-7 <http://www.statcan.ca/english/kits/pdf/social/political.pdf> Vaadatud 27.aprill

Nigul, A. (2004). Elulaad Eestis. Rmt.: V. Kalmus & M. Lauristin & P. Pruulmann-Vengerfeldt (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina.Maailm.Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Norris, P. (2004a). A Virtuous Circle? The Impact of Political Communications in Post-Industrial Democracies
<http://ksghome.harvard.edu/~pnorris/Acrobat/PSA2000%20Yearbook.pdf> Vaadatud 15. märts 2007

Norris, P. (2004b). Young People & Political Activism: From the Politics of Loyalties to the Politics of Choice? Report for the Council of Europe Symposium: “Young people and democratic institutions: from disillusionment to participation.” Strasbourg, 27-28th November 2003.
<http://ksghome.harvard.edu/~pnorris/Acrobat/COE%20Young%20People%20and%20Political%20Activism.pdf> Vaadatud 20. aprill 2007

Raise Your Voice: Student Action for Change koduleht. Ühiskondliku osaluse definitsioon.
<http://www.actionforchange.org/getinformed/civic-engagement.html> Vaadatud 15. mai 2007

Raudsaar, M. & Kasemets, A. (2004). Eesti kodanike poliitiline aktiivsus ja usaldus. Rmt.: V. Kalmus & M. Lauristin & P. Pruulmann-Vengerfeldt (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina.Maailm.Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Runnel, P. & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2004). Mobiilid, arvutid, internetid: Eesti infoühiskonna künnisel. Rmt.: V.Kalmus & M. Lauristin & P. Pruulmann-Vengerfeldt (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina.Maailm.Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

SORA (Institute for Social Research and Analysis) 2005 - EUYOUNGART – Youth, Politics and the Future of European Democracy.

<http://www.alli.fi/youth/research/ibyr/news/EUYOUNGART2005.htm>. Vaadatud 18. aprill 2007

Šein, H. (2004). Televisioon Eestis 1955-2004 Rmt.: Rmt.: P. Vihalemm (toim.). Meedia-süsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Taru, M. & Toomla, R. (2003). Eesti elanike valimiskäitumise motiivid ja mehhanismid. Riigikogu toimetised nr 7.

<http://www.riigikogu.ee/rva/toimetised/rito7/artiklid/13taru&toomla.htm> . Vaadatud 18. veebruar 2007

Timm, N. (2003). Noorte osalus poliitilises otsustusprotsessi: teooria ja praktika Eesti kohalikes omavalitsustes. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn.

Toomla, R. (2004). Eesti riik ja ühiskond. Loengukonspekt.

http://www.ut.ee/SOPL/04k/kursused/Eriik&yk_lyym.htm. Vaadatud 15. veebruar 2007

Tubli, K. & Mere, M. & Tshursin, M. & Mäe, K. (2003). Erinevad diskursused Meediapäeva tekstides. Ettekanne. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.

http://www.ut.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=52434/kristo_mae_margus_mere_karii_na_tshursin_kristiina_tubli.doc. Vaadatud 20. jaanuar 2007

Vetik, R. (2002) Usaldus riigi institutsioonides vastu Eestis. Riigikogu toimetised nr 5, 2002, 18. veebruar 2007 <http://www.riigikogu.ee/rva/toimetised/rito5/artiklid/17vetik.htm>

Vihalemm, P. (2006). Media Use in Estonia: Trends and Patterns. Nordicom Review 27.

http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/226_vihalemm.pdf. Vaadatud 19. jaanuar 2007

Vihalemm, P. & Kõuts, R. (2004). Trükisõna ja lugejaskond Eestis 1965-2004. Rmt.: P. Vihalemm (toim.). Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Vihalemm, P. & Lõhmus, M. & Jakobson, V. (2004). Ühiskond meediaruumis: traditsiooniline meedia. Rmt.: V. Kalmus & M. Lauristin & P. Pruulmann-Vengerfeldt (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Vihalemm, T. & Kalmus, V. (2004). Eesti siirdekultuuri väärtused. Rmt.: V. Kalmus & M. Lauristin & P. Pruulmann-Vengerfeldt (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

Vihalemm, T. & Masso, A. (2004). Kollektiivsed identiteedid siirdeaja Eestis. Rmt.: V. Kalmus & M. Lauristin & P. Pruulmann-Vengerfeldt (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus

ÜRO kodulehekül, Frequently Asked Questions.

<http://www.un.org/esa/socdev/unyin/qanda.htm#1>. Vaadatud 15. jaanuar 2007

ÜRO maailma noorteraport 2003: noorte inimeste globaalne olukord.

<http://www.un.org/esa/socdev/unyin/documents/covercontentsoverview.pdf>. Vaadatud 15. jaanuar 2007

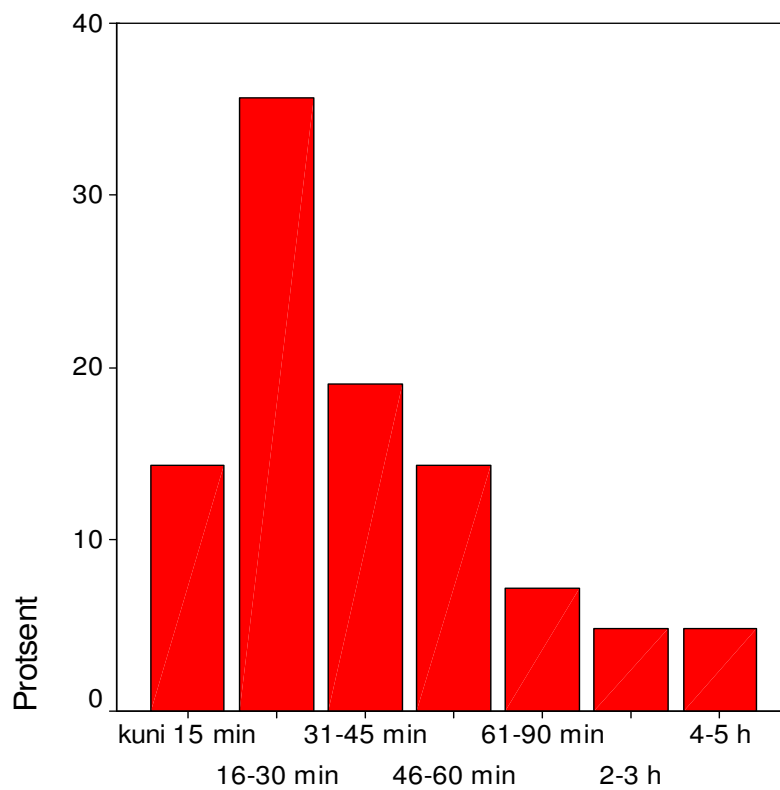
Young Europeans in 2001. Results of a European opinion poll.

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_151_summ_en.pdf. Vaadatud 27. aprill 2007

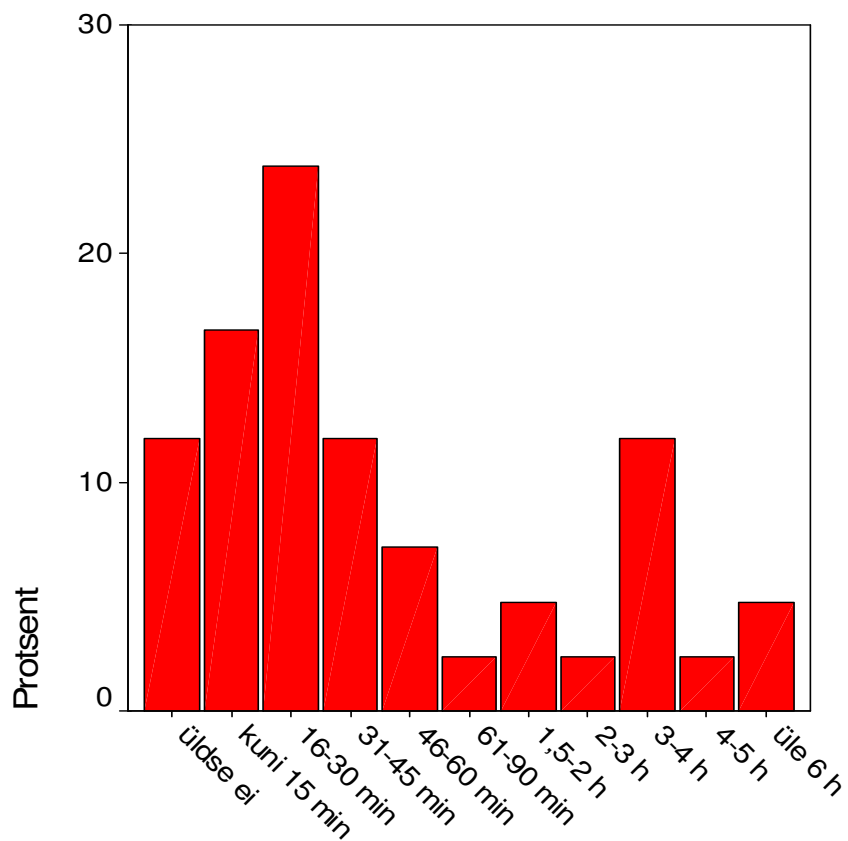
Lisad

Lisa 1. Lisatabelid ja -joonised

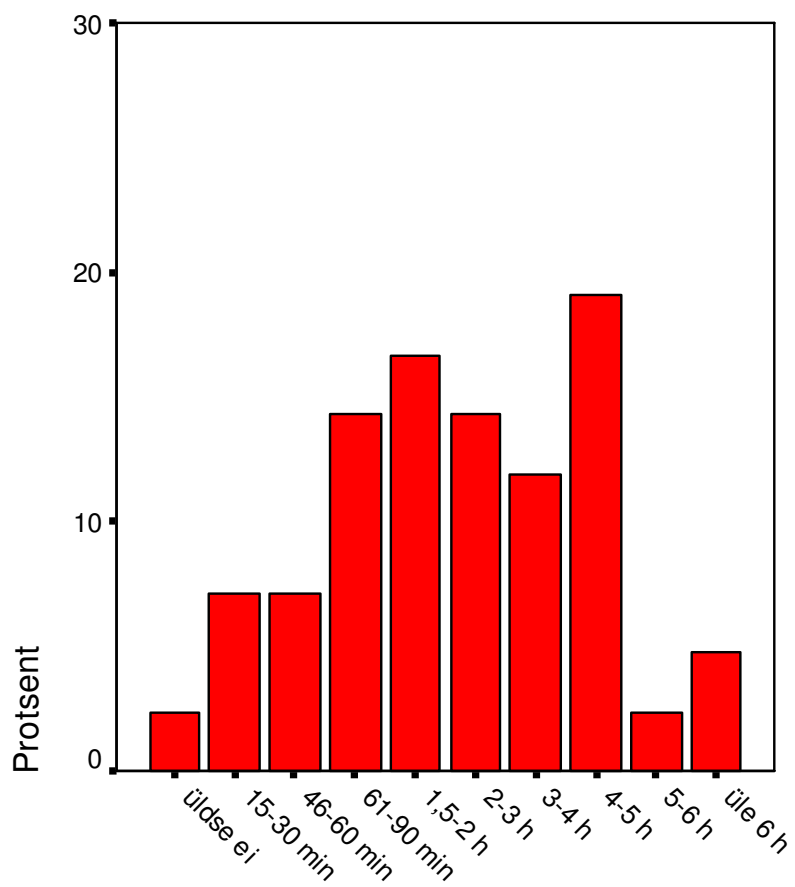
Lisajoonis 1. Ajalehtede, ajakirjade ja raamatute lugemisele keskmiselt kuluv aeg



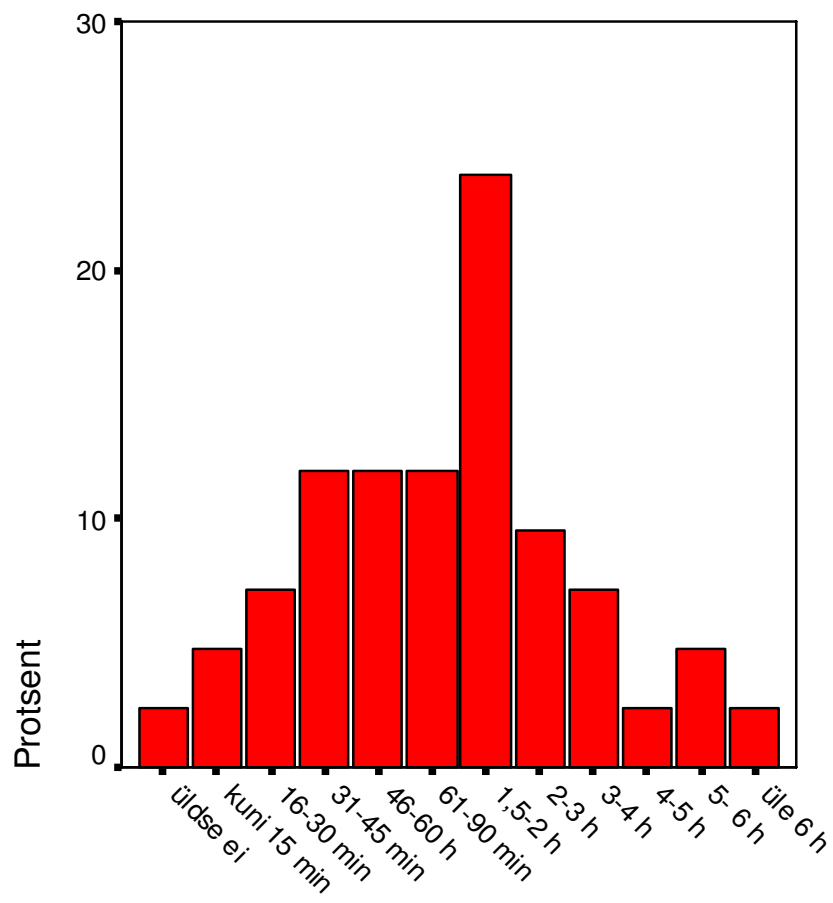
Lisajoonis 2. Raadio kuulamisele päevas keskmiselt kuluv aeg



Lisajoonis 3. Televisiooni vaatamisele päevas keskmiselt kuluv aeg



Lisajoonis 4. Interneti kasutamisele päevas keskmiselt kuluv aeg



		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Kodu varustatus kommunikatsioonivahenditega	puudub, väga vähene	3,8%	2,1%
	vähene	26,9%	8,5%
	keskmine	34,6%	23,4%
	suur	21,2%	44,7%
	väga suur	13,5%	21,3%
Kommunikatsioonitehnika kättesaamatus (tahaks, aga ei saa)	puudub, väga vähene	61,5%	59,6%
	vähene	5,8%	21,3%
	keskmine	15,4%	10,6%
	suur	9,6%	6,4%
	väga suur	7,7%	2,1%

Lisatabel 1. Kodu varustatus kommunikatsioonivahenditega ja meediatarbimise aktiivsus

	ei ühtegi või ei märgi	üks leht käib	kaks lehte	kolm või rohkem
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	82,7%	11,5%	3,8%	1,9%
Aktiivsed noored meediatarbijad	83,0%	12,8%	4,3%	
Keskmine	83,8%	10,8%	3,6%	1,8%

Lisatabel 2. Kojutellitud lehtede arv ja meediatarbimise aktiivsus

Kui sageli loete järgmiseid ajalehti:		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Postimees	Vastamata	44,2%	36,2%
	Üldse mitte	7,7%	6,4%
	Väga harva	9,6%	21,3%
	Juhuslikult, vahetevahel	17,3%	23,4%
	Pidevalt, ehkki mitte iga numbrit	15,4%	6,4%
	Järjekindlalt iga numbrit	5,8%	6,4%
Eesti Päevaleht	Vastamata	42,3%	34,0%
	Üldse mitte	11,5%	23,4%
	Väga harva	15,4%	12,8%
	Juhuslikult, vahetevahel	23,1%	27,7%
	Pidevalt, ehkki mitte iga numbrit	7,7%	2,1%
	Järjekindlalt iga numbrit		
SL Õhtuleht	Vastamata	44,2%	34,0%
	Üldse mitte	5,8%	14,9%
	Väga harva	11,5%	6,4%
	Juhuslikult, vahetevahel	25,0%	27,7%
	Pidevalt, ehkki mitte iga numbrit	7,7%	10,6%
	Järjekindlalt iga numbrit	5,8%	6,4%
Aripäev	Vastamata	44,2%	36,2%
	Üldse mitte	26,9%	36,2%
	Väga harva	11,5%	8,5%
	Juhuslikult, vahetevahel	17,3%	12,8%
	Pidevalt, ehkki mitte iga numbrit		2,1%
	Järjekindlalt iga numbrit		4,3%
Eesti Ekspress	Vastamata	44,2%	36,2%
	Üldse mitte	23,1%	14,9%
	Väga harva	15,4%	19,1%
	Juhuslikult, vahetevahel	7,7%	19,1%
	Pidevalt, ehkki mitte iga numbrit	5,8%	8,5%
	Järjekindlalt iga numbrit	3,8%	2,1%
Maaleht	Vastamata	44,2%	36,2%
	Üldse mitte	34,6%	34,0%
	Väga harva	13,5%	21,3%
	Juhuslikult, vahetevahel	3,8%	8,5%
	Pidevalt, ehkki mitte iga numbrit	1,9%	
	Järjekindlalt iga numbrit	1,9%	
Sirp	Vastamata	44,2%	36,2%
	Üldse mitte	50,0%	46,8%
	Väga harva	5,8%	10,6%
	Juhuslikult, vahetevahel		6,4%
	Pidevalt, ehkki mitte iga numbrit		
	Järjekindlalt iga numbrit		

Lisatabel 3. Ajalehtede lugemise regulaarsus ja meediatarbimise aktiivsus

	väga vähe	vähe	keskmiselt	suurel määral	väga palju
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	43,3%	43,3%	10,0%	3,3%	
Aktiivsed noored meediatarbijad	9,4%	62,5%	21,9%	6,3%	
Keskmine	28,1%	43,0%	19,3%	7,0%	2,6%

Lisatabel 4. TV arutlus- ja dokumentaalsaadete jälgimine ning meediatarbimise aktiivsus

	väga vähe	vähe	keskmiselt	suurel määral	väga palju
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	20,0%	33,3%	40,0%	3,3%	3,3%
Aktiivsed noored meediatarbijad	9,4%	18,8%	28,1%	21,9%	21,9%
Keskmine	12,3%	25,4%	30,7%	16,7%	14,9%

Lisatabel 5. TV meelelahutussaadete jälgimine ning meediatarbimise aktiivsus

	väga vähe	vähe	keskmiselt	suurel määral	väga palju
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	18,2%	31,8%	40,9%	9,1%	
Aktiivsed noored meediatarbijad	20,0%	20,0%	26,7%	20,0%	13,3%
Keskmine	17,0%	24,5%	34,0%	17,0%	7,5%

Lisatabel 6. Lääne meediakanalite jälgimine ning meediatarbimise aktiivsus

	väga halb	halb	keskmine	hea	väga hea
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	23,1%	23,1%	26,9%	21,2%	5,8%
Aktiivsed noored meediatarbijad	10,6%	14,9%	31,9%	31,9%	10,6%
Keskmine	18,0%	17,4%	29,3%	28,1%	7,2%

Lisatabel 7. Informeeritus ja meediatarbimise aktiivsus

	Olen pigem nõus, et Eesti ajakirjanduse tase käib alla, tema usaldusväärsus kahaneb	Ei tea, ei oska öelda	Olen pigem nõus, et Eesti ajakirjanduse tase paraneb, tema usaldusväärsus tõuseb	Olen täiesti nõus, et Eesti ajakirjanduse tase paraneb, tema usaldusväärsus tõuseb
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	5	7	3	1
Keskmise aktiivsusega noored meediatarbijad	10	8	5	1
Aktiivsed noored meediatarbijad	1	1		
Kokku	16	16	8	2

Lisatabel 8. Hinnangud Eesti ajakirjanduse usaldusväärsole ja meediatarbimise aktiivsusele Jõhvi Gümnaasiumi näitel

		vastamata	üldse mitte	mõni kord aastas	mõni kord kuus	paar korda nädalas	praktiliselt iga päev
Ajalehtede lugemine internetis	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	21,2%	17,3%	15,4%	19,2%	13,5%	13,5%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	6,4%	10,6%	10,6%	31,9%	23,4%	17,0%
	Keskmine	10,8%	12,6%	14,4%	23,4%	20,4%	18,6%
Telesaadete vaatamine internetis	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	21,2%	46,2%	19,2%	7,7%	3,8%	1,9%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	6,4%	42,6%	21,3%	21,3%	4,3%	4,3%
	Keskmine	11,4%	48,5%	18,6%	13,8%	6,0%	1,8%
Raadio kuulamine internetis	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	21,2%	26,9%	13,5%	21,2%	11,5%	5,8%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	6,4%	25,5%	23,4%	14,9%	14,9%	14,9%
	Keskmine	11,4%	28,7%	17,4%	19,2%	14,4%	9,0%
Portaalides suhtlemine kommentaaride lugemine	Väheaktiivsed noored meediatarbijad	21,2%	17,3%	11,5%	15,4%	23,1%	11,5%
	Aktiivsed noored meediatarbijad	8,5%	10,6%	21,3%	14,9%	27,7%	17,0%
	Keskmine	11,4%	15,6%	13,8%	18,6%	24,6%	16,2%

Lisatabel 9. Internetimeedia ja meediatarbimise aktiivsus

		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Keskmise aktiivsusega noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Internetiteleviisioon	üldse mitte	5	5	1
	mõni kord aastas	2	7	1
	mõni kord kuus	5	6	
	paar korda nädalas	3	5	
	praktiliselt iga päev	1	1	
Internetiraadio	üldse mitte	3	3	
	mõni kord aastas	3	4	
	mõni kord kuus	7	6	1
	paar korda nädalas	3	5	
	praktiliselt iga päev		6	1
Ajalehtede lugemine veebis	üldse mitte		1	
	mõni kord aastas	3	2	
	mõni kord kuus	3	4	
	paar korda nädalas	4	10	2
	praktiliselt iga päev	6	7	
Portaalides suhtlemine ja kommentaaride lugemine	üldse mitte	1		
	mõni kord aastas	3	3	
	mõni kord kuus	1	5	
	paar korda nädalas	5	7	1
	praktiliselt iga päev	6	9	1
Kommentaare kirjutamine	üldse mitte	6	2	
	mõni kord aastas	4	8	1
	mõni kord kuus	2	6	
	paar korda nädalas	3	5	1
	praktiliselt iga päev	1	3	
Blogide lugemine ja kommenteerimine	üldse mitte	6	5	
	mõni kord aastas	4	5	
	mõni kord kuus	3	6	1
	paar korda nädalas	2	5	1
	praktiliselt iga päev	1	3	

Lisatabel 10. Internetimeedia ja meediatarbimise aktiivsus Jõhvi Gümnaasiumi näitel

	vastamata	paremuse suunas	jääb samaks, midagi ei muutu	halvemuse suunas	ei tea, ei oska öelda
15-17	31,0%	45,2%	11,9%	7,1%	4,8%
18-24	33,3%	50,3%	8,2%	4,1%	4,1%
25-34	30,0%	47,8%	13,7%	3,4%	5,1%
35-44	28,4%	47,0%	15,4%	5,3%	3,9%
45-54	34,7%	30,9%	19,7%	9,7%	5,0%
55-64	26,5%	39,0%	21,5%	7,0%	6,0%
65-74	31,1%	31,6%	24,0%	10,2%	3,1%
Keskmine	30,6%	41,2%	17,0%	6,6%	4,5%

Lisatabel 11. Suhtumine muutustesse oma pere elus vanuserühmades

Vanus	vastamata	rõõmustavad	pigem rõõmustavad kui kurvastavad	raske öelda	pigem kurvastavad kui rõõmustavad	Kurvastavad
15-17		14,5%	56,5%	18,8%	10,1%	
18-24		21,0%	46,0%	24,6%	6,3%	2,2%
25-34	,4%	15,9%	48,1%	25,4%	9,2%	1,1%
35-44		14,9%	53,5%	22,0%	7,9%	1,7%
45-54		9,9%	45,2%	24,7%	17,5%	2,7%
55-64	,5%	17,8%	43,8%	18,8%	19,2%	
65-74	1,1%	11,8%	45,7%	21,5%	16,7%	3,2%
Kokku	,3%	15,1%	47,6%	22,9%	12,4%	1,7%

Lisatabel 12. Hinnang viimase 15 aasta muutustele vanuserühmades

	vastamata	areng läheb paremuse suunas	kõik jääb samaks, midagi ei muutu	areng läheb halvemuse suunas	ei tea, ei oska öelda
15-17	2,4%	73,8%	9,5%	4,8%	9,5%
18-24	,6%	49,7%	21,1%	9,4%	19,3%
25-34	1,4%	44,7%	21,5%	10,9%	21,5%
35-44		41,8%	28,4%	7,4%	22,5%
45-54	,8%	37,5%	27,8%	10,8%	23,2%
55-64	3,0%	45,0%	23,5%	9,0%	19,5%
65-74	1,8%	44,9%	20,0%	9,8%	23,6%
Keskmine	1,2%	44,3%	23,6%	9,4%	21,4%

Lisatabel 13. Hinnang Eesti arengule lähiajal vanuserühmades

Hinnangud erinevate valdkondade arengule		15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
10. Eesti majanduse areng	vastamata	2,6%	1,0%	,7%	1,2%	1,0%	1,0%	1,8%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	19,0%	11,6%	11,0%	9,3%	14,4%	9,8%	14,3%
	Täiesti negatiivsed	2,5%	1,9%	2,7%	1,1%	1,2%		2,2%
	Üldiselt negatiivsed	17,0%	10,6%	10,4%	8,5%	14,2%	10,5%	6,3%
	Üldiselt positiivsed	51,8%	67,4%	66,4%	71,2%	64,8%	69,2%	69,2%
	Väga positiivsed	7,1%	7,5%	8,8%	8,6%	4,4%	9,6%	6,3%
11. Demokraatia areng	vastamata		2,2%	1,9%	2,2%	1,7%	4,6%	4,8%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	37,8%	28,1%	28,4%	25,0%	19,9%	19,4%	22,4%
	Täiesti negatiivsed	2,6%	2,0%	7,2%	3,7%	4,6%	2,9%	2,6%
	Üldiselt negatiivsed	19,3%	15,3%	14,7%	13,5%	17,8%	16,5%	19,7%
	Üldiselt positiivsed	29,1%	50,3%	42,8%	49,9%	53,8%	52,1%	47,0%
	Väga positiivsed	11,3%	2,2%	5,0%	5,7%	2,2%	4,4%	3,5%
12. Isikuvabadused ja inimõigused	vastamata	2,2%	1,9%	3,0%	2,6%	1,4%	1,0%	2,2%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	16,5%	16,1%	16,5%	17,5%	11,4%	15,8%	15,8%
	Täiesti negatiivsed	2,4%	2,7%	6,6%	4,8%	6,2%	2,0%	2,2%
	Üldiselt negatiivsed	7,1%	14,3%	13,8%	14,0%	12,6%	16,4%	12,9%
	Üldiselt positiivsed	62,2%	54,2%	51,9%	52,2%	60,5%	57,3%	59,4%
	Väga positiivsed	9,6%	10,7%	8,3%	8,9%	7,8%	7,5%	7,5%
13. Inimeste materiaalne heaolu ja tarbimis-võimalused	vastamata		,6%	1,5%	,3%	1,0%	,5%	2,7%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	2,6%	6,6%	3,2%	6,9%	5,7%	2,5%	11,1%
	Täiesti negatiivsed	2,6%	4,9%	5,1%	5,3%	8,4%	6,8%	3,0%
	Üldiselt negatiivsed	36,0%	27,3%	23,3%	26,5%	29,5%	26,4%	23,3%
	Üldiselt positiivsed	44,9%	51,9%	60,0%	56,5%	51,3%	59,0%	55,9%
	Väga positiivsed	13,9%	8,7%	7,0%	4,4%	4,1%	4,7%	3,9%
14. Tehniline areng, uute masinate, tehnoloogiate kasutamine	vastamata	2,2%	1,1%	,4%	,9%	,6%	,5%	2,1%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	14,6%	5,8%	7,7%	9,1%	9,9%	13,2%	18,9%
	Täiesti negatiivsed			,3%	,3%	1,4%		,9%
	Üldiselt negatiivsed	2,6%	2,2%	4,5%	4,1%	6,9%	5,9%	3,1%
	Üldiselt positiivsed	47,8%	53,6%	57,0%	58,4%	63,0%	58,0%	54,5%
	Väga positiivsed	32,7%	37,3%	30,2%	27,2%	18,3%	22,4%	20,4%
15. Sotsiaalne õiglus	vastamata		,6%	1,1%	1,6%	1,0%	1,0%	3,5%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	35,9%	24,6%	15,6%	17,1%	16,3%	12,9%	20,9%
	Täiesti negatiivsed		7,7%	12,2%	11,3%	14,7%	12,4%	12,1%
	Üldiselt negatiivsed	26,6%	27,8%	39,2%	37,6%	39,1%	36,4%	32,8%
	Üldiselt positiivsed	37,5%	36,7%	29,0%	31,2%	28,2%	35,3%	28,9%
	Väga positiivsed		2,7%	2,9%	1,2%	,7%	2,0%	1,7%
16. Õiguskord ja	vastamata		1,2%	1,6%	,9%	2,4%	1,5%	2,2%

seadustest kinnipidamine	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	25,8%	16,2%	16,5%	16,5%	16,8%	11,8%	19,9%
	Täiesti negatiivsed	2,4%	5,4%	10,6%	7,6%	11,8%	8,1%	6,6%
	Üldiselt negatiivsed	41,1%	35,8%	38,0%	35,4%	35,0%	41,6%	35,3%
	Üldiselt positiivsed	23,9%	40,0%	30,8%	37,8%	32,9%	35,5%	34,6%
	Väga positiivsed	6,9%	1,5%	2,6%	1,9%	1,2%	1,5%	1,3%
17. Eesti keele ja rahvuskultuuri olukord	Vastamata		,6%	1,5%	1,5%	1,0%	,5%	1,7%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	19,4%	21,0%	16,5%	15,3%	12,1%	6,9%	15,9%
	Täiesti negatiivsed	4,8%	6,3%	4,1%	4,4%	4,3%	2,4%	,9%
	Üldiselt negatiivsed	26,8%	19,6%	20,3%	16,8%	18,5%	17,6%	11,2%
	Üldiselt positiivsed	42,2%	46,6%	53,2%	56,4%	57,4%	66,0%	61,4%
	Väga positiivsed	6,9%	6,0%	4,3%	5,6%	6,8%	6,5%	8,9%
18. Rahvussuhted, mitte-eestlaste integratsioon	vastamata		,6%	1,7%	2,0%	1,7%	1,0%	2,2%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	26,6%	23,4%	22,8%	21,3%	20,9%	18,5%	28,1%
	Täiesti negatiivsed		4,5%	8,3%	6,8%	6,7%	5,4%	4,9%
	Üldiselt negatiivsed	14,4%	29,0%	25,8%	24,5%	29,4%	26,9%	25,1%
	Üldiselt positiivsed	45,7%	39,8%	40,2%	44,3%	40,5%	45,2%	37,1%
	Väga positiivsed	13,3%	2,8%	1,2%	1,0%	,7%	3,0%	2,6%
19. Hea hariduse saamise võimalused	vastamata		,6%	,4%	,6%	,3%	,5%	,9%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	7,3%	2,2%	5,5%	4,8%	5,8%	6,7%	12,6%
	Täiesti negatiivsed	7,1%	4,7%	4,2%	6,8%	6,9%	4,4%	4,9%
	Üldiselt negatiivsed	12,4%	22,5%	15,3%	19,0%	23,9%	16,4%	23,0%
	Üldiselt positiivsed	40,6%	51,6%	56,5%	53,8%	49,7%	54,0%	48,7%
	Väga positiivsed	32,5%	18,4%	18,2%	15,1%	13,4%	18,0%	10,0%
20. Hea töökoha saamise võimalused	vastamata		,6%	,7%	,6%	,3%	1,5%	,4%
	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	22,1%	4,5%	5,9%	4,6%	4,9%	8,0%	20,3%
	Täiesti negatiivsed	12,1%	8,6%	8,2%	12,0%	14,4%	13,3%	8,9%
	Üldiselt negatiivsed	26,1%	35,0%	33,8%	33,9%	43,2%	38,5%	43,2%
	Üldiselt positiivsed	23,2%	43,1%	42,5%	42,5%	32,1%	34,6%	25,6%
	Väga positiivsed	16,5%	8,2%	8,8%	6,3%	5,1%	4,0%	1,7%

Lisatabel 14. Hinnangud erinevate valdkondade arengule
Eestis vanuserühmades

		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Eesti rahvusvaheline positsioon	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	9,6%	4,3%
	negatiivsed	9,6%	8,6%
	positiivsed	78,9%	85,1%
Eesti majanduse areng	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	15,4%	4,3%
	negatiivsed	21,1%	14,9%
	positiivsed	71,1%	78,8%
Demokraatia areng	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	30,8%	23,4%
	negatiivsed	19,2%	19,1%
	positiivsed	46,1%	53,2%
Isikuvabadused ja inimõigused	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	17,3%	19,1%
	negatiivsed	17,3%	8,5%
	positiivsed	61,5%	70,2%
Inimeste materiaalne heaolu ja tarbimisvõimalused	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	7,7%	
	negatiivsed	38,5%	39,8%
	positiivsed	53,9%	68,1%
Tehniline areng, uute masinate, tehnoloogiate kasutamine	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	3,8%	4,3%
	negatiivsed	1,9%	
	positiivsed	94,3%	93,8%
Sotsiaalne õiglus	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	32,7%	14,9%
	negatiivsed	40,3%	36,1%
	positiivsed	26,9%	46,9%
Õiguskord ja seadustest kinnipidamine	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	19,2%	10,6%
	negatiivsed	38,5%	42,6%
	positiivsed	42,3%	42,5%
Eesti keele ja rahvuskultuuri olukord	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	26,9%	8,5%
	negatiivsed	25,0%	21,3%
	positiivsed	48,1%	68,1%
Rahvussuhted, mitte-eestlaste integratsioon	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	30,8%	19,1%
	negatiivsed	28,9%	34,0%
	positiivsed	40,4%	44,7%
Hea hariduse saamise võimalused	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	3,8%	4,3%
	negatiivsed	40,4%	29,8%
	positiivsed	55,8%	63,9%
Hea töökooha saamise võimalused	Ei tea, ei ole sellele mõelnud	3,8%	6,4%
	negatiivsed	48,1%	42,6%
	positiivsed	59,5%	49,0%

Lisatabel 15. Hinnangud erinevate valdkondade arengule viimase kolme aasta jooksul ning meediatarbimise aktiivsus

Vanus	puudub, väga nõrk	nõrk	märkimisväärne	tugev	väga tugev
15-17	7,1%	44,3%	17,1%	14,3%	17,1%
18-24	11,6%	23,2%	24,1%	25,9%	15,2%
25-34	16,2%	22,2%	26,4%	19,0%	16,2%
35-44	17,1%	20,4%	27,9%	17,1%	17,5%
45-54	16,0%	23,3%	24,8%	18,7%	17,2%
55-64	13,0%	21,6%	20,7%	22,6%	22,1%
65-74	14,6%	19,5%	15,7%	26,5%	23,8%
Keskmine	14,5%	22,9%	23,4%	20,9%	18,3%

Lisatabel 16. Sotsiaalne orientatsioon vanuserühmades

Vanus	puudub, väga nõrk	nõrk	märkimisväärne	tugev	väga tugev
15-17	30,9%	26,5%	19,1%	19,1%	4,4%
18-24	24,2%	38,6%	23,3%	6,3%	7,6%
25-34	24,6%	28,5%	27,8%	10,2%	8,8%
35-44	22,9%	33,3%	32,9%	6,3%	4,6%
45-54	25,9%	29,7%	28,9%	11,4%	4,2%
55-64	30,1%	32,1%	24,9%	7,2%	5,7%
65-74	38,4%	28,1%	19,5%	8,6%	5,4%
Keskmine	27,3%	31,4%	26,3%	9,0%	6,0%

Lisatabel 17. Liberaalne orientatsioon vanuserühmades

vanus	vasakpoolsed vaated	-2	-1	0	1	2	Parempoolsed vaated	ei oska või ei taha end niiviisi määratleda
15-17			11,5%	16,4%	4,9%	13,1%	8,2%	45,9%
18-24		5,5%	5,0%	10,6%	10,6%	6,5%	1,5%	60,3%
25-34		3,4%	4,2%	11,8%	6,5%	14,9%	3,4%	55,7%
35-44	1,8%	3,1%	5,8%	15,6%	6,3%	13,8%	4,0%	49,6%
45-54	1,2%	4,8%	6,4%	11,2%	6,0%	11,2%	3,2%	55,8%
55-64	,5%	7,5%	8,0%	11,6%	6,0%	8,5%	5,0%	52,8%
65-74	1,8%	9,0%	8,4%	6,0%	4,2%	8,4%	6,6%	55,4%
Kokku	,8%	5,1%	6,4%	11,6%	6,5%	11,0%	4,0%	54,5%

Lisatabel 18. Enesehinnang parem-vasakpoolsuse skaalal vanuserühmades

	-2	-1	0	1	2	parempoolsed vaated	ei oska, ei taha end niiviisi määratleda
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	8,5%	4,3%	12,8%	10,6%	4,3%	2,1%	57,4%
Aktiivsed noored meediatarbijad	2,5%	5,0%	12,5%	7,5%	7,5%	2,5%	62,5%
Keskmine	5,4%	5,4%	10,1%	10,1%	7,4%	1,3%	60,4%

Lisatabel 19. Noorte enesehinnang parem-vasakpoolsuse skaalal ja meediatarbimise aktiivsus

		15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
A. Eesti Vabariigis on võimalik elus edasi jõuda igaühel, kellel on piisavalt töökust ja vaimuandeid – B. Selleks, et Eesti Vabariigis elus edasi jõuda, on rohkem vaja tutvusi ja raha kui töökust ja vaimuandeid	vastamata	2,4%		1,0%		,8%	1,5%	,9%
	Olen täiesti nõus A-ga	16,7%	15,8%	15,4%	15,8%	11,6%	19,5%	18,7%
	Olen pigem nõus A-ga	42,9%	29,8%	23,2%	26,7%	23,6%	22,0%	25,8%
	Raske öelda	7,1%	11,1%	9,6%	11,6%	10,0%	10,5%	10,2%
	Olen pigem nõus B-ga	23,8%	32,2%	31,7%	30,9%	36,3%	30,0%	31,6%
	Olen täiesti nõus B-ga	7,1%	11,1%	19,1%	15,1%	17,8%	16,5%	12,9%
A. Inimese heaolu peaks sõltuma eelkõige sellest, kuidas ta ise suudab enda ja oma pere eest hoolitseda – B. Riik peaks aitama nõrgematel ja vähem suutlikel inimväärselt eluga toime tulla	vastamata			,7%	,4%	,4%	1,0%	1,8%
	Olen täiesti nõus A-ga	4,8%	8,2%	9,9%	9,1%	10,0%	11,5%	11,6%
	Olen pigem nõus A-ga	21,4%	24,0%	21,8%	22,5%	21,6%	22,5%	15,6%
	Raske öelda	7,1%	12,9%	13,3%	13,3%	10,8%	7,5%	12,4%
	Olen pigem nõus B-ga	38,1%	34,5%	31,1%	33,0%	34,4%	39,5%	30,2%
	Olen täiesti nõus B-ga	28,6%	20,5%	23,2%	21,8%	22,8%	18,0%	28,4%
A. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kasulik – B. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kahjulik	vastamata	2,4%	,6%	,7%	,4%	,8%		2,2%
	Olen täiesti nõus A-ga	9,5%	10,5%	10,2%	12,3%	9,7%	13,0%	7,1%
	Olen pigem nõus A-ga	26,2%	29,8%	31,1%	34,0%	28,6%	25,0%	22,2%
	Raske öelda	52,4%	44,4%	35,2%	31,2%	33,2%	30,0%	26,2%
	Olen pigem nõus B-ga	7,1%	10,5%	17,4%	14,7%	20,8%	21,5%	26,2%
	Olen täiesti nõus B-ga	2,4%	4,1%	5,5%	7,4%	6,9%	10,5%	16,0%
A. Mitte-eestlaste suurem osalus Eesti poliitikas ja majanduses on Eestile kasulik – B. Mitte-eestlaste suurem osalus Eesti poliitikas ja majanduses on Eestile kahjulik	vastamata		,6%	,7%	,4%	,4%	1,0%	1,3%
	Olen täiesti nõus A-ga	4,8%	9,9%	11,6%	11,6%	15,1%	11,0%	11,6%
	Olen pigem nõus A-ga	23,8%	21,1%	22,5%	23,2%	31,7%	27,5%	26,7%
	Raske öelda	28,6%	39,2%	40,3%	37,9%	25,9%	30,5%	32,0%
	Olen pigem nõus B-ga	28,6%	21,1%	15,0%	18,2%	17,8%	21,0%	16,9%
	Olen täiesti nõus B-ga	14,3%	8,2%	9,9%	8,8%	9,3%	9,0%	11,6%
A. Haridus, sealhulgas kõrgharidus peab olema võimalikult paljudele Eesti noortele tasuta kättesaadav – B. Haridus, eeskätt kõrg-haridus on osa turumajandusest ning noored peaksid vähemalt osaliselt tasuma selle eest ise	vastamata			,3%	,4%	,8%	1,0%	1,8%
	Olen täiesti nõus A-ga	61,9%	60,2%	50,5%	39,3%	42,9%	39,5%	46,2%
	Olen pigem nõus A-ga	31,0%	25,1%	28,7%	35,8%	31,7%	29,5%	21,8%
	Raske öelda		5,3%	5,1%	7,7%	6,2%	7,0%	10,2%
	Olen pigem nõus B-ga	4,8%	8,2%	11,6%	14,7%	14,7%	17,5%	15,6%
	Olen täiesti nõus B-ga	2,4%	1,2%	3,8%	2,1%	3,9%	5,5%	4,4%
A. Turg suudab end ise reguleerida ja ei vaja riigi sekkumist – B. Riik peab avalikkuse huvides turgu reguleerima	vastamata			,7%	,4%	1,2%		1,3%
	Olen täiesti nõus A-ga	7,1%	7,0%	4,1%	3,9%	3,1%	4,5%	5,8%
	Olen pigem nõus A-ga	31,0%	15,2%	16,7%	17,5%	15,8%	11,0%	14,2%
	Raske öelda	23,8%	31,6%	33,1%	26,7%	24,3%	24,5%	24,0%
	Olen pigem nõus B-ga	21,4%	36,8%	33,8%	34,7%	38,6%	43,0%	36,0%
	Olen täiesti nõus B-ga	16,7%	9,4%	11,6%	16,8%	17,0%	17,0%	18,7%

55. Eesti arengu huvides on hoida maksud võimalikult madalad - Maksud peaksid olema Eestis küllalt suured, et tagada sotsiaalset heaolu	vastamata		,6%	1,0%		,8%	1,5%	2,7%
	Olen täiesti nõus A-ga	11,9%	20,5%	27,6%	21,4%	22,0%	18,5%	15,1%
	Olen pigem nõus A-ga	45,2%	37,4%	31,7%	41,1%	35,9%	32,5%	26,2%
	Raske öelda	31,0%	27,5%	27,3%	23,5%	27,8%	25,5%	30,7%
	Olen pigem nõus B-ga	11,9%	10,5%	10,9%	11,9%	10,8%	16,0%	18,7%
	Olen täiesti nõus B-ga		3,5%	1,4%	2,1%	2,7%	6,0%	6,7%

Lisatabel 20. Hinnangud sotsiaalsuse-liberaalsusega seotud väidete paaridele vanuserühmades

		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
A. Eesti Vabariigis on võimalik elus edasi jõuda igaühel, kellel on piisavalt töökust ja vaimuandeid – B. Selleks, et Eesti Vabariigis elus edasi jõuda, on rohkem vaja tutvusi ja raha kui töökust ja vaimuandeid	Olen täiesti nõus A-ga	15,4%	17,0%
	Olen pigem nõus A-ga	28,8%	23,4%
	Raske öelda	15,4%	12,8%
	Olen pigem nõus B-ga	28,8%	34,0%
	Olen täiesti nõus B-ga	11,5%	12,8%
A. Inimese heaolu peaks sõltuma eelkõige sellest, kuidas ta ise suudab enda ja oma pere eest hoolitseda – B. Riik peaks aitama nõrgematel ja vähem suutlikel inimväärselt eluga toime tulla	Olen täiesti nõus A-ga	7,7%	6,4%
	Olen pigem nõus A-ga	26,9%	23,4%
	Raske öelda	15,4%	10,6%
	Olen pigem nõus B-ga	36,5%	34,0%
	Olen täiesti nõus B-ga	13,5%	25,5%
A. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kasulik – B. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kahjulik	Vastamata		2,1%
	Olen täiesti nõus A-ga	15,4%	2,1%
	Olen pigem nõus A-ga	21,2%	31,9%
	Raske öelda	48,1%	53,2%
	Olen pigem nõus B-ga	13,5%	4,3%
	Olen täiesti nõus B-ga	1,9%	6,4%
A. Mitte-eestlaste suurem osalus Eesti poliitikas ja majanduses on Eestile kasulik – B. Mitte-eestlaste suurem osalus Eesti poliitikas ja majanduses on Eestile kahjulik	Vastamata		
	Olen täiesti nõus A-ga	17,3%	6,4%
	Olen pigem nõus A-ga	17,3%	23,4%
	Raske öelda	46,2%	44,7%
	Olen pigem nõus B-ga	15,4%	12,8%
	Olen täiesti nõus B-ga	3,8%	12,8%
A. Haridus, sealhulgas kõrgharidus peab olema võimalikult paljudele Eesti noortele tasuta kättesaadav – B. Haridus, eeskätt kõrgharidus on osa turumajandusest ning noored peaksid vähemalt osaliselt tasuma selle eest ise	Olen täiesti nõus A-ga	44,2%	72,3%
	Olen pigem nõus A-ga	30,8%	23,4%
	Raske öelda	11,5%	
	Olen pigem nõus B-ga	9,6%	4,3%
	Olen täiesti nõus B-ga	3,8%	
A. Turg suudab end ise reguleerida ja ei vaja riigi sekkumist – B. Riik peab avalikkuse huvides turgu reguleerima	Olen täiesti nõus A-ga	7,7%	4,3%
	Olen pigem nõus A-ga	11,5%	19,1%
	Raske öelda	30,8%	27,7%
	Olen pigem nõus B-ga	32,7%	46,8%
	Olen täiesti nõus B-ga	17,3%	2,1%
A. Eesti arengu huvides on hoida maksud võimalikult madalad – B. Maksud peaksid olema Eestis küllalt suured, et tagada sotsiaalset heaolu	Olen täiesti nõus A-ga	15,4%	27,7%
	Olen pigem nõus A-ga	32,7%	38,3%
	Raske öelda	26,9%	25,5%
	Olen pigem nõus B-ga	15,4%	6,4%
	Olen täiesti nõus B-ga	7,7%	2,1%

Lisatabel 21. Hinnangud sotsiaalsuse-liberaalsusega seotud väidete paaridele ja meediatarbimise aktiivsus

		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Seltsielu, uus meedia, sport	ei tegele, väga vähe	1,9%	
	vähesel määral	7,7%	2,1%
	keskmiselt	25,0%	25,5%
	suurel määral	36,5%	25,5%
	väga palju	28,8%	46,8%
Eneseväljenduslikud harrastused	ei tegele, väga vähe	17,3%	4,3%
	vähesel määral	5,8%	8,5%
	märkimisväärselt	46,2%	36,2%
	suurel määral	15,4%	27,7%
	väga palju	15,4%	23,4%
Matkad, sõidukid	ei tegele, väga vähe	5,8%	2,1%
	vähesel määral	34,6%	25,5%
	keskmiselt	42,3%	31,9%
	suurel määral	15,4%	25,5%
	väga palju	1,9%	14,9%
Lugemine, ristsõnad	ei tegele, väga vähe	3,8%	4,3%
	vähesel määral	23,1%	19,1%
	keskmiselt	48,1%	38,3%
	suurel määral	19,2%	19,1%
	väga palju	5,8%	19,1%
Traditsioonilised aktiivsed harrastused	ei tegele, väga vähe	32,7%	19,1%
	vähesel määral	23,1%	21,3%
	keskmiselt	26,9%	36,2%
	suurel määral	17,3%	17,0%
	väga palju		6,4%
Hasartmängud	ei tegele, väga vähe	42,3%	27,7%
	vähesel määral	48,1%	53,2%
	keskmiselt	9,6%	14,9%
	suurel määral		4,3%

Lisatabel 22. Elustiil ja meediatarbimise aktiivsus

		15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
Seltsielu, uus meedia, sport	ei tegele, väga vähe		1,8%	2,7%	3,2%	10,8%	18,0%	32,4%
	vähesel määral		3,5%	7,2%	10,5%	20,1%	29,5%	40,4%
	keskmiselt	9,5%	24,0%	34,8%	50,5%	56,4%	47,0%	24,0%
	suurel määral	42,9%	32,2%	34,5%	28,1%	12,4%	5,5%	2,7%
	väga palju	47,6%	38,6%	20,8%	7,7%	,4%		,4%
Eneseväljenduslikud harrastused	ei tegele	4,8%	12,9%	12,6%	20,7%	25,9%	42,0%	51,6%
	vähesel määral	7,1%	7,6%	15,0%	13,7%	17,4%	11,5%	9,8%
	märkimisväärselt	16,7%	40,4%	41,3%	37,9%	34,7%	26,5%	21,3%
	suurel määral	42,9%	21,1%	19,1%	18,2%	13,1%	14,0%	8,0%
	väga palju	28,6%	18,1%	11,9%	9,5%	8,9%	6,0%	9,3%
Matkad, sõidukid	ei tegele	4,8%	2,9%	4,1%	3,2%	6,9%	8,5%	26,7%
	vähesel määral	35,7%	28,7%	22,9%	22,5%	25,5%	35,5%	37,8%
	keskmiselt	47,6%	39,8%	46,8%	41,4%	40,9%	36,5%	24,9%
	suurel määral	7,1%	19,3%	19,5%	24,2%	21,6%	15,0%	7,1%
	väga palju	4,8%	9,4%	6,8%	8,8%	5,0%	4,5%	3,6%
Lugemine, ristsõnad	ei tegele, väga vähe	2,4%	5,3%	10,9%	7,0%	10,8%	8,0%	14,2%
	vähesel määral	14,3%	21,1%	27,3%	25,3%	15,1%	20,0%	18,2%
	keskmiselt	33,3%	40,4%	34,1%	28,1%	27,8%	28,5%	26,2%
	suurel määral	33,3%	21,1%	19,8%	26,0%	25,5%	27,5%	21,8%
	väga palju	16,7%	12,3%	7,8%	13,7%	20,8%	16,0%	19,6%
Traditsioonilised aktiivsed harrastused	ei tegele, väga vähe	7,1%	27,5%	21,5%	14,7%	13,9%	9,0%	14,2%
	vähesel määral	28,6%	25,7%	28,0%	24,6%	29,7%	25,0%	28,0%
	keskmiselt	42,9%	28,1%	29,0%	36,5%	29,0%	36,5%	30,7%
	suurel määral	16,7%	16,4%	16,7%	17,2%	24,3%	26,0%	22,2%
	väga palju	4,8%	2,3%	4,8%	7,0%	3,1%	3,5%	4,9%
Hasartmängud	ei tegele	28,6%	36,3%	34,5%	38,2%	46,7%	55,5%	64,9%
	vähesel määral	59,5%	49,7%	47,8%	51,9%	41,7%	34,5%	28,0%
	keskmiselt	7,1%	11,1%	13,0%	8,1%	10,8%	9,5%	7,1%
	suurel määral	4,8%	2,9%	4,8%	1,8%	,8%	,5%	

Lisatabel 23. Elustiilid vanuserühmades

		15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
Töö ja enesetäiendus	puudub, väga vähene	33,3%	18,1%	19,1%	20,0%	20,8%	31,0%	47,1%
	vähene	28,6%	20,5%	18,8%	17,9%	23,9%	22,0%	28,4%
	keskmine	33,3%	47,4%	44,7%	41,8%	35,1%	30,5%	20,4%
	tugev	4,8%	14,0%	13,0%	16,5%	17,8%	13,5%	3,6%
	väga tugev			4,4%	3,9%	2,3%	3,0%	,4%
Kultuuripublikus osalemine	puudub, väga vähene	2,4%	4,7%	9,2%	5,3%	13,5%	13,0%	20,4%
	vähene	21,4%	18,1%	19,8%	20,0%	21,2%	21,5%	27,6%
	keskmine	33,3%	34,5%	34,1%	35,4%	28,2%	28,5%	28,4%
	suur	23,8%	30,4%	26,3%	24,2%	21,2%	19,5%	15,1%
	väga suur	19,0%	12,3%	10,6%	15,1%	15,8%	17,5%	8,4%
Kiriku tegevuses osalemine	puudub, väga vähene	42,9%	42,1%	32,8%	31,9%	28,6%	27,5%	20,4%
	vähene	21,4%	17,5%	14,3%	17,5%	14,7%	9,5%	13,3%
	keskmine	21,4%	18,1%	23,9%	23,9%	21,6%	24,5%	21,8%
	suur	14,3%	19,3%	23,2%	20,0%	23,9%	23,0%	28,4%
	väga suur		2,9%	5,8%	6,7%	11,2%	15,5%	16,0%

Lisatabel 24. Töö ja enesetäiendus, kultuuripublikus ja kiriku tegevuses osalemine vanuserühmades

		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Kui suur on praegu Teie kodune raamatukogu?	vastamata	1,9%	
	kuni 50 raamatut	40,4%	31,9%
	50-100	11,5%	14,9%
	100-300	25,0%	23,4%
	300-500	7,7%	14,9%
	500-1000	11,5%	8,5%
	1000-2000		2,1%
	üle 2000 raamatu	1,9%	4,3%
Kui suur on teie kodune muusikakogu?	vastamata	32,7%	6,4%
	Kümme-paarkümmend	19,2%	23,4%
	Mõnikümmend	23,1%	40,4%
	Sadakond	15,4%	23,4%
	Mitusada	5,8%	6,4%
	Ligi tuhat, üle tuhande	3,8%	

Lisatabel 25. Koduste raamatu- ja muusikakogude suurus ning meediatarbimise aktiivsus

	sageli, regulaarselt	mõnikord, vahetevahel	väga harva	praktiliselt ei osta
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	3,8%	25,0%	34,6%	36,5%
Aktiivsed noored meediatarbijad	8,5%	51,1%	29,8%	10,6%
Keskmine	6,6%	36,5%	34,1%	22,8%

Lisatabel 26. Raamatute ostmise sagedus ja meediatarbimise aktiivsus

	puudub	väga nõrk	nõrk	keskmine	tugev	väga tugev
15-17	2,4%	4,8%	9,5%	33,3%	28,6%	21,4%
18-24	2,9%	5,3%	7,0%	29,8%	27,5%	27,5%
25-34	5,5%	7,8%	10,2%	25,6%	23,2%	27,6%
35-44	5,6%	7,7%	9,1%	31,2%	23,9%	22,5%
45-54	8,5%	10,4%	18,1%	34,4%	14,7%	13,9%
55-64	9,5%	17,5%	19,0%	22,5%	21,5%	10,0%
65-74	15,6%	22,2%	21,8%	32,0%	5,8%	2,7%
Keskmine	7,7%	11,4%	14,0%	29,5%	19,6%	17,8%

Lisatabel 27. Konsumerism vanuserühmades

	väga vähene	vähene	keskmine	suur	väga suur
15-17	4,8%	4,8%	26,2%	33,3%	31,0%
18-24	5,8%	8,2%	28,1%	29,8%	28,1%
25-34	3,4%	17,1%	38,2%	24,2%	17,1%
35-44	6,0%	18,2%	38,6%	24,9%	12,3%
45-54	20,5%	22,4%	31,7%	18,9%	6,6%
55-64	18,5%	27,5%	36,5%	12,0%	5,5%
65-74	32,0%	29,8%	28,9%	6,7%	2,7%
Keskmine	13,6%	20,2%	34,0%	20,0%	12,2%

Lisatabel 28. Kaubanduskeskuste kasutamise mitmekülgsus vanuserühmades

	väga vähene	vähene	keskmine	suur	väga suur
15-17	4,8%	7,1%	33,3%	40,5%	14,3%
18-24	4,7%	8,8%	40,9%	32,7%	12,9%
25-34	11,6%	16,4%	33,8%	26,6%	11,6%
35-44	8,1%	15,1%	37,9%	28,8%	10,2%
45-54	12,4%	13,1%	37,1%	26,3%	11,2%
55-64	9,0%	12,0%	34,5%	27,5%	17,0%
65-74	10,2%	12,0%	32,9%	28,4%	16,4%
Keskmine	9,5%	13,2%	35,9%	28,5%	12,9%

Lisatabel 29. Usaldus riiklike institutsioonide vastu vanuserühmades

		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
President	Väga vähene	11,5%	6,4%
	Vähene	7,7%	10,6%
	Keskmine	30,8%	40,4%
	Tugev	36,5%	34,0%
	Väga tugev	13,5%	8,5%
Poliitikud	Väga vähene	32,7%	19,1%
	Vähene	40,4%	57,4%
	Keskmine	23,1%	23,4%
	Tugev	1,9%	
	Väga tugev	1,9%	
Riigikogu	Väga vähene	13,5%	6,4%
	Vähene	38,5%	48,9%
	Keskmine	32,7%	34,0%
	Tugev	7,7%	10,6%
	Väga tugev	5,8%	
Valitsus	Väga vähene	11,5%	10,6%
	Vähene	36,5%	44,7%
	Keskmine	36,5%	36,2%
	Tugev	11,5%	8,5%
	Väga tugev	3,8%	

Lisatabel 30. Noorte usaldus poliitiliste institutsioonide vastu ja meediatarbimise aktiivsus

	ei usalda üldse	vähesel määral	keskmiselt	palju	väga palju
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	21,2%	40,4%	23,1%	9,6%	5,8%
Aktiivsed noored meediatarbijad	12,8%	29,8%	29,8%	21,3%	6,4%
Keskmine	14,4%	28,7%	31,1%	19,2%	6,6%

Lisatabel 31. Eesti poliitika mediarepresentatsiooni usaldamine ja meediatarbimise aktiivsus

	väga vähene	vähene	keskmine	suur	väga suur
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	7,7%	9,6%	46,2%	26,9%	9,6%
Aktiivsed noored meediatarbijad	2,1%	19,1%	25,5%	36,2%	17,0%
Keskmine	4,2%	13,2%	34,7%	31,1%	16,8%

Lisatabel 32. Noorte üldine usalduslikkus ja meediatarbimise aktiivsus

		Jälgin uudiseid harva	Jälgin uudiseid küllalt regulaarselt, aga mitte iga päev	Tavaliselt jälgin uudiseid kord päevas	Jälgin uudiseid paar korda päevas	Jälgin uudiseid mitu korda päevas
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	puudub, väga vähene	33,3%	40,0%	20,0%	6,7%	
	vähene	38,5%	23,1%	30,8%	7,7%	
	keskmine	23,5%	41,2%	29,4%	5,9%	
	tugev	20,0%		60,0%		20,0%
	väga tugev			50,0%	50,0%	
	Keskmine	28,8%	30,8%	30,8%	7,7%	1,9%
Aktiivsed noored meediatarbijad	puudub, väga vähene	12,5%	62,5%		12,5%	12,5%
	vähene	27,3%	18,2%	36,4%	18,2%	
	keskmine	15,0%	50,0%	10,0%	10,0%	15,0%
	tugev	16,7%	16,7%	33,3%	16,7%	16,7%
	väga tugev		50,0%		50,0%	
	Keskmine	17,0%	40,4%	17,0%	14,9%	10,6%

Lisatabel 33. Noorte meediatarbimine, uudiste jälgimise regulaarsus ja poliitikahuvi

Huvi tase		Väheaktiivsed noored meediatarbijad	Aktiivsed noored meediatarbijad
Kuivõrd teid huvitab sisepoliitika?	Vastamata		2,1%
	Ei huvita üldse	9,6%	6,4%
	Eriti ei huvita	19,2%	8,5%
	Ei tea, raske öelda	26,9%	23,4%
	Üldiselt huvitab	40,4%	55,3%
	Huvitab väga	3,8%	4,3%
Kuivõrd teid huvitab välispoliitika?	Vastamata		
	Ei huvita üldse	13,5%	4,3%
	Eriti ei huvita	13,5%	19,1%
	Ei tea, raske öelda	25,0%	23,4%
	Üldiselt huvitab	34,6%	40,4%
	Huvitab väga	13,5%	12,8%

Lisatabel 34. Noorte poliitikahuvi ja meediatarbimise aktiivsus

	kasvanud	jäänud samaks	vähenenud	ei oska öelda
Väheaktiivsed noored meediatarbijad	36,5%	36,5%	15,4%	11,5%
Aktiivsed noored meediatarbijad	36,2%	40,4%	17,0%	6,4%
Keskmine	35,3%	41,3%	14,4%	9,0%

Lisatabel 35. Poliitikahuvi muutumine ja meediatarbimise aktiivsus

Lisa 2. Ankeedid

1. Mina.Maailm.Meedia 2005 ankeet

Hea vastaja!

Olete kindlasti tähele pannud, kuidas viimase 15 aastaga on maailm muutunud. Kindlasti on palju muutunud ka Teie enda ja Teie pere elus. Mis on selle muutuse põhjustanud? Kas ainult poliitilised sündmused? Või on muutunud inimesed ise? Oma mõju on avaldanud ka tehnika areng, sealhulgas infotehnoloogia: arvutid, Internet, kaabeltelevisioon.

Selleks, et neid muutusi paremini mõista ning tulevikus ka paremini ette näha, on oluline kokku panna mosaiikpilt kogu Eesti ühiskonna, iga maakoha ja linna, kõigi ühiskonnakihtide tegelikust olukorrast ja selles toimunud muutumistest. Seetõttu sisaldab Teie käes olev ankeet väga palju konkreetseid küsimusi inimeste tegeliku elu ja harjumuste kohta. Kuna üks meie peamisi eesmärke on välja selgitada meedia osa, on meediale pühendatud eriti palju küsimusi. Loodame Teie kannatlikkusele ja heale tahtele kõigile nendele küsimustele vastamisel.

Korraldame sedalaadi uurimust juba teist korda, esimene uuring oli 2002. a lõpul – 2003.a algul.

Meie uurimusel on ainult teaduslikud eesmärgid ning ta ei oma mingit seost kellegi erahuvide ega poliitiliste taotlustega. Nagu varasema küsitluse puhul, saavad ka seekord põhitulemused kõigile kättesaadavaks trükisõnas. Neid esitatakse ja analüüsitakse statistiliselt, ilma konkreetsete vastajate nimede ega isikuandmetega seostamata, st vastajad jäävad anonüümseks.

Teie, nagu kõik teisedki sattusite vastajate hulka juhusliku valiku teel, millega erinevate asulate elanike seast valiti kokku 1500 küsitletavat.

Kuna küsimustiku täitmine on tõsine töö, tahame vastajaid selle eest premeerida. Kui soovite osaleda loosimises, tuleb Teil täita vastav kaart, mille saate küsitlejalt täidetud ankeedi vastu. Kõigi vastanute vahel loositakse välja turismireis kahele Vahemere äärde või Kanaari saartele ja viis ajalehe aastatellimust (vastaja valikul kas Postimees, Eesti Päevaleht või Molodjož Estonii.

Vastamisele kulutatud aja ja tähelepanu eest tänades

*Tartu Ülikooli
ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond*

Uuringukeskus FAKTUM

Enne kui asute vastama, lühidalt ankeedi täitmisest.

- Selleks, et saaksime tulemusi analüüsida, on väga oluline, et Teie isiklikult vastaksite kõikidele küsimustele, märkides vastavasse lahtrisse ka selle, et Te pole kõne all oleva valdkonnaga kokku puutunud või ei oska seda hinnata.
- Vastamisel tõmmake, palun, ring ümber Teie jaoks kõige sobivamat vastusevarianti tähistavale numbrile ja nendes kohtades, kus pole toodud numbreid, tähistage sobiv vastusevariant ristikesega.
- Selleks, et Teie jaoks vastamist kergendada, palume Teid osa küsimuste juures teatud vastusevariantide valiku korral jätkata küsimustele vastamist mitte järjest, vaid vastavalt selle variandi juures olevale suunamisele.

Head vastamist!

HINNANGUD MUUTUSTELE

Alustame sellest, kuidas Teie isiklikult hindaksite neid muutusi, mis on Eesti elus viimase 15 aasta jooksul toimunud.

1. Muutused on olnud minu jaoks üldiselt...

Rõõmustavad	1
Pigem rõõmustavad kui kurvastavad	2
Raske öelda	3
Pigem kurvastavad kui rõõmustavad	4
Kurvastavad	5

2. Mõeldes enda elule isiklikult, siis - kas üldiselt läheb Teie ja Teie pere elu paremuse või halvemuse suunas?

Paremuse suunas	1
Jääb samaks, midagi ei muutu	2
Halvemuse suunas	3
Ei tea, ei oska öelda	4

Kuidas on Teie arvates see, et Eesti on nüüd Euroopa Liidu liige, mõjutanud Teie ja teiste elu?

	Väga positiivselt	Üldiselt positiivselt	Ei ole midagi muutnud	Üldiselt negatiivselt	Täiesti negatiivselt
3. Teie ja teie pere majanduslikku olukorda ja võimalusi	5	4	3	2	1
4. Teie kodulinna, valla, maakonna arengut	5	4	3	2	1
5. Eesti kui terviku arengut	5	4	3	2	1

Kui hinnata konkreetsemalt Eesti riigis viimase 3 aasta jooksul toimunud muutusi, siis millise hinnangu annate Teie arengutele järgmistes valdkondades?

	Muutused selles valdkonnas on olnud minu meelest				
	Väga positiivsed	Üldiselt positiivsed	Üldiselt negatiivsed	Täiesti negatiivsed	Ei tea, ei ole sellele mõelnud
6. Eesti rahvusvaheline positsioon	4	3	2	1	0
7. Eesti majanduse areng	4	3	2	1	0
8. Demokraatia areng	4	3	2	1	0
9. Isikuvabadused ja inimõigused	4	3	2	1	0
10. Inimeste materiaalne heaolu ja tarbimisvõimalused	4	3	2	1	0
11. Tehniline areng, uute masinate, tehnoloogiate kasutamine	4	3	2	1	0
12. Sotsiaalne õiglus	4	3	2	1	0
13. Õiguskord ja seadustest kinnipidamine	4	3	2	1	0
14. Eesti keele ja rahvuskultuuri olukord	4	3	2	1	0
15. Rahvussuhted, mitteeestlaste integratsioon	4	3	2	1	0
16. Hea hariduse saamise võimalused	4	3	2	1	0
17. Hea töökoha saamise võimalused	4	3	2	1	0

Mõeldes tagasi Eesti arengutele pärast iseseisvuse taastamist ja võrreldes praegust olukorda ENSV ajaga, on väljendatud väga erinevaid seisukohti. Millistega neist nõustuksite Teie?

	Olen täiesti nõus	Üldiselt nõus	Ei tea, ei oska öelda	Pigem ei ole nõus	Olen täiesti vastu
18. Inimeste elu oli ENSV ajal turvalisem	5	4	3	2	1
19. Tavalise inimese sissetulek võimaldas ENSV ajal suuremat materiaalist heaolu	5	4	3	2	1
20. ENSV ajal olid inimesed üksteise suhtes hoolivamad ja ausamad	5	4	3	2	1
21. ENSV ajas ei olnud midagi head, mida praegu tasuks taga igatseda	5	4	3	2	1

Eestis on pärast iseseisvuse taastamist olnud võimul 11 erinevat valitsust. Püüdke palun hinnata, kas allpool nimetatute panus Eesti elu arengusse on olnud positiivne või negatiivne

Valitsemis-aeg	Peaminister, koalitsioon	Minu arvates on selle valitsuse panus Eesti arengusse...					
		Väga positiivne	Pigem positiivne	Raske öelda, võrdsest head ja halba	Pigem negatiivne	Täiesti negatiivne	Ei tea, ei mäleta, ei oska hinnata
08.05.1990-29.01.1992	22. Edgar Savisaar (Rahvarinne)	5	4	3	2	1	0
21.10.1992-08.11.1994	23. Mart Laar (Isamaa, ERSP, Mõõdukad)	5	4	3	2	1	0
17.04.1995-17.03.1997	24. Tiit Vähi (KMÜ: Koonderakond, Maarahva Erakond, Maaliit jt)	5	4	3	2	1	0
17.03.1997-25.03.1999	25. Mart Siimann (KMÜ)	5	4	3	2	1	0
25.03.1999-28.01.2002	26. Mart Laar (Kolmikliit: Isamaaliit, Reformierakond, Mõõdukad)	5	4	3	2	1	0
28.01-2002-10.04-2003	27. Siim Kallas (Reformierakond, Keskerakond)	5	4	3	2	1	0
10.04.2003-13.04.2005	28. Juhan Parts (ResPublica, Reformierakond, Rahvaliit)	5	4	3	2	1	0
13.04.2005-	29. Andrus Ansip (Reformierakond, Keskerakond, Rahvaliit)	5	4	3	2	1	0

30. Kas olete nõus väitega, et Eesti arengus on praegu kriis?

- Jah, üldiselt küll.....1
 Ei, pigem mitte2
 Ei tea, ei oska öelda.....3

Millised on Teie meelest põhilised ohud Eesti arengule?

	Seda kindlasti	Võib-olla ka seda	Ei tea, raske öelda	Pigem mitte	Kindlasti mitte
31. Sõltuvus väliskapitalist, välismõjudest	5	4	3	2	1
32. Konflikt Venemaaga	5	4	3	2	1
33. Ajude ja tööjõu väljavool	5	4	3	2	1
34. Võõrtöölised, immigrandide sissevool	5	4	3	2	1
35. Eesti rahvuse hääbumine, väljasuremine	5	4	3	2	1
36. Poliitiline nägelemine, riigimeheliku juhtimise puudumine	5	4	3	2	1

	Seda kindlasti	Võib-olla ka seda	Ei tea, raske öelda	Pigem mitte	Kindlasti mitte
37. Ühendavate väärtuste puudumine, kõlbeline allakäik	5	4	3	2	1
38. Kihistumine, ebavõrdsuse suurenemine	5	4	3	2	1
39. Eesti jäämine Euroopa mahajäänud ääremaaks	5	4	3	2	1
40. Rahvusvahelistumine, Eesti rahvusliku omapära kadumine	5	4	3	2	1
41. Eesti riigi vaesus	5	4	3	2	1
42. Kõige mõõtmise rahaga, materiaalse edu kultus	5	4	3	2	1
43. Midagi muud (<i>lisage ise juurde</i>)	5	4	3	2	1

44. Mis Te arvate, kas lähematel aastatel läheb areng Eestis üldiselt

- paremuse suunas.....1
jääb samaks, midagi ei muutu2
halvemuse suunas3
ei tea, ei oska öelda4

Kumma väitega igast allpool toodud väidete paarist Te nõustute? Valige, palun, iga väitepaari kohta üks sobivaim variant ja tähistage see ringiga.

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pigem nõus A-ga	Raske öelda	Olen pigem nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
45. Eesti Vabariigis on võimalik elus edasi jõuda igaühel, kellel on piisavalt töökust ja vaimuandeid	1	2	3	4	5	Selleks, et Eesti Vabariigis elus edasi jõuda, on rohkem vaja tutvusi ja raha kui töökust ja vaimuandeid
46. Inimese heaolu peaks sõltuma eelkõige sellest, kuidas ta ise suudab enda ja oma pere eest hoolitseda	1	2	3	4	5	Riik peaks aitama nõrgematel ja vähem suutlikel inimväärselt eluga toime tulla
47. Isikuvabaduste tagamine on riigis tähtsam kui kindel kord	1	2	3	4	5	Kindel kord on riigis tähtsam kui isikuvabaduste tagamine
48. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kasulik	1	2	3	4	5	Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kahjulik
49. Mitte-eestlaste suurem osalus Eesti poliitikas ja majanduses on Eestile kasulik	1	2	3	4	5	Mitte-eestlaste suurem osalus Eesti poliitikas ja majanduses on Eestile kahjulik
50. Haridus, sealhulgas kõrgharidus peab olema võimalikult paljudele Eesti noortele tasuta kättesaadav	1	2	3	4	5	Haridus, eeskätt kõrgharidus on osa turumajandusest ning noored peaksid vähemalt osaliselt tasuma selle eest ise

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pigem nõus A-ga	Raske öelda	Olen pigem nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
51. Turg suudab end ise reguleerida ja ei vaja riigi sekkumist	1	2	3	4	5	Riik peab avalikkuse huvides turgu reguleerima
52. Eesti arengu huvides on hoida maksud võimalikult madalad	1	2	3	4	5	Maksud peaksid olema Eestis küllalt suured, et tagada sotsiaalset heaolu

HUVID JA VÄÄRTUSED

Mitte alati ei määra inimeste meeleolu ja suhtumist ellu see, mis toimub ümberriigi. Palju sõltub ka inimese enda loomusest.

Alljärgnevalt on nimetatud asju, mida mõned peavad väga tähtsaks, mõned tähtsusetuks. Kuivõrd tähtsad või tähtsusetud on need Teie jaoks? Tõmmake, palun, igal real ring ümber sobiva vastusevariandi numbrile.

	Täiesti tähtsusetu	Pigem tähtsusetu	Ei tähtis ega tähtsusetu	Pigem tähtis	Väga tähtis
53. PUHAS KESKKOND (reostamata loodus)	1	2	3	4	5
54. TERVIS	1	2	3	4	5
55. TEHNIKA ARENG (täiuslikumate seadmete loomine)	1	2	3	4	5
56. MUGAV ELU (probleemideta, healuline)	1	2	3	4	5
57. VÕIMU OMAMINE (võimalus asjade käiku juhtida, suunata)	1	2	3	4	5
58. HUVITAV ELU (põnev, aktiivne)	1	2	3	4	5
59. JÕUKUS (majanduslik heaolu)	1	2	3	4	5
60. RAHU MAAILMAS (sõdade ja vägivalda puudumine)	1	2	3	4	5
61. KAUNIS MAAILM (looduse, kunsti ilu)	1	2	3	4	5
62. TUGEV PEREKOND (kooskõla, vastastikune mõistmine)	1	2	3	4	5
63. VÕRDSUS (kõigile ühesugused võimalused)	1	2	3	4	5
64. SISEMINE HARMOONIA (hingeline tasakaal)	1	2	3	4	5
65. VABADUS (sõltumatus, valikuvabadus)	1	2	3	4	5
66. RIIGI JULGEOLEK (turvalisus, kaitstud rünnakute eest)	1	2	3	4	5
67. ÕNN (rahulolu eluga)	1	2	3	4	5
68. MEELDIV ELU (meeldivalt kulgev, naudingut pakkuv)	1	2	3	4	5
69. AUSUS (tõe ja südametunnistuse järgimine)	1	2	3	4	5
70. ENESEAUSTUS (enesest lugupidamine, oma väärtuse)	1	2	3	4	5

	Täiesti tähtsusetu	Pigem tähtsusetu	Ei tähtis ega tähtsusetu	Pigem tähtis	Väga tähtis
tunnetamine)					
71. TARKUS (küps elukäsitlus)	1	2	3	4	5
72. ARMASTUS (hingeline, suguline kiindumus ning lähedus)	1	2	3	4	5
73. ÜHISKONDLIK TUNNUSTUS (tähelepanu, poolehoid)	1	2	3	4	5
74. LUNASTUS (hingeline puhastumine)	1	2	3	4	5
75. ÕIGLUS (tasu vastavus tehtule)	1	2	3	4	5
76. TÕELINE SÕPRUS	1	2	3	4	5
77. ENESETEOSTUS (endale oluliste eesmärkide saavutamine)	1	2	3	4	5

78. Kas peate end usklikuks inimeseks?

- Ei, üldse mitte.....1
Mõnevõrra, vähesel määral.....2
Üldiselt küll.....3
Jah, kindlasti4

79. Kas osalete jumalateenistustel, usukommete täitmisel?

- Üldse mitte1
Väga harva, kord aastas või harvemini.....2
Mõnikord, mõnel korral aastas3
Regulaarselt4

80. Lähtudes sellest, kui oluliseks peetakse avalike hüvede eest seismist ja riigi arendamist võrreldes erahüvede kaitsmisega ja turusuhete arenguga, jagatakse inimeste poliitilisi vaateid vasak- või parempoolseteks. Kas Teie peate end vaadetelt rohkem parem- või vasakpoolseks? Tõmmake ring ümber Teile sobivale numbrile parem-vasak skaalal, mis asub lähemal sellele otspunktile, kuhu Teie vaated kalduvad.

Vasakpoolsed vaated 3 - 2 - 1 - 0 - 1 - 2 - 3 Parempoolsed vaated

9. ei oska, ei taha end niiviisi määratleda

Kuivõrd Teid huvitab ...

	Huvitab väga	Üldiselt huvitab	Ei tea, raske öelda	Eriti ei huvita	Ei huvita üldse
81. ... sisepoliitika	5	4	3	2	1
82. ... välispoliitika	5	4	3	2	1

83. Kas Teie poliitika huvi on viimase viie aasta jooksul...

- Kasvanud.....1
Jäänud samaks.....2
Vähenenud.....3
Ei oska öelda.....4

Kuivõrd te nõustute järgmiste väidetega?

	Nõustun täielikult	Nõustun osaliselt	Ei tea, raske öelda	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse
84. Ma arvan, et olen poliitikas kaasarääkimiseks piisavalt pädev	5	4	3	2	1
85. Kui sõber või tuttav küsiks minu käest, kelle poolt valimistel hääletada, siis oskaksin talle anda asjalikku nõu	5	4	3	2	1
86. Mehed on üldiselt paremad liidrid kui naised	5	4	3	2	1

87. Millised Eesti erakonnad on Teie huvide ja vaadete seisukohalt Teile kõige lähemad? Valige nimekirjast Teie vaadetele ja huvidele kaks kõige lähedasemat erakonda.

- Isamaaliit..... 1,
 Reformierakond 2,
 Res Publica..... 3,
 Sotsiaaldemokraatlik Erakond 4,
 Keskerakond 5,
 Rahvaliit 6,
 Vasakpartei 7,
 Eestimaa Ühendatud Rahvapartei..... 8,
 Mõni muu erakond (milline?) 9,
 Minu vaadetele ja huvidele pole lähedane ükski erakond 10,
 Ei tunne huvi, ei tea nende erakondade vaateid 11,

88. Mõned arvavad, et enamikku inimestest võib usaldada. Teised aga arvavad, et ümbritsevate inimeste suhtes peab ettevaatlik olema. Kuidas arvate Teie?

- Enamikku inimesi võib täielikult usaldada..... 1
 Inimesed on üldiselt usaldusväärsed..... 2
 Ei tea, ei oska öelda 3
 Üldiselt peaks usaldamisega ettevaatlik olema..... 4
 Usaldamisega peaks olema väga ettevaatlik..... 5

Allpool on loetletud erinevaid Eesti ühiskonnas mõjukaid institutsioone ja rühmi. Valige, palun, igal real üks vastusevariant ühest kuni viieni, mis kõige paremini iseloomustab nende usaldusvärsust Teie jaoks.

	Ei usalda üldse				Usaldan täiesti
Institutsioonid					
89. Kirik	1	2	3	4	5
90. Valitsus	1	2	3	4	5
91. Riigikogu	1	2	3	4	5
92. President	1	2	3	4	5
93. Politsei	1	2	3	4	5
94. Pangad	1	2	3	4	5
95. Kohtusüsteem	1	2	3	4	5

	Ei usalda üldse				Usaldan täiesti
Meedia					
96. Eesti Televisioon	1	2	3	4	5
97. Eratelekanalid	1	2	3	4	5
98. Ajalehed	1	2	3	4	5
99. Eesti Raadio	1	2	3	4	5
100. Eraraadiod	1	2	3	4	5
101. Internetiportaaliid	1	2	3	4	5
Mõjurühmad					
102. Ettevõtjad	1	2	3	4	5
103. Teadlased	1	2	3	4	5
104. Kultuuritegelased	1	2	3	4	5
105. Poliitikud	1	2	3	4	5

Kas Teie käest küsitakse sageli nõu ja arvamust allpool nimetatud valdkondades?

	Väga sageli	Mõnikord	Üsna harva	Üldse mitte
106. Poliitika	4	3	2	1
107. Majandus	4	3	2	1
108. Kultuur	4	3	2	1
109. Tehnika, masinad	4	3	2	1
110. Inimestevahelised suhted	4	3	2	1
111. Tervis	4	3	2	1
112. Ostud, kaubad	4	3	2	1

Nüüd veidi täpsemalt Teie suhtumisest Euroopa Liitu.

Kumb igast sõnapaarist ja mil määral kirjeldab Teie tundeid Euroopa Liidu suhtes? Märkige, palun, tabeli igal real ringiga see vastusevariant, mis sobib Teie tunnetega Euroopa Liidu suhtes kõige paremini. Kolm vasakpoolset tulpa näitavad vasakpoolse, kolm parempoolset parempoolse omaduse kehtivust.

	Väga hästi	kesk- miselt	vähesel määral	ei seda ega teist	vähesel määral	Kesk- miselt	Väga hästi	
113. Kiire	1	2	3	4	5	6	7	Aeglane
114. Oma	1	2	3	4	5	6	7	Võõras
115. Avatud	1	2	3	4	5	6	7	Suletud
116. Jõuetu	1	2	3	4	5	6	7	Jõuline
117. Soe	1	2	3	4	5	6	7	Külm
118. Kahanev	1	2	3	4	5	6	7	Kasvav
119. Arenev	1	2	3	4	5	6	7	Paigalseisev
120. Üleolev	1	2	3	4	5	6	7	Võrdne
121. Tõusev	1	2	3	4	5	6	7	Langev
122. Üksluine	1	2	3	4	5	6	7	Mitmekesine
123. Turvaline	1	2	3	4	5	6	7	Ohtlik
124. Peletav	1	2	3	4	5	6	7	Ligitõmbav
125. Ebasõbralik	1	2	3	4	5	6	7	Sõbralik

	Väga hästi	keskmiselt	vähesel määral	ei seda ega teist	vähesel määral	Keskmiselt	Väga hästi	
126. Killustatud	1	2	3	4	5	6	7	Ühtne

127. Kuivõrd Teid huvitab informatsioon Euroopa Liidu ja selle institutsioonide (Euroopa komisjon, Europarlament jt.) kohta?

Huvitab väga	4
Mõningal määral huvitab	3
Huvitab vähe	2
Üldse ei huvita.....	1
Ei oska öelda.....	5

Kas ja kuivõrd aktiivselt osalete järgmiste ühenduste, seltside tegevuses?

	Olen liige, osalen aktiivselt	Olen liige, aga eriti ei osale	Ei ole liige, aga tegevus pakub huvi	Ei ole liige, ei paku huvi
128. Korter-, suvila- ja tarbijaühendused	4	3	2	1
129. Muud majandushuvidel põhinevad ühendused (taluliit, üürnike või omanike ühendused)	4	3	2	1
130. Usuühingud, kogudused	4	3	2	1
131. Spordiklubid, kehakultuuri organisatsioonid	4	3	2	1
132. Heategevuslikud klubid (näit. Rotary, Lions, Zonta jm.)	4	3	2	1
133. Huviklubid, vaba aja klubid (näit. kalastamine, jahindus, moto, aiandus jm.)	4	3	2	1
134. Poliitilised ühendused, erakonnad	4	3	2	1
135. Ametiühingud, eriala- ja kutseliidud	4	3	2	1
136. Kaitseliit	4	3	2	1
137. Sõjaveteranide ja represseeritute ühendused				
138. Pensionäride ühendused				
139. Pere- ja naisteühendused	4	3	2	1
140. Noorteklubid, laste- ja noorteühendused, skaudid jms	4	3	2	1
141. Puuetega inimeste liidud, haigustega seotud ühendused	4	3	2	1
142. Haridus-, teadus- ja koolitusseltsid, akadeemilised ühendused	4	3	2	1
143. Keskkonnakaitse, muinsuskaitse, kodukandi ühendused	4	3	2	1
144. Kultuuriseltsid, koorid, näite- ja kunstiringid jms	4	3	2	1
145. Karskusliikumine	4	3	2	1
146. Muud organisatsioonid või ühendused. Kirjutage, millised	4	3	2	1

147. Kas olete osa võtnud poliitilistest kogunemistest ja aktsioonidest (mitmesugused koosolekud, valimiseelsed kohtumised, meeleavaldused, allkirjade kogumised jms)?

- Ei ole kunagi osa võtnud 1
 Varem olen, viimastel aastatel mitte 2
 Olen viimastel aastatel osalenud, varem mitte..... 3
 Olen osalenud nii varem kui viimastel aastatel 4

Kas olete viimastel aastatel osa võtnud muudest aktsioonidest ja üritustest, mida erinevad institutsioonid ja ühendused on korraldanud?

Jah Ei

148. Kiriku korraldatud kontserdid, perepäevad, korjandused jms1.....2

149. Roheliste rattaretked, prügi koristamine jms1.....2

150. Rahvaspordi üritused – rattarallid, jooksud, suusamaratonid jms .1.....2

151. Fondide, kodanikeühenduste heategevusüritused, aktsioonid1.....2

Kumma väitega allpooltoodutest olete nõus Teie?

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pigem nõus A-ga	Raske öelda	Olen pigem nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
152. Iga inimene peaks jälgima riigis toimuvat ja püüdma seda sõna või teoga paremuse poole mõjutada	1	2	3	4	5	Iga inimest ei peagi ühiskonna ja poliitika asju jälgima, hea, kui oma elu probleemidega hakkama saab
153. Poliitikud ja ametnikud peaksid oma otsustustes järgima rahva arvamust	1	2	3	4	5	Poliitikat peaks tegema vastavalt asjatundjate nõuannetele
154. Mina ja teised minusugused ei saa kuidagi mõjutada asjade käiku riigis	1	2	3	4	5	Asjade käik riigis sõltub rahva valikutest, st ka minust ja minusugustest
155. Erinevate kultuuride kokkupuude on ühiskonda rikastav, viib seda edasi	1	2	3	4	5	Kultuuride erinevused tekitavad konflikte inimirühmade vahel ja lagundavad ühiskonda
156. Parem on lasta vähemustel elada oma väärtuste ja normide järgi, ühtsete normide kehtestamine suruks alla üksikindiviidi õigusi	1	2	3	4	5	Vähemused peaksid arvestama enamuse tahtet ning järgima ühiskonnas üldkehtivaid väärtusi ja käitumisnorme
157. Mul pole midagi selle vastu, kui inimesed, kelle elustiil erineb märgatavalt ühiskonna keskmisest, seda avalikult välja näitavad	1	2	3	4	5	Oma kodus ja kitsamas ringis võivad inimesed käituda nii nagu tahavad, kuid mind häirib, kui inimesed oma kõrvalekalduvat elustiili avalikkuses eksponeerivad

Kas Te olete allpool nimetatud aastatel osa võtnud valimistest?

	Ei olnud valimisõiguslik	Olin valimisõiguslik		Ei tea, ei mäleta
		Osaesin	Ei osalenud	
158. 1999 a. Riigikogu valimised	4	3	2	1
159. 1999 a. Kohalikud valimised	4	3	2	1
160. 2002 a. Kohalikud valimised	4	3	2	1
161. 2003 a. Riigikogu valimised	4	3	2	1
162. 2004 a. Euroopa parlamendi valimised	4	3	2	1
163. 2005 a. Kohalikud valimised	4	3	2	1

164. Kuidas Te suhtute e-valimistesse?

- Väga positiivselt..... 1
 Üldiselt positiivselt 2
 Pigem negatiivselt..... 3
 Täiesti negatiivselt 4
 Ei tea, ei oska öelda 5

165. Kas Teie ise või mõni Teie lähedastest kasutas e-valimiste võimalust äsjustel kohalikel valimistel?

- Jah, kasutasin ise..... 1
 Jah, keegi lähedastest kasutas..... 2
 Ei..... 3

AJALUGU, LÄHIMINEVIK

Tänases Eestis vaieldakse sageli Eesti lähimineviku üle - kuidas suhtuda sõja ajal toimumusse, nõukogude aega jne.

166. Kuivõrd Teie arvates Eesti minevik mõjutab meie tänast päeva?

- Tugevasti 1
 Mõnevõrra..... 2
 Mitte eriti 3
 Ei tea, ei oska öelda 4

167. Kumma väitega igast allpooltoodud väidete paarist Te nõustute? Valige, palun, iga väitepaari kohta üks sobivaim variant ja tähistage see ringiga.

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pigem nõus A-ga	Raske öelda	Olen pigem nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
168. Omandi tagastamisega tehti viga, sellega sündis uut ebaõiglust rohkem kui taastati õiglust	1	2	3	4	5	Omandi tagastamine oli põhimõtteliselt õige, sest see võimaldas paljudel nõukogude ajal ülekohtu kannatanud inimestel oma õigused taastada
169. 'Plats puhtaks' loosung oli vale, sest see tõrjus ülekohtuselt kõrvale paljusid ENSV ajal ausalt oma tööd teinud võimekaid inimesi	1	2	3	4	5	'Plats puhtaks' loosung oli õige, kuid seda oleks pidanud hoopis järjekindlamalt ellu viima ja mitte laskma endistel kommunistlikel tegelastel Eesti Vabariigis juhtpositsioonidel olla

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pigem nõus A-ga	Raske öelda	Olen pigem nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
170. Seni, kuni kommunism pole kuritegelikuks tunnistatud ja kommunismi pärand täielikult välja juuritud, ei pääse ka Eesti Vabariigis õiglus ja ausus maksma	1	2	3	4	5	Tuleb jätta minevikus elamine ja aru saada, et tänapäeva Eesti Vabariigis on ebaõigluse ja ebaaususe põhjused hoopis muus kui kommunismi pärandis
171. Nii Saksa kui Vene poolel sõdinud eestlasi tuleb kohelda võrdselt okupantide poolel sõdima sunnitutena	1	2	3	4	5	Saksa poolel sõdisid eestlased iseseisvuse eest, Vene poolel aga nõukogude okupatsiooni taastamise eest
172. Eesti ajaloo kõigist seikadest tuleb avameelselt rääkida, sest tõde on tähtsam kui mõnede ajalooliste isikute maine hoidmine	1	2	3	4	5	Rahvuse eneseteadvuse jaoks oluliste isikute mainet tuleb säästa ajaloolaste paljastuste eest

Inimeste isiklik ja perekondlik side sõjaga ning nõukogude ajaga on erinev. Milline on see üldiselt Teie peres?

173. Kas Teie peres, lähedaste hulgas on keegi olnud represseeritud nõukogude ajal (olid arreteritud, küüditatud, tapetud, kaotanud oma kodu või vara)?

Jah1
 Ei2
 Ei tea.....3

174. Kas Teie või keegi teie lähedastest olete/on olnud nõukogude ajal oma meelsuse või pärituolu tõttu takistatud õpingutes või töökoha saamisel?

Jah1
 Ei2
 Ei tea.....3

175. Kas Teie või keegi teie lähedastest on sõja ajal sõdinud Saksa armees?

Jah1
 Ei2
 Ei tea.....3

176. Kas Teie peres on keegi sõja ajal sõdinud Nõukogude armees?

Jah1
 Ei2
 Ei tea.....3

INIMSUHTED, KUULUVUSTUNNE, IDENTITEET

Kuidas iseloomustaksite oma suhteid teiste inimestega?

Suhted ... on	väga lähedased, soojad, täiesti usaldavad	üsna sõbralikud, meeldivad, üldiselt usaldavad	raske õelda	korrektsed, kuid üsna kauged, jahedad	pingelised, ebasõbralikud, umbusaldavad	suhted puuduvad
177. Pere liikmetega, kodustega	5	4	3	2	1	0
178. Sõpradega	5	4	3	2	1	0
179. Sugulastega	5	4	3	2	1	0
180. Töö- või õpingukaaslastega	5	4	3	2	1	0
181. Seltsi, klubi, erakonna vms kaaslastega	5	4	3	2	1	0
182. Naabritega	5	4	3	2	1	0

Kui teil on mõni tõsine mure või probleem, kelle poole võite pöörduda, kellelt võite alati oodata nõu ja abi?

	Esmajärjekorras	Seda ka	Seda mitte
183. Pereliige, lähisugulane (abikaasa, vanem või vanavanem, õde-vend, laps või lapselaps)	3	2	1
184. Sõber	3	2	1
185. Kaugem sugulane, hõimlane, perekonnatuttav	3	2	1
186. Töö- või õpingukaaslane	3	2	1
187. Klubi, seltsi vm organisatsioonikaaslane	3	2	1
188. Juht, ülemus, õpetaja, treener	3	2	1
189. Professionaalne nõustaja, konsultant, vastava ala spetsialist	3	2	1
190. Samade muredega inimesed	3	2	1
191. Pean ise hakkama saama	3	2	1

Kui võõrad inimesed küsivad “Kes Te olete?”, siis vastatakse sageli, lähtudes oma rahvusest, elukutsest või piirkondlikust kuuluvusest. Alljärgnevalt on toodud mõned võimalikud enesemääratlused, mida inimesed Eestis enda kohta võiksid kasutada.

192. Kelle puhul järgnevas nimekirjas Te võite öelda, et tunnete nendega mingit ühtekuuluvust, nii et võiksite enda ja nende kohta kasutada sõna “meie”?

Tõmmake ring ümber kõigi Teie jaoks sobivate variantide järel olevatele numbritele

Eestlased	1,	Tavalised tööinimesed	18,
Eestist pärit inimesed välismaal.....	2,	Oma linna, valla, maakoha elanikud	19,
Eesti venelased.....	3,	Vaased, majanduslikus kitsikus	
Ukrainlased, lätlased ja teised Eestis		olevad inimesed	20,
elavad rahvused.....	4,	Majanduslikult kindlustatud inimesed	21,
Kõik inimesed, kes Eestis elavad	5,	Suguvõsa	22,
Eurooplased.....	6,	Perekond	23,
Kogu inimkond	7,	Inimesed, kellega mul on üks maitse,	
Põhjamaalased	8,	sarnased eelistused	24,
Need, kellega on ühine kodakondsus,		Inimesed, kellega jagan ühised elamusi,	
kaaskodanikud	9,	mälestusi	25,
Töökaaslased.....	10,	Naabrid, oma maja, tänava inimesed	26,
Klassi-, kooli-, kursusekaaslased.....	11,	Sama usku inimesed.....	27,
Kolleegid, sama eriala inimesed	12,	Eestikeelsed /venekeelsed inimesed	
Inimesed, kelle vaated elule on minu		üle ilma	28,
omadega sarnased	13,	Sama erakonna valijad, pooldajad	29,
Edukad inimesed.....	14,	Inimesed, kellega on ühised	
Inimesed, kellel elus ei vea.....	15,	harrastused.....	30,
Minu ea- ja põlvkonnakaaslased	16,	Inimesed, kellel on minuga	
Sõbrad	17,	sarnane elustiil.....	31,

193. Kelle puhul allpool nimetatud rühmadest tunnetate, et võiksite nendega koos midagi teha ühiste eesmärkide saavutamiseks või ühiste huvide kaitseks? Märkige kõik sobivad rühmad.

Eestlased	1,
Eestist pärit inimesed välismaal.....	2,
Eesti venelased.....	3,
Ukrainlased, lätlased ja teised Eestis elavad rahvused	4,
Kõik inimesed, kes Eestis elavad	5,
Eurooplased.....	6,
Inimkond	7,
Põhjamaalased	8,
Need, kellega on ühine kodakondsus, kaaskodanikud	9,
Töökaaslased, õpingukaaslased	10,
Oma linna, valla, maakoha elanikud.....	11,
Naabrid, oma maja, tänava inimesed	12,
Sama usutunnistusega inimesed.....	13,
Eesti/venekeelsed inimesed üle ilma.....	14,
Sama erakonna valijad, pooldajad.....	15,

KONTAKTID, LIIKUMISVÕIMALUSED, HUVI TEISTE MAADE VASTU

Viimase 15 aastaga on paljude inimeste jaoks toimunud muutused nende liikumisvõimalustes kas avaratumise või siis ka vähenemise suunas.

Kuidas Teie hindate enda liikumisvõimalusi, kuivõrd need on võrreldes ajaga enne Eesti iseseisvuse taastamist muutunud? *Tõmmake, palun, ring ümber sobivale vastusevariandile.*

	Väga palju suurenenud	Mõnevõrra suurenenud	Jäänud samaks	Mõne-võrra vähe-nenud	Väga palju vähe-nenud
194. Eesti piirides	5	4	3	2	1
195. Eestist kaugemale	5	4	3	2	1

Kuivõrd pakub Teile huvi saada uudiseid allpoolnimetatud maadest, olla kursis sealsete sündmustega?

	Väga huvitab	Mõnevõrra huvitab	Ei huvita
196. Läti	3	2	1
197. Leedu	3	2	1
198. Venemaa	3	2	1
199. Valgevene, Ukraina	3	2	1
200. Teised endised Nõukogude liiduvabariigid (Moldova, Gruusia, Armeenia, Azerbaidžan, Usbekistan, Kasahstan, Turkmeenia, Kirgiisia)	3	2	1
201. Soome	3	2	1
202. Rootsi	3	2	1
203. Taani, Norra	3	2	1
204. Poola, Ungari, Tshehhi, Slovakkia, Sloveenia	3	2	1
205. Balkanimaad (Bulgaaria, Rumeenia, Horvaatia, Serbia jt)	3	2	1
206. Saksamaa	3	2	1
207. Holland, Belgia	3	2	1
208. Prantsusmaa	3	2	1
209. Suurbritannia, Iirimaa	3	2	1
210. Vahemeremaad (Hispaania, Portugal, Itaalia, Kreeka, Türgi jt.)	3	2	1
211. Lähis-Ida (Iisrael, Araabia maad)	3	2	1
212. Aafrika maad	3	2	1
213. USA, Kanada	3	2	1
214. Ladina-Ameerika maad (Brasiilia, Argentiina jt.)	3	2	1
215. Jaapan, Hiina, India jt. Aasia riigid	3	2	1
216. Austraalia, Uus-Meremaa	3	2	1

Kas Teie arvates on maid, mida Eesti võiks oma arengus eeskujuks võtta?

Märkige kuni kolm maad.

217. _____

218. _____

219. _____

Täpsema ettekujutuse elust teistes maades annavad erinevad kontaktid. Millised on Teie kokkupuuted allpooltoodud maadega? *Märkige, palun, iga maa puhul, kas olete seal käinud, kas teil on seal sõpru ja tuttavaid või tunnete seda meedia põhjal - ühes reas võib olla kuni kolm vastust.*

	Olen seal olnud	Mul on seal sugulasi, sõpru, tuttavaid	Tunnen TV, filmide, raamatute, ajakirjanduse kaudu	Ei tunne, ei ole kontakte
220. Läti	4,	3,	2,	1,
221. Leedu	4,	3,	2,	1,
222. Venemaa	4,	3,	2,	1,

	Olen seal olnud	Mul on seal sugulasi, sõpru, tuttavaid	Tunnen TV, filmide, raamatute, ajakirjanduse kaudu	Ei tunne, ei ole kontakte
223. Valgevene, Ukraina	4,	3,	2,	1,
224. Teised endised Nõukogude liiduvabariigid (Moldova, Gruusia, Armeenia, Azerbaidžan, Usbekistan, Kasahstan, Turkmeenia, Kirgiisia)	4,	3,	2,	1,
225. Soome	4,	3,	2,	1,
226. Rootsi	4,	3,	2,	1,
227. Taani, Norra	4,	3,	2,	1,
228. Poola, Ungari, Tšehhi, Slovakkia, Sloveenia	4,	3,	2,	1,
229. Balkanimaad (Bulgaaria, Rumeenia, Horvaatia, Serbia jt.)	4,	3,	2,	1,
230. Saksamaa	4,	3,	2,	1,
231. Holland, Belgia	4,	3,	2,	1,
232. Prantsusmaa	4,	3,	2,	1,
233. Suurbritannia, Iirimaa	4,	3,	2,	1,
234. Vahemeremaad (Hispaania, Portugal Itaalia, Kreeka, Türgi jt.)	4,	3,	2,	1,
235. Lähis-Ida (Iisrael, Araabia maad)	4,	3,	2,	1,
236. Aafrika maad	4,	3,	2,	1,
237. USA, Kanada	4,	3,	2,	1,
238. Ladina-Ameerika (Brasiilia, Argentiina jt.)	4,	3,	2,	1,
239. Jaapan, Hiina, India jt. Aasia riigid	4,	3,	2,	1,
240. Austraalia, Uus-Meremaa	4,	3,	2,	1,

241. Kas Te olete viimase viie aasta jooksul käinud välismaal?

- Jah, olen seal elanud mõnda aega.....1
 Jah, sageli, olen mitu korda käinud2
 Mõned korrad, peaaegu igal aastal korra ...3
 Üks-kaks korda viie aasta jooksul4
 Ei ole käinud5

242. Millega seoses olete viimase viie aasta jooksul käinud välismaal?

Märkige kõik sobivad variandid.

- Puhkus (turismireis või omal käel reisimine) 1, Sisseostude tegemine 6,
 Sugulaste-sõprade, lähedaste külastamine 2, Kultuurisündmustest osasaamine
 Ametireis (töö- või äriasjad, konverentsid jms) .. 3, (kontserdid, näitused) 7,
 Töö tegemine, rahateenimine 4, Muu /täpsustage/
 Enesetäiendus (õpingud, kursused, koolitus) 5, 8,

243. Kas keegi Teie sugulastest-sõpradest on viimase 10 aasta jooksul asunud välismaale elama?

- Jah, paljud1
 Jah, mõni on (üks-kaks inimest)2
 Ei ole3

244. Kas Teie tahaksite Eestist lahkuda, püsivalt mujale elama asuda?

- Jah, tahaksin päriselt ära minna1
 Mõneks ajaks küll, aga mitte päriselt2
 Ei oska praegu öelda, kunagi võib-olla3
 Kindlasti mitte4

Küsimus neile, kes on mõelnud mujale asumisest:

Millisel maal (maades) tahaksite elada? Märkige oma esimene ja teine eelistus

245. _____

246. _____

ELULAAD, HARJUMUSED, TEGEVUSED

Erinevatel inimestel on erinevad huvid ja harrastused. Palume Teil märkida, kui võrd Teie ellu kuuluvad allpool nimetatud tegevused.

	Sageli, regulaarselt	Mõnikord, vahetevahel	Väga harva	Üldse mitte
Kui sageli Te käite ... 247. Kinos	4	3	2	1
248. Teatris	4	3	2	1
249. Näitustel	4	3	2	1
250. Raamatukogus	4	3	2	1
251. Kirikus, jumalateenistusel	4	3	2	1
252. Süvamuusika kontserdil	4	3	2	1
253. Kerge ja rahvaliku muusika, rocki, jazzi jms kontserdil	4	3	2	1
254. Restoranides, kohvikutes, pubides	4	3	2	1
255. Klubides, reividel, diskodel	4	3	2	1
256. Külas sõpradel-sugulastel	4	3	2	1
257. Reisimas	4	3	2	1
258. Matkadel, looduses	4	3	2	1
259. Seminaridel, konverentsidel, koolitustel	4	3	2	1
260. Koosolekutel, aruteludel	4	3	2	1
Kui sageli Te tegelete järgmiste asjadega... 261. Ilukirjanduse lugemine	4	3	2	1
262. Töö- ja huvialase kirjanduse lugemine	4	3	2	1
263. Aiatöö	4	3	2	1
264. Kodu korrashoid ja kaunistamine	4	3	2	1
265. Remont, ehitus	4	3	2	1
266. Toiduvalmistamine	4	3	2	1
267. Oma välimuse eest hoolitsemine (massaaž, ilusalong, solaarium jms)	4	3	2	1
268. Teiste pereliikmete, lähedaste eest hoolitsemine	4	3	2	1
269. Treeningud, kehalised harjutused, sportmängud	4	3	2	1
270. Käsitöö, meisterdamine	4	3	2	1
271. Pillimäng, laulmine, tantsimine	4	3	2	1
272. Lastega tegelemine	4	3	2	1
273. Mõnuses seltskonnas ajaveetmine	4	3	2	1
274. Loto vm ennustusmängude mängimine	4	3	2	1

	Sageli, regulaarselt	Mõnikord, vahetevahel	Väga harva	Üldse mitte
275. Joonistamine, maalimine, tarbekunst	4	3	2	1
276. Fotograafia, filmimine, video- või muusikalvestamine	4	3	2	1
277. Filmide vaatamine (videost, arvutist, DVD-lt)	4	3	2	1
278. Vabal ajal auto-, moto-, paadisõit	4	3	2	1
279. Arvutiga seotud harrastused (mängud, jutukad, programmide, kodulehekülgede, arvutimuusika vms loomine)	4	3	2	1
280. Hasartmängud (kasiinod, mänguautomaadid)	4	3	2	1
281. Tehnilised harrastused (sh autoga tegelemine)	4	3	2	1
282. Ristsõnade lahendamine	4	3	2	1
283. Kollektioneerimine, kogumine	4	3	2	1
284. Lemmikloomaga tegelemine	4	3	2	1
285. Muud hobid, harrastused <i>Kirjutage, millised</i>	4	3	2	1

286. Kas Teie kultuurihuvi on viimase viie aasta jooksul ...

suurenenud1

samaks jäänud2

vähenenud.....3

Kuivõrd olete osalenud kultuuri ja spordi suurüritustel ?

	Sageli, regulaarselt	Mõnikord olen käinud	Ei ole osalenud
287. Laulupeod	3	2	1
288. Teised suured kultuuriüritused, vabaõhu-etendused, kontserdid jms	3	2	1
289. Laadad, rahvapeod, Õllesummer	3	2	1
290. Suured spordivõistlused (pealtvaatajana)	3	2	1

291. Milline on Teie suhtumine alkoholi? Kumma allpool toodud väitega Te rohkem nõustute?

A Mõõdukas alkoholitarbimine on igati normaalne.

B Ka mõõdukas alkoholitarbimine on ohtlik pahe, seda peaks püüdma piirata.

Nõustun täielikult A-ga	1
Üldiselt nõustun A-ga	2
Nõustun pigem B-ga	3
Nõustun täielikult B-ga	4
Ei tea, ei oska öelda	5

292. Milline on Teie enda suhe alkoholiga?

Ei tarvita üldse, olen karsklane	1
Väga harva, eralistel puhkudel tarvitan.....	2
Mõnikord tarvitan.....	3
Küllalt sagedasti, alkohol (vähemasti õlu) on osa igapäevasest elust	4

HUVI RAAMATUTE JA MUUSIKA VASTU

293. Kui suur on praegu Teie kodune raamatukogu? Arvestage, et raamaturiigi ühele meetrile mahub keskmiselt 50 raamatut

Kuni 50 raamatut	1
50-100.....	2
100-300.....	3
300-500.....	4
500-1000	5
1000-2000	6
Üle 2000 raamatu.....	7

294. Kas Te ostate raamatuid?

Sageli, regulaarselt	1
Mõnikord, vahetevahel	2
Väga harva	3
Praktiliselt ei osta	4

295. Kas Teil on CD-de, muusikalvestuste kogu?

Jah	1
Ei	2

296. Kui jah, siis kui suur see kogu on?

Kümme-paarkümmend	1
Mõnikümmend	2
Sadakond	3
Mitusada	4
Ligi tuhat, üle tuhande	5

297. Millist laadi muusikat Te põhiliselt kogute?

Kujutlege, et olete raamatupoes või raamatukogus. Milliselt riiulilt otsiksite endale huvipakkuvat raamatut?

	Seda vaataksin kindlasti	Võib-olla ka seda	Seda mitte
298. Teatmeteosed	3	2	1
299. Minu erialaga seotud kirjandus	3	2	1
300. Kriminaalromaanid, põnevus	3	2	1
301. Armastusromaanid	3	2	1
302. Ajaloolised ja eluloolised romaanid	3	2	1
303. Eesti kaasaegne kirjandus	3	2	1
304. Kaasaegse väärtkirjanduse tõlked	3	2	1
305. Eesti kirjanduse klassika	3	2	1
306. Maailmakirjanduse klassika	3	2	1
307. Mälestused, elulood	3	2	1
308. Luuleraamatud	3	2	1
309. Teised maad ja rahvad (loodus, ajalugu jm)	3	2	1
310. Lasteraamatud	3	2	1
311. Kodu sisustamine	3	2	1
312. Majandus, juhtimine, turundus	3	2	1
313. Suhtlemine, käitumine	3	2	1
314. Toitumine	3	2	1
315. Tervis	3	2	1
316. Salapärased nähtused, ended, horoskoobid	3	2	1
317. Autod	3	2	1
318. Ehitus, remont	3	2	1
319. Loodus	3	2	1
320. Eesti lähiajalugu	3	2	1
321. Matka- ja reisiraamatud	3	2	1
322. Arvutikirjandus	3	2	1
323. Spordiraamatud	3	2	1
324. Mõttelugu, filosoofia, sotsioloogia	3	2	1
325. Maailmapoliitika, diplomaatia	3	2	1
326. Kunst, arhitektuur	3	2	1
327. Muusika, teater, film	3	2	1

KEELEKASUTUS

328. Mis keel on Teie emakeel?

- Eesti1
 Vene2
 muu *Kirjutage, milline*3

329. Milliseid muid keeli Te oskate veel peale emakeele ja millisel tasemel? Märkige, palun, iga keele kohta sobivaim variant.

	Üldse ei oska	Saan veidi aru, aga ei räägi	Saan aru ja veidi räägin	Saan aru, räägin ja kirjutan	Valdan vabalt
330. Inglise keel	1	2	3	4	5
331. Soome keel	1	2	3	4	5
332. Vene keel	1	2	3	4	5
333. Saksa keel	1	2	3	4	5
334. Prantsuse keel	1	2	3	4	5
335. Rootsi keel	1	2	3	4	5
336. Muu keel. Kirjutage, milline _____	1	2	3	4	5

Inimestel läheb tänapäeval tarvis võõrkeeli nii omavahel kui meediaga suhtlemisel või mitmesuguste siltide, tarbetekstide või dokumentide lugemisel. Milliseid võõrkeeli ja kui sageli olete kasutanud viimase kuu jooksul?

	Pidevalt, igapäevaselt	Aeg-ajalt	Üksikjuhtudel	Üldse mitte
337. Vene keelt	4	3	2	1
338. Inglise keelt	4	3	2	1
339. Soome keelt	4	3	2	1
340. Saksa keelt	4	3	2	1
341. Prantsuse keelt	4	3	2	1
342. Rootsi keelt	4	3	2	1

TARBIMINE

343. Kas ostate rõivaid poest või lasete ka õmmelda?

- Ostan ainult poest 1
 Lasen ka õmmelda 2
 Õmblen ka ise 3

344. Kas on kindlad rõivafirmad, brändid, mida eelistate?

- Jah 1
 Ei 2

345. Kas ostate rõivaid ka välismaal käies?

- Jah 1
 Ei 2

346. Kui võrrelda rõivaste ostul hinda ja sobivust, kumb on olulisem?

- Hind on olulisem 1
 Sobivus on olulisem 2
 Ei tea, mõlemad võrdselt 3

347. Kui võrrelda hinda ja kaubamärki/brändi, siis kumb on Teie jaoks rõivaste ostul olulisem?

- Kaubamärk on olulisem 1
Hind on olulisem 2
Ei tea, mõlemad võrdselt 3

348. Kas olete oma korteri sisustamisel jälginud ka mingit stiili (retro vms)?

- Jah 1
Ei 2

349. Kas olete korteri sisustamisel kasutanud disaineri, sisekujundaja nõuandeid?

- Jah 1
Ei 2

350. Kas olete oma korteri sisustamisel jälginud sisustusalaseid ajakirju, kirjandust, albumeid, näitusi?

- Jah 1
Ei 2

351. Kas kasutate kindlate firmade kosmeetikat (nt šampoon, kreemid, deodorandid, habemeajamis- ja meigivahendid)?

- Jah 1
Ei 2

352. Kas Teil on oma kindel ... Märkige kõik sobivad vastusevariandid

- juuksur 1
kosmeetik 2
massöör 3

353. Kas Te käite... (märkige kõik sobivad vastused)

- jõusaalis 1
aeroobikas 2
muud teenused keha vormis
hoidmiseks /täpsustage/ 3

354. Kas olete kasutanud igapäevases tarbimises... (märkige kõik sobivad variandid)

- järeilmaksu (sh järeilmaksukaarte) 1,
krediitkaarte, arvelduskrediiti 2,
liisingut 3,
tarbimislenu 4,
laenu sõpradelt-tuttavatelt 5,
põhimõtteliselt ei laena igapäevaseks tarbimiseks 6,

355. Kuivõrd sageli külastate linnade suuri kaubanduskeskusi (nt Viru keskus, Prisma, Ülemiste, Maksimarket, Lõunakeskus, Port Artur)?

- Iga päev 1
Paar korda nädalas 2
Kord või paar kuus 3
Paar korda aastas 4
Ei külasta üldse 5

Milliseid tegevusi kaubanduskeskuse külastuse jooksul teete?

	Enamasti	Mõnikord	Väga harva	Üldse mitte
356. Ostan toitu ja esmatarbekaupu	4	3	2	1
357. Ostan rõivaid, jalanõusid ja aksessuaare	4	3	2	1
358. Ostan muid kaupu (nt tehnikat vms)	4	3	2	1
359. Kasutan teenuseid (pangad, telefonifirmad, iluteenused jne)	4	3	2	1
360. Käin kohvikus	4	3	2	1
361. Jalutan ringi ja vaatan, kuid ei osta midagi	4	3	2	1
362. Lahutan meelt, nt käin keeglit mängimas, näitusel, uisutamas, jne	4	3	2	1
363. Lahutan laste meelt, kasutan laste mänguväljakut	4	3	2	1
364. Teen aega parajaks	4	3	2	1

365. Kellega koos Teile kõige rohkem meeldib kaubanduskeskuses käia?

- Üksi 1
 Sõpradega, töökaaslastega 2
 Lastega, perega 3
 Abikaasaga, elukaaslasega 4
 Ei meeldi üldse käia 5

366. Kumma väitega igast allpooltoodud väidete paarist Te nõustute? Valige, palun, iga väitepaari kohta üks sobivaim variant ja tähistage see ringiga.

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pigem nõus A-ga	Raske öelda	Olen pigem nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
367. A. Mind häirib, kui inimesed kaubanduskeskuses aega veedavad, see on mõttetu ja kahjulik	1	2	3	4	5	B. Mind ei häiri, kui inimesed kaubanduskeskuses aega veedavad, see on normaalne
368. A. Kaubamärgid, mida inimene tarbib, ütlevad inimese kohta palju	1	2	3	4	5	B. Tarbitavate kaubamärkide põhjal ei saa inimese üle otsustada
369. A. Pean oluliseks, mis mulje minu tarbitavad kaubamärgid teistele jätavad	1	2	3	4	5	B. Minu jaoks ei oma tähtsust, mis mulje minu tarbitavad kaubamärgid teistele jätavad

370. Kas Te olete viimase aasta jooksul osalenud mõnes kampaanias või projektis, kus kutsutakse üles raha või teoga toetama mõnd (Teile võõrast) isikut või gruppi, looduskeskkonda või ühiskondlikku algatust ?

- Ei ole osalenud 1
 Jah, olen raha annetanud 2
 Jah, olen mitterahaliselt toetanud (nt teinud vabatahtlikku tööd) 3
 Olen nii raha annetanud kui ise kaasa löönud 4

371. Viimasel ajal on Eestis olnud mitmeid avalikke kampaaniaid, kus reklaami kasutatakse sotsiaalsete väärtuste edastamiseks (näiteks "Ära löö last", "Traksid peale!", "Istuta oma puu" jne). Milline on Teie suhtumine sellistesse kampaaniatesse?

- Kindlasti positiivne 1
 Pigem positiivne 2
 Pigem negatiivne 3
 Kindlasti negatiivne 4
 Ei oska öelda 5

372. Kuidas suhtute sellesse, kui äriettevõtted oma kampaaniates kutsuvad üles ühiskondlikke algatusi või projekte toetama? (Roheline Energia, Lepatriinu Jõulusoov, Selveri kampaania "Koos on kergem" jne)

- See on kindlasti positiivne 1
 Pigem positiivne 2
 Pigem negatiivne 3
 Kindlasti negatiivne 4
 Ei oska öelda 5

Milline on Teie arvamus laste suhetest reklaami ja meediaga?

Kumma väitega igast allpooltoodud väidete paarist Te nõustute?

Valige, palun, iga väitepaari kohta üks kõige sobivam variant ja tähistage see ringiga.

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pigem nõus A-ga	Raske öelda	Olen pigem nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
373. A. Lapsed on reklaami ees kaitsetud ja nendega on kerge manipuleerida	1	2	3	4	5	B. Lapsed on nutikad ja mõtleavad iseseisvalt, nendega ei saa manipuleerida
374. A. Lastele suunatud reklaam on kahjulik, kasvatab liigset tarbijalikkust	1	2	3	4	5	B. Lastele suunatud reklaam on kasulik, õpetab lapsi tarbimismaailmas orienteeruma
375. A. Lapsi peaks igasugusest reklaamist, ostukeskustest jms eemale hoidma, sest tarbimisühiskond rikub lapsed ära	1	2	3	4	5	B. Lastega peaks koos poes/ ostukeskuses käima ja reklaame analüüsima, et neist kasvatada teadlikud tarbijad
376. A. Lapsed õpivad meedia kaudu liiga varakult tundma täiskasvanute maailma pahupoolt	1	2	3	4	5	B. Meedia aitab lastel kiiremini areneda, maailma tundma õppida
377. A. Laste ja noorte meediamaailm on täiskasvanute jaoks raskesti mõistetav, see suurendab lõhet põlvkondade vahel	1	2	3	4	5	B. Meedia kaudu saavad ka vanemad osa noorte maailmast, see suurendab võimalust üksteist mõista
378. A. Meedia suurenev roll laste kasvatamisel ja õpetamisel vähendab vanemate ja õpetajate autoriteeti	1	2	3	4	5	B. Õpetajad ja lapsevanemad peaksid õppima meedia mõjujõudu paremini ära kasutama

MEEDIAKASUTUS, INFOKANALID

Kaasaegses maailmas muutuvad üha olulisemaks erinevad meediavormid ja –kanalid. Järgnevad küsimused puudutavad Teie harjumusi ja eelistusi selles valdkonnas.

Kas Teil on kodus allpool loetletud kommunikatsioonivahendid?

Valige, palun, igalt realt enda jaoks üks sobivaim vastusevariant.

	On olemas	Ei ole, kuid kavatsen muretseda	Ei saa seda endale lubada, ehkki tahaksin	Ei ole ei taha ka
379. Värviteler	4	3	2	1
380. Muusikakeskus	4	3	2	1
381. Videoaparatuur	4	3	2	1
382. CD mängija	4	3	2	1
383. DVD mängija	4	3	2	1
384. Digitaalne fotoaparaat	4	3	2	1
385. Personaalarvuti	4	3	2	1
386. Internetiühendus	4	3	2	1
387. Sülearvuti	4	3	2	1
388. Printer	4	3	2	1

389. Kui Teil on kodus internetiühendus, siis kas see on ...

Püsiühendus1

Sissehelistamisega ühendus2

Milliseid loetletud ajalehtedest Te loete ja kui sageli?

Tabeli vasakpoolses veerus (On tellitud) tõmmake ring ümber numbritele nende lehtede ees, mis on Teil koju tellitud.

390. On tellitud		Järjekindlalt iga numbrit	Pidevalt, ehkki mitte iga numbrit	Juhuslikult, vahetevahel	Väga harva	Üldse mitte
1,	391. Postimees	5	4	3	2	1
2,	392. Eesti Päevaleht	5	4	3	2	1
3,	393. SL Õhtuleht	5	4	3	2	1
4,	394. Äripäev	5	4	3	2	1
5,	395. Eesti Ekspress	5	4	3	2	1
6,	396. Maaleht	5	4	3	2	1
7,	397. Sirp	5	4	3	2	1
8,	398. Linnaleht	5	4	3	2	1
9,	399. Mõni muu üle-eestiline leht (näit Eesti Spordileht, Terviseleht, Õpetajate Leht, Videvik)	5	4	3	2	1
10,	400. Mõni maakonnaleht	5	4	3	2	1
11,	401. Kohalik valla- või linnaleht	5	4	3	2	1
12,	402. Mõni Eestis ilmuv venekeelne ajaleht	5	4	3	2	1
13,	403. Mõni Venemaa ajaleht	5	4	3	2	1
14,	404. Mõni ajaleht inglise, saksa, soome jt keeltes	5	4	3	2	1

Milliseid ajakirju Te loete ja kui sageli?

Tabeli vasakpoolses veerus (On tellitud) tõmmake ring ümber numbritele nende lehtede ees, mis on Teil koju tellitud.

405. On tellitud		Järje- kindlalt	Juhuslikult, mõnda numbrit	Väga harva	Üldse mitte
1,	406. Eesti populaarteaduslikud ajakirjad , näit <i>Eesti Loodus, Horisont, Loodus</i>	4	3	2	1
2,	407. Kultuuriajakirjad , näit <i>Akadeemia, Looming, TMK, Muusika, Vikerkaar</i>	4	3	2	1
3,	408. Majandusajakirjad , näit <i>Ärielu, Saldo, Director, Maksumaksja, Otsustaja</i>	4	3	2	1
4,	409. Tehnika- ja autoajakirjad , näit <i>Tehnikamaailm, AutoBild Eesti</i>	4	3	2	1
5,	410. Arvutiajakirjad , näit <i>Arvutimaailm, Arvutikasutaja, CWorld/Arvutimagasin, Digimaailm</i>	4	3	2	1
6,	411. Pere-, kodu- ja elustiiliajakirjad , näit <i>Pere ja Kodu, Elukiri, Kodukolle, Stiil, Maakodu, Kodu ja Aed, Kodukiri, Diivan, Kodumaja</i>	4	3	2	1
7,	412. Naisteajakirjad , näit <i>Eesti Naine, Anne, Jana, Stiina, Cosmopolitan</i>	4	3	2	1
8,	413. Terviseajakirjad , näit <i>Kodutohter, Tervis, Kaalujälgijad</i>	4	3	2	1
9,	414. Meesteajakirjad , näit <i>FHM, Di</i>	4	3	2	1
10,	415. Seltskonnaajakirjad , näit <i>Kroonika, Saladused, Just!</i>	4	3	2	1
11,	416. Salapärase nähtuste ajakirjad , näit <i>Paradoks, Avanemine, Kolmas Silm</i>	4	3	2	1
12,	417. Erotikaajakirjad , näit <i>Maaja</i>	4	3	2	1
13,	418. Ristsõnaajakirjad , näit <i>Kumake, Superkuma, Suured Ruudud</i>	4	3	2	1
14,	419. Hobiaajakirjad , näit <i>Kalastaja, Eesti Jahimees, Koer, Lemmik</i>	4	3	2	1
15,	420. Oma erialaga seotud Eesti ajakirjad , näit <i>Eesti Arst, Haridus, Juridica, Politsei</i>	4	3	2	1
16,	421. Mõni välismaine ajakiri	4	3	2	1

422. Kui tellitud ajakirja/ajakirju ei ole nimetatud, kirjutage see (need) siia:

423. Kumma väitega ajakirjanduse kohta Te nõustute?

A. Eesti ajakirjanduse tase käib alla, tema usaldusväärsus kahaneb

B. Eesti ajakirjanduse tase paraneb, tema usaldusväärsus tõuseb

Olen täiesti nõus A-ga1

Olen pigem nõus A-ga.....2

Raske öelda3

Olen pigem nõus B-ga4

Olen täiesti nõus B-ga5

424. Kas Teie ise või keegi Teie pereliikmetest, sõpradest on kannatanud meedia liigse tähelepanu, erapoolikuse, sensatsioonihimu, väärkäsitluse tõttu?

Ei ole1

Jah on2

425. Kas Teie meelest peaks inimesi seaduse ja kohtute abiga paremini kaitsma ajakirjanduse ülekohtu ja väärkäsitluse eest?

- Ei, piisab ajakirjanduse eneseregulatsioonist 1
 Võib-olla küll 2
 Jah, kindlasti 3
 Ei tea, raske öelda 4

Kui sageli Te jälgite järgmisi raadiokanaleid?

	Iga päev	Mitu korda nädalas	Mõnel korral kuus	Kord kuus või harvemini	Ei jälgi üldse
426. Vikerraadio	5	4	3	2	1
427. Raadio 2	5	4	3	2	1
428. Klassikaraadio	5	4	3	2	1
429. Raadio Elmar	5	4	3	2	1
430. Kuku raadio	5	4	3	2	1
431. Sky plus	5	4	3	2	1
432. Raadio Uno	5	4	3	2	1
433. Mõni teine eestikeelne kanal	5	4	3	2	1
434. Raadio 4, mõni teine Eesti venekeelne kanal	5	4	3	2	1
435. Mõni välismaine raadiokanal	5	4	3	2	1

436. Mitut telekanalit Teil on võimalik kodus jälgida?

- 1-3 kanalit1
 4-12 kanalit2
 13-25 kanalit3
 26-75 kanalit4
 üle 75 kanali5
 Kodus ei ole telerit6

Kui sageli Te jälgite järgmisi telekanaleid?

	Iga päev	Mitu korda nädalas	Mõnel korral kuus	Kord kuus või harvemini	Ei jälgi üldse
437. Eesti TV	5	4	3	2	1
438. Kanal 2	5	4	3	2	1
439. TV 3	5	4	3	2	1
440. Pervõi Baltiiski Kanal (PBK)	5	4	3	2	1
441. Teised Venemaa kanalid	5	4	3	2	1
442. Rahvusvahelised populaarteaduslikud kanalid inglise keeles (National Geographic, Discovery, Viasat History jt)	5	4	3	2	1
443. Rahvusvahelised populaarteaduslikud kanalid vene keeles	5	4	3	2	1
444. Filmikanalid (TCN, Hallmark jt)	5	4	3	2	1
445. Muusikakanalid (MTV, Muz TV jt)	5	4	3	2	1
446. Soome kanalid	5	4	3	2	1
447. Saksa kanalid	5	4	3	2	1
448. Euronews	5	4	3	2	1

	Iga päev	Mitu korda nädalas	Mõnel korral kuus	Kord kuus või harvemini	Ei jälgi üldse
449. CNN	5	4	3	2	1
450. BBC	5	4	3	2	1

Kui sageli Te jälgite järgmisi telesaateid, programme?

	Vaatan alati, kui saan	Pidevalt, kuigi mitte iga saadet	Juhuslikult, vahete-vahel	Väga harva	Ei jälgi üldse
451. Aktuaalne kaamera	5	4	3	2	1
452. Seitsmesed uudised	5	4	3	2	1
453. Reporter	5	4	3	2	1
454. Aeg luubis	5	4	3	2	1
455. Pealtnägija	5	4	3	2	1
456. Ärapanija	5	4	3	2	1
457. Parlament	5	4	3	2	1
458. Välisilm	5	4	3	2	1
459. Teateid tegelikkusest	5	4	3	2	1
460. Happy Hour	5	4	3	2	1
461. Meie	5	4	3	2	1
462. Pehmed ja karvased	5	4	3	2	1
463. Spordisaated, spordiülekanded	5	4	3	2	1
464. OP jt kultuurisaated	5	4	3	2	1
465. Dokkaader, dokumentaalfilmid	5	4	3	2	1
466. Kes tahab saada miljonäriks?	5	4	3	2	1
467. Politseisaated (Avatud toimik jt)	5	4	3	2	1
468. Unetus	5	4	3	2	1
469. Foorum	5	4	3	2	1
470. Subboteja	5	4	3	2	1
471. Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna jt)	5	4	3	2	1
472. Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	5	4	3	2	1
473. Eesti <i>reality-show</i> 'd (Baar, Naistevahetus jt)	5	4	3	2	1
474. Krimisarjad	5	4	3	2	1
475. Välismaised <i>reality-show</i> 'd (Hirmu faktor jt)	5	4	3	2	1
476. Põnevusfilmid	5	4	3	2	1
477. Armastusfilmid	5	4	3	2	1
478. Komöödiad	5	4	3	2	1
479. Draamad, psühholoogilised filmid	5	4	3	2	1
480. Ajaloolised filmid	5	4	3	2	1
481. Loodussaated, loodusfilmid	5	4	3	2	1

482. Kas olete huvitatud televisiooni suuremast interaktiivsusest – võimalusest koostada ise telet programmi, sekkuda saate (filmi) käiku jms?

- Väga huvitatud1
 Üldiselt huvitatud2
 Mitte eriti3

Üldse mitte4

Ei tea, ei oska öelda5

Kuivõrd Te usaldate pilti, mida erinevad ajakirjanduskanalid annavad Eesti poliitikast ja poliitikutest?

	Ei jälgi seda	Peaaegu seda (neid)...			
		täiesti usaldusväärseks	pigem usaldusväärseks	pigem mitte-usaldusväärseks	täiesti ebausaldusväärseks
483. Postimees	1	2	3	4	5
484. Eesti Päevaleht	1	2	3	4	5
485. SL Öhtuleht	1	2	3	4	5
486. Äripäev	1	2	3	4	5
487. Eesti Ekspress	1	2	3	4	5
488. Maaleht	1	2	3	4	5
489. Kroonika	1	2	3	4	5
490. Aktuaalne Kaamera (ETV)	1	2	3	4	5
491. Seitsmesed uudised (TV3)	1	2	3	4	5
492. Reporter (Kanal2)	1	2	3	4	5
493. Pealtnägija (ETV)	1	2	3	4	5
494. Arapanija (Kanal2)	1	2	3	4	5
495. Foorum (ETV)	1	2	3	4	5
496. Happy Hour (Kanal2)	1	2	3	4	5
497. Olukorrast riigis (R2)	1	2	3	4	5
498. Argipäev (Vikerraadio)	1	2	3	4	5
499. Rahva teenrid (Vikerraadio)	1	2	3	4	5
500. Netikommentaariid	1	2	3	4	5

Kui palju aega Teil keskmiselt päevas kulub lugemisele (ajalehed, ajakirjad ja raamatud kokku), televaatamisele, raadiokuulamisele ja Interneti kasutamisele? Raadio ja tele puhul lähtuge sellest, kui kaua on teil tavaliselt televiisor ja raadio lahti, st arvestage ka seda aega, kui teete samal ajal midagi muud.

	501. Lehtede, ajakirjade, raamatute lugemine	502. Raadio kuulamine	503. TV vaatamine	504. Interneti kasutamine
Ei kulu üldse	1	1	1	1
Kuni 15 min	2	2	2	2
16-30 min.	3	3	3	3
31-45 min.	4	4	4	4
46-60 min.	5	5	5	5
61-90 min	6	6	6	6
1,5-2 tundi	7	7	7	7
2-3 tundi	8	8	8	8
3-4 tundi	9	9	9	9
4-5 tundi	10	10	10	10
5-6 tundi	11	11	11	11
Üle 6 tunni	12	12	12	12

505. Kui sagedasti Te jälgite erinevate meediakanalite poolt edastatavaid uudiseid Eestis ja välismaal toimuva kohta? Võtke arvesse kõik kanalid – ajalehed, raadio, TV, Internet.

- Jälgin uudiseid harva, ebaregulaarselt1
 Küllalt regulaarselt, aga mitte iga päev2
 Tavaliselt kord päevas3
 Paar korda päevas4
 Mitu korda päevas5

Kui hästi Te olete informeeritud...

	Väga hästi	Pigem hästi	Ei tea, raske öelda	Pigem kehvasti	Väga kehvasti
506. ...oma kodukohas toimuvast	5	4	3	2	1
507. ...Eestis toimuvast	5	4	3	2	1
508. ...Euroopa Liidus toimuvast	5	4	3	2	1
509. ...maailmas toimuvast	5	4	3	2	1

Kui olulised on Teile teiste inimestega suhtlemisel järgmised kanalid:

	väga oluline	Pigem oluline	Ei tea, raske öelda	Pigem mitte oluline	üldse mitte oluline	ei kasuta
510. Isiklik vahetu suhtlemine	5	4	3	2	1	0
511. Lauatelefon	5	4	3	2	1	0
512. Mobiiltelefoniga helistamine	5	4	3	2	1	0
513. Mobiiliga SMS sõnumite vahetamine	5	4	3	2	1	0
514. Kirjad ja postkaardid	5	4	3	2	1	0
515. E-mail	5	4	3	2	1	0
516. Kiirteadete vahetus (ICQ, AOL, MSN)	5	4	3	2	1	0
517. Jututoad	5	4	3	2	1	0
518. Skype (arvutitelefon)	5	4	3	2	1	0

ARVUTI JA INTERNET

519. Kas Te kasutate arvutit?

- Jah1
 Ei2 ⇒ Jätkake küsimusega 599

520. Millal Te hakkasite arvutit kasutama?

- Sellel aastal1
 Eelmisel aastal2
 Paar-kolm aastat tagasi3
 Neli-viis aastat tagasi4
 Kuus-seitse aastat tagasi5
 Kaheksa kuni kümme aastat tagasi6
 Rohkem kui kümme aastat tagasi7
 Ei mäleta8

Kui tihti Te kasutate arvutit ?

	Praktiliselt iga päev	Paar korda nädalas	Mõni kord kuus	Kord kuus või paaris kuus	Kord-paar aastas	Üldse mitte
521. ..tööl või koolis	6	5	4	3	2	1
522. ...kodus	6	5	4	3	2	1
523. ..avalikus Internetipunktis	6	5	4	3	2	1
524. ..sõprade või sugulaste juures	6	5	4	3	2	1

Kui palju aega kulub Teil KODUS keskmiselt päevas arvuti kasutamisele tööks, õppimiseks ja meelelahutuseks?

	525. Tööks	526. Õppimiseks, enesetäienduseks	527. Meelelahutuseks
Ei kasuta arvutit kodus	1	1	1
Kuni 15 min	2	2	2
16-30 min	3	3	3
31-45 min.	4	4	4
46-60 min	5	5	5
61-90 min	6	6	6
1,5-2 tundi	7	7	7
2-3 tundi	8	8	8
3-4 tundi	9	9	9
4-5 tundi	10	10	10
Üle 5 tunni	11	11	11

528. Milliseks hindate oma arvutikasutusoskusi?

- Väga hea1
 Hea2
 Rahuldav3
 Vähene4
 Ei oska peaaegu üldse5

Kui sageli Te kasutate arvutit järgmisteks tegevusteks:

	Praktiliselt iga päev	Paar korda nädalas	Mõni kord kuus	Mõni kord aastas	Üldse mitte
529. Tekstitöötlus	5	4	3	2	1
530. Tabelite koostamine	5	4	3	2	1
531. Pildi/fototöötlus	5	4	3	2	1
532. Muusika kuulamine	5	4	3	2	1
533. Filmide vaatamine	5	4	3	2	1
534. Programmeerimine	5	4	3	2	1
535. Kodulehekülgede tegemine	5	4	3	2	1
536. Küljendamine, kujundamine	5	4	3	2	1
537. Strateegiamängude mängimine	5	4	3	2	1
538. Rolli- ja fantaasiamängude mängimine	5	4	3	2	1
539. Male, kabe, bridzi jms. mängimine	5	4	3	2	1
540. Muude mängude mängimine	5	4	3	2	1
541. Minu eriala-spetsiifiliste programmide kasutamine (raamatupidamine, joonestamine jms)	5	4	3	2	1
542. Midagi muud. Kirjutage, mis	5	4	3	2	1

543. Kellelt saate tavaliselt nõu ja abi, kui Teil tekib probleeme arvuti kasutamisel?

Märkige kõik sobivad vastused

- Ei vaja abi, saan harilikult ise hakkama1,
- Teised pereliikmed aitavad2,
- Sõbrad, tuttavad3,
- Töökoha arvutispetsialist(id)4,
- Tasuline arvutiabi, arvutifirma5,
- Muu /täpsustage/6,

544. Kuivõrd nõustute järgnevate väidetega:

- A. Mind häirib, et arvutiga tuleb suhelda enamasti inglise keeles. Eelistaksin, et arvuti menüüd ja programmid oleksid emakeelsed**
- B. Mind ei häiri ingliskeelsed menüüd ja programmid, ma ei pea arvutiga suhtlemisel keelt oluliseks**
 - Olen täiesti nõus A-ga1
 - Olen pigem nõus A-ga2
 - Raske öelda3
 - Olen pigem nõus B-ga4
 - Olen täiesti nõus B-ga5

545. Kas Te kasutate Internetti?

Jah1
 Ei2 ⇒ Jätkake küsimusega 599

546. Millal Te hakkasite Internetti kasutama?

Sellel aastal1
 Eelmisel aastal2
 Paar-kolm aastat tagasi3
 Neli-viis aastat tagasi4
 Varem kui viis aastat tagasi5

Kui tihti Te kasutate Internetti?

	Praktiliselt iga päev	Paar korda nädalas	Mõni kord kuus	Kord kuus või paaris kuus	Kord-paar aastas	Üldse mitte
547. Tööl või koolis	6	5	4	3	2	1
548. Kodus	6	5	4	3	2	1
549. Avalikus internetipunktis, internetikohvikus	6	5	4	3	2	1
550. Sõprade või sugulaste juures	6	5	4	3	2	1

551. Kui mitme meililisti kirju te saate?

Mitte ühegi1
 1-22
 3-53
 6-104
 11 ja rohkem5
 Ei tea, pole kokku lugenud6

Kui sageli kasutate Internetti järgmistel eesmärkidel?

	Praktiliselt iga päev	Paar korda nädalas	Mõni kord kuus	Mõni kord aastas	Üldse mitte
552. Erialane info	5	4	3	2	1
553. Õppimisega seotud info	5	4	3	2	1
554. Majandus- ja finantsinfo	5	4	3	2	1
555. Poliitiline info	5	4	3	2	1
556. Õigusala info	5	4	3	2	1
557. Ajalehtede lugemine	5	4	3	2	1
558. Ilmateate, temperatuuri vaatamine	5	4	3	2	1
559. Tuludeklaratsioonide jm. ametlike blankettide esitamine	5	4	3	2	1
560. Ametiasutuste kohta käiva info otsimine (lahtiolekuajad, telefoninumbrid)	5	4	3	2	1
561. Ametiasutustega suhtlemine	5	4	3	2	1
562. Raamatukogu teenuste kasutamine	5	4	3	2	1
563. Bussi-, rongiinfo otsimine	5	4	3	2	1
564. Turismiinfo	5	4	3	2	1
565. Eluaseme (hotelli, hosteli), auto jms broneerimine reisi jaoks	5	4	3	2	1
566. E-mail	5	4	3	2	1
567. Meilinglistid	5	4	3	2	1
568. Foorumites suhtlemine	5	4	3	2	1

	Praktiliselt iga päev	Paar korda nädalas	Mõni kord kuus	Mõni kord aastas	Üldse mitte
569. Portaalides suhtlemine, kommentaaride lugemine	5	4	3	2	1
570. Netikommentaare kirjutamine	5	4	3	2	1
571. Ajaveebide (blogide) lugemine ja kommenteerimine	5	4	3	2	1
572. Interneti hääletustel osalemine	5	4	3	2	1
573. Jututubades suhtlemine	5	4	3	2	1
574. Kiirteadete vahetus	5	4	3	2	1
575. Helistamine, faksi saatmine läbi Interneti	5	4	3	2	1
576. Kohtamis- ja tutvumisteenused	5	4	3	2	1
577. Erootika	5	4	3	2	1
578. Online mängude mängimine	5	4	3	2	1
579. Muusika alla laadimine	5	4	3	2	1
580. Filmide alla laadimine	5	4	3	2	1
581. Fotode/piltide üleslaadimine	5	4	3	2	1
582. Telesaadete vaatamine Internetist	5	4	3	2	1
583. Interneti raadio kuulamine	5	4	3	2	1
584. Naljade, koomiksire lugemine	5	4	3	2	1
585. Pangatehingud, pangainfo	5	4	3	2	1
586. Piletite ostmine	5	4	3	2	1
587. Online poodidest ostmine	5	4	3	2	1
588. Raamatute ja ajakirjade tellimine	5	4	3	2	1
589. Online oksjonitel osalemine	5	4	3	2	1
590. Endale sobiliku kauba/teenuse otsimine, hindade võrdlemine	5	4	3	2	1
591. Töö otsimine	5	4	3	2	1
592. Eluaseme otsimine (maja, korter)	5	4	3	2	1
593. Meditsiini-, terviseinfo	5	4	3	2	1
594. Laste kasvatamise, peresuhetega seotud info	5	4	3	2	1
595. Retseptide otsimine	5	4	3	2	1
596. Oma hobidega seotud info otsimine	5	4	3	2	1
597. Enda blogi või kodulehekülje täiendamine	5	4	3	2	1

598. Milliseid portaale Te kasutate info hankimiseks ja suhtlemiseks? Märkige kõik

- Ei kasuta üldse1
 Eestikeelseid2,
 Venekeelseid3,
 Inglisekeelseid4,
 Saksakeelseid5,
 Muudes keeltes6,

Järgmised küsimused on mõeldud kõigile.

Arvutite ja Interneti ilmumisega igapäevaellu on kaasnenud ka arvamuste paljusus nende suhtes. Järgnevalt esitame Teile mõned arvamused ja väited, mis arvutite ja Internetiga seoses on esitatud. Kuivõrd Teie järgnevate väidetega nõustute?

	Nõustun täielikult	Pigem nõustun	Pigem ei nõustu	Üldse ei nõustu	Ei tea, arvamus puudub
599. Arvutite ja Interneti sage kasutamine on tervisele kahjulik	4	3	2	1	0
600. Lapsed saavad Internetist neile sobimatut informatsiooni	4	3	2	1	0
601. Internet soodustab töö- ja õpiaja tarbetut raiskamist	4	3	2	1	0
602. Tänu Internetile saavad tööandjad ja valitsus rohkem kontrollida ja jälgida tavalisi inimesi	4	3	2	1	0
603. Inimesed peaksid saama oma arvamust Internetis vabalt väljendada ka siis, kui see on vaenulik või ründav teistsuguste vaadetega inimeste või vähemuste suhtes	4	3	2	1	0
604. Netikommentaariid näitavad rahva tõelist arvamust	4	3	2	1	0
605. Inimesed, kes kasutavad arvutivõrku või Interneti, peaksid olema mures oma isikuandmete turvalisuse pärast	4	3	2	1	0
606. Maailm on muutumas arvutitest ohtlikult sõltuvaks	4	3	2	1	0
607. Tänu Internetile saab tavaline kodanik rohkem mõjutada valitsust ja poliitikuid	4	3	2	1	0
608. Kodanikualgatused ja allkirjade kogumine Internetis pole tõsiseltvõetavad	4	3	2	1	0
609. Interneti tõttu võõranduvad inimesed üksteisest	4	3	2	1	0
610. Arvutite ja Interneti kasutamine hirmutab mind	4	3	2	1	0
611. Kõigile lastele tuleb võimalikult varakult võimaldada arvutite ja Interneti kasutamist	4	3	2	1	0
612. Inimesed, kellel puudub juurdepääs Internetile, on kõigis eluvaldkondades ebasoodsamas olukorras	4	3	2	1	0
613. Arvuti on kujunenud minu püsivaks ja asendamatuks kaaslaseks	4	3	2	1	0

	Nõustun täielikult	Pigem nõustun	Pigem ei nõustu	Üldse ei nõustu	Ei tea, arvamus puudub
614. Interneti kasutamine suhtlusvahendina võib edukalt asendada näost näkku suhtlemist	4	3	2	1	0
615. Mehed oskavad paremini arvuteid kasutada	4	3	2	1	0
616. Arvutite ja Interneti kasutust tuleb eelkõige õpetada poistele	4	3	2	1	0
617. Laste arvutisõltuvus on muutunud tõsiseks probleemiks	4	3	2	1	0
618. Eesti on Euroopa üks edukamaid e-riike	4	3	2	1	0

OSALEMINE ETTEVÕTLUSES JA PROJEKTIDES

619. Kas peate end ettevõtlikuks inimeseks?

- Jah, kindlasti 1
Mõnevõrra 2
Pigem mitte 3
Üldse mitte 4
Ei tea, ei oska öelda 5

	Jah	Ei
620. Kas olete olnud/olete mõne äriühingu liige?	1	2
621. Kas olete ostnud/müünud mõne ettevõtte aktsiaid?	1	2
622. Kas olete paigutanud raha investeerimisfondidesse (v.a. kohustuslik pensionikindlustus)?	1	2

623. Kas olete osalenud mõnes äriprojektis?

- Ei ole 1
Ühes 2
Mitmes 3

TÖÖ, TÖÖKOHT

Kas Te käite praegu tööl, õpite? Kas Te olete ... Märkige üks põhiline tegevusala, vajadusel mitu.

	624.
Ettevõtja, firma omanik	1,
Talunik, FIE	2,
Vabakutseline, loovtöötaja, teadlane, kultuuritegelane	3,
Ettevõtte, asutuse tippjuht, juhtkonna liige, põhitegevuse või ala juht	4,
Tippspetsialist, osakonna- või projektijuht, konsultant	5,
Keskastme spetsialist (raamatupidaja, insener, õpetaja, arst vms)	6,
Kontoriametnik, abispetsialist, assistent, sekretär	7,
Isiku- või klienditeenindaja, müügimees, agent	8,
Oskustööline, seadme või masina operaator, mootorsõiduki juht	9,
Lihttööline, abitööline	10,
Muu palgatöötaja. Kirjutage, kes _____	11,
Õpilane, üliõpilane	12,
Kodune	13,
Töötu	14,
Pensionär	15,
Muu. Kirjutage, kes _____	16,

625. Kas töö, mida Te teete (tegite), on (oli) füüsilise või vaimse iseloomuga?

Ainult füüsiline	1
Põhiliselt füüsiline	2
Võrdselt nii vaimne kui füüsiline	3
Põhiliselt vaimne	4
Ainult vaimne	5

626. Järgnevalt esitame Teile mõned arvamused selle kohta, miks inimesed töötavad. Olenemata sellest, kas Te praegu käite tööl või mitte, valige palun väide, mis on kõige lähedasem Teie arvamusele.

Töö on nagu äritehing. Mida rohkem mulle makstakse, seda rohkem ma töötan; mida vähem mulle makstakse, seda vähem ma töötan.	1
Ma teen alati tööl oma parima, sõltumata tasust	2
Töötamine on vajalik selleks, et ära elada; ma ei töötaks, kui ma ei peaks seda tegema ...	3
Mulle meeldib töötada, kuid ma ei lase sel oma muud elu segada	4
Mulle meeldib minu töö; see on üks tähtsamaid asju minu elus	5
Ei oska öelda	6

Põhiosa küsimustikust on nüüd vastatud.

On jäänud küsimused Teie enda ja Teie majapidamise kohta, mis on vajalikud selleks, et saaksime Teie vastuseid vaadelda koos teiste vastajate omadega, kes Teile sarnanevad oma soo, vanuse, hariduse, elukoha, majandusliku seisundi ning mõnede muude statistiliselt oluliste tunnuste poolest.

627. Teie sugu

Mees1
Naine2

628. Teie rahvus

Eestlane1
Venelane2
Muu (mis? kirjutage).....3

629. Kui vana Te olete? _____ aastat (märkige täisaastad)

630. Teie kodakondsus

Eesti1
Vene2
Muu. Kirjutage, milline _____3
Kodakondsuseta4

631. Milline on Teie perekonnaseis?

Üksik (pole olnud abielus)1
Ametlikus abielus2
Vabaabielus (elan koos partneriga)3
Lahutatud / Elan lahus4
Lesk5

632. Mitu inimest elab Teiega koos ühes leibkonnas, Teie kaasa arvatud?

Kirjutage inimeste arv _____

633. Kas Teie peres on koos Teiega elavaid alla 18-aastaseid lapsi?

Jah1
Ei2

634. Märkige alla 18-aastaste laste arv ja vanus.

Arv _____

Vanus(ed) _____

635. Kuidas hindate oma tervist?

Olen täiesti terve 1
Olen üldiselt terve 2
On mõningaid hädasid, aga saan hakkama 3
Tervis ei ole eriti hea, ei võimalda teha kõike, mida tahaksin 4
Tervis on üldiselt kehv, nõuab pidevat hoolt 5
Tervis on väga halb 6

ELUKOHT, ELUASE

636. Kas Te peate ennast rohkem maa-või linnainimeseks?

Põline linlane	1
Pigem linlane	2
Raske öelda, mõlemat	3
Pigem maainimene	4
Põline maainimene	5

637. Kus Te praegu elate? Mitme tegeliku elukoha puhul märkige see, mida peate põhiliseks.

Tallinnas	1	Sillamäel	9
Tallinna lähistel	2	Viljandis	10
Tartus	3	Mõnes teises maakonnalinnas	11
Tartu lähistel	4	Mõnes teises linnas, alevis	12
Pärnus	5	Maa-asulas, alevikus	13
Pärnu lähistel	6	Külas	14
Narvas	7	Omaette üksikus talus	15
Kohtla-Järvel, Jõhvis	8		

638. Kas Te olete Eestis sündinud?

Jah	1
Ei	2

Küsimus neile, kes ei ole sündinud ja kasvanud Eestis:

639. Millal Te Eestisse tulite?

_____ aastal

640. Mitu aastat olete kooliharidust saanud, koolides õppinud? _____ aastat

641. Milline on Teie praegune haridustase?

Algharidus	1
Põhiharidus	2
Kutseharidus (ilma keskhariduseta)	3
Keskharidus	4
Kutseharidus + keskharidus	5
Rakenduslik kõrgharidus	6
Ülikooliharidus, kraadiharidus	7
Muu haridus. Kirjutage, milline _____	8

642. Kas olete viimase viie aasta jooksul osalenud täienduskoolitusel, kursustel, ümberõppes, kaugõppes?

Jah	1
Ei	2

SISSETULEK, MATERIAALNE OLUKORD

Kuivõrd on Teie pere saanud viimase aasta jooksul sissetulekuid järgmistest allikatest?

	Põhiliselt	Olulisel määral	Väheolulisel määral	Üldse mitte
643. Palk põhitöölt	4	3	2	1
644. Muu töötasu ja teenistus	4	3	2	1
645. Omanikutulu, omavalmistatud toodete, omandi rendist, müügist saadud tulu	4	3	2	1

	Põhiliselt	Olulisel määral	Väheolulisel määral	Üldse mitte
646. Sotsiaaltoetused, pensionid, stipendiumid	4	3	2	1
647. Pereliikmetelt, sugulastelt saadud toetus	4	3	2	1
648. Muud tulud	4	3	2	1

Raha kulub erinevatele asjadele, ja kunagi ei ole teda küllalt. Kuivõrd Teil, teie perel jätkub raha järgmisteks väljaminekuteks?

	Üldiselt jätkub	Mõnikord jätkub, mõnikord mitte	Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	Ei vaja seda, ei kuluta sellele
649. Korralikuks toitumiseks	1	2	3	4
650. Riiete ostmiseks	1	2	3	4
651. Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks	1	2	3	4
652. Oma välimuse eest hoolitsemiseks (juuksur, kosmeetika, jõusaal vms.)	1	2	3	4
653. Eluaseme kuludeks (küte, vesi jne)	1	2	3	4
654. Korterite meelepäraseks sisustamiseks	1	2	3	4
655. Remondiks	1	2	3	4
656. Ajakirjanduse tellimiseks	1	2	3	4
657. Sportimiseks	1	2	3	4
658. Reisimiseks	1	2	3	4
659. Meelelahutuseks, harrastusteks	1	2	3	4
660. Uue olmetehnika muretsemiseks (TV, külmkapp, mikrolaineahi jne)	1	2	3	4
661. Lähisugulaste toetamiseks	1	2	3	4
662. Külaliste kutsumiseks, kingituste tegemiseks	1	2	3	4
663. Laste koolitamiseks	1	2	3	4
664. Laste harrastusteks	1	2	3	4
665. Õppimiseks, enesetäiendamiseks	1	2	3	4
666. Kohvikus, restoranis käimiseks	1	2	3	4
667. Raamatute ostmiseks	1	2	3	4
668. Teatris, kontserdil käimiseks	1	2	3	4
669. Auto ostmiseks, uuendamiseks	1	2	3	4
670. Auto hooldamiseks, sõitmiseks	1	2	3	4
671. Arvuti ostmiseks, hooldamiseks, täiustamiseks	4	3	2	1

672. Kas Te (Teie pere) on võtnud suuremahulist pikaajalist laenu (liisingut)?

Ei1
 Jah2

673. Milline on viimasel ajal olnud Teie pere keskmine sissetulek ühe pereliikme kohta kuus? Liitke kokku kõigi pereliikmete palgad, stipendiumid, toetused, pensionid, muud sissetulekud ja jagage summa pärast maksude mahaarvamist pere liikmete arvuga.

kuni 500 krooni pereliikme kohta	1	5001-6000	9
501-1000	2	6001-8000	10
1001-1500	3	8001-10000	11
1501-2000	4	Üle 10000 krooni pere liikme kohta ..	12
2001-2500	5		
2501-3000	6		
3001-4000	7		
4001-5000	8		

674. Kas olete mõne ettevõtte omanik (sh. aktsionär, osanik) ?

- Jah1
Ei2

675. Millises majas Te elate, kas see on ...

- Ühepereelamu1
Kaksik-või ridaelamu2
Väiksem 2-3 korruseline kortermaja3
Suur mitmekorruseline kortermaja4

676. Kellele kuulub Teie eluase (korter, maja)?

- Olen ise omanik või omaniku pereliige1
Üürin omanikult (peremehelt)2
Üürin linnalt, riigilt, asutuselt3
Elan sugulaste, tuttavate juures4

677. Kas Teie või Teie lähedased on omandireformi tõttu pidanud vahetama elukohta, muutunud sundüürnikuks?

- Jah1
Ei2

678. Kas Teie või Teie lähedased on omandireformi käigus saanud tagasi kinnisvara, maad või kompensatsiooni selle eest?

- Jah1
Ei2

679. Kas Teil või Teie perel on järgmist kinnisvara? Märkige kõik sobivad variandid.

- Korter1,
Maja, majaosa, ridaelamu boks2,
Suvekoduna kasutatav maamaja, suvila3,
Talu4,
Ärimaa, ärihoone(d)5,
Muu maavaldus, kinnisvara6,
Ei ole midagi7

680. Kas Teie perel (majapidamises) on auto(d)?

- Jah, rohkem kui üks1
Jah, üks2
Ei ole3

Ongi kõik vastatud! Suur tänu nähtud vaeva eest!

681. Kui Teil on omapoolseid täiendusi või arvamusi mõne ankeedis sisaldunud küsimuse kohta või käesoleva küsimustiku kohta tervikuna, siis palun kirjutage need siia:

Järgmised küsimused on küsitlejale täitmiseks:

Küsitleja nimi: _____

682. Tunnistuse number: _____

Uringukeskuses täitmiseks:

683. Vastuvõtja/kodeerija number_____

684. Ankeedi keel: eesti keel 1

2. Jõhvi Gümnaasiumis kasutatud lühiankeet

Ankeedi number

Hea vastaja!

Sinu vastused käesolevale ankeedile on mulle abiks bakalaureusetöö koostamisel, milles analüüsin noorte meediakasutust.

Minu uurimisel on ainult teaduslikud eesmärgid ning sel pole mingit seost kellegi erahuvide ega poliitiliste taotlustega. Analüüsin küsitlustest saadud andmeid vaid nimetatud töö tarbeks ning Sinu anonüümsus on tagatud!

Täna Sind abi eest!

1. Kui palju aega Sul keskmiselt päevas kulub lugemisele (ajalehed, ajakirjad ja raamatud kokku), televaatamisele, raadiokuulamisele ja Interneti kasutamisele? Raadio ja tele puhul lähtu sellest, kui kaua on Sul tavaliselt televiisor ja raadio lahti, st arvesta ka seda aega, kui teete samal ajal midagi muud.

	Lehtede, ajakirjade, raamatute lugemine	Raadio kuulamine	TV vaatamine	Interneti kasutamine
Ei kulu üldse	1	1	1	1
Kuni 15 min	2	2	2	2
16-30 min.	3	3	3	3
31-45 min.	4	4	4	4
46-60 min.	5	5	5	5
61-90 min	6	6	6	6
1,5-2 tundi	7	7	7	7
2-3 tundi	8	8	8	8
3-4 tundi	9	9	9	9
4-5 tundi	10	10	10	10
5-6 tundi	11	11	11	11
Üle 6 tunni	12	12	12	12

2. Kui sagedasti jälgid erinevate meediakanalite poolt edastatavaid uudiseid Eestis ja välismaal toimuva kohta? Võta arvesse kõik kanalid – ajalehed, raadio, TV, Internet.

- Jälgin uudiseid harva, ebaregulaarselt1
- Küllalt regulaarselt, aga mitte iga päev2
- Tavaliselt kord päevas3
- Paar korda päevas4
- Mitu korda päevas5

3. Kui sageli jälgid telerist uudistesäateid?

	Vaatan alati, kui saan	Pidevalt, kuigi mitte iga saadet	Juhuslikult, vahetevahel	Väga harva	Ei jälgi üldse
Aktuaalne kaamera	5	4	3	2	1
Seitsmesed uudised	5	4	3	2	1
Reporter	5	4	3	2	1

4. Kas kasutad internetti?

Jah1
Ei2

5. Kui oled internetikasutaja, siis kui sageli kasutad internetti järgmistel eesmärkidel?

	Praktiliselt iga päev	Paar korda nädalas	Mõni kord kuus	Mõni kord aastas	Üldse mitte
Ajalehtede lugemine	5	4	3	2	1
E-mail	5	4	3	2	1
Meilinglistid	5	4	3	2	1
Foorumites suhtlemine	5	4	3	2	1
Portaalides suhtlemine, kommentaaride lugemine	5	4	3	2	1
Netikommentaaride kirjutamine	5	4	3	2	1
Ajaveebide (blogide) lugemine ja kommenteerimine	5	4	3	2	1
Interneti hääletustel osalemine	5	4	3	2	1
Telesaadete vaatamine Internetist	5	4	3	2	1
Interneti raadio kuulamine	5	4	3	2	1

6. Kumba väitega ajakirjanduse kohta nõustud?

- A. Eesti ajakirjanduse tase käib alla, tema usaldusväarsus kahaneb**
B. Eesti ajakirjanduse tase paraneb, tema usaldusväarsus tõuseb

Olen täiesti nõus A-ga1
Olen pigem nõus A-ga2
Raske öelda3
Olen pigem nõus B-ga4
Olen täiesti nõus B-ga5

Lisa 3. Intervjuude aluseks olnud küsimused ja osalised transkriptsioonid

1. Süvaintervjuu suunavad küsimused

Huvid ja kuuluvus

Millised on Sinu hobid? Mida Sulle vabal ajal teha meeldib?

Kas oled käinud mingitel suurematel spordiüritustel? Millistel? Suurematel kultuuriüritustel? Millistel?

Kas Sulle meeldib lugeda? Palju Sul kodus raamatuid on?

Kas Sulle meeldib muusikat kuulata? Kui palju Sul plaate on? Mis sorti muusikat eelistad?

Kas kuulud mõnesse spordiorganisatsiooni, huviklubisse? Oled mõne erakonna noortekogu liige? Kuulud mingisse muusse organisatsiooni? Millisesse?

Kas oled kunagi osa võtnud mingist rahvakogunemisest või miitingust, allkirjade kogumisest internetis või paberil või muust poliitilise iseloomuga avalikust tegevusest?

Kas oled käinud mõnel rahvaspordi üritusel? Mõnel keskkonnasuunitlusega üritusel (Roheliste rattaretk, prügi koristamine)? Mõnel heategevusliku suunitlusega üritusel?

Kui Sinu käest küsitakse, kes Sa oled, siis kellena Sa end ennekõike määratled?

Kes on Sinu jaoks elus olulised inimesed? Kelle arvamus Sulle loeb?

Mida plaanid elus edasi teha peale keskkooli lõppu?

Hinnangud muutustele ja sotsiaalsed hoiakud

Kas Eestis peale taasiseseisvumist toimunud muutused on Sinu meelest rõõmustavad? Mis Sa arvad, kas enamiku inimeste jaoks on need pigem rõõmustavad või kurvastavad? Millest see võiks sõltuda?

Kas Sinu ja Sinu pere elu läheb üldiselt paremuse või halvemuse suunas? Mis Sa arvad, millest inimeste isiklik heaolu sõltub rohkem – kas inimeste endi tegevusest või on riigil ja ühiskonnal siin suurem roll?

Kuidas on see, et Eesti on nüüd Euroopa Liidu liige, mõjutanud Sinu ja teiste Eesti elanike elu? Sinu peret? Sinu kodukoha arengut? Eesti arengut üldiselt?

Viimase kolme aasta jooksul on Eesti areng samuti olnud väga kiire. Neid muutusi oled Sa varasematest ilmselt paremini märganud. Mida Sa tooksid esile? Millised on Sinu meelest olnud peamised positiivsed muutused? Aga negatiivsed?

Kokkuvõttes, mis Sa arvad – kas Eestil läheb lähiaastail pigem halvasti või pigem hästi?

Miks?

Mis Sa arvad, kas väga liberaalne majandus ja kiire erastamine on Eestile kasu toonud või pigem mitte? Kas riik peaks rohkem majandusse sekkuma või mitte? Mida saaks riik teha, et Eesti majandusedu hoida?

Mis Sa arvad, kas mitte-eestlaste suurem osalus riigi poliitilises ja majanduseluses oleks Eestile pigem kasulik või kahjulik? Mida riik võiks teha või oma tegevuses muuta, et mitte-eestlastel oleks lihtsam integreeruda?

Mis Sa arvad, kas riik peaks tagama võimalikult paljudele noortele tasuta kõrghariduse? Mida riik veel saaks teha selle heaks, et tagada noortele parimad võimalused?

Kas Eesti maksud on mõistliku suurusega, liiga suured, liiga väikesed? Mis Sa arvad, kas Eesti maksusüsteemi peaks muutma või mitte? Milline oleks Sinu meelest kõige õiglasem maksusüsteem?

Lähtudes sellest, kui oluliseks peetakse avalike hüvede eest seismist ja riigi arendamist võrreldes erahuvide kaitsmisega ja turusuhete arenguga, jagatakse inimeste poliitilisi vaateid vasak- või parempoolseteks. Kas Sina pead end vaadetelt rohkem parem- või vasakpoolseks?

Poliitika huvi ja usaldus

Kas Sulle pakub huvi Eesti poliitika? Aga välispoliitika? Miks? Kas tahaksid sellest rohkem teada? Mis sorti infot?

Kas Euroopa Liit huvitab Sind? Kas tahaksid sellest rohkem teada? Mis sorti infot?

Mis Sa arvad, kas Sinu teadmised poliitikast on piisavalt head, et näiteks enne valimisi sõbrale nõu anda, keda valida?

Mis Sa arvad, kas tead poliitikast piisavalt palju, et ise kaasa rääkida?

Kes on Sinu jaoks olulised poliitiliste vaadete kujundajad?

Milline Eesti erakond kannab Sinu omadega kõige sarnasemaid vaateid? Miks?

Kas valimas käisid? Miks? Kas valisid elektrooniliselt või käisid valimisjaoskonnas? Mis Sa üldse arvad e-valimistest?

Mis Sa arvad, kui usaldusväärsed on Eesti valitsus ja Riigikogu? Aga president? Meedia?

Poliitikud? Inimesed üldiselt?

Riik ja ühiskond

Mis Sa arvad, kas inimesed peaksid põhimõtteliselt poliitika ja riigiasjade vastu huvi tundma?

Miks? Mismoodi saaksid noored poliitilises elus kaasa rääkida? Kas nad peaksid?

Kuidas tundub, kas inimeste, sealhulgas Sinu valikud mõjutavad riigi seisukohast midagi või tunned pigem, et Sinu soovidest ja valikutest ei sõltu midagi? Miks?

Kas noortele on Eestis tagatud piisavalt palju võimalusi ja valikuid iseseisva elu edukaks alustamiseks?

Kuidas suhtud mitte-eestlastesse? Kas nad on Eesti ühiskonna seisukohast pigem ohtlikud või kasulikud?

Kuidas suhtud muudesse vähemustesse? Mis Sa arvad, kas vähemustel tuleks lasta elada oma väärtushinnangute ja soovide kohaselt? Kas Sinu arvates võiksid vähemusrühmade esindajad, kelle elustiil erineb märgatavalt ühiskonna keskmisest, seda avalikult välja näidata?

Mis Sa arvad Eesti lähiajaloost? Kuivõrd see Eesti tänast päeva mõjutab?

Kas Sa oled Eestist väljas käinud? Kus?

Oled Sa kunagi mõelnud, et võiksid Eestist ära minna? Miks? Kuhu?

Kas tunned kedagi, kes on viimasel ajal Eestist jäädavalt lahkunud? Mis mõtteid see on Sinus tekitanud?

Tarbimine

Kui tihti käid suuremates kaubanduskeskustes? Mida seal peamiselt teed (asjad, teenused, kohvikus käimine, ringi jalutamine ostmata, meelelahutus)?

Kas Sa pead ennast keskkonnasäästlikuks tarbijaks? Kuivõrd oluline on Sulle puhas loodus ja keskkonnahoid?

Kas ja kuidas peaks riik tegelema keskkonnahoiu teemadega?

Kui tihti Sa rõivaid ja jalanõusid ostad? Kas tahaksid tihemini? Kas Sulle on oluline, mis brändi riided või jalatsid Sul on?

Meediatarbimine ja arvutikasutus

Kas Sul on kodus kõik kommunikatsioonivahendid või tunned millestki puudust? Millest?

Kas Sa ajalehti loed? Kas mõni ajaleht on Sinu perel ka koju tellitud? Milliseid Sa loed sageli? Milliseid harvem? Kas Sa kohalikku lehte loed? Miks?

Mis ajakirju Sa loed? Kui sageli Sa ajakirju loed? Kas mõni ajaleht on Sinu perel ka koju tellitud?

Kas Sa raadiot kuulad? Mis raadiojaamu sa eelistad? Milliseid kuulad harvem? Miks?

Mis telekanaleid Sa vaatad? Mis saateid Sa eelistad? Mida Sa telerist rohkem vaatad – uudiseid-arutelusaateid, meelelahutussaateid-sarju-filme, dokumentaalfilme?

Kui usaldusväärseks Sa meediat pead? Mis sa arvad sellest pildist, mis meedia poliitikast ja poliitikutest loob?

Kas Sind häirib meedia juures miski? Mis?

Kas kasutad arvutit? Kuidas hindad oma arvutikasutusoskusi? Kaua oled olnud arvutikasutaja?

Palju aega päevas arvuti seltsis veedad? Mida arvutiga peamiselt teed?

Kas kasutad interneti? Kaua oled olnud internetikasutaja?

Milleks interneti põhiliselt kasutad? Kas internetist lehti loed? Raadiot kuulad? Telerit vaatad? Kas kommenteerid uudiseid?

Kas loed blogisid? Kas kommenteerid neid? Kas Sul on oma koduleht või blog?

Mis arvad interneti vahendusel millegi ostmisest ja kas oled ise seda teinud?

Kas kasutad interneti portaalides suhtlemiseks, foorumite lugemiseks-kommenteerimiseks?

Kas kasutad kiireks suhtluseks mõeldud tarkvara (MSN, AOL, irc jms)?

Mitme meilinglisti kirju sa saad?

Missugust kasu Sinu meelest internetist kõige rohkem on?

Kas internetiga kaasneb Sinu arvates ka mingeid ohte? Milliseid?

Kas kasutad mobiiltelefoni? Milliseid mobiili lisavõimalusi Sa kasutad ja kui aktiivselt?

2. Aktiivse noore meediatarbijaga läbi viidud intervjuu osaline transkriptsioon

Räägime kõigepealt Sinu hobidest. Mida Sulle vabal aja teha meeldib?

No ... kõigepealt kindlasti olen... ma käisin näiteringis neli aastat järjest, siis on laulmine... üks selline, noh, kas just hobi, aga midagi taolist. Ja siis, kuna nüüd ma olen lõpuklassis, siis lihtsalt veedan vaba aja sõpradega... enamus ajast. Või siis lihtsalt kas arvuti ja internet ja selline. Põhimõtteliselt rohkem hobisid ja selliseid asju ei ole.

Kinos- teatris käid? Ma küll ei tea palju Jõhvis teatrikülastamise võimalusi on, aga kino tegutseb siin ju küll?

Kinos käin küll ikka. Juhtub küll vahest seltskonnaga näiteks kui lähme siia kinno ja teatrisse...mingi ...paar korda poole aasta jooksul ikka satub.

Aga kontsertidel käid?

Noh. Eriti nagu mitte, aga vahest, kui tuleb selline... mingi hea kontsert või midagi, siis ikka. Rohkem selline kerge muusika meeldib, mitte süvamuusika.

Sa oled 18 täis, eks?

Jah, 19 olen.

Kas klubides, muudes sellistes vanusepiiranguga kohtades ka käid?

Käin. Siin Jõhvis on sellised ... rohkem nagu, kuidas ma ütlen...pubid või sellised. Siin olen ja siis Tartus... on kõige lähemal käia tegelikult. Ja Rakveres... on ka klubid, kus käia.

Kui tihti Sa käid?

Noo... võibolla mingi... kuus kaks korda nagu, kaks nädalavahetust järjest või niimoodi..

Muud teemad – trennid, muu sportlik?

Ei, ei ole aega selliste asjade jaoks enam.

Arvutiga tegeled, nagu ma aru saan?

Jaa, arvutiga tegelen palju.

Lugeda meeldib Sulle?

Jaa, meeldib. Eriti sellist, nüüd ma olen avastanud...rohkem nagu... tänapäeva kirjandust. Kui meil olid kirjanduse tunnid, siis olid sellised vanemad raamatud ja need mulle üldse ei läinud peale, ma ei jaksanud neid lihtsalt lugeda. Nüüd mingid sellised Rakked ja Kenderid, et neid on hästi huvitav lugeda.

Palju Sul kodus raamatuid umbes on, mis Sa arvad?

Oi, palju. Palju.

Millist muusikat Sa eelistad? Meeldib muusikat kuulata?

Meeldib. Noh, selline klubimuusika, mis just on nagu popp või ma ei tea. Vahest harva mingi drum 'n' base stiil äkki.

Kas Sa kogud plaate ka?

Ei kogu. Lihtsalt kas raadiost tuleb või internetist tõmban.

Kuulud Sa veel mingisse huviorganisatsiooni või klubisse? Või oled kuulunud?

Ei. Aga vahepeal oli mingi Eesti 4H organisatsioon siin Jõhvis. Aga see ka kuidagi vajus unustusse. Ma ei tea, kuidas see nüüd oli... alguses me kõik käisime seal, lõpuks see ikka kuidagi vajus laiali.

On siin üldse mingeid võimalusi organiseeruda sedasi? Tegutseda?

On küll. Siin on näiteks... meie koolis on see... õpilasmavalitsus. Jõhvis on veel mingid noored, kes teevad siin noorte elu ja mingit sellist värki, ma olen kuulnud.

Erakonda ei kuulu Sa juhuslikult?

Ei kuulu (naerab).

Oled Sa võtnud kunagi osa mingist rahvakogunemisest või miitingust või kirjutanud internetis kusagile alla, need kampaaniad, mis meil olnud on siin?

Osa ei ole võtnud, aga kuhugi kohta ma kirjutasin netis alla küll.... See oli mingi lastekaitsevärk. Ma tean, et ma kirjutasin sinna netis alla.

Aga üldse mingitel suurematel üritustel oled käinud? Spordi-, kultuuriüritused, heategevuslikud üritused?

Ma ei tea... Laulupidu...(naerab). Kas see läheb sinna alla?

Miks mitte? Küll ju suur kultuuriüritus.

Kus ma veel... ei olegi rohkem sellistel asjadel olnud.

Pole sattunud või pole kippunud?

Pole pigem vist sattunud. Äkki kui oleks mingi võimalus, siis ikka võtaks osa... või ma ei tea.

/.../

Mis plaanid Sul edasi on, kui keskkool läbi?

Ülikooli. Tallinnas kindlasti. Tahan edasi minna ikka õppima.

On mingid kindlad alad ka valitud juba?

Midagi majandusega, nagu majanduskooli. Rohkem tõmbab sinnapoole.

Nüüd räägime sellest, mis Sa Eestis toimunud muutustest arvad. Mis Sa arvad, kas see, mis Eestis on peale taasiseseisvumist toimunud, on pigem rõõmustav või ei ole?

Ma arvan, et ikka rõõmustav. Et noh, need poliitikud, need natuke on ära keeranud siin. Ma ei tea, mida nad üritavad. Aga muidu on küll ikka tore. Kui kuulata vahest, mis vanaema või vanaisa kõrval räägib, siis on küll vahel selline tunne, et väga hea, et mina elan just praegusel ajastul. Et poleks küll tahtnud sel ajal elada, kui nemad olid noored ja niimoodi... Paremuse poole ikka jah.

Kuidas Sulle tundub, mis enamik inimesi arvab? Kuidas nemad tajuvad – kas paremaks või halvemaks või...?

Ma arvan, et enamus ikka ütleks, et paremaks. Aga noh, ma kujutan ette, tegelikult ma ju ei tea eriti... Ma arvan küll, et nagu noored, minuealised arvavad küll, et paremaks on läinud ikka.

Millest see hinnang võiks sõltuda, mis Sa arvad?

Et... rohkem on nagu tegevust ja saab rohkem välismaailma näha ja niimoodi... reisida ja värki.

Aga Sinu ja Sinu pere elus, kuidas teil läheb?

Ma loodan ikka, et paremaks.

Aga mis Sa arvad, millest inimeste isiklik heaolu rohkem sõltub – kas sellest, mis nad ise teevad või on riigil ja ühiskonnal suurem roll?

Kindlasti see rohkem, mida nad ise teevad ja mida nad saavutavad. Aga kindlasti seal mängib olulist rolli ka riik ja ühiskond ja.... Et... Näiteks... kui Sul on mingi hobi näiteks või niimoodi. Noo... tahad kuskil trennis hakata käima. No tõesti, ma tean oma sõbrannat – ta tahtis minna trenni, aga kuna noh... vanemad ei võimaldanud talle seda rahaliselt, ei saanud seda pakkuda, siis ta kõik siin vallavalitsuses käis ja küsis, et kas saab mingit toetust või niimoodi, siis öeldi, et kahjuks me seda ei võimalda. See on nagu hästi imelik selles suhtes et... kui lapsele meeldib millegagi tegeleda ja ta leiab endale mingi hobi, siis riik ikka peaks võimaldama seda.

/.../

Mida Sa esile tooksid nendest muutustest, mis Eestis viimastel aastatel, no kui Sa oled keskkoolis olnud näiteks, toimunud on? Mis on Sinu meelest sellised olulisemad muutused, mis on mõjutanud inimesi, ühiskonda?

Ma ei tea...

Annan Sulle mõne märksõna? No näiteks Eesti rahvusvaheline positsioon?

Võib-olla on hakatud natuke rohkem arvestama meiega... Aga muidu... küll mitte. Oleme see väike rahvas edasi. Samasugune väike rahvas.

Aga demokraatia areng, inimõigused, vabadused Eestis? Kas selles osas on midagi muutunud?

Sellega ma nüüd nii väga kursis ei ole...,aga minu meelest on see ka ikka täitsa samaks jäänud. Minu ümber pole sellega seoses küll mingeid olulisi muutusi tulnud, kõik on samamoodi edasi läinud.

Aga inimeste materiaalne heaolu ja tarbimisvõimalused. Kuidas nendega on?

See on küll minu meelest kasvanud. Kõik see tarbimine, valikud ja ... sellised asjad. See materiaalne heaolu on tulnud esikohale rohkem.

Aga tehniline areng, igasuguste uute masinate, IT-tehnoloogiate kasutamine?

Midagi ta ikka kindlasti on arenenud... IT-värk ja...Kujutan ette, et on küll seal üht-teist toimunud. Muutusi.

Mis sa arvad, kuidas on arengud sotsiaalse õiglusega, kihistumine ühiskonnas ja sellised teemad?

Ma arvan ise, et see kihistumine on muutunud selliseks... tuhmunud või.. ei ole enam nii palju seda. Ei ole enam nii terav. Samas mingites olukordades, kus ... hakatakse midagi ette heitma jälle... siis on küll tunda seda kihistumist ja niimoodi. Inimesed arvavad, et võibolla tema on parem millegi poolest. Näiteks üks õpetaja just rääkis meile siin just, 9. klassi juhataja, et oli selline lugu, et lõpuõhtu korraldamine ja ... vaja 150 krooni tuua, et laud teha. Lihtsalt üks 9. klassi poiss oli öelnud üle klassi, et umbes et, noh, minu vanemad ehitavad

kolm milli maksvat maja, et mis see 150 krooni siis ära ei oleks (naerab). Tundub, et sellisele vanusele mõjub selline...vanemate hoiak ja selline värk.

Mis sa arvad, kuidas on seaduskuulekusega? Kuidas Sulle tundub, kas inimesed on muutunud seaduskuulekamaks või pigem mitte? Või pole vahet?

Ma ei tea, kuidas enne oli, aga mida vanemaks ma saan, seda rohkem ma aru saan, et küll mitte eriti... näiteks siinkandis, ma ei tea, seaduskuulekaid inimesi...ma ei tea, mitte eriti.

Šlikerdavad?

Nojah... Noorte puhul eriti, no need absoluutselt mitte. No näiteks see, et, ma ei tea, kas see nüüd seadus on just, aga see, et alla 18-aastased ei tohiks alkoholi osta ja tarbida ja...

On ikka seadus.

See oli kindlasti enne ka nii nagu praegu, aga minu meelest on see praegu veel suuremaks see läinud, et... Alaealised...juuakse rohkem ja läbustatakse ja autodega sõidavad alaealised ja sellised asjad.

Aga mis sa arvad eesti keele ja rahvuskultuuri olukorrast viimastel aastatel? Kuidas sellega lood on?

Olen kuulnud, et näiteks tahetakse tasuta teha venelastele kursused, et nad õpiksid eesti keelt, aga mina küll ei pea seda õigeks. Et kas just tasuta neil seda nüüd vaja on. Eesti keelt on neil vaja õppida küll, eriti siin. Siin on vaja tõsiselt..., ma ei tea, kasvõi piitsaga ajada neid sinna kursustele. Eesti keel on oluline küll... Et nüüd noored õppivad neid inglise keeli ja saksa keeli rohkem...noh, eetsi keel ju jääb ikkagi su rahvuskeeleks... tugevaks selliseks...asjaks, mida ei unustata ära.

Kuidas sulle tundub, kuidas hea hariduse saamise võimalused on edenened Sinu keskkooliaastate jooksul?

Raskemaks on see läinud. Nt ülikooli astuda sisse, minu meelest on see nii raskeks on see läinud...need eksamid ja see kõik. Kui võrrelda eelmiste aastate jooksul, siis minu meelest on raskemaks läinud.

Aga hea töökoha saamise võimalused, kuidas need on edenened?

Noh, ütleme nii, et mida rohkem tutvusi, seda kergem on tööle saada muidugi (naerab).

/.../

Mis Sa arvad, kas väga liberaalne majandus ja kiire erastamine on Eestile kasu toonud või pigem mitte?

Ma arvan ikka, et on kasu toonud. Ma ei tea, nii väga ma ei arvagi sellest midagi tegelt.

Kas riik peaks rohkem majandusse sekkuma, rohkem asjadel silma peal hoidma? Praegu on meil siin üsna liberaalne see elu ju.

Natuke ehk suurem kontroll või midagi sellist võiks olla... just seadusi rohkem teha, et saaks paremini jälgida, mis toimub. Et mingi piir kusagil oleks.

Kas mitte-eestlaste suurem osalus Eesti riigi elus oleks Eestile kasuks või kahjuks?

Ma arvan, et ... kahjuks... Et Eesti kõik need läbielamised ja värgid... Mitte-eestlased on küll Eestis olnud ja...aga võib-olla nad ei tunnetata seda kõike niimoodi...Kõike seda eestlaste ühtsust, mis ikka vahest kipub esile.

/.../

Kuidas Sulle tundub, kas riik peaks tagama võimalikult paljudele noortele tasuta kõrghariduse või peaksid inimesed kasvõi osalt selle eest ise maksma?

Ma arvan küll, et riik peaks tagama noortele selle hariduse. Praegu on üsna raske saada kuhugi tasuta kohale näiteks, et... see on selline asi, mida võiks muuta.

Mida riik saaks veel teha, et tagada noortele paremad arenguvõimalused, parem stardipositsioon?

Muuta koolide olukorrad paremaks. Ja need... väiksemad koolid pannakse praegu kõik kinni. Need võiksid tegelt ikka jääda. Seal tulevad päris sellised...kuidas ma nüüd ütlen... mitte tublid inimesed... aga just tugevamad õpilased... on vahest tulnud. Et linna kooli samamoodi.. raske harjuda ju, kui panna järsku kokku kõik maainimesed ja linnainimesed. Et kui need maalapsed hakkavad kõik kuskilt kaugelt käima, võib mingi probleem sellest tekkida.

Kuidas tundub... ma muidugi ei tea, palju sa tead Eesti maksudest... meil on üsna madalad maksud, ettevõtete tulumaksu näiteks pole üldse, kui teenitud raha ettevõtte arendamiseks kasutada, ja Eesti inimeste maksukoormus on üsna madal paljude Euroopa maadega võrreldes näiteks. Kuidas sulle tundub, kas see on õiglane, et inimestelt võetakse maksudena pigem raha ära või Sulle tundub pigem, et riik võiks rohkem maksuraha koguda ja erinevaid teenuseid pakkuda?

No kui hakata rohkem makse küsima, siis hakkavad kõik inimesed jälle kurtma... ja nad ei saa kohe aru, et see raha tuleb teist kaudu nende endale tagasi. Et võib-olla seda lähenemist peaks rohkem olema, et see on kasulik inimestele endale...tuleb tagasi kuidagi.

Lähtudes sellest, kui oluliseks peetakse avalike hüvede eest seismist ja riigi arendamist võrreldes erahuvidega, jagatakse inimeste poliitilisi vaateid vasak- või parempoolseteks. Kas Sina pead end vaadetelt rohkem parem- või vasakpoolseks? Kumb pool Sulle oluline on – kas riik peaks enam aitama inimesi või inimesed peaksid rohkem ise toime tulema?

Mina seisaks praegusel juhul täpselt seal keskel, ma ei oskakski valida, et...samas ma oleksin nagu ühe poolt ja samas jälle nagu teise poolt, et... võib-olla ma praegu jääksin rohkem ikka sinnapoole, et riik peaks nagu aitama...samas mingi paari kuu pärast või mingi aja pärast ma võiks olla just teisel poolel...

Aga kui Sulle pakutaks võimalust sellele küsimusele mitte vastata? Ennast mitte määratleda?

Ei sooviks määratleda jah. Ma valiks selle kesktee jah, et ei määratleks ennast üldse.

Kuivõrd Sind huvitab Eesti poliitika?

Noh, see on nii hulluks kätte läinud, et... ega enam nagu eriti. Võib-olla ajalehtedes, kui ma loen mingeid artikleid, on siis... aga ega eriti ei süvene küll sellesse...

Aga välispoliitika? Muu maailma küsimused? EL, USA?

Euroopa Liit mind ka väga ei huvita, aga näiteks USA ja Lähis-Ida, kõik see, need poliitilised probleemid...

Aga miks just need?

See probleem on...kas nüüd just lähedasem asi..., aga ma huvitun sellest rohkem, et mis seal ikka saab ja kuidas need inimesed seal hakkavad käituma.

Aga miks Eesti poliitika Sind ei huvita?

Ma ei teagi, miks ta ei huvita... Ma pigem...kui mul on valida näiteks ajalehes, kas ma loen Eestist või Ameerikast näiteks, siis ma valin Ameerika. Ma ei teagi, miks see nii on.

Aga kas Sa tahaksid poliitikast rohkem teada saada? Mis sorti infot näiteks Sinu meelest puudu on, kui on?

Kas just puudu on...ma ei tea, mina näiteks saan praegu piisavalt infot ajalehtedest ja internetist. Et kui midagi huvitama hakkab, siis ma saan kõik materjali ju vaadata ja ise otsida ja.

/.../

Mis Sa arvad, kas Sinu teadmised poliitikast on piisavalt head, et näiteks enne valimisi sõbrale nõu anda, keda valida? Et keda Sa valid, et anna mulle nõu või...

Et siis võib-olla ma ütleksin, et keda ma valin ja siis ta küsiks, et miks. Ja siis ma seletaksin talle natukene... no näiteks ühiskonnaõpetuses just enne valimisi õppisime neid...igasuguseid erakondade... no õpetaja andis meile lehed, et no keskerakond näiteks, et mida tema tahab teha ja mida ta teinu on ja sellised... lubadused, mis on ikka. Ja siis võib-olla ma sealt tooksin mingeid näiteid siis talle..., et mis just mulle silma on jäänud ja et miks ma just selle erakonna valin ja. Kas ma just väga tark selle koha pealt olen... aga midagi ma oskaks ikka talle seletada.

Aga kuidas Sulle tundub, kas Sa kas tead poliitikast piisavalt palju, et ise kaasa rääkida? Kui näiteks keegi tuleks ja teeks Sulle sellise ettepaneku?

Ma arvan, et võibolla ma oleksin rohkem selle rollis, kes kuulab ja lisaks võib-olla noogutab mõnes kohas kaasa, et mhm ja mhm (naerab).

Aga kes on Sinu jaoks olulised poliitiliste vaadete kujundajad?

Ma ei tea, võibolla lihtsalt..., et mida ma tahaksin, et nagu muutuks siin Eesti elus. Need lubadused on lihtsalt lubadused mõndadel. Aga pigem nende lubaduste järgi ma valin jah.

Kas valimislubadustest või on Sul mingi üldine arusaam sellest, kuidas need erakonnad muidu ka tegutsevad?

Sel korral ikka valimislubadustest. Ma ei tahtnud ka niiviisi uskuda päris, et nüüd ta lubab ja nüüd ta teebki seda, aga see annab ikka pildi ette. Eriti selles mõttes, et mis üliõpilastele lubatakse ja.../.../ Koolis me rühmade kaupa vaatasime ja siis tegi iga rühm ettekande ka ja sealt jäi ka üht-teist meelde.

Valimas käisid?

Käisin.

Milline Eesti erakond Sulle tundub, et on Sinu vaadetega kõige lähedasem?

Reform (naerab). Kindlasti mitte Keskerakond.

/.../

Sõpradega teil tuleb poliitika mõni kord teemaks?

Üldiselt küll ei tule.

Aga enne valimisi?

Ei... ei tulnud.

/.../

Mis Sa arvad, kui usaldusväärseid on Eesti valitsus ja Riigikogu?

Ma kujutan ette, et mitte väga usaldusväärne. Kõik need... onupojapoliitika ja salatsemine, mis on. Omavahelised kokkulepped ja. Mitte eriti usaldusväärne küll.

Aga president?

President küll mulle meeldib. Mina ütlesin küll, et tema on usaldusväärne.

Aga eelmine president?

Ei. Mkm. Tema oli lihtsalt selline...ebasümpaatne inimene mulle.

Kuidas Sulle tundub, kas meedia on usaldusväärne, see info, mida Sa meediast näed või loed? Kas Sa usud seda pigem või..?

Oleneb, mis ajalehte ma näiteks loen. Mõned sellised artiklid, noh tõesti... et kui sa loed seda, siis sa mõtled, et see peaks ju olema usaldusväärne, aga siis ikka tuleb lõpuks kusagilt välja, et mingit jura aeti inimestele.

Kuidas Sulle tundub, kas meedia teeb vahel liiga ka inimestele või ei tee?

Ikka vist teeb, et... Tundub küll, et vahest on ikka teinud. Eriti sellised kollased ajakirjad ja sellised. Need on suht mõttetud asjad üldse minu meelest.

Aga inimesed üldiselt? Usaldad pigem?

On teatud inimesed minu ümber, keda ma usaldan täiesti.

Aga ma mõtlen selline üldisem, et kui saad võõra inimesega tuttavaks, et siis Sa pigem arvad, et on kahtlane tegelane või on kena inimene?

Pigem ma arvan ikka, et on kena inimene. Ma olen rohkem just selline, kes hakkab hästi kergesti suhtlema. Ma ei hakka kohe kõigepealt inimese peale viltu ikka vaatama, ma enne suhtlen temaga ja siis vaatan, et mis edasi.

/.../

Aga mis Sa arvad, kas inimesed põhimõtteliselt peaksid poliitika ja riigiasjade vastu huvi tundma või ei peaks?

See oleneb nii inimesest. Suurem osa ikka võiks kursis olla sellega, mis toimub. Kas just peaksid, aga võiksid.

Aga noored, mis Sa arvad, mismoodi saaksid noored poliitilises elus kaasa rääkida ja kas nad peaksid?

Just sellised organisatsioonid, mis on noortele mõeldud. Nende kaudu ikka saab kaasa rääkida. Kas just väga peaks nüüd oleme osaline, aga kui mingid suuremad asjad on, siis peaks ikka midagi arvama.

/.../

Nüüd räägiks natuke Sinu tarbimisest ka. Kui tihti Sa ostad riideid näiteks, kingi, aksessuaare?

No kui raha on ja midagi silma jääb. (Naerab). Riideid ja selliseid asju siis, kui ikka vaja on või jääb midagi tõesti ilusat silma. Et mingi hull tarbija ma küll ei ole.

Tahaksid tihedamini osta endale miskit või oled rahul nii, nagu on?

No võiks ikka paremini.

On Sulle oluline, mis brändi riided või kingad Sul on?

Minu jaoks see pole absoluutselt oluline. Kui ma inimesega näiteks kohtun, siis ma vaatan ikka üldmuljet, et kuidas ta on riides, aga ma ei hakka kohe uurima, et kas tal on nüüd mingi firma riided, kust on ostetud, kui kallis on...

/.../

Suuremates linnades on päris levinud meelelahutus noorte seas kaubanduskeskustes uitamine ja ajaveetmine. Kuidas Sa sellesse suhtud? Kas Sa teed seda või teeksid, kui Sul oleks võimalik?

Ei teeks küll. See on nii mõttetu ajaraiskamine. Jõhvis minu meelest seda eriti küll ei ole... et alguses, kui see Selver nüüd ehitati, et siis oli kuum koht istuda seal ees ja lihtsalt vaadata inimesi ja niimoodi... Minu arust on see nagu nii mõttetu. No... Sa saad sõpradega kusagil mujal olla ja midagi muud teha, Sa ei pea istuma kusagil poe ees ja jälgima.

/.../

Kas Sul on kodus olemas kõiksugused kommunikatsioonivahendid, mida Sa pead vajalikuks?

Minu meelest on mul kõik olemas, mis vaja. Millestki puudust küll ei tunne.

Ajalehti loed?

Ikka, eriti just nüüd, kus on kirjandid ja asjad tulekul.

Koju on ka mõni tellitud?

Jaa, ikka on. Eesti Päevaleht ja kohalik leht, see Põhjarannik. Vahepeal käis Postimees. Mõnikord ostame seda Õhtulehte. Mina küll ainult sirvin seda, vahel ainult, kui midagi huvitavam on, siis ma loen ka.

Kohalikku lehte loed siis ka?

Jah, seda ma üritan iga päev ikka. Kas ma just nüüd loen, aga huvitavamad pealkirjad üritan ikka üle vaadata.

Miks Sa just neid lehti eelistad?

See ei ole minu valik küll, aga ma loeks neid ikka. Eesti Päevaleht on selline leht, kus on sellist informatsiooni, mida lugeda. SLÕhtulehte... isa ostab. Et ma ei tea, mis tema seal näeb, aga... vahel on seal küll huvitavaid lugusid ja niimoodi. /.../ Muidu ma loen neid ajalehti rohkem netis ja niimoodi, sirvin läbi päevauudised, mis on sellised tähtsamad.

Mis ajakirju Sa loed?

Ma eriti ei loe ajakirju. Cosmopolitan on ju ka ajakiri ikka (naerab).

Tellitud on ka mõni?

Ei ole.

Raadiot kuulad? Mis jaamu Sa eelistad?

Kuulan netis peamiselt... aga olen vastu oma tahtmist sunnitud igal hommikul kuulama Vikerraadiot...köögis. Ise kuulan rohkem selliseid Sky Plussi ja Uno raadiot.

Miks just need jaamad Sulle meeldivad?

Võib-olla sellepärast, et seal on minu jaoks muusikat..., tantsumuusikat.

Mis telekanaleid Sa eelistad vaadata?

Võrdselt ikka. TV3, Kanal2, ETV. Mul ei ole mingeid kanaleid palju, kolm on ja neid ma vaatan. /.../ Väliskanaleid ma vaatan, kui sõprade juures satub ja. Kodus mul ei ole, vene omasid ka ei ole.

Mida Sa telekast vaatad, kui Sa vaatad?

Põhiliselt vaatan filme. Siis järgmisena tulevad uudised ja siis... sellised saated, kus on rohkem arutlust.

Sarju ka vaatad? *Reality-show*'sid?

(Naerab). Superstaar on ju kuum teema nüüd. Igasuguseid Ameerika sarju, mis tulevad Eesti kanalitelt, vaatan ka.

/.../

Mis Sa sellest pildist arvad, mis meedia poliitikast ja poliitikutest loob?

Ega ta väga...just ilusat pilti ei loo neist. On selliseid artikleid, kus urgitsetakse mingi poliitiku elu kallal...See küll ei ole väga ilus.

Aga kas Sa pead seda meediapilti poliitikast ja poliitikutest pigem objektiivseks?

Ma ei tea..., see on suhteline asi. Vahel on ta küll nagu... samas ikka tihti ei ole ka objektiivne. Imelik on see asi.

Räägime nüüd natuke veel Sinu arvutikasutusest. Sul kodus on arvuti?

On.

Kasutad?

Kasutan.

/.../

Palju aega päevas arvuti seltsis veedad?

Väga palju. Kui ma koolist lähen koju, siis juba lähen arvutisse. Siis vahepeal tuleb telekas vahele ja siis õhtul olen arvutis jälle ja... Palju aega kulub koolitööle juba, igasugu referaadid ja asjad ja... ja ajalehti sirvin ja raadiot kuulan ka ja...

Telekas internetis? Need uued keskkonnad näiteks, kuhu igast videoid üles riputatakse ja?

Ise ma nüüd ei otsi just...Kui mõni sõber saadab mingi lingi, et vaata, mingi lahe asi või niimoodi, siis ma ikka vaatan ja siis mõnikord mingi märksõna järgi otsin edasi näiteks.

Kaua Sa oled internetti kasutanud?

Internet ei ole kaua olnud. See on võibolla mingi keskmiselt viis aastat äkki või...Enne ma ei kasutanud, kui koju see tuli.

Mis Sa selle internetiga veel teed? Kas Sa oled siuke aktiivsem internetikasutaja, kas Sa ise ka kommenteerid, võtad foorumites sõna ja...?

Vahest harva. Et ma loen neid... artikleid ja kommentaare ja selliseid asju. Aga lihtsalt need inimesed juba oma kommentaaridega... no Delfis näiteks kui on mingi artikkel... see on teada tuntud koht, kus kommenteeritakse igasuguste sõnadega ja ma lihtsalt ei hakka raiskama oma mõtteid, et... see on nii mõttetu sinna kirjutada. Ma võin kirjutada, aga kui siis tuleb mingi järgmine inimene ja teeb mu kommentaari täiesti maha või tuleb täiesti mingi lollakas inimene ja paneb mingit ogarat teksti sinna.

Blogisid loed?

Mõnikord jälle, et kui satun mingi asja kaudu sinna. Olen lugenud. Kogu aeg aga ei loe ikka.

Mida Sa arvad veebi kaudu asjade ostmisest?

Mugav. Minu meelest ongi see ainuke... samas see ei ole nüüd nii vajalik. Et jälle hea, et on olemas. Ise ei ole ostnud midagi, aga mu vend on netist ostnud mingeid pisemaid asju. Ta tegeleb mingi surfiga ja sealt ostab siis neid asju ja värke.

Kas Sa kasutad mingit suhtlustarkvara? Suhtlusportaalid?

MSN. Rate, kui see kuidagi sinna alla nüüd läheb.

/.../

Aitäh Sulle, sellest pikast jutust on mulle palju kasu.

3. Väheaktiivse noore meediatarbijaga läbi viidud intervjuu osaline transkriptsioon

Kõigepealt räägiks Sinu huvidest. Et mida Sulle teha meeldib vabal ajal?

Ega vaba aega eriti ei olegi. Kui ma noorem olin, siis ma mängisin klaverit. Seitse aastat. Viimased kolm aastat oli nii, et ei viitsinud eriti, aga ikkagi käisin. Tantsimas käisin...Aga nüüd ma käin ainult laulmas segakooris. Kolm aastat juba.

Et muude asjade jaoks ei ole aega? Või ei viitsi? Või?

Viitsimise pärast ka, aga põhiliselt ikka see, et aega ei ole.

Aga ma küsin mõned märksõnad. Kino, teater?

Kinos käin. Mitte väga tihti, aga noh..."Klassi" käisin nüüd viimati vaatamas. Teatris ka...et kui kohapeale tuleb, siis ikka käin. Viimase aasta jooksul on ikka rohkem teater käinud siin. Meil on see kontserdimaja nüüd siin.

Aga kontserdid, nüüd kus teil see kontserdimaja siin on?

Ikka käin... Valikuliselt. Kõikidele kontsertidele ei lähe, aga... Pigem ma käin jazzi kuulamas. Rocki ka, aga...

Trennis käid kuskil?

Olen käinud kunagi. Suusatrennis, võrkpallis käisin ka. Aga kui ma tulin Jõhvi kooli, siis... Kuna meil on Mäetagusel trenn, siis...

Arvutit kasutate?

Kasutan /.../ Koolitööks ja vaba aja veetmiseks pooleks.

Mis te sõpradega teete, kui te kusagil väljas käite?

Mina nendega eriti kusagil ei käi, sest et seal on kõik maani juua täis... ja ma ei viitsi sellistes seltskondades käia. Juuakse ikka väga palju. Sünnipäevadel on näiteks ka nii, et ikka laua alla ja kes ikka rohkem täis on. Segakooriga...nemad on siuksed mõistlikumad inimesed.

Oled Sa käinud suurematel spordi- või kultuuriüritustel?

Eriti nagu ei ole sattunud sinna.

Ei ole sattunud või ei ole huvi tundnud?

Ei ole vist ikka huvi tundnud. Mõtlesin küll, et lähen sügisjooksule, aga kedagi ei olnud kampa ka tulemas ja siis mõtlesin, et seekord ikka ei lähe.

Lugeda meeldib Sulle?

Vanasti meeldis rohkem. Nüüd ma loen kohustuslikku kirjandust põhiliselt.

Palju Sul kodus raamatuid on?

Palju. Teised, klassikaaslased tulevad, et issand jumal, Sul on ikka nii palju raamatuid. Mitu riulit on ikka.

Aga muusikat, plaate on Sul kodus?

Põhiliselt on ema-isa omad. Endal on...viimase ostsin alles aasta tagasi. Ma seda netist tõmbamist eriti ei harrasta. Et kui ostan, siis ostan ikka originaali.

Missugust muusikat Sa kuulad?

Igasugust sellist, noh... rocki, jazzi. Pärisklassikat ma... ka vahel kuulan. Diskomuusikat mitte väga.

Kuulud Sa veel mõnesse organisatsiooni peale laulukoori?

Ei... et rohkem ei olegi. Nüüd siin moodustasime koori jaoks just mittetulundusühingu. Muidu oli lihtsalt selline... Et siis on selline kindlam asi. Muidu oli nii, et need käivad, kes käivad. Mina ka, kui hakkasin käima, mõtlesin, et kaks kuud käin ja siis on kõik ka, aga nüüd olen juba päris kaua käinud. Meil on 80 inimest läbi käinud. Et ühe korra käivad ja siis rohkem ei tule.

Erakonda ei kuulu juhuslikult?

Ei.

Oled Sa kunagi võtnud osa mingist poliitilisema iseloomuga rahvakogunemisest või kirjutanud millelegi alla kas siis paberil või internetis? Või midagi muud sarnast?

Need internetiküsitlused, mis on... nendele olen ikka mõni kord. Rahvaüritustel... Tallinnasse mõtlesin minna, kui oli see presidendivalimine..., aga jäi ikka minemata.

Aga kuhu Sa oled alla kirjutanud, ma huvi pärast küsin, et mis teemadel need asjad on olnud?

Et nagu ajalehtedes need ei või jaa küsimused ja nii.

Aga on olnud selliseid asju ka, kuhu inimesed kirjutavad oma nime alla millegi poolt või vastu. Siin oli näiteks Tallinnas Rahva Raamatu poe pärast selline kampaania ja muid on ka olnud. Sellistele asjadele oled ka alla kirjutanud?

Ei, sellistele asjadele küll mitte. Ei julge eriti nagu teha sellist asja.

/.../

Mis Sa peale keskkooli lõppu edasi plaanid teha?

See on nii raske küsimus... Midagi ikka edasi õppima. Majandust või midagi sinnakanti. Meil on koolis kaks haru, on majandusklass ja meediaklass, ma olen majandusklassis.

Räägime nüüd sellest, mis Eesti ühiskonnas toimub. Kuidas Sa hindad peale Eesti taasiseseisvumist toimunud muutusi? Kuidas Eestil on läinud?

Et see on ikka paremaks läinud, läheme ikka Euroopa suunas, mitte tagasi. Pigem on..., jah, parem.

Mis Sa arvad, mis teised inimesed arvavad?

Enamik on vist ikka vastupidise poolt, et... vähemalt minu tutvusringkonnas küll, et... seda Euroopa Liitu vist nad eriti ei aktsepteeri. Nad ei ole harjunud selle ühiskonnaga, mis meil nüüd on, ütlevad, et Nõukogude Liidus oli ikka parem ja.

Vanemad inimesed siis? Nooremad inimesed, Sinu eakaaslased ju ei tea, kuidas Nõukogude Liidus oli?

Noo...jah. Enda arvates teavad küll ikka.

Ahsoo. Ja arvavad siis, et oleks võinud edasi olla? Noored?

Arvavad jah. Aga osad on ka sellised, et ikka Euroopa on parem. Eesti noored ikka põhiliselt, et Euroopa on parem.

Millised inimesed need on, kes arvavad, et oleks võinud olla edasi NSVLis edasi?

No keskea poole sellised...on.

Mis Sa arvad, millest see arvamus nagu sõltub, et kuidas inimesed muutusi hindavad?

Reklaamist, et ...reklaamid, valimised, valitsus.

Need inimesed, kes siis mõtlevad, et valitsus saab hästi hakkama ja on tubli, et nemad suhtuvad ka muutustesse paremini?

Jah, sest neile on sisendatud seda. Elukoht ka kindlasti mõjutab mingil määral. Näiteks Ida-Virumaal on siin ikka Keskerakond number üks...47%...

Sinu ja Sinu pere elu. Läheb see Sinu hinnangul pigem paremuse või halvemuse suunas?

Pigem paremuse suunas.

Mis Sa arvad, millest inimeste isiklik heaolu rohkem sõltub – kas sellest, mis nad ise teevad või on riigil ja ühiskonnal suurem roll?

Pigem enda tegevusest sõltub ikka, sest kui Sa ise ikka ei pinguta, siis ega keegi Sulle mingit toetust ei anna. Sa pead ikka ise pingutama kõige rohkem.

Aga kas see on õige?

Ei ole õige. Et riik peaks ikka toetama.

Rohkem, kui ta praegu toetab?

No praegu ta toetab ka suht palju ju. Meil on ka vallas näiteks igasugused... soodustused seal. Noh...on paar perekonda, kes näiteks...no neil on palju lapsi peres, kümme näiteks. Et siis... emale pakuti seal viies kohas tööd ja tema ütles, et tema alla 8000 tööle ei lähe üldse. Ise ei viitsi midagi teha ja...lähevad kooli küll, aga... Endine klassiõde just tuli tagasi Saksamaalt. Pidi neli aastat olema seal, aga tuli nüüd ja ütles, et jättis pooleli, et tema ei viitsinud olla seal. Ka suure pere laps...Et nad ei viitsi pingutada, on harjunud, et kõik tuuakse kandikul ette.

/.../

Viimase kolme aasta jooksul on Eesti areng samuti olnud väga kiire igasuguste näitajate poolest. Mida Sina esile tootsid, mis selle aja jooksul, mis Sina oled keskkoolis olnud, on muutnud? Millised muutused on Sinu jaoks olnud tähtsad?

Enda jaoks ei oskagi välja tuua nüüd...Üldiselt vist on...noh...majandus on kõige rohkem, et kõik need Euroopa toetused põllumajanduses ja üldse igasugused abirahad, mis tulevad väljast.

Kas on ka midagi negatiivset, mida Sa tootsid esile?

Negatiivset...Et vist ei olegi midagi...

Kuidas Eesti rahvusvaheline positsioon on edenenud näiteks?

Kindlasti on maailmas Eesti koht tähtsamaks muutunud...Et Eestist teatakse rohkem. Et igasugused need, Eurovisiooni võistlused ja... Enne ei teatud Eestist suurt midagi... Nüüd on paremaks kõvasti läinud.

Seda Sa enne ütlesid, et inimeste materiaalne heaolu on paremaks läinud, aga mida Sa arvad igasugustest tehnilisest arengust, IT- arengust Eestis?

Jaa...et, Sul peab kodus ikka olema kodukinosüsteem ja plasmateleer...Et minu tuttavate ringkonnas...tehnika on nagu põhiline, sellele pööratakse väga suurt tähelepanu.

Aga sotsiaalne õiglus, kuidas sellega lood on?

Hullemaks vist on läinud. Need klasside vahed on suured. Räägitakse siin küll palgatõusust, aga üldiselt ikka, jah...

Mis Sa seaduskuulekuse osas arvad? Kas inimesed on viimastel aastatel hakanud rohkem seadustest kinni pidama kui varem? Sinu meelest.

Ei ole eriti muutunud, samamoodi on põhimõtteliselt...Pigem vaadatakse mööda ikka sealt. Ei taheta järgida seadusi suurt.

Mis Sa arvad, miks see nii on?

Et ükskõiksus vist...Minuga nagunii midagi ei juhtu ja mind vahele ei võeta ja...

Mis Sa arvad, kuidas eesti keele ja rahvuskultuuri olukord viimasel ajal muutunud on?

Seda on tõstetud esile rohkem, et väärtustage eesti keelt ja kultuuri ja... et käige rahvatantsus ja laulge ja...väljaspool Eestit on ka hakatud nagu rohkem...seda asja tutvustama...või välja viima. Huvilisi on juurde tulnud...

Demokraatia areng. Igasugused võimalused sõna võtta ja põhilised inimõigused ja vabadused. Kuidas nendega lood on?

Neid vabadusi on jah... ikka vist juurde tulnud.

Milliseid näiteks?

Eks neid on igast valdkonnast...Praegu ma...ei oskagi nimetada neid. Sõnavabadus on läinud päris julmaks kätte ära. Et kõike võib ja...

Aga hariduse saamise võimalused? Kas head haridust on kergem või raskem saada?

Keerulisem ikka. See...kooli sisse saamine...tasuta kohale...on ikka päris keeruline.

/.../

Kokkuvõttes, mis Sa arvad, kas Eestil läheb nüüd lähitulevikus pigem paremini või halvemini? Või jääb kõik samaks?

Teoreetiliselt peaks paremini minema. Ma arvan, et... seda on raske öelda. Ta võib-olla isegi...hakkab jah paremini ikka minema. Siiaamaani on läinud...et ehk läheb siis edasi ka.

Räägime nüüd natuke Sinu hinnangutest majandusele, ühiskonnas toimuvale. Mis Sa arvad, kas väga liberaalne majandus ja kiire erastamine on Eestile kasu toonud või pigem mitte?

Riik peaks rohkem sekkuma...Et välismaalastele ei peaks neid krunte müüma. Noh..., samas, kui välismaalastele ei müüda, siis eestlastele pole raha, et neid erastada endale.

Kas riik peaks rohkem majandusse sekkuma, rohkem asjadel silma peal hoidma?

Peaks rohkem silma peale hoidma. Et ega ikka ei saa ettevõttes teha niimoodi, et seal kasum on mul 40 000 ja see läheb firmale ja omale sealt võtan veel 30 000 näiteks ära. Et selliseid möödavaatamisi on jube palju.

Kas mitte-eestlaste osalus riigi poliitilises ja majanduselus oleks Eestile pigem kasulik või kahjulik?

Pigem kahjulik ikka..., sest et noh...aga tegelikult...ta on nii piir peal sel, et. Järjest rohkem hakkab tulema vene rahvusest inimesi poliitikasse ja nad...tegelikult arendavad vist isegi rohkem Eestit edasi kui eestlased ise.

Mismoodi?

Nad julgevad oma mõtteid rohkem väljendada, edasi anda. Eestlased ainult räägivad, nemad võib-olla jõuaksid tegudeni ka ükspäev.

Mis Sa selle rääkimise all silmas pead?

Ei no eesti poliitikud, nad räägivad ju...ja nad teevad ka, aga see on vähe, mis nad teevad, nad võiksid ikka rohkem teha.

Aga mida siis?

Nad räägivad, et nad teevad ja teevad ka... aga...kõik teevad nagu sama asja. Et tõstame seal palkasid 20 000 ja...

Kas Sulle tundub siis, et mitte-eestlased võiksid rohkem häält teha, et siis...?

Võetakse kuulda ka, jah.

Aga kas sellest oleks rohkem kasu või kahju, kui neid kuulda võetaks?

Sellest oleks ikka rohkem kahju.

Mispärast?

Pigem arvan, et nad ...nagu omakasupüüdlilikud on...

Rohkem kui eestlased?

Mitte kõik, aga...enamus.

/.../

Mis Sa arvad, kas riik peaks tagama võimalikult paljudele noortele tasuta kõrghariduse või peaks see olema vähemalt osaliselt tasuline?

Pigem peaks riik ikka toetama, sest et õppemaksud on praegu ikka suht kõrged ja neid tasuta riigieelarvelisi kohti on vähe. Paljudel ei ole näiteks võimalik...pangalaenu võtad küll..., aga seda Sa maksad kaua tagasi...et riik võiks ikka rohkem...toetada noori, ma arvan.

Mida riik saaks veel teha, et tagada noortele paremad arenguvõimalused, parem iseseisva elu algus?

Abirahad ikka suurel määral.

Mille alusel neid siis maksta tuleks?

Töökohtade alusel...või ma ei tea...et mis eriala Sa õpid, kuidagi...

Et Sa pead siis silmas õppetoetusi? Neile, kes edasi õpivad?

Jah, ikka.

Aga mis nende noorte heaks teha saaks, kes edasi õppima ei lähe?

Neile ka ikka toetused. Selle alusel, et kas nad tahavad minna ise õppima või...

Aga kui ta ei taha õppima minna?

Ega talle ei saa peale sundida õppima minekut...

Aga mida riik saaks tema aitamiseks teha?

No näiteks kutsehariduskeskustesse...ta ei anna küll diplomit...et mingi ameti ta sealt saab...mingi töökoha saab endale.

Et kutseharidust tuleks siis edendada, Sa arvad?

Jah...ta on pragu küllaltki populaarne ka. Paljud ei tulegi keskkooli edasi. Näiteks minu klass Mäetagusel, meid oli 11, kui me lõpetasime...aga gümnaasiumisse läksime viiekesi ja praegu on järgi ainult kolm inimest...teised visati välja...läksidki kutsekooli edasi.

Kas Eesti maksud on mõistliku suurusega? Meil on praegu üsna väikesed maksud praegu Euroopaga võrreldes. See käib sinna juurde enamasti, et kui riik vähe majandusse sekkub, et siis püütakse ka maksukoormust pigem madalal hoida. Meil näiteks on nii, et ettevõtja, kui ta paneb teenitud raha ettevõttesse tagasi, ei pea selle pealt maksu maksma. Mis Sa arvad, kas selline madal maksukoormus on õiglane üldiselt?

Eks ta...praegu ta on...selline paras, et võib-olla isegi võiks olla maksud natuke kõrgemad. Et Soomega võrreldes või Rootsiaga...on Eestis ikka maksud suht madalad, et selles mõttes on hea. Nad pidid... tulumaksu või...? Või mis nad pidid alandama?

Tulumaksu jah.

No võiksid küll veel alandada jah. Praegu ta on selline stabiilne, et...kõrgemaks teda ei ole mõtet ajada. Aga noh, riik...saaks sellest muidugi rohkem raha.

/.../

Lähtudes sellest, kui oluliseks peetakse avalike hüvede eest seismist ja riigi arendamist võrreldes erahuvide kaitsmisega, jagatakse inimesed vasak- või parempoolsete vaadetega inimesteks. Kummaks Sina ennast pead - kas rohkem parem- või vasakpoolseks?

Kumb see parem on?

Parem on see, kes arvab, et majandus peaks omasoodu saama kulgeda. Et võimalikult vähe sekkuda, et inimesed peavad ise hakkama saada. Et pigem pakkuda inimestele igasuguseid võimalusi näiteks ettevõtlusega tegeleda. Ja vasakpoolne loogika on nagu see, et need inimesed, kes tuge vajavad, neid tuleb võimalikult palju toetada, tagada võimalikult võrdsed võimalused, võimalikult head avalikud teenused. Vasakpoolsete riikide näited on seal näiteks Rootsi ja Soome, kus on maksud kõrgemad, aga on ka rohkem avalikke teenuseid ja kõrgemad sotsiaaltoetused.

Seda ei saa päris nii ma võtta, aga pigem see parempoolne vist, ma arvan.

Et ikka pigem ise tuleks hakkama saada? Et Sinu isiklikumad huvid on olulisemad ühiskondlikest?

Ei siis ikka see teine pool...pigem sinna.

Aga kui ma pakuks Sulle varianti, et Sa näiteks ei taha ennast määratleda sellisel moel?

Siis ma valiks pigem selle variandi.

Nüüd räägime natuke sellest, kuivõrd Sind poliitika huvitab. Kas Sulle Eesti poliitika pakub huvi näiteks?

Üldiselt...ikka. Lehti loen ja üritan nende asjadega kursis olla...

Aga välispoliitika?

Välispoliitika ka ikka. Ma nüüd...just eriline poliitikafanaatik ei ole, aga ikka päevasündmustega olen enam-vähem kursis.

Aga miks? Miks Sa enese kursishoidmist sel teemal oluliseks pead?

Ma ei tea, see on nagu eneseharimine või...et ma olen teadlik, et... mis mujal ka toimub, et...

Mis Sa arvad, kas on mingit sorti infot, millest Sa puudust tunned?

Ega eriti ei ole, praegu on kõik... selline kättesaadav. Kui ma tahaksin, siis ma võiksin ju vaadata... Euronews'i ju...

/.../

Mis Sa arvad, kas Sinu teadmised poliitikast on piisavalt head, et näiteks enne valimisi sõbrale nõu anda, keda valida? Keegi tuleb ütleb Sulle näiteks, et kuule, ma ei saa mitte midagi aru, palun anna nõu, keda ma peaks valima.

Siis ma võin öelda ainult seda..., mis nagu minu eelistus oleks. Päris nõu anda ei julgeks ikka... Võin seal öelda küll, et nemad on head ja nemad on pahad...aga päris ikka nõu ei annaks.

Aga kuidas Sulle tundub, kas Sa kas tead poliitikast piisavalt palju, et ise kaasa rääkida? Kui Sul näiteks peaks tulema selline tahtmine?

Päris nii head vast ei ole. Aga ma arvan, et kui õige veidikene täiendada ennast, siis tean küll.

Aga kes on Sinu jaoks olulised poliitiliste vaadete kujundajad? Mille-kelle abil Sa oma arvamuse kujundad?

Riik, valitsus..., noh..., vanemad, sõbrad.

Sõpradega räägite poliitikast?

Mitte eriti, sest nad ei jaga seda eriti...aga vanematega põhiliselt, et...nad vaidlevad seal omavahel ikka, et keda valima peaks.

Aga milline erakond kannab Sinu omadele kõige lähedasemaid vaateid Eestis?

Seda on raske öelda jälle. Et kui ma saaks valida, siis jälle natuke igast...võtaks. Reformist võib-olla natuke ja...Reform põhiliselt, ma arvan..., et mul ema-isa valivad ka mõlemad seda...et ma ei oskagi nagu muud olla.

/.../

Ise valimas käisid?

Ma sain 5.märtsil 18.

Oleksid läinud, kui oleks saanud?

Oleksin ikka vist läinud. Iseasi nüüd, keda valida. Aga oleks läinud ikka.

Aga oleksid Sa valinud elektrooniliselt või oleksid läinud jaoskonda?

Valimisjaoskonda oleks ikka läinud. See elektrooniline...see ID-kaardiga...see oleks võib-olla ikka mugavam, aga valimiskastiga on ikka kindlam tunne...turvalisem.

Mis Sa arvad, kui usaldusväärsed on Eesti valitsus ja Riigikogu üldiselt?

Mitte eriti usaldusväärsed...noh...eelmine valitsus...oli selline...täna räägin ühte ja homme räägin teist, et aga...see hakkab muutuma selliseks...usaldusväärsemaks.

Miks?

Pigem ta ikkagi ei ole usaldusväärne...ma ei tea, ma ei oska põhjendada.

Aga president? Kas tema on usaldusväärne?

Praegu vaadates on ta küll usaldusväärne.

Aga meedia?

Meedia on nii ja naa. Kollane ajakirjandus, et... seda ma üldse ei loe...et see ei ole eriti usaldusväärne. Et pigem see...valge ajakirjandus.

Aga inimesed üldiselt? Kui saad mõne võõra inimesega tuttavaks, et kas Sa siis oled pigem umbusklik või pigem arvad, et ta on kena inimene?

Pigem kena ikka.. eks pärastpoole paistab, kas ta on siis selline või mitte.

/.../

Aga mis Sa arvad, kas inimesed põhimõtteliselt peaksid poliitika ja riigiasjade vastu huvi tundma või ei peaks?

Nad ei peaks, nad võiksid tunda...et mis valitsuses toimub...et kas meie riiki juhib ja mis seal tehakse. Ei saa lihtsalt käes rüpes istuda ja oodata ja uskuda, et nad kõike nii hästi teevad nüüd.

Mis Sa arvad, mismoodi saaksid noored poliitilises elus kaasa rääkida?

Need erakondade noortekogud, et...

Kas noored peaksid kaasaraääkimise vastu huvi tundma?

Nad võiksid, sest et tulevikus... ju nemad võtavad riigi üle ju...

/.../

Nüüd räägiks natuke sellest tarbimise teemast ka. Kui tihti Sa ostad riideid näiteks, kingi, aksessuaare, muid asju?

Nii vähe kui võimalik. Ema veab mind piitsaga poodi... et kas Sa saad korralikud riided selga, käid muudkui nende vanadega.

Siis Sulle pole ka oluline, mis selle riideeseme nimi on, mis Sul seljas on?

Täitsa ükskõik... et kas ma ostan selle riideeseme 50 või 5000 krooni eest, et mis vahet seal on.

/.../

Imselet Sa siis ka mööda kaubamajasid eriti ei kola, kui Sulle šopata ei meeldi?

Üritan..., jah...neid kohti vältida.

Aga miks?

Ma ei tea, mulle ei meeldi seal...et liiga palju rahvast ja liiga palju kaupa ja muudkui osta, osta, osta...

Tallinnas ja mujalgi paljud noored käivad ju aega veetmas kaubanduskeskustes.

Mul hakkab pea valutama seal, et osta seda, tarbi seda... ma ei tea, ma ei ole seda tüüpi.

Okei. Aga räägime meediast ka nüüd natuke. Kas Sul on kodus olemas kõiksugused kommunikatsioonivahendid, mida Sa vajalikuks ise pead? Arvuti, telekas, video-DVD, muud siuksed jubinad. Või tunned millestki puudust ka?

Noh, nad võivad mul ju olla..., aga ma eriti ei...arvutit ja telekat kasutan.

Ajalehti loed? Tihti-harva?

Iga päev ma ikka püüan...sirvin üle nad ja vaatan...et mis kirjutatakse, aga...noh, oleneb artiklist, et mis nagu huvitav tundub.

Koju on tellitud mõni ajaleht?

Postimees käib. Enne käis Päevaleht.

Kohalikku lehte loed?

Põhjarannikut? Koolis vahest väga harva, seal pole nagu eriti midagi lugeda. Põhiliselt ma loen vallalehte. See käib meil kord kuus. Seal ka on, et...pool lehte on volikogu istungeid täis.

Mis ajakirju Sa loed?

Võrreldes teiste klassiõdedega, et... nemad loevad Stiinat ja Cosmopolitani. Mina olen see ainuke hull, kes loeb Tehnikamaailma ja selliseid ajakirju...(naerab).

Kodus ka käib mõni?

Emal käib Eesti Naine ja Saladused ka. Vahel loen neid ikka ka.

Raadiot kuulad? Tihti-harva?

Ikka. Põhiliselt hommikul köögis. Vikerraadio mängib seal... see on päris mõistlik. Põhiliselt ma kuulaks Uno raadiot..., aga meie kandis on see, et pole seda...levimasti seal. Pereraadiot ka vahest.

Aga miks Sa Unot eelistad?

Ta on jäänud siin...kuidagi.

Aga telekanalid. Palju Sa telekat vaatad?

Põhiliselt vaatan uudiseid ja..., seepe ma eriti ei ... „Kodus ja võõrsil” vaatan.

Mis Sa veel vaatad? Arutelusaateid vaatad vahel näiteks?

Ükskord „Foorumit” vaatasin, päris... põnev oli jah.

Aga filme, reality show'sid?

Pigem filme...selliseid...komöödiaid, loodusefilme, actionfilme. /.../

Mis Sa arvad, kas Sa vaatad telekat palju või vähe?

Ma vaatan pigem vähem telekat...üldse.

Ei huvita või ei ole aega?

Mõlemat, et noh...

Kui usaldusväärseks Sa meediat üldiselt pead? Tundub Sulle, et seda võib uskuda, mida Sa kuuled-näed-loed?

Päris kõike mitte, aga...selliseid...üldiselt...võiks vist küll, kuigi räägivad, et...Reporter näiteks...minu klassikaaslased põhiliselt vaatavad kas Seitsmeseid uudiseid või AK-d. Reporter on selline..., meelelahutus või selline, noh. Poolteist tundi...kila-kola, selliseid, noh, väikseid asju...need ei oma eriti suurt tähtsust.

Aga usaldusväärseuse seisukohast, et kas see on usutav, mida Sa sealt telekast näed-lehest loed?

Ikka. Ma arvan, et nad ei pane sinna midagi sellist, et ... mille kohta nad nagu infot...kõike pole saanud.

Mis Sa sellest pildist arvad, mis meedia poliitikutest loob?

Kõigi kallal näägutatakse, et tema teeb ikka seda valesti ja tema teeb seda valesti, et... võtame ministri maha, paneme uue asemele. Eks igapähele ole omad head ja vead..., et siin ei saa näpuga näidata, et kas ta teeb nüüd õieti või valesti. Muidugi meil on õigus rääkida nendest, sest nad on avaliku elu tegelased ja meie riigis olulise rolli mängijad.

Mis Sa arvad, kas meedia on objektiivne, kui ta poliitikutest räägib? Või omab oma arvamust, mida püüab edasi anda?

Pigem objektiivne.

/.../

Arvutit kasutad?

Jah.

Palju või vähe kasutad?

Vähe.

Aga miks vähe? Kas tahaksid rohkem kasutada?

Vahest võiks isegi rohkem kasutada või...ma ei tea

/.../

Palju Sa päevas arvutit umbes kasutad?

Maksimaalselt võib-olla ... 15-20 minutit...mitte iga päev.

Mis Sa selle ajaga siis peamiselt teed?

Käin postkastis, vaatan lehti...MSNis.

Kaua Sa internetti kasutanud oled?

Kuskil 6 aastat võib-olla...

Milleks Sa internetti kasutad veel?

Koolitööd teen ka. Referaate...materjale otsin.

Aga kas Sa foorumites ka käid vahel, kommenteerid mõnda uudist või muud sellist asja ka teed, kus ise saab arvamust avaldada?

Mitte eriti..., vahel väga harva.

Blogisid oled lugenud?

Ei ole sattunud selle peale.

/.../

Mis Sa arvad, kas hakkad tulevikus rohkem arvutit kasutama?

Ikka rohkem...meie noored...minu põlvkond...me ikka teeme palju asju arvutitega.

Kas see mõttena meeldib Sulle, rohkem internetti kasutada?

...vist...ikka meeldib.

/.../

Ma sain siit hästi palju kasulikku infot. Suur aitäh Sulle!