

Tartu Ülikool
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ühiskonnateaduste instituut

**MUUSIKAEELISTUSTE KUJUNEMINE RAADIO SKY PLUS
VIP-KLUBI LIIKMETE NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Priit Kolsar

Juhendaja: Ragne Kõuts-Klemm, PhD

Tallinn 2014

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad	6
1.1 Inimeste meediakasutus tasude ja tarvete lähenemise seisukohalt	6
1.2 Muusikakuulamise ajendid	7
1.3 Inimeste muusikakuulamise harjumusi seletavad tegurid	8
1.4 Muusikakuulamise seos vanusega	9
1.5 Muusikaeelistuste seos isiksuse tüübiga	10
1.6 Muusikaeelistuse seosed ühiskondliku konteksti ja sotsiaalsete suhetega	10
1.7 Muusikaeeliste kujunemine ja muusikaline haridus	11
1.8 Arvamusliidri kontseptsioon	11
1.9 Eesti elanike muusikakuulamine	12
1.10 Eesti raadiomaastik ja radiojaama Sky Plus positsioon teiste jaamade hulgas	13
2. Uuringu eesmärk ja uurimisküsimused	18
3. Meetodid ja valim	19
3.1 Meetodikriitika	21
4. Uuringu tulemused	22
4.1 Ankeetküsitluse tulemused	22
4.2 Intervjuude tulemused: aktiivsemate kuulajate muusikaeelistuste kujunemise tegurid	23
4.2.1 Inimeste muusikaeelistuste kujunemine	23
4.2.2 Praegune side muusikaga	26
4.2.3 Muusikakuulamise harjumused	30
4.2.4 Kommunikatsiooni roll muusika kuulamisel	32
4.2.5 Konkreetne kanal	34
4.2.6 Raadio roll muusikaharjumuste juures	35
5. Kokkuvõte ja diskussioon	38

5.1 Kokkuvõte	38
5.2 Diskussioon	41
Summary	43
Kasutatud kirjandus	45
Lisa 1: Sky Plus VIP-klubi liikmete küsimustik	47
Lisa 2: Semistruktureeritud süvaintervjuu kava	51

Sissejuhatus

Muusika on universaalne keel kultuuridevahelises suhtluses, mida ei takista riigipiirid ning mis on inimese lahutamatuks osaks kogu maailmas. Üha arenevas tehniliste võimaluste ja uudsete lahenduste rägastikus on muusikaga seotud meediume väga mitmeid. Kogu interaktsioon saatja ja vastuvõtja vahel ei toimu juhuslikult. Olgu siis tegemist hariva, meelelahutusliku või mis iganes põhjusel toimuva saatja signaali edastamisega vastuvõtjale, käituvad mõlemad pooled koordineeritult ja teisest osapoolast sõltuvalt. Teisisõnu, muusika edastaja soovib vastavalt formaadile pakkuda maksimaalset oma vastuvõtjale, et tagada viimase heaolu, ning vastuvõtja jällegi valib pakutava programmi vastavalt oma hetke vajadustele ja soovidele.

Mind inspireeris küsimus, mis tegurid mõjutavad Eesti kultuuriruumis muusikatarbijate käitumist ja eelistusi ning milline on selle juures kommunikatsiooni roll. Näiteks oodatakse Faktumi korraldatud uuringu põhjal raadiolt just kõige rohkem uudiseid ja muusikat (Faktum 2005). Eesti raadiojaamad küll teostavad pidevalt oma sihtrühma kvantitatiivuuringuid, et saada kasulikku teavet kanali kuulatavuse ja saadete eelistuse kohta, et raadiot kui atraktiivset reklaamikanalit efektiivsemalt turustada, kuid kvalitatiivset poolt on väga vähe uuritud. Minu arvates oleks siinkohal vaja just uurida inimeste raadio- ja muusikakuulamise eelistuste kujunemise motiive ja põhjuseid ning taustaomaduste seoseid muusikaeelistusega. Samuti oleks vaja uurida muusikakuulamise ja vanuse seoseid, mille kohta ei ole ka ülemaailmselt kuigi palju andmeid.

Oma bakalaureusetöös soovingi saada infot peamiselt inimeste muusikaeelistuste kujunemise kohta. Selleks olen tuginenud raadiojaama Sky Plus kuulajate andmebaasiga (VIP-klubi) liitunud isikutele ning teinud intervjuud aktiivsemate muusikahuvilistega nende hulgast. Kuna töötan ise nimetatud raadiojaamas, saan toetuda enda kogemustele ning raadiojaama kogutud infole.

Kommunikatsiooni roll on muusikaeelistuste väljakujunemise juures olulisel kohal. Mulle teadaolevalt on Eestis muusikaeelistuste kujunemist väga vähe uuritud, kui üldse. Käesolevast tööst võiks kasu olla eelkõige kommertsraadiotel, kes, saades infot muusikaeelistuste kujunemise seoste ja põhjuste kohta, võivad sellest infost lähtuvalt näiteks parandada oma üldist

programmikontseptsiooni, et suurendada turuosa. Oma sihtrühmas kuulajate arvu suurendamine on kommertsraadiote jaoks oluline näitaja ning tähtis roll majanduslike eesmärkide saavutamisel. Sellest infost saaksid arvatavasti kasu ka muusikud, turustajad, kontserdikorraldajad, plaadifirmad, muusikaportalid ning ka lihtsalt muusika tarbijad ja raadiokuulajad.

1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Käesolevas peatükis tuleb juttu inimeste infovajaduse rahuldamise seostest laiemalt, lähtudes teoreetilistest seisukohtadest. Muusikakuulamine on osa meediakasutusest, kuid kannab tavapärase uudiste ja ajakirjandusliku sisu jälgimise kõrval mõnevõrra erinevaid funktsioone. Peatükis antaksegi ülevaade, millised need on ja kuidas on neid uuritud. Vaatluse alla tulevad erinevad teoreetilised lähenemised seoses inimese muusikaeelistuste kujunemisega, empiiriliselt rohkem ja vähem uuritud teemasid käsitletakse alajaotuste kaupa. Kuna inimeste muusikaeelistuste kujunemise uuringu korraldasin konkreetse raadiojaama kuulajate valimile tuginevalt, annan peatükis ka lühiülevaate Eesti elanike muusikalistest harjumustest, raadiojaama Sky Plus positsioonist Eesti raadiomaastikul ja selle jaama nii-öelda kõige lojaalsemaid jälgijaid koondavast VIP-klubist.

1.1 Inimeste meediakasutus tasude ja tarvete lähenemise seisukohalt

Inimeste meediakasutus on üldisemalt võttes seotud teatud erinevate infovajaduste ning nende rahuldamisega. Vajadusi ja motiive võib olla mitu, alates kergest meelelahutusest, rutiinist vabanemisest, inimsuhetest kuni tööks ja eluks hädavajaliku info leidmiseni välja. Samuti erinevad vajaduste rahuldamiseks kasutatavad meediakanalid sõltuvalt vajaduste eripärast. Tasude ja tarvete lähenemine on üks massimeedia teooriaid, mis uuribki, miks ja kuidas inimesed meediat kasutavad, ehk mida inimesed teevad meediaga. Kõutsi ja Seppeli (2012) õpikus on välja toodud, et peale inimese nägemist ratsionaalse ja mõtestatud valikute autorina, kasvas välja püüd selgitada inimese meediaeelistusi tema vajadustest lähtuvalt ning aktiivse auditoriumi kontseptsiooniga keerati pea peale varasem nägemus auditoriumi ja meedia suhtest. Kõuts ja Seppel (2012) toovad välja tasude ja tarvete lähenemise põhiseisukoha, et mitte meedia ei vali auditoriumi, vaid auditorium valib endale meediakanalid ja sisu (Newbold 1995). Inimesed saavad meedialt just seda, mida nad tahavad, ning üks ja sama info võib rahuldada erinevatel inimestel erinevaid vajadusi. Inimese meediakasutuse ajenditena on nimetatud ka lihtsamaid funktsioone nagu lõõgastus, meelelahutus, asendussuhtlus ja ühiste taustateadmiste otsimine sotsiaalseks suhtluseks (McQuail 2003: 346). Hiljem on püütud selgitada inimeste vajaduste või meediakasutuse motiivide teket ühiskondlikust ja psühholoogilisest kontekstist lähtuvalt. Paljude autorite nagu ka McQuaili (2003) ja Rosengreni

(1974) teooriate kohaselt on meedia tarbimise puhul siiski läbival kohal ratsionaalne vajadus ja konkreetsete eesmärkide ning rahulduste saavutamine. Mind aga huvitavadki need inimeste erinevad vajadused ja nende mõjurid ning tasude ja tarvete kontseptsioon on käesoleva töö seisukohalt oluline.

Muusikakuulamise ajendid on konkreetse inimese puhul kindlasti teistsugused kui näiteks uudiste lugemine või poliitiliste arutelusaadete jälgimine. Võib oletada, et muusikakuulamise taga on tugevamalt meelelahutuslikud funktsioonid ja vähem utilitaarse info saamise vajadus. Järgnevalt toongi eri uuringutele tuginevalt välja, milliseid tegureid on esitatud inimeste muusikakuulamise ajenditena ja kuidas on muusikakuulamine seotud lisaks isiksusele ka sotsiaal-majandusliku kontekstiga.

1.2 Muusikakuulamise ajendid

Muusika on meediatööstuse üks oluline komponent ning inimesed kuulavad muusikat väga mitmel põhjusel. On uuritud inimeste motiive muusika kuulamisel ning kuulamisest tingitud sotsiaalseid mõjusid. Uurijad on käsitlenud tasude ja tarvete teoreetilist raamistikku ka inimese muusika kuulamise motiivide uurimisel. Belcher ja Haridakis (2013) on teiste uurijate tulemustele toetudes leidnud, et muusika kuulamine võib viia selliste sotsiaalsete tegevusteni nagu koos kuulamine, koos musitseerimine või kasvõi illegaalsete koopiade müümiseni. Samuti müüakse muusika abil väga palju tooteid ja teenuseid. Varasemate uuringute põhjal vahendavad Belcher ja Haridakis (2013), et näiteks kulutavad ameeriklased rohkem raha muusikale kui retseptiravimitele.

Tasude ja tarvete lähenemise teooria annab mõista, et sellise meediakasutuse nagu muusika kuulamise puhul on vaja lisaks uurida ka muusika kuulaja taustaomadusi, millist muusikat ja miks keegi kuulab (Belcher ja Haridakis, 2013: 376). Seda uurides saab paremini mõista, kuidas kõik need erinevad omadused mõjutavad muusika kuulamist üldiselt. Belcher ja Haridakis (2013) on väitnud varasemate uuringute toel, et tasude ja tarvete lähenemine näitab, et inimese sotsiaalse ja psühholoogilise tausta omadused mõjutavad tema meediakasutuse motiive. Samad autorid loetlevad teiste uurijate tulemustele tuginedes peamisi muusikakuulamise motiive, mis on sarnased muu meedia kasutamise motiividega: näiteks lõõgastumine, ajaviide, kaaslastega koos ajaveetmine, meelelahutus, informatsiooni saamine, sotsiaalne suhtlus, eneseväljendus või

reaalsusest põgenemine. Kuid motiiviks võib ka olla lihtsalt muusika kuulamine.

Belcher ja Haridakis (2013) on nimetanud ka teiste uurijate varasemaid avastusi eri muusikastiilide eelistamise seoste kohta erinevate agressiooni ilmingute, käitumuslike probleemide ja ühiskondliku aktiivsusega. Näiteks sotsialistliku korra ajal kasutati punkmuusikat enamjaolt mässumeelsuse ja protesti märgiks valitseva korra suhtes, sotsiaalsete sõnumite ning hoiakute varjatud edastamiseks kui lihtsalt meeleolu loomiseks ja ajaviiteks. Belcher ja Haridakis (2013) peavad ka oluliseks muusikateadlaste väiteid, et peamised muusika funktsioonid ongi meeleolude stimuleerimine või vaoshoidmine, esteetiline nauding, lisaks on muusika kuulamine seotud võimega inspireerida tantsimist ja üldse füüsilist tegevust. Belcheri ja Haridakise (2013) väitel on paljud uurijad leidnud kinnitust muusika funktsionaalsel kasutamisel meeleolu reguleerimiseks. Noored väidavad, et nad kasutavad muusikat probleemidest eemaldumiseks, tuju parandamiseks ja üksinduse peletamiseks ning muusika aitab määratleda nende identiteeti grupis. Belcher ja Haridakis (2013) on leidnud varasemaid uuringuid kokku võttes, et kuna täiskasvanud ja noorukid kipuvad kuulama ka seda muusikat, mida teised kuulavad, siis aitab see määratleda nende sotsiaalset positsiooni ning ka täiskasvanu muusikaeelistusi (Belcher ja Haridakis, 2013: 379). Muusikat võib veel kasutada ka kontsentratsiooni ja tunnetuslike funktsioonide suurendamiseks, suhete ja sidemete loomiseks, ärksuse ja valvsuse säilitamiseks ja töötajate motiveerimiseks ning tootlikkuse suurendamiseks, rituaali ja religiooni edastamiseks. Sotsiaal- ja protestiliikumised kasutavad muusikat motiveerimiseks, grupi ühtekuuluvustunde suurendamiseks, keskendumiseks, sõnumite ja eesmärkide edastamiseks.

1.3 Inimeste muusikakuulamise harjumusi seletavad tegurid

Muusikakuulamise harjumusi selgitades on Belcher ja Haridakis (2013) esile toonud mitmete uurijate avastusi, et teatud taustaomadused on seotud muusika kuulamise motiividega, näiteks arvamusiidrite kaasamine, vanusegrupi suurus, teiste muusikalised eelistused ja muusikaline haridus, nagu ka avastus, et muusikaga seotus on otseses korrelatsioonis jututubades räägituga. Käesoleva töö autor on arvamusel, et järelikul muusikaga seotud inimesed räägivad ka teistega rohkem muusikaga seotud teemadel ning see mõjutab indiviidi muusikaeelistusi, mida on leidnud ka Belcher ja Haridakis (2013), kuigi ka Eesti kontekstis vajaks see kindlasti põhjalikumat uurimist. Inimese sügavamale seotusele muusikaga viitab kindlasti süvendatud huvi

muusikastiilide ja muusika tootmise vastu, kuid ka kindlasti muusikaline haridus.

1.4 Muusikakuulamise seos vanusega

Juba teostatud uuringute põhjal inimese vanuse ja muusikakuulamise seoste kohta on leitud, et muusika tähtsuse osakaal langeb inimese vananedes ning noored kuulavad oluliselt rohkem muusikat kui keskealised. Kui noored kuulavad muusikat väga erinevates kontekstides, siis vanemad inimesed teevad seda rohkem privaatsetes kontekstis (Bonnewille-Roussy jt, 2013). Kui kuulaja vananedes muusika intensiivne ja moodne dimensioon väheneb, siis intelligentne ja tagasihoidlik dimensioon suureneb (Bonnewille-Roussy jt, 2013). Vanus ja muusikaeelistuste trendid on tihedalt seotud isikupäraga. Teooria selles valdkonnas eeldab, et muusika tarbimine peegeldab ja võimendab inimeste psühholoogilisi, bioloogilisi ja sotsiaalseid vajadusi (Bonnewille-Roussy jt, 2013). Kuna praktiliselt kõik uuringud selles valdkonnas on toetunud vaid noortele, on paraku peaaegu võimatu teada, kas muusika tarbimine peegeldab samu funktsioone kogu eluea jooksul.

Bonnewille-Roussy, Rentflow, Xu ja Potter (2013) kohaselt on muusika kuulamisel tähtis roll noorte eneseleidmisel, eneseregulatsioonil ja eneseväljendusel. Bonnewille-Roussy, Rentflow, Xu & Potter (2013) viitavad ka varasemate uurijate avastustele, et noored pööravad rohkem tähelepanu muusikale kui riiete, filmidele, raamatutele, ajakirjadele, arvutimängudele, televisioonile ja spordile. Samuti kuulavad noored muusikat sageli ning avalikult, privaatset ja seltskonnas ning et üle kolmekümne aasta vanused peavad muusikat vähemtähtsamaks kui noored. Samas vahendavad Bonnewille-Roussy jt, (2013) ka huvitavat vasturääkivat avastust, et 65-aastased paigutavad muusika oma elus tähtsamale kohale kui kunagi varem ning et keskealised ja vanemad kasutavad muusikat rohkem emotsioonide reguleerimiseks. Vanemaks saades muutuvad ka inimeste sotsiaalsed rollid, mille tõttu muutub ka muusika tarbimine (Bonnewille-Roussy jt, 2013). Kokkuvõttes on muusika osatähtsus suur noorukieas, kuid pole väga selge, kas see jääb nii ka täiskasvanueas (Bonnewille-Roussy jt, 2013). Kahjuks on liiga vähe uuringuid vanuse ja muusikaliste eelistuste seoste kohta ning vaja oleks uurida inimese muusikaga seotud hoiakuid terve eluea vältel.

1.5 Muusikaeelistuste seos isiksuse tüübiga

Eeldan, et ka isiksuse tüüp, selle kindlate tunnuste järjepidevus ja muutused on seotud muusikaeelistuste kujunemisega. Uurimistulemused viitavad mõõdukale ekstravertsuse ja nüüdismuusika seosele kogu inimese eluaja vältel ning avastus on mõõdukalt seotud meloodilise, intelligentse ja intensiivse muusikaga noorukieast kuni keskealiseks saamiseni (Bonnewille-Roussy jt, 2013). Bonnewille-Roussy, Rentfrow, Xu ja Potter (2013) räägivad ka varasematest uuringutest, mis on näidanud, et neurootilisus on kõrge ning kohusetundlikkus ja meeldivus on madal just noorukieas. See on ka periood, mil kognitiivsed ja bioloogilised muutused mõjutavad emotsionaalset stabiilsust, kontrolli impulsside ja agressiooni üle. Kohusetunne ja hoolivus hääbuvad seoses intensiivse muusika eelistamisega, mis omakorda viitab sellele, et inimesed muutuvad vananedes hoolivamaks ja kohusetundlikumaks ning hakkavad eelistama mahedamat ning süvenenumat muusikat (Bonnewille-Roussy jt, 2013). Uurijad on ka leidnud tõendeid selle kohta, et vanuse kasvades suureneb inimese avatus, kujutlusvõime ja esteetiline mõtlemine, kuid leiavad, et ka siin on vaja teha palju põhjalikke teadusuuringuid, et kinnitada hüpoteese isikupära ja muusikaeelistuste seoste kohta (Bonnewille-Roussy jt, 2013).

1.6 Muusikaeelistuse seosed ühiskondliku konteksti ja sotsiaalsete suhetega

Muusikaeelistusi mõjutavad ka sotsiaalsed ja majanduslikud tegurid. Kuigi sellekohased uuringuid on tehtud Ameerikas peamiselt *Billboard*'i (mõjukaim muusikaajakiri maailmas) number üks poplaulude põhjal, on jõutud järeldusele, et pikemad, aeglasemad ja mõtestatuma sisuga laulud olid populaarsemad ajavahemikul 1955–2003 ehk siis, kui sotsiaalsed ja majanduslikud tingimused olid Ameerikas rasked (Pettijohn, Eastman, Richard, 2012). Leiti ka, et energiline, rütmikas ja optimistlik muusika oli eelistatud kevad- ja suveperioodil ning üldiselt kergematel perioodidel. Kõnesolevad uuringud näitavad, et sotsiaalne ja majanduslik keskkond mõjutab inimeste soove erisorti muusika järele. Siiski tuleb silmas pidada ka individuaalseid asjaolusid. Näiteks üldise sotsiaal- või majanduskriisi puhul võib olukord teatud inimestele siiski stabiilne tunduda, seega ei peegelda mainitud järeldus kogu ühiskonna asjaolusid (Pettijohn, Eastman, Richard, 2012). Töö autor on arvamusel, et üldises plaanis võiks uuringus leitud tegureid kohaldada ka Eesti kontekstis, kuid need vajaksid siiski teaduslikku kinnitust.

1.7 Muusikaeelistuste kujunemine ja muusikaline haridus

Tasude ja tarvete teooria võiks Belcheri ja Haridakise (2013) arvates selgitada muusikaeelistuse ja muusikalise hariduse seoseid, kuigi varem on seda teooriat peamiselt kasutatud eri meediumite uurimisel nagu televisioon, raadio ja internet. Nii nagu leiavad Belcher ja Haridakis (2013), peaks leiduma ka seos muusika kuulamise järgse arutelu ja muusikaeelistuse vahel. On tõenäoline, et muusikaharidusega inimesed võivad rääkida ka teiste inimestega rohkem muusikast (Belcher, Haridakis 2013). Muusikalise haridusega inimesi võiks käesoleva uurimise kontekstis samastada arvamusiidritega, millest tuleb juttu järgmises alapeatükis. Muusikalise hariduse all mõistetakse selles teaduslikus kontekstis laulu, instrumendi või muusika tasemeõpet. Võib arvata, et muusikalisel haridusel ja muusikaeelistuste kujunemisel on tugevad seosed ning need vajaksid lähemalt uurimist, seda enam, et teadaolevalt on muusikaeelistuse ja muusikalise hariduse seoseid väga vähe uuritud.

1.8 Arvamusliidri kontseptsioon

Belcher ja Haridakis (2013) on võtnud Lazarsfeldi, Berelsoni ja Gaudet' (1948 tsit Newbold 1995: 121 kaudu) varem teostatud hääletamisprotsesside uuringu kokku tõdemusega, et personaalne tegur avaldab rohkem mõju, kui seda tegid meediakampaania sõnumid. See on huvitav leid ning siin võiks tõmmata paralleele sellega, et inimeste muusikakuulamist mõjutavad arvamusiidrid. Belcher ja Haridakis (2013) leiavad arvamusliidri kontseptsioonile tuginedes veel, et arvamusiidrid kasutavad meediat tihedamini ja teistmoodi kui ülejäänud (McQuail 2003: 397-398), nad otsivad rohkem infot isiklikel teemadel ning samuti arutavad neil teemadel rohkem kui need, kes pole arvamusiidrid. Järelikult, kui arvamusliidri hinnang mõjutab üksikisiku otsust, siis oletatavasti sama mudel kehtib ka muusika valiku puhul ega pole seotud vaid poliitilise kontekstiga. Kuid siiski vajaks see mudel kohaldamist ja uurimist ka muusikakuulamise puhul. Belcher ja Haridakis (2013), käsitledes varasemaid uuringuid, on ka öelnud, et ühiskonna vähem aktiivsem osa saab teabe massimeediast arvamusiidrite kaudu ning et arvamusiidrid eksisteerivad veel väga mitmes temavaldkonnas, kaasa arvatud film, mood ja muusika (Katz/ Lazarsfeld 1995). Samad teadlased on ka seisukohal, et inimesed kipuvad teiste inimestega arutama asju, millest nad on huvitatud ning mida peavad isiklikult oluliseks.

1.9 Eesti elanike muusikakuulamine

Eestis on inimeste muusikakuulamist analüüsitud mõne laiemas sotsioloogilises uuringus ja kitsamate, kuid regulaarsete raadiokuulamise trendide põhjal. Viimased on aga suhteliselt väheinformatsiivsed, sest huvituvad ainult raadiokuulamise mahtudest. Muusikakuulamine on aga laiem, sest kanaleid, millest muusikat kuulata ja kuidas kuulata, on palju. 1980ndatel aastatel on samuti tehtud mõningaid uuringuid, mis on peamiselt statistilist laadi ning mõeldud välja selgitama inimeste muusikakuulamise harjumusi ja võimalusi. Näiteks on Mati Brauer teinud diplomitöö teemal „Keskkooliõpilaste muusikalisest maitsest ja seda kujundavatest teguritest“ (1987), mis on iseenesest huvitav materjal iseloomustamiseks selle aja muusikatarbimist teatud kitsamas sihtrühmas, kuid mis ei anna kahjuks piisavalt infot muusikaeelistuste kujunemise kohta ning mille tulemusi pole siiski võimalik kasutada praeguses uurimuses. Üks väheseid uuringuid, milles on püütud inimeste muusikaeelistusi ka sisuliselt kindlaks teha, tugineb Mina.Maailm.Meedia ankeetküsitlusele. Lauristin, Lõhmus ja Salupere (2003) toovad 15–74-aastaste eestlaste vastuste põhjal välja viis muusikakuulajate tüüpi:

1. mitmekülgne, aktiivne muusikaeelistus, kuhu kuuluvaid inimesi iseloomustab lai muusikaline eelistus alates *jazz*-muusikast kuni popini ning aktiivne muusikaharrastuse kogemus (32%);
2. mitmekülgne rokk- ja poppmuusika eelistus alates klassikalisest kuni kaasaegse rokkmuusikani (22%);
3. traditsioonilise tantsu- ja rahvamuusika eelistajad, kelle lemmikud on näiteks akordionimuusika ja rahvalikud laulud (19%);
4. disko- ja popmuusika austajad (12%);
5. muusikahuvi puudub (16%).

Esitatud tüpologia ei ava aga muusikakuulamise tagamaid – sellega tegeleb käesolev töö.

Võttes aluseks Lauristini, Lõhmuse ja Salupere (2003) tüpologia, võib oletada, et raadiojaama Sky Plus kuulajaid leidub ilmselt enim teise ja neljanda tüübi hulgas, sest neis nimetatud muusikalised žanrid kuuluvad peamiselt ka Sky Plusi mängukavasse. Rahvusvahelise formaadi

alusel liigitab Sky Plus ennast CHR (*Contemporary hit music radio*) või Top40 raadiote hulka, mis mängib viimase 6–12 kuu populaarsemat pop- ja hittmuusikat.

1.10 Eesti raadiomaastik ja raadiojaama Sky Plus positsioon teiste jaamade hulgas

Kuna tuginen siinses töös raadiojaama Sky Plus kuulajate andmebaasile, kirjeldan siinkohal lühidalt Eesti raadiomaastikku ning raadiojaama Sky Plus positsiooni teiste jaamade hulgas.

Eestis tegutsevad raadiojaamad jagunevad laias laastus kaheks – eraõiguslikud ja avalikõiguslikud. Kui viimaste eesmärk on teenida avalikkuse huve ning oma tegevust majandada riigi eelarvest, siis eraõiguslike raadiojaamade eesmärk on toota oma kuulajatele atraktiivset raadioprogrammi ning seeläbi kasumit teenida. Nii nagu iga meediaorganisatsiooni puhul, on mõlema omandivormiga ringhäälingu tegevuse tulemuseks mõju ühiskonnale. Üldistades teenivad siiski mõlemat sorti meediakanalid erinevate rahvastikurühmade info-, kultuuri- ja meelelahutusvajadust. Viimasel ajal on elanikkonnal tekkinud võimalus nende vajaduste rahuldamiseks üha uuenevate meediakanalite kaudu. Ringhäälingu arengut toetab liberaalne seadusandlus, majanduskeskkond ja avalikkuse positiivne suhtumine meediasse (kultuuriministeerium 2005). Eesti raadioturu suuremad tehnoloogilised muutused toimusid sajandivahetusel, mil enamik raadiojaamu digitaliseeris oma eetritehnika, mis andis võimaluse uuel tasemel eetriprogrammi tootmiseks. Viimase aja peamised muutused on tingitud kas uute ärimudelite kasutuselevõtmisest või omanike muutustest tingitud huvide muutustest. Omandi vormist lähtuvalt tegutseb Eestis kultuuriministeeriumi andmete põhjal (05.04.2011) 28 eraõiguslikku raadiojaama, mis toodavad kas üleriigilist, regionaalset, kohalikku või rahvusvahelist programmi (Luts, 2011: 66). Lisaks eksisteerib veel viis avalikõiguslikku raadiojaama (ERR). Eraõiguslikud raadiojaamad kuuluvad kas erinevatele meediagruppidele või mittetulundusühingutele, neist enamik kodumaistele omanikele, kaks meediagrupperi välismaistele omanikele. Kõiki tegutsevaid raadiojaamu saab eristada ka selle järgi, mis keeles edastatakse programmi:

- 33 eestikeelset raadiojaama;
- 9 venekeelset raadiojaama.

Sky Plus on üks kolmest enimkuulatavast raadiojaamast Eestis (vt tabel 1) ja selle kuulajaskond on üks mitmekesisemaid (TNS Emor 2014).

Tabel 1. Eestikeelsed enimkuulatavad raadiojaamad (2014 talv, TNS Emor)

Nr	Raadiojaam	Kuulajaid (arv)	Kuulajaid (%)
1	Vikerraadio	310 000	29.9
2	Raadio Elmar	245 000	23.7
3	Sky Plus	230 000	22.2
4	Star FM	200 000	19.3
5	Raadio Kuku	144 000	13.9
6	Retro FM	141 000	13.6
7	Raadio 2	135 000	13.0
8	Raadio Uuno	89 000	8.6
9	Power Hit Radio	88 000	8.5
10	Energy FM	44 000	4.2

Raadiojaam Sky Plus on meediamastikul tegutsenud aastast 1997. Tegemist on vaid Top40 hitte pakkuva jaamaga, millega ollakse raadiojaama enda hinnangul turuliidrite hulgas 12–40-aastaste sihtrühmas (Sky Plus 2014). Raadiojaama sihtrühma iseloomustavad kõige paremini sõnad *noorusliku hoiakuga, positiivne, aktiivne suhtleja, kes austab uut muusikat*. Sky Plus on kuuldav peaaegu üle terve Eesti ning sel on piirkonniti 16 kuuldesagedust.

Sky Plus on loonud oma lojaalse kuulajaskonnaga suhtlemiseks kuulajate andmebaasi, kuhu raadiokuulaja saab end ise registreerida. Registreerumine toimub e-posti aadressi abil ja liitumisel küsitakse inimese sugu, vanust ja elukohta, lisada saab ka oma pildi. VIP-klubi liikmeid on 2014. a veebruari andmete kohaselt 52 838, neist mehi 24 783 ja naisi 28 055 (vt tabel 2).

Tabel 2. Raadiojaama Sky Plus VIP-klubi liikmete vanuseline jagunemine (2014. a. veebruar).

kuni 16-aastased	17–25-aastased	26–40-aastased	Vanemad kui 41-
900	17 704	26 917	7261

Liikmete arvult võib eristada viit suuremat maakonda:

1. Harjumaa (20 019);
2. Tartumaa (8494);
3. Viljandimaa (3727);
4. Pärnumaa (3716);
5. Lääne-Virumaa (2916).

Andmebaas ei anna siiski infot selle kohta, kui sageli kuulavad sellega liitunud isikud raadiot või kui tihedalt on inimene seotud Sky Plusiga. Andmebaasis kajastuvad kõik isikud, kes on endale teinud VIP-klubi konto. Andmebaasi haldajal on võimalik selekteerida konto kasutamise sageduse alusel välja sagedasemad konto külastajad ja raadiojaama poolsetele üleskutsetele reageerijad (nt kutse osaleda oma kasutajakontolt erinevates mängudes, kommenteerida või hinnata muusikat jms). Sagedasemate kontokasutajate poole pöördub raadiojaam ka siis, kui soovib saada täiendavat infot auditooriumi eelistuste, hoiakute ja huvide kohta.

TNS Emori Raadioauditooriumi uuringu andmetel kuulasid Eesti elanikud 2014. a talvel raadiot keskmiselt 3 tundi ja 44 minutit päevas. Muusikakuulamise kanalite valiku koha pealt on käesoleva aja elektroonilise meedia võimalused eeldatavasti oluliselt suuremad kui kunagi varem. Tehnilised võimalused muusika kättesaamiseks, mis on üks muusika kuulamise peamisi eeldusi, on küllalt taskukohased ja mugavad, muusika kuulamine tänapäeval on oluliselt lihtsam. Samuti on mobiilse interneti ning elektrooniliste seadmete kiire areng muutnud raadioprogrammi ning muusika kuulajate jaoks veel kättesaadavamaks ning atraktiivsemaks. Olgu siinkohal näiteks 2013. aasta mais raadiojaama Sky Plus korraldatud küsitlus, milles osales 101 aktiivset raadiokuulajat vanuses 18–35 aastat, neist naised 56%, mehed 44%. Raadiokuulajatelt küsiti,

millistest kanalitest nad veel muusikat kuulavad ja vastata sai vabas vormis ning nimetada mitut kanalit. Selgus, et raadio kõrval kuulatakse palju veel ka YouTube´ist, üldisemalt internetist ja omatakse plaadi- või muusikakogusid (vt tabel 3).

Tabel 3. Muusikakuulamiseks kasutatavad kanalid lisaks raadiole (raadiojaama Sky Plus VIP-klubi liikmete küsitlus, mai 2013).

Kust veel kuulad muusikat lisaks raadiole?	Vastas vabas vormis, nimetada võis mitut kanalit
	Vastajate arv (n=101)
YouTube (maailma kolmas enimkülastatud veebisait, mis võimaldab külastajatel videofaile üles laadida, jagada ja vaadata)	31
Internet (nimetamata kanalid)	31
Oma isiklik plaadikogu	25
Hangin/ ostan internetist	18
TV (erinevates satelliittelevisiooni pakettides sisalduvad raadiokanalid)	10
Sõbrad soovivad/ saavad	6
Spotify (veebipõhine laia muusikastiilide valikuga muusikakuulamise keskkond, mis sisaldab enam kui 20 miljonit muusikapala)	5
Kontsert/ klubi	5
Facebook (maailma populaarseim suhtlusvõrgustik, mille kaudu on võimalik postitada sõpradele ka muusikalinke ja videoid)	4
iTunes (tarkvarapõhine veebikeskkond, kust on võimalik osta ja laenutada muusikat, filme, tarkvara rakendusi, raamatuid ja palju muud)	3
Sky Plus APP mobiiltelefonis (tarkvararakendus Sky Plusi kuulamiseks nutiseadmes)	2
TuneIn APP (tarkvararakendus TuneIn kuulamiseks. TuneIn veebikeskkonnas on võimalik kuulata üle saja tuhande raadiojaama ja podcasti. Samuti on võimalik selle kaudu edastada ka enda toodetud saateid)	2
Xbox Music (veebipõhine muusikakuulamise ja allalaadimise keskkond, sisaldab enam kui 30 miljonit muusikapala)	1

SoundCloud (veebipõhine muusikalevitamise platvorm, mis võimaldab kasutajal kuulata, salvestada ning jagada muusikat. 2013 aasta seisuga omab 40 miljonit registreeritud kasutajat ja 200 miljonit kuulajat)	1
Helikassett (isiklik muusikakogu)	1
Hypem (veebipõhine muusikablogi, kus on võimalik lugeda ja kuulata värske muusika arvustusi)	1
SHOUTcast (veebipõhine internetiraadiote kuulamise platvorm, mille valikus on üle 50 tuhande raadiojaama)	1

Kanalite iseloomustused tuginevad wikipedia ja vastavate kanalite enda kodulehtede andmetele (seisuga 20.05.2014).

2. Uuringu eesmärk ja uurimisküsimused

Üldiselt võib inimeste puhul tähendada erinevaid omadusi muusikaeelistuste puhul, kuid veel suhteliselt vähe on teada nende eelistuste olemuse ja põhjuste kohta. Vähe on uuritud printsiipe, mis mõjutavad individuaalseid muusikaeelistusi. Samuti on vähe uuritud muusikaeelistuse ja muusikalise hariduse seoseid. Paljude uuringute puhul on ka selgunud, et küllalt vähe on kogutud infot vanuse ja muusikaliste eelistuste seose kohta, sest praktiliselt kõik uuringud selles valdkonnas on toetunud peamiselt noortele. Näiteks teatakse, et muusika osatähtsus on suur noorukieas, kuid pole kindlaid tõendeid, kas see jääb nii ka täiskasvanueas (Bonnewille-Roussy jt, 2013: 713). Samuti oleks vaja teostada palju põhjalikke teadusuuringuid, et kinnitada hüpoteese isikupära ja muusikaeelistuste kohta. Tasude ja tarvete lähenemise puhul on valdavalt Ameerikas küllalt palju uuritud inimeste meediakasutust, muusika tarbimise harjumusi ja motiive, kuid vähem on rõhku pööratud inimese taustale ja isiksuse tüübile (Belcher ja Haridakis, 2013:376). Eestis pole autorile teadaolevalt analoogseid uuringuid tehtud, kuid muusikaeelistuste kujunemise tagamaade tundmaõppimine oleks oluline nii kommertseesmärkidel kui ka ühiskonna kui terviku seisukohalt. Muusika on üks olulisi kontakti loomise ja suhtluse vahendeid, mis aitab ületada keelepiire ning pakub kõneainet väga erineva taustaga inimestele. Käesoleva uurimistöö eesmärk on välja selgitada, kuidas kujunevad välja aktiivse muusikahuvilise muusikaeelistused ning millised tegurid on muusikaeelistuste kujunemisel olulised.

Uurimisküsimused:

- Kuidas mõjutab inimese muusikaeelistuste kujunemist lapsepõlv ja perekond?
- Kuidas mõjutavad inimese muusikaeelistusi teised inimesed ja nende soovitusel?
- Kuidas mõjutab muusikaeelistuste kujunemist inimese muusikaline haridus?
- Millistest allikatest/kanalitest peamiselt meelepärast muusikat kuulatakse?
- Milliseid tegureid toovad aktiivsed muusikahuvilised välja muusikakuulamise kanali valimisel?
- Millist rolli näevad aktiivsed muusikahuvilised muusikal oma igapäevaelus?

3. Meetodid ja valim

Käesolevas uurimistöös kasutasin uurimisküsimustele vastuste leidmiseks esmalt standardiseeritud küsitlust ning seejärel tegin semistruktureeritud süvaintervjuu muusikaeelistuste kujunemise tagamaade välja selgitamiseks. Järgnevalt selgitan, kes olid mõlemas uuringuetapis küsitletavateks isikuteks ja mida neilt küsiti. Uuring toimus raadiojaama Sky Plus VIP-klubi liikmete andmebaasi põhjal, sest töö autoril on ligipääs nimetatud andmebaasile. Sky Plusi VIP-klubi andmebaas on piisavalt suur, et selle põhjal leida kõige erinevamate sotsiaaldemograafiliste tunnustega ja muusikaeelistustega vastajad. Esmane küsitlus saadeti 52 838 VIP-klubi liikme seast juhuslikult valitud tuhandele mehele ja tuhandele naisele, kellest täitis küsimustiku 576 inimest. Küsitlus toimus e-posti teel ajavahemikus 17–25. veebruar 2014 ja vastajad olid Sky Plusi andmebaasis olemasolevad kontaktid oma e-posti aadressidega (vt tabel 4).

Tabel 4. Sky Plus VIP-klubi liikmete küsitlusele vastanute sotsiaaldemograafiline jaotuvus.

		Vanus					
		12–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74
Sugu	M	14	83	108	26	5	-
	N	21	162	121	27	8	-
Vastajaid kokku: 576		35	245	229	53	13	-

Küsitluse eesmärgiks oli saada taustainfot VIP-klubi liikmete raadio- ja muusikakuulamise harjumuste kohta. Lisaks sooviti küsitlust kasutada selleks, et selekteerida kuulajate hulgast välja nii-öelda arvamusiidrid või aktiivsemad muusikakuulajad. Selleks olid küsimustikus nii-öelda indikaatorküsimused: kas inimene jälgib muusikaalast ajakirjandust või blogisid, kui sageli ta vestleb sõpradega muusikast, kas ta on ise (või on olnud) seotud muusika loomisega ning viimane – tavapärase Eurobaromeetri arvamusküsitluse küsimus arvamusiidriks olemise kohta (vt http://ec.europa.eu/public_opinion/description_en.htm) - kas temalt küsitakse arvamust muusika ja muusikute kohta (küsimustik on toodud lisas 1). Teine valikukriteerium oli see, et

inimene oli nõus süvaintervjuus osalema – sellest sai märku anda, jättes oma kontakti küsitluse viimasesse tühja lahtrisse.

Aktiivsed muusikahuvilised moodustasid selle grupi, kelle intervjueerimise tulemusena soovin avada inimese muusikaeelistuste kujunemise tagamaid. Et selle eesmärgi täitmiseks oli tarvis saada vahetut teavet ja viiteid võimalikele põhjuslikele seostele muusikaeelistuste kujunemisel, sobis meetodiks kõige paremini kvalitatiivne lähenemine. Nimetatud seisukohta toetab juba varem korraldatud sarnaste uuringute metoodika (Belcher ja Haridakis, 2013). Lõplikult olid nõus intervjuus osalema kaheksa nii-öelda arvamusiidrit (vt tabel 5). Arvamusiidrina määratleti isikut, kelle jaoks on oluline olla kursis muusikavaldkonnas toimuvaga, kellel on keskmisest suurem huvi muusikavaldkonna vastu, kelle arvamusega teised grupiliikmed arvestavad, kes on võimeline tõlgendama uut infot, esile tooma selle sisu ning seda teistele edasi andma. Intervjueeritavad olid viis naist ja kolm meest vanuses 19–39 aastat.

Tabel 5. Süvaintervjuuks valitud isikud.

Nimi/kood	Vanus	Sugu	Elukoht	Kas loeb blogisid/ muusika-ajakirju?	Kas küsitakse arvamust muusika kohta?	Kas vestleb sõpradega muusikast?	Kas on ise muusika loomisega seotud?
Grete/ N22	22	N	Tallinn	ei	jah	jah	jah
Inga/ N32	32	N	Tallinn	jah	jah	jah	jah
Kersti/ N24	24	N	Tallinn	ei	jah	jah	ei
Kristen/ M22	22	M	Tallinn	jah	jah	jah	jah
Kristi/ N39	39	N	Peetri	jah	jah	jah	ei
Mark/ M19	19	M	Tallinn	jah	jah	jah	ei
Samuel/ M19	19	M	Tallinn	ei	jah	jah	jah
Susan/ N20	20	N	Tartu	ei	jah	ei	Jah

Võib öelda, et antud kaheksa intervjueeritava puhul on tegemist kõige aktiivsemate ja ka teadlikumate muusikajälgijatega 576st vastajast. Tabelist on näha, et tegemist on pigem nooremate raadiokuulajatega, kelle hulgas on rohkem naissoost isikuid. Süvaintervjuu küsimuste koostamisel lähtusin käesoleva töö teoreetilises osas väljatoodud peamistest inimese muusikakuulamist selgitavatest teguritest:

1. muusikaeelistuste kujunemine lapse- ja noorukieas;
2. praegune side muusikaga;
3. muusikakuulamise harjumused;
4. kommunikatsiooni roll muusikakuulamisel;
5. konkreetne kanal.

Nende põhjal koostas semistruktureeritud süvaintervjuu kava (vt Lisa 2). Intervjuud toimusid märtsikuu jooksul 2014. aastal silmast silma intervjuuna, ühe intervjuu kestus oli umbes 20–45 minutit.

Süvaintervjuude analüüsil kasutasin teemapõhist kvalitatiivset analüüsi, et leida vastused uurimisküsimustele, mis püüavad selgitada nii inimeste muusikaeelistusi kui ka selle mõjutajaid. Selleks on vaja teada saada intervjueeritavate seoseid muusika tarbimisega lapsepõlvest kuni käesoleva ajani, muusika rolli igapäevaelus, muusika kanali valiku mõjutajaid. Analüüsi käigus jälgisin uuritavate korduvaid, ühiseid ja erinevaid tunnuseid, mustreid, mõjusid, väljaütlemisi, suhteid muusikaga ning käitumuslikke malle. Soovin selgitada, kuidas inimesed ise selgitavad oma muusikaeelistuste kujunemist ja rolli igapäevaelus.

3.1 Meetodikriitika

Kuigi semistruktureeritud süvaintervjuu on üks väheseid ja efektiivseid meetodeid vahetu ja kogemusliku informatsiooni hankimiseks konkreetses sihtrühmas kui mistahes teine uurimisvorm, on ka sellel omad puudused, pidades silmas andmete töötlemisele kuluvat aega. Täpsemate andmete kogumiseks võiks eeldada ka suuremat intervjueeritavate hulka, mis muudaks omakorda uurimisprotsessi veel mahukamaks, aeganõudvamaks ja kulukamaks. See asjaolu seab kahtluse alla võimaluse antud uuringutulemusi laiendada üldkogumile. Tulemused

pakuksid ilmselt veel mitmekülgsemat informatsiooni uuritava teema kohta, kui uuritavate segment oleks suurem sotsiaaldemograafiliste tunnuste poolest just vanuse osas. Samuti on vanusega seotud tegureid muusikaeelistuste kujunemisel empiiriliselt vähe uuritud. Minu arvates mõjutab uuritavat probleemistikku ka sotsiaalne ja majanduslik kontekst, kuid see vajaks samuti eraldiseisvat suuremahulisemat uurimist, et hankida piisavalt arvestatavat informatsiooni.

4. Uuringu tulemused

Uuringu tulemused esitatakse järgnevalt kahes osas. Esmalt teen ülevaade raadiojaama Sky Plus VIP-klubi hulgast vastanute raadio- ja muusikakuulamise harjumustest, et lühidalt iseloomustada tavapärasest VIP-klubiga liitunud muusikakuulajat. Teises osas analüüsin aktiivsemate kuulajatega tehtud süvaintervjuude tulemusi, et tuua esile nende suhe muusikatarbimisega.

4.1 Ankeetküsitluse tulemused: Sky Plus VIP-klubi liikmete raadio- ja muusikakuulamise eelistused

Suurem osa ankeetküsitluses osalenud VIP-klubi liikmetest on igapäevased raadiokuulajad ning peamiselt kuulavad raadiojaama Sky Plus (vt tabel 6). Raadio on vastanute jaoks peamine kanal, millest muusikat kuulatakse, kuid palju kuulatakse ka internetist (vt tabel 7). Kontsertide külastamine ja plaatide ostmine on vastanutele vähemtähtsad.

Tabel 6. Sky Plus VIP-klubi liikmete raadiokuulamise sagedus (n=576).

Kuulab raadiot (ükskõik mis kanalit)		
Peaaegu iga päev		84 %
2–4 päeva nädalas		11 %
Kord nädalas või harvem		4 %
Ei kuula raadiot		0,3 %

Tabel 7. Sky Plus VIP-klubi liikmete muusikakuulamise kanalid (n=576).

Millistest allikatest kuulad endale meelepärast muusikat (võimalik oli valida mitu vastusevarianti)		
Kuulan raadiost		80 %
Kuulan internetist		63 %
Külastan kontserte/ üritusi		27 %
Ostan plaate/ muusikat		18 %

Küsitletud 576st isikust on enda sõnul muusika loomisega seotud 31%, regulaarselt loeb mõnda muusikaajakirja, -blogi või –väljaannet 6% vastanutest. Neid kahte aspekti arvesse võttes ei ole vastanute hulgas kuigi suur grupp, keda töö autor käsitleb kui aktiivseid muusikahuvilisi (lisaks muusikaloomisele ja muusikaalase kirjanduse jälgimisele nad ka vestlevad muusikast sõpradega ja on teistele muusikaalaseks arvamusiidriks). Oma nõusoleku süvaintervjuus osaleda andis 8 isikut. Järgnevalt tutvustan intervjuude tulemusi.

4.2 Intervjuude tulemused: aktiivsemate kuulajate muusikaeelistuste kujunemise tegurid

4.2.1 Inimeste muusikaeelistuste kujunemine

Uurimistöö käesolevas osas otsin vastust küsimusele, kuivõrd nähakse oma muusikaeelistuste kujunemise taga lapsepõlve perekonna ja noorema ea mõjusid. Intervjuudest selgus, et lapsepõlves kuulati peamiselt neid kanaleid, mis olid saadaval, esile toodi valiku vähesus. Samas oli autori arvates uuringus osalenud kõige noorematel, 19-aastastel intervjuueeritavatel 1990ndate teises pooles ehk siis, kui nad teadlikult muusika kuulamisega algust tegid, ilmselt paremad võimalused muusika hankimiseks kui vanematel intervjuueeritavatel, kelle muusika kuulamise algus jäi 1980ndate algusaastatesse. Ilmselt hindavad nooremad uuritavad tänase kogemuse taustal oma lapsepõlve muusikavalikut kitsaks. Näiteks kuulati kas helikassette või vinüülplaate,

mis parasjagu vastavas perekonnas olemas olid. Valiku eelised olid neil, kelle vanematel olid mingid isiklikud kanalid muusika hankimiseks – näiteks tuttavad välismaal (N32), muusikakooli fonoteegis (N32) või näiteks Eesti Raadio fonoteegis (M22). Arvestatava tõuke edasise aktiivse muusikahuvi tekitamiseks võib anda varases nooruses lemmikansambli avastamine:

...aga teadlikult mind nagu muusika, kuhu ma nooruspõlves liikusin, hakkas tegelikult alles kõnetama mind, ma arvan, üks kaheksandas klassis, kui ma avastasin biitlid (The Beatles) enda jaoks. See on nagu hullult klišee, et noh, et biitlid onju noh, ma ei tea, ajaloost ajalukku kuulda seda, aga nii see oli ja sealt edasi hakkasin ma ise otsima süstemaatiliselt muusikat (N32).

Perekondadel, kus oli vähem muusikaliselt haritud inimesi, oli väiksema valikuga fonoteek kui neil, kelle perekonnas või lähikondsete hulgas oli muusikaga sügavamalt seotud inimesi:

Enamus kassetid ja plaadid on ema kaudu jõudnud. Lisaks ta töötas kunagi Eesti Raadios. Sealt need on kõik tulnud. Ja raadio muidugi igapäevaselt (M22).

Muusikat kuulati rohkem taustaks ja majapidamistöøde ajal. Perekonnad, kuhu kuulusid muusikalise haridusega inimesed, kuulasid vähem raadiot, kui üldse, või käis see taustaks ning konkreetseid programme ei suudetagi meenutada. Eelistatud oli küllaltki spetsiifiline muusikavalik, üldjuhul mitte popmuusika.

On küll [minu kodus kuulatud muusikat lapsepõlves – P.K.], aga mitte popmuusikat, aga peamiselt klassikalist muusikat, koorimuusikat, sümfooniat, noh ütleme jah, klassikalist muusikat, aga popmuusikat eriti mitte. Võibolla, noh, minu lapsepõlv jääb ärkamisaega, 80ndate aastate lõpus, et võibolla need ärkamisaja lood olid võibolla siuksem suurem popmuusika või levimuusika sihuke annus mida ma sain, et lähemalt ma ise tegin tutvust popmuusikaga suht hilja, popmuusikaga pigem peale keskkooli hakkas see suurem huvi pihta (N32).

Mitmed vastajad on lapsepõlves perekonnas kuulatud muusika valiku tegijaks nimetanud vanemaid, peamiselt ema:

Ema oli suur suunitlus ja kuna ta töötas laeva peal õhtujuhina, siis tal oli pidevalt vaja ka seal muusikat kokku panna ja kodus oli varieeruvat muusikat, alati. Alates klassikalisest kuni rokini välja (M22).

Kõigil vastanutel on esmane muusikaga kokkupuuteallikas kodune, vanemate või vanavanemate loodud fonoteek. Valdav peresisene muusikaeelistus võib kanduda ka järeltulevatele põlvkondadele:

Mm, ma arvan et peamiselt tegi muusikavaliku isa, aga mitte sellepärast, et tema käes oleks otsustamisõigus olnud, aga tema võibolla tegeles sellega ise kõige rohkem, et meil oli plaate, mis oli minu vanaisast jäänud, kes oli viuldaja ja ilmselt sattusid need grammofoni ikkagi suhtelist juhuslikult, või see oli mingisugune harjumus pigem kui teadlik valik (N32).

Muusikaeelistuste mõjutajatena on nimetatud ka sõpru ja lähedasi inimesi või suhtlusringkonna muutumist. „Sõpradelt saadud info“ on kõige enam mainitud uute lugude ja artistide avastamise allikana ning sõprade ja tuttavatega vahetati ka olemasolevat muusikat.

Kui lõpetasin põhikooli, hakkasin läbi käima punkaritega ja valik läks pungile. Exploited, Sex Pistols... Infot sain tuttavatelt ja sõpradelt. Ise uurisin internetist ka (N24).

Kaheksast intervjuueeritavast neli on puutunud või puutuvad hetkel kokku pillimänguga ning valdavad enda sõnul lausa mitut instrumenti, mida õppisid mängima valdavalt lapsepõlves. Lisaks on kaks vastanut põgusalt tegelema klaverimängu ja laulmisega. Üks muusikahuviline oleks soovinud muusikaga tegelemist, kuid ilmselt jäi see huvi vanematel märkamata:

Mul oli niimoodi, et ma mäletan, et ma tahtsin klaverit mängida, aga meil ei olnud klaverit kodus ja sain Pille [lastele mõeldud klaveri nimetus – P.K.], selle pisikese sünnipäevaks, see algklassides et, see oli täielik pettumus. /.../see oli tõsine pettumus ja muusikakooli ei pandud (N39).

Kolm vastanut on muusikaõpingutega alustanud muusikakoolis ning lisaks õppinud ka ise, muusikakooli on mindud peamiselt vanemate suunamisel, kuid ka omal soovil:

olen lõpetanud lastemuusikakooli klaveri erialal ja olen õppinud omal käel kitarril ja basskitarril. [Läksin muusikakooli – P.K.] Vanemate otsusel, ma tegelt tahtsin viiulit mängima minna, aga kuna isal olid väga valusad kogemused viiuli õppimisega, siis ta arvas, et klaver on parem ja ma olen siiamaani talle südamest tänulik, et ta mu klaverit mängima pani, mitte viiulit (naerab) (N32).

[Muusikakooli läksin – P.K.], sest et õde ja vend olid juba ees ja siis ma tahtsin ka minna (N20).

Muusikalise tee valimisel lapsepõlves olid paaril juhul suunava tõuke andmiseks kas koolikaaslased või pereliikmed.

laulukoori läks see, kes tahtis. Aga kõik tüdrukud koolis käisid seal (N24).

Kuna enamuse uuringus osalejate esmased kogemused muusika kuulamisega jäävad 1990ndate perioodi, oli sel ajal saadaval oleva muusika valik oluliselt kitsam võrreldes käesoleva aja võimalustega. Internet polnud nii laialt levinud, puudusid paljud praegu eksisteerivad meelelahutus- ja sotsiaalportaalid ning elektroonilised tarbekaubad ja nutitelefonid, mis hõlbustavad oluliselt muusika kättesaadavust. Töö autor on seisukohal, et kui intervjueeritavate lapsepõlveaegsed tingimused muusika kättesaamisel oleksid võrreldavad või samalaadsed praeguse aja võimalustega, oleks muusikaeelistused võinud kujuneda hoopis teistsuguseks. Kindlasti polnud muusika kättesaadavus sarnane 80ndatele aastatega, kuid just praeguse aja hea ligipääs kiirele internetile, multiseadmete mitmekesisus ning tasuta *online*-muusika kuulamise portaalide rohkus loovad oluliselt võimalusterohkema tee muusika tarbimiseni. Samas ei pruugi allikate rohkus ja võimalused alati mõjuda ühesuunaliselt, kuid see on teema, mis vajaks eraldi uurimist.

4.2.2 Praegune side muusikaga

Kuidas hinnatakse enda huvi muusika vastu

Valdavalt jääb mulje, et oma huvi muusika vastu peetakse käesoleval hetkel üsna kesiseks. Näiteks kaks muusikahuvilist, kes on varem tegelenud aktiivsemalt musitseerimisega, on sunnitud selle tööst tingituna katkestama, samas ei pea nad võimatuks, et tulevad selle juurde hiljem tagasi.

Viis-kuus aastat regulaarselt väga tihedasti mängisin [bändis – P.K.], aga laulmisega ma olen ikka natuke tegelenud, et noh koorides, mitte solistina, erinevates sellistes projektipõhistes jah, projektides pigem. Aga jah praegu mul nagu seda perioodi elus ei ole, ei välista, et see kunagi

tagasi tuleb. /.../ ma läksin peale keskkooli lõpetamist Tartusse õppima ja Tartus ma hakkasingi seda bändi tegema ja ühel hetkel ma kolisin Tallinnasse ja bänd jäi Tartusse. Me ei ole ametlikult siiamaani laiali läinud, aga me ei ole proove ka teinud, võibolla nüüd juba peaaegu kolm aastat. Ja sellega seoses on see jäänud tahaplaanile, seoses mu uue töökohaga on ka muusika kuulamine...ma ei tea ma olen vist nagu mõnes mõttes nagu natuke väsinud, et ma üks hetk võibolla läksin mingites teemades hästi süvitsi ja tekitasin endale vist nagu mingi üledoosi, et võibolla mul on hetkel lihtsalt see, et ma ei tunne väga puudust ka, et noh, eks ma ikka kuulan uusi reliise vahel aga mitte nii intensiivselt (N32).

Ei selles mõttes, ja noh, ma nagu mitte nii regulaarselt, aga aeg ajalt ma ikka võtan oma pillid kätte (N22).

Enamus muusikahuvilisi külastab kontserte väga harva ja ka siis vaid valitud üritusi. Spontaanselt on kontserdile sattunud vaid üks vastaja:

Ühe korra ma olen seda teinud [ostnud muusikat, mille kohta varem ei teadnud – P.K.]. Ma käisin sihukese jazziliku ansambli Phlox esitlusel NO-teatris, kus ma selle plaadi ostsin, sest see kuidas nad selle energia läbi pillide välja tõid oli minu jaoks meeletult hea! Täiesti juhuslikult liikusin sõpradega kaasa ja astusin kuskilt uksest sisse ja olimegi kohal (M19).

Kõik vastajad peavad kontserte või elava muusika üritusi kulukateks ning seetõttu külastavad pigem valitud üritusi.

Milliseks hinnatakse enda muusikalist informeeritust

Valdav osa peab muusikalise taustainfo ning hetkel populaarsete artistide tundmist üsna oluliseks ja on valmis nendel teemadel teistega väitlema, kuid hindavad ennast selle koha pealt mitte eriti kõrgelt.

Jaa, inimene võiks ikka teada õigeid asju. Kui ma räägin millestki, mis on vale, või ei ole sellest õigesti aru saadud, siis tuleb parandada. Kui ta mingil põhjusel ei usu mind, siis tõestan, et mul on õigus (M22).

No ma ei ole väga teadlik, ma arvan et ma olen sihuke keskmine, või alla keskmise (N39).

Oma teadmisi hinnatakse üsna tagasihoidlikult, kuid näiteks samas tullakse ka lagedale küllalt ulatusliku nimekirjaga erinevatest žanritest:

Eks ma arvan et ma olen selle sama stiili juurde jäänud, noh ütleme siukene alternatiivne rokkmuusika, võibolla olen hakand jälle uuesti kuulama ütleme siukseid viiekümnendate lõpu, kuuekümnendate aastate popmuusikat, seitsmekümnendaid, klassikalist muusikat kuulan endiselt, eesti muusikat püüan kuulata täiesti stiili arvestamata /.../ Mõni artist huvitab mind ikkagi siinamaani nagu ...nagu et kui näiteks ma tean, et Beck annab plaadi välja, siis ma viin ennast kurssi, millal see plaat välja tuleb ja trükin selle õigel ajal Spotify-sse ja kuulan selle plaadi läbi teadlikult. Samas, ma pidevalt ei loe enam, noh, näiteks mingisugust muusikaajakirju ja ma ei hoi ennast väga kursis sellega, et mis on tulemas. Selles mõttes ma jällegi mõnes mõttes kuulan nagu muusikat taustana, et see nagu varieerub, aga no üldiselt on ta ikkagi praegu tagaplaanil, ma ei tea, kui sa sellest jutust midagi aru saad, mul on mõtteid nii palju, ma vist väljendan ennast segaselt (N32).

Ma arvan, et see teatud määral sõltub [kuivõrd informeerituks end pidada – P.K.]. Noh näiteks Eesti muusikutest ma tean, et ma ei tea väga midagi ja mul noh, kõik inimesed käivad kõiki kuulamas kogu aeg ja ma ei tea neist midagi. Aga välismaalaste koha pealt võibolla nagu olen teadlikum kui kas just keskmine, aga noh, aga nende koha pealt ma nagu ikka tean rohkem (N22).

Nii N32 kui ka M19 on öelnud, et neilt tullakse küsima konkreetsete žanrite või esitajate kohta, kuna tuttavad on teadlikud nende põhjalikematest teadmistest. Ise väljendatakse oma teadmisi ka siis üsna tagasihoidlikult:

Ennast kursis hoida ma ei pea vajalikuks, aga nagu mingisugused teadmised on ikka hädavajalikud (M19).

Ajaloo mõttes [pean end – P.K.] küll jah küllaltki informeerituks, et kui küsitakse, et kust võibolla bluus alanud on või niimoodi, siis pöördutakse rohkem minu poole (M19).

Enda jaoks on see oluline [teada muusikast rohkem kui tuttavad- P.K.], ma ei arva, et teiste jaoks (2M19).

Üldine tähelepanek on, et ennast peetakse siiski keskmisest muusikateadlikumaks ja informeeritumaks, kuid säilitades sealjuures konservatiivse ja tagasihoidliku hoiaku. Mainitakse ka, et sõbrad-tuttavad küsivad arvamusi või infot muusika kohta just neis valdkondades, milles teatakse vastaja olevat paremini informeeritud. Seega võib väita, et teatavas mõttes on tegemist muusikavaldkonna arvamusiidritega. Vestluses on siiski esile kerkinud rida erinevaid internetikanaleid, mille kaudu oma muusikahuvi kas juhuslikult või regulaarselt rahuldatakse. Mitmed muusikahuvilised on maininud, et otseselt ei otsi ansambelite kohta informatsiooni, kuid kui juhuslikult näiteks mõnele artiklile peale satuvad ja see neid huvitab, siis loevad ikka. Ilmselt iseloomustabki küsitletuid keskmisest kõrgem muusikahuvi.

Kas ja kuidas ollakse praegu seotud muusika loomisega

Kaheksast muusikahuvilisest kaks tegelevad hetkel hobi korras töö kõrvalt pillimänguga, kuid tegemist pole end professionaalseteks muusikuteks pidavate inimestega:

No otseselt oma muusikat ma ei loo, aga ma teen kavereid. Ja mul isa ja õde teenivad leiba sellega, aga see on nagu kõrvalamet (N20).

Põhimõtteliselt on ainult enda jaoks [mängib pilli- P.K.], et koduseinte vahelt nagu väga välja sellega ei lähe. /.../ Ma olen üritanud [bändi teha – P.K.], aga ma olen sihuke enesekeskne inimene, et mulle väga ei sobi nagu teistega koostööd teha (M19).

Eespool toodud näidetest tuli välja, et muusika loomisega on olnud varem seotud teisedki küsitletud, kuid erinevatel põhjustel on muusikaloomine katkenud. Seega võib arvata, et isiklik kogemus muusika loomisega on inimese muusikaeelistuste kujunemisel suure tähtsusega – just selles plaanis, et tekiks oskus valida ning pakutavat kriitiliselt hinnata.

4.2.3 Muusikakuulamise harjumused

Küllalt paljud intervjuueeritavatest pidasid oluliseks plaatide ostmist füüsilisel kujul, kuigi sellisel viisil muusika hankimine ja kuulamine on ebamugavam:

Mulle meeldib rohkem raadiost kuulata. Esiteks jah, mugavuse mõttes, teiseks ei taha ma osta. Sest kui ma ostan selle laulu, siis on ta küll mul olemas, aga ma ei hakka ju seda 50 korda päevas kuulama (2M19).

Enamuse vastajate jaoks on muusika kuulamise lihtsus ja mugavus väga olulised näitajad:

Ma olen pigem plaadikuulaja, sest ma sõidan autoga palju ja siis mulle meeldib, ma panen plaadi sisse, ma neid MP3 asju nagu väga ei jaga (M39).

Näiteks nutitelefoni kaudu internetist kuulamine – see annab kuulamise aja ning koha suhtes oluliselt vabamad käed. Kui kuulatakse enda valduses olevat vana muusikat, kasutatakse enamasti ka originaalseid allikaid, näiteks vanade vinüülplaatide kuulamine eeldab vinüülplaadimängija olemasolu. Aktiivsed muusikatarbijad ostavad albumeid füüsilisel kujul peamiselt vastava ettevalmistuse põhjal, juhusliku ja tundmatu artisti albumi ostmist tuleb ette harvem:

No eks ma ikka sobran vahepeal neid CD-plaadi riuleid. Jah, aeg-ajalt tuleb, et tahaks nüüd midagi uut ja siis lähen vaatan kas on midagi (N20).

Mitmes peres on kindla artisti albumi ostuks määravaks ajendiks olnud kontserdil käik:

No Zucchero avastati, tähendab Tina Turneri kontserdil mu vanemad käisid, no neil vist ilmselt ammu juba meeldib, ma arvan, no ma niimoodi täpselt neid origins ei tea, aga Zucchero oli seal sellest, meil ühtedel tuttaval oli see mingi DVD, siis neile seal hirmsasti meeldis ja siis me ostsime omale ka (N22).

Kontserte või avalikke esinemisi külastatakse harva ja kui, siis minnakse kuulama konkreetset artisti või valitud sündmust. Oluliseks peetakse ka kontserdi külastuseks kuluvaid rahalisi vahendeid. Kaks muusikahuvilist on spetsiaalselt külastanud kontserte ka välisriikides, mida muidu üldiselt peetakse väga kulukaks ettevõtmiseks:

Ma korra olen käinud ka Soomes. See oli nagu see eelmine suvi Rock The Beach festival, aga ma käisin seal ainult 30 Seconds To Marsi kuulamas nagu (N22).

No käisin kuulamas Paul McCartneyt muidugi [kontserdil – P.K.], tegin võileivad kaasa ja läksin ja Morriseyd olen käind kuulamas ja ega ei olegi vist rohkem. Noh ja siis mõned, noh, sellised võibolla väiksemad artistid, keda nagu laiem üldsus üldse ei tea (N32).

Kui üldiselt on situatsioonid muusika kuulamiseks üsna sarnased (auto-, bussisõit, koristamisel taustaks) ning pigem võiks neid nimetada taustakuulamiseks, siis on märgitud ka muusika kuulamist kõndimise ajal:

Ma käin hästi palju ja käimise ajal ma kuulan muusikat, aga mitte ainult, et ma kuulan hästi palju ka teksti, igast loenguid ja asju, aga võibolla see käimine. Kui ma kõnnin, ükskõik kas metsas või siin linnaruumis, et siis ma tunnen, et kõndimisega üleüldse mõtted korrastuvad ja kui tahad millelegi keskenduma, näiteks kui sa peadki plaadi teadlikult läbi kuulama, et selle kohta midagi kas hiljem kirjutada või kellele mingisugust tagasisidet anda, siis (N32).

Muusika emotsionaalne roll ehk meeleolu kujundamine on üks peaaegu tähtsamaid ehk enim mainitud põhjusi muusika kuulamise juures. Seda eriti neil, kes on muusikaliselt rohkem haritud ja mängivad ka ise pilli. Samas on mainitud, et tuju ja emotsionaalne hetkeseisund ei määra muusika kuulamise juures mingit rolli:

Ei, tuju ei määra minu muusikakuulamist. Võin ka väga halva tujuga kuulata ja vastupidi – väga rõõmsa meelelega (2M19).

No sellel on ikka väga, on ütleme muusikal on väga tugev mõju minu jaoks, et mul on alati ravim olemas, kui mul on kehv olla – jõuan jälle biitliteni (The Beatles). See on alati, kui mul on halb tuju, ma panen ükskõik missuguse biitlite loo peale, kuulan kaks-kolm lugu ja siis on jälle maailma ilus. Et on väga suur seos jah (N32).

Kuna ma füüsiliselt ei suuda kuulata neid [teatud žanre ei – P.K.], siis ma lähen kas endast välja, lähen närvi, mind hakkab see häirima, see kuidagi mõjub mulle halvasti, et pigem selles mõttes nad ka ei paelu mind tänu sellele (N32).

Kindlasti tuju mängib rolli. Kui on kehvem tuju, siis enamasti lähevad mõnusamad, aeglasemad, deep'imad lood ja kui alkoholi võtan, siis kuulan hoogsamaid lugusid. Need on siis tantsulood ja kindlasti tuntumad, aga ka vähem tuntumad – eesmärk on jalga keerutada. Samas klubisse pole ammu sattunud, aga klubis on ka hea muusikat kuulata (M22).

Peeaeagu kõik intervjuueeritavad on maininud, et muusika kuulamine on taustategevus majapidamistöõde ajal, eriti koristamise ajal, samuti on mitmeid kordi muusika kuulamist mainitud kui sobivat taustategevust autosõidu ajal:

No autos ma kuulan iga päev meeleolu jaoks, hommikul lähed onju tööle või kuhugi, et siis on nagu...et sõltub kui midagi ei tule, siis ma panen oma plaadi (N39).

Muusika kuulamine on ühes perekonnas ka huvitavalt seotud vaba aja veetmisega:

Võin öelda, et ema ja kasuisa elavad Rootsis ja meie õhtused kodused mängud nägid välja nii: võtsime kas arvuti või panime plaadi mängima ja üritasime ära arvata loo nime ja artisti. See mäng aasta aega tagasi alles tuli ja praktiseerisime seda nädalavahetusesti. No kui telekast midagi ei tule, siis väike vein ja mängime! Suures seltskonnas on see veel huvitavam. Sest kui kõik on muusikud ümberringi, siis on see veel huvitavam (M22).

Toodud intervjuunäidetest ilmneb intervjuueeritute teadlikkus muusika valimisel seda nii stiililiste eelistuste põhjal kui ka muusikakuulamise olukordadest lähtuvalt.

4.2.4 Kommunikatsiooni roll muusika kuulamisel

Kaheksast intervjuueeritavast, keda määratlesin aktiivsete muusikahuvilistena, ütlesid kõik, et neilt küsitakse arvamust muusika kohta. Samuti vastasid kõik peale ühe, et vestlevad teiste inimestega sageli muusikast. Muusikaalast infot küsitakse rohkem neilt, kelle kohta on teada, et nad tegelevad muusikaga põhjalikumalt ning mängivad või on mänginud ka ise mõnd pilli. Muusika ja artistide alast infot küsitakse rohkem neilt, kes on spetsialiseerunud kitsamale spektrile žanrite osas, mitte ei kuula muusikat üldisemalt ja seinast seinast.

Jah, ilmselt küll jah [teised teavad mida kuulan – P.K.], no ma ikka nagu räägin oma bändidest ja kui ma lähen kuskile kontserdile näiteks ja kelle kontserdile ma lähen ja nii. Et noh jah seda et ma Marsi fänn olen, seda teab terve mu sõprus- ja tutvusringkond (N22).

Erinevaid žanre arvavad paljud ennast hästi tundvat, oma teadmiste algallikaks pakuvad paljud samuti internetti. Kui küsida selle kohta, kust saadakse infot muusika kohta, on tavapärase vastus:

Ikka internetist (2M19).

Paljud muusikahuvilised tajuvad, et teised küsivad just neilt rohkem infot, kuid ei oska põhjendada, miks seda tehakse:

Pigem rohkem võibolla küsitakse minu käest. Ma ei ole mõelnud sellele [miks – P.K.] (N22).

Kaheksast aktiivsest muusikahuvilisest neli töid välja, et jälgivad muusikaalast kirjandust. Oma lemmikartisti kohta otsivad lisainfot vaid väga pühendunud kuulajad. Sel juhul piirdub valik vaid mõne paari tähtsaima lemmikuga ning kanalid on konkreetset. Näiteks jälgitakse Facebooki ja Twitteri postitusi ning bändi enda kodulehti. Määrava tähtsusega on info kohalejõudmise kiirus ja adekvaatsus. Muusikaajakirju või väljaandeid trükitud kujul ei tarbi vastanutest käesoleval ajal mitte keegi. Üks intervjuueeritav on kirjutanud blogi ja plaadiarvustusi, mida avaldasid ka mitmed ajalehed. Blogi kirjutamine seadis ta arvamusirolli, olles vahendaja uut muusikat tootvate ansamblite ja publiku vahel:

Ma pidasin blogi päris mitu aastat ja siis see viis ka, ma kirjutasin lõpuks ka ajalehtedele ja sealt samast blogi kaudu võeti mingisuguseid plaadiarvustusi või intervjuusid ja siis oli küll minu jaoks tähtis see, et ma jõuaksin kõige esimesena kuulata nüüd selle värsket plaadi ära, et minult tuleks esimesena see tagasiside nii artistile kui ka, et see oleks uudis, et no nüüd see plaat on väljas (N32).

Erinevate sotsiaalsete suhtluskanalite (näiteks Facebook) vahendusel jagatakse üksteisele internetilinke ja soovitusi muusika kuulamiseks:

Hetkel ma arvan, et ma teistelt [saan muusikalinke – P.K.] rohkem kui ma ise saadan, aga ise saadan ka ja kohati on see saatmine väga tihe, et kuna mul on suhteliselt palju tutvusringkonnas

inimesi, kes ise teevad lugusid, siis nad ka saadavad mulle kuulamiseks ja arvamuse, et noh, ma avaldaks siis arvamust selle kohta, mis nad teevad (N32).

Otsingumootori Google kasutamist on mainitud mitmel korral kui vahendit muusikute või albumite taustainfo otsimisel. Kasutatakse ka erinevaid raadiojaamu ja *playlist*'e vahendavaid *online*-otsingulehekülgi, mis võimaldavad jälgida oma tuttavate kuulatud muusika nimistut:

Praegu viimase aja hitt on Spotify, siis on Last.fm, siis ma aeg ajalt jälgin mida mu sõbrad kuulavad ka läbi Last.fm-i ja Spotify (N32).

Aktiivsematel muusikakuulajatel ja neil, kelle lähikonnas on samuti aktiivsemaid muusikatarbijaid, tekib sotsiaalsel tasandil tihedamini arutelu muusika teemadel. Peamiselt arutletakse uute avastuste üle ja vahetatakse muusikat:

Ja seda on ikka olnud, nagu festivalidest ja nii ikka räägitakse ka, et kes kuhu läheb jälle ja mida teeb ja nii edasi. On olnud, et „kas sa oled seda kuulnud, ou mai gaad, ei olegi või? Sa pead seda kindlasti kuulma!“ Seda on ikka ette tulnud jah (N22).

Muusika osas ma väga informeeritud ei ole selles osas, mida nemad kuulavad. Muidugi mu tutvusringkonnas on väga palju erinevate huvidega inimesi, et kõigega ma ei saagi kursis olla, aga pigem rohkem olen mina see, kes saab infot kui mina annan infot (M19):

Üks muusikahuviline märgib ka kõige olulisema kommunikatsioonikanalina oma peret:

No kuna meil on muusikamaitse suht ühine, siis ei saa midagi kritiseerida siin. No ma olen selle üle väga rahul, mis ma saan, sest et jah, see on kuidagi, kui me oleme juba sünnist saadik juba ühte sama muusikat kuulanud. (N20).

4.2.5 Konkreetne kanal

VIP-klubi 101 juhusliku liikme küsitluse põhjal olid populaarsemad mainitud internetikanalid, mille vahendusel lisaks raadiole muusikat kuulatakse, YouTube, Spotify ja Facebook (vt tabel lk15), mis langevad enamjaolt kokku ka aktiivsemate muusikahuviliste eelistustega. Kõige

rohkem leidis konkreetsetest kanalitest mainimist YouTube, kust kuulatakse nii enda lemmikuid kui ka sõprade saadetud linke, järgnevad SoundCloud ja Spotify.

Ma mõnikord lihtsalt otsin mingit stiili. On nii, et panen lihtsalt otsingusse märksõna ja kohe viskab vastused ette, ning lisaks ka sellele konkreetsele otsingule annab ette ka järgmised valikud. Ja niiviisi on möödunud aega mul küll ja küll. Myspace oli kunagi huviorbiidis, aga enam pole, sest et YouTube annab kõik vajaliku kätte, on mugav ja informatiivne. Ja kui midagi seal ei ole, saab helistada sõbrale ja vajaliku kätte saada (M22).

YouTube'i puhul kiidetakse muusika laia valikut. Sõprade soovitusel kuulatakse palju uut ja varem tundmatut muusikat ning artiste:

Vahest on ka sihukest asja ette tulnud, et vahetame üksteise vahel plaate, et siis kuulata neid, aga sõprade soovitusel enamjaolt YouTube'ist ja SoundCloud'ist (M19).

Konkreetsete lemmikute puhul jälgitakse ansamblite enda kodulehti, et sealt saada informatsiooni värskete reliiside, kontsertide ja bändis toimuva kohta. Kodulehe olemasolu loob huvilisele lisaks informeerimisele ka võimaluse tunda ennast oma lemmikartistile lähemal:

Hästi palju saab infot just sellisest bändi sisesest energiast nagu, et mis nende enda sees toimub, et kui tunda ennast kui selle bändi perena mõnes mõttes on hea võimalus“ (M19).

Erandina on ühel juhul avalike esinemiste kohta käiva info allikana märgitud ka Piletilevi:

No üldjuhul ma ikka lähen spetsiaalsele [üritusele – P.K.], et ei satu väga nii ringi, et lähen läbi.

[info jaoks – P.K.] on ju meil Piletilevi (N20).

4.2.6 Raadio roll muusikaharjumuste juures

Eelkõige raadiotehnikatele oluline teada, kuidas hindavad aktiivsed muusikahuvilised raadiot ja raadios pakutavat. Intervjuudest tuli välja, et kõige rohkem mainiti raadiot muude tegevuste taustal kuulamiseks, nagu näiteks autosõit, sotsiaalne ajaviide, erinevad majapidamistööd ja töölolek:

No iga päev töölt koju ja tööle minnes, siis kuulan ja töö käib ka raadio, aga ta käib taustaks (N20).

Ühe intervjuueeritava puhul, kellel on spetsiifiline ja lai muusikahuvi, mängib raadio teiste kanalite kõrval vähemtähtsat rolli:

Raadiot kuulan vähem, kuulan vinüülide pealt, CD-de pealt, kuulan mp3-sid nii arvutist kui telefonist kui iPadist, siis vist nüüd sai kõik või vä, jah (N32).

Raadio miinuseks peetakse laulude liiga tihedat kordumist, kuid osa peab koduse olemasoleva fonoteegiga võrreldes raadiost kõlava muusika valikut jällegi mitmekesisemaks:

Viimasel ajal olen hakanud raadiot kuulama sellepärast, et mu enda muusika on olemas küll, aga lihtsalt kõik laulud hakkavad korduma ja ma ei taha kõiki neid järjest kuulata. Raadiotest tulevad aga erinevad lood (2M19).

Raadiost saadakse ka muusikat puudutavat infot:

Hästi palju infot tuleb Radio Maniast, et seda kuulan hästi tihti autos sõites. Infot tuleb veel internetist Facebookist ja rohkemat ma ei oskagi vist välja tuua (M19).

Kuulan ka Radio Maniat tihti, kus räägitakse, kus midagi toimub. Tuttavad saadavad ürituste kohta infot (N24).

Raadiot valitakse ka vastavalt hetkeenesetundele ja -vajadusele:

Vahel on see, et ma ei jaks kuulata neid jutte ja siis ma panen sellise kanali, kus rohkem nagu pigem muusikat tuleb ja siis, aga jah kuidas kunagi jällegi. Kui ma näiteks noh autoga sõidan, siis ma pigem tahaks rohkem jutte ja asju kuulata, kui ma hommikul üles tõusen ja parasjagu unise peaga hommikust sõön, siis ma ei jaks kuulata väga jutte (N22).

Raadio võib ka olla lahendus sel juhul, kui ei suudeta ise otsustada, mida kuulata, ning valik lastakse teha raadiol:

Kui ma ei tea, mida ma tahan kuulata, siis ma panen tavaliselt raadio mängima. Seal tuleb alati midagi sellist, mida ma oleksingi tahtnud kuulata ise (N24).

Aktiivsete muusikakuulajate hoiakud raadiojaama Sky Plus suhtes

Raadiojaama Sky Plus puhul peetakse mitme vastaja puhul oluliseks hommikuprogrammi ja muusikavalikut:

Mulle meeldib Hommikuprogramm kindlasti, sest seda on nii hea kuulata töö kõrvale. Ja muusikavalik on alati hea. Mulle meeldib enamuse tantsumuusikaraadiote puhul see, et lood ei kordu nii tihti. Jah, inimestel küll kujunevad lemmikud, nad tahavad neid tihti kuulda, aga Sky Plusil on pidev variatsioon sees, head saatejuhid ja tõesti mõnus on kuulata! Kõrv puhkab (M22).

Mulle meeldivad pigem saatejuhid. Hirno meeldib mulle. Hommikuprogramm ka. Ja Andi Raig on ka hea muhe hääl (M19).

Oluliseks peetakse ka saatejuhtide vahendusel saadud vajalikku infot näiteks endale huvi pakkuvate muusikasündmuste kohta:

Kuid mul on unistus kunagi Tomorrowlandile jõuda. /.../ No eelmisel aastal käis Kristjan Hirno seal. Teda jälgisin ka siis aktiivselt, nii Instagramis kui ka uudiseid, mis ta seal kirjutas. /.../ Ta rääkis jah ja näitas materjali [festivalist – P.K.]. Minu jaoks oli see piisav ülevaade.

Sky Plusi puhul ongi kaheksa aktiivset muusikakuulajat kõige enam maininud hommikuprogrammi (neljal korral) ja tantsumuusikasaadet „Hirno faktor“ (kahel korral). Aktiivsete muusikahuviliste ootus raadiotele ei ole seega ainult vaheldusrikka või uue muusika kuulamine, vaid oluliseks peetakse ka raadio informeerivat rolli just toimuvate ürituste ja kontsertidega kursishoidjana.

5. Kokkuvõte ja diskussioon

5.1 Kokkuvõte

Kuidas mõjutab inimese muusikaeelistuste kujunemist lapsepõlv ja perekond?

Muusikaeelistuste kujunemisel toimuvadki inimese esimesed kokkupuuted muusikaga just lapsepõlves ja perekonna keskel. Väga suure tõuke indiviidi tuleviku kujunemisel võib anda see, millega tegelevad vanemad, millist muusikat nad kuulavad ning kuidas oma järeltulijate käekäiku suunavad. Uuringust selgus, et peres, kus vanemad või vanavanemad on aktiivselt muusikaga seotud või on neil muusikaga seotud amet, on oluliselt suurem tõenäosus, et sama suunda jätkavad ka järeltulijad. Ka lapsepõlves läbielatud esmakordne muusikaline kogemus võib saada oluliseks suunajaks edaspidiste protsesside kujunemisel muusikaga kokkupuute suunal. Ei tohi alahinnata lapsepõlve ja kodu mõjusid inimese arengu seisukohalt.

Kuidas mõjutavad inimese muusikaeelistusi teised inimesed ja nende soovitusel?

Teiste inimeste mõjul ja soovitusel on kogu muusikaeelistuste protsessi juures tervikuna väga suur kaal, seda tõendas juba ka arvamusiidri kontseptsioon. Inimesel võib olla arvamusiidri positsioon seda endale teadvustamata ning personaalselt inimeselt inimesele liikuv info tundub alati usaldusväärse ja objektiivsena. Samuti puutub inimene teiste soovitustega kokku alates lapsepõlvest kuni täisealiseni välja. Erinevaid muusikaga seotud kogemusi vahetatakse juba kooliajal ning sama teevad väga aktiivselt ka täiskasvanud. Lapsepõlves tehakse paljusid asju ka lihtsalt sellepärast, et teised nii teevad, mis võib samuti mõjutada hilisemat käekäiku. Nagu selgus uuringust, on „sõpradelt saadud info“ kõige enam mainitud uute lugude ja artistide avastamise meetod. Inimesed soovivad üksteisega suhelda ning muusika ja sellega seonduva üksteisega vahetamine on üks väga arvestatav suhtluse vorm.

Kuidas mõjutab muusikaeelistuste kujunemist inimese muusikaline haridus?

Muusikalise haridusega inimene tegeleb ka ise väga suure tõenäosusega muusika alal, vähemalt on see nii mitme käesolevas uuringus osalenud inimesega. Lisaks sellele, et ta võib olla muusik, on ta üsna suure tõenäosusega muusikavaldkonna arvamusiider. Nagu selgus uuringust, on muusikalise haridusega inimesed tõenäolisemalt pühendunud mingile kitsamale žanrile kui teised. Nende muusikaline huvi on üldjuhul kitsapiirilisem, kuid mingi spetsiifilisema teema puhul on nad suuremad asjatundjad ning pealiskaudsema muusikahuviga inimesed küsivad infot just neilt. Seega on muusikalise haridusega inimesed pigem ühenduslüliks teiste inimeste ja muusikaeelistuste kujunemise vahel.

Millistest allikatest/kanalitest meelepärast muusikat peamiselt kuulatakse?

Tänapäevased tehnilised võimalused muusika kuulamisel on keeranud täiesti uue lehekülje võrreldes uuritavate lapsepõlvega ehk vähemalt paarikümne aasta taguse ajaga. Peamised muusika kuulamise ja hankimise võtmesõnad on mugavus, kiirus, lihtsus, kättesaadavus, valik. Internetis ja sotsiaalmeedia kaudu kuulatav muusika ning selle levitamine leiab kasutust just aktiivsema muusikahuvi korral. Lihtne ja mugav on teada saada, mida teised kuulavad, ning samuti ka enda fonoteeki jagada. Tänapäeval pole see enam lihtsalt muusika kuulamine ja vahetamine, vaid osa sotsiaalsest määratlusest, kas siis teadlikult või mitte. Muusika ja sellekohase info hankimine on tänu internetiajastule muutunud ülimalt lihtsaks. Samas teeb see lihtsamaks ka inimeste elu, sest aktiivse huvi korral pole vaja füüsiliselt omada suuri ja ruumimahukaid plaadi- või andmekogusid. Interneti vahendusel muusika kuulamise puhul on tähtsamateks kanaliteks YouTube, Spotify, SoundCloud, küllalt palju muusikainfot levitatakse ja vahetatakse sotsiaal-võrgustike kaudu nagu näiteks Facebook ja Myspace. Kuigi internetiajastu pealetung jätab füüsilised andmekandjad varju, ei saa siiski märkimata jätta ka isiklike plaadikogusid. Paljudele on siiani meeldivaks harjumuseks füüsilisel kujul albumeid soetada ning kui tõsisema muusikahuvi korral on tegemist vanemate ja rariitsemate teostega, omatakse

ja kuulatakse ka vinüülplaate. Isiklikku fonoteeki kasutatakse ka tihti siis, kui tegemist on emotsionaalsetest ajenditest tingitud muusikakuulamisega.

Milliseid tegureid toovad aktiivsed muusikahuvilised välja muusikakuulamise kanali valimisel?

Muusikakuulamise kanali valimisel lähtutakse üsna palju oma tegevuse eesmärgist. Spetsiifilisema ja nõudlikuma inimese puhul on ka kanali valik spetsiaalsem ja piiritletum ehk valikus on laiemale üldsusele vähem tuntud kanalid. Kasutamismugavusest lähtuvalt oli internetist juttu eelmises lõigus, kuid ka ülejäänud kanalite puhul on tähtis kasutatava kanali käepärasus, mugavus, kiirus ja lihtsus. Endiselt ei saa aga alahinnata raadio tähtsust muusikahuviliste muusikakanali valikul, sest seda kuulatakse endiselt kõige rohkem. Raadio võlu peitub ka kasutamismugavuses, sest võrreldes internetiga levib raadio veel lihtsamalt ja veel kaugemale ning raadio eksisteerib väga paljudes elektroonilistes seadmetes. Teine oluline näitaja raadio juures on selle sisu. Ka üsna konkreetsete žanriliste eelistustega muusikahuvilised on ka siiski suured raadiokuulajad ning seda juhul, kui nad soovivad, et muusika- või sisuvalik tehakse nende eest. Väga laialdaselt kuulatakse raadiot just taustaks muude tegevuste puhul. Raadio näol leitakse näiteks ka alternatiiv juhul, kui isiklikust muusikakogust midagi valida ei suudeta ja ka vastupidi.

Millist rolli näevad aktiivsed muusikahuvilised muusikal oma igapäevaelus?

Kuigi suuremas plaanis võib muusika igapäevaselt täita väga erinevaid ülesandeid, on selle üks tähtsamaid rolle käesolevas uuringus osalenud muusikahuviliste igapäevaelus olla emotsionaalne tasakaalustaja, meelelahutaja, tunnete väljendaja ja stabiliseerija. Seda ilmselt ka põhjusel, et nimetatud uuring on tehtud raadiojaama Sky Plus näitel, mis defineerib end selgelt kui meelelahutuslik kanal ning kust inimesed ootavadki meelelahutuslikku ainet. Muusikat nähakse ka kui vahendit, mis hõlbustab või annab põhjust sotsiaalseks suhtlemiseks kas sarnaste või erinevate seisukohtadega inimestele. Sotsiaalne läbimine võib toimuda nii koos muusitseerimise kui ka muusika vahetamise, muusikast diskuteerimise või ühiste kontserdikülastuste näol. Muusikateadlikkust peetakse intelligentsuse oluliseks osaks.

5.2 Diskussioon

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli selgitada inimeste muusikaeelistuste kujunemise tagamaid. Muusika kuulamise või tarbimise näol pole tegemist lihtsalt mõne harjumusliku vajaduse täitmisega, vaid muusikatarbimine on oluline osa inimesest ja sellest kultuuriruumist, kus ta viibib kogu eluea vältel. Muusikal on palju funktsioone, see lahutab meelt, harib, ühendab, väljendab, mõjutab, võimendab jne. Paljusid neid muusikaga seotud funktsioone inimene teadvustab endale, paljud aga toimivad ilma, et inimene neile teadlikult erilist tähelepanu pööraks. Seepärast ongi oluline uurida üht nii huvitavat valdkonda, mis meiega igapäevaselt seotud on. Uuring selgitas ja põhjendas ka varem uuritud seoseid inimese muusikakäitumise kohta, kuid väga palju on veel vaja uurida. Käesolevast uuringust saab teada, milleks tarbivad muusikat aktiivsed muusikakuulajad, millist rolli mängib muusika nende igapäevaelus ning millised tegurid kujundavad ja mõjutavad muusikaeelistusi. See on oluline teave terve ühiskonna seisukohalt, et iseloomustada meie kultuuriruumi ning selles toimuvaid protsesse. Oma uuringus sain kinnitusi seisukohtadele, mida on uurijad leidnud ka varem, kuid mille nüansse arvasin erinevate riikide või ühiskondade lõikes avaldumas erinevalt. Näiteks võib nõustuda Belcheri ja Haridakise seisukohtadega muusikast kui sotsiaalse positsioneerimise ja suhtluse vahendist. Samuti andis käesolev uuring kinnitust ka varasematele seisukohtadele, mis määratleb muusikat kui esteetilise naudingu või tujude reguleerimise vahendit. Antud uuringu põhjal sai kinnitust ka McQuaili seisukoht arvamusiidri kontseptsioonist ja tähtsusest kohandades seda muusikaeelistuste kujunemise tarbeks. Kui Ameerikas peavad paika seosed ühiskondliku ning sotsiaalse konteksti ja muusikaeelistuste vahel (Pettijohn, Eastman, Richard, 2012), siis seda on kahjuks antud uuringu põhjal väga raske Eesti kohta väita. Vähemasti on see huvitav teema, kuid järeltööde tegemiseks oleks vaja põhjalikemaid uuringuid.

Minu uurimuse tulemusi saaksid oma töö paremaks korraldamiseks ära kasutada näiteks kommertsraadiojaamad, kuigi sügavamad teadmised muusika tarbimise tagamaade kohta ei tohiks ilmselt kahjuks tulla ühelegi selle valdkonnaga seotud üksusele. Raadiojaamad kasutavad oma auditooriumi vajaduste selgitamisel peamiselt kvantitatiivset andmekogumist

raadiokuulajate vanuse, soo ja kuulamise aja kohta. Peamised otsused oma strateegiate puhul tehakse tagantjärele ning varemalt kogutud info ja kogemuste põhjal, üritamata ise olla oma kuulajate harjumuste ning vajaduste suunajaks. Teades põhjalikumalt kuulajaid puudutavat taustainfot, oleks võimalik neid tuua raadiole veel lähemale, muuta raadiot koos selle kuulajaskonna ning tegijatega veel atraktiivsemaks ja ühtsemaks kogukonnaks ning panna kuulajat ennast rohkem tundma osana raadiost. Uuringust selgus, et aktiivsetele muusikatarbijatele on oluline tunda ennast osana neile sobivast meediumist. Seepärast võiks raadiokuulajaid kaasata rohkem raadio tegemistesse, anda neile rohkem võimalusi sõna sekka öelda ning panna neid tundma tähtsamatena ja vajalikena, võimalus samastuda veel rohkem oma lemmikraadiojaamaga. Selliste tingimuste poole püüeldes peaks aga konkurentsipüsimiseks üritama sammu pidada ka tehniliste võimaluste viimase sõnaga, kui seda eelarve vähegi võimaldab. Muusikamaastik pole enam selline nagu varem. Uued elektrooniliste meediumite võimalused on muutnud ka muusikatarbimise fundamentaalseid printsiipe – suurenenud on side muusika kuulamise, jagamise ja sotsiaalse määratluse vahel. Kuna arvamusiidrid ehk aktiivsed muusikatarbijad on oluliseks vahelülis vähemaktiivsete muusikatarbijatega, võiksid raadiojaamad tulevikus mõelda just rohkem arvamusiidrite kaasamisele, et suurendada oma kuulajaskonda. Need on aga vaid töö autori soovitusel, sest käesoleva uuringu näol oli tegemist siiski üsna väikesemahulise uuringuga, mis ei kajasta muusikaeelistuste kujunemist ja selle mõjutajaid väga laiaulatuslikult. Edaspidine suuremahulisem uurimus oleks vajalik, et mõista veel põhjalikumalt seoseid muusikakujunemise põhjuste ja tagamaade ning muusikalise hariduse, vanuse ja sotsiaal- majanduslike taustaomaduste vahel.

Summary

The development of music listening preferences based on research of the members of the radio SkyPlus VIP club

The purpose of this research is to obtain direct information about the formation of people's music preferences and its background. The reason for such study follows from the position that although it is possible to bring out different characteristics for different musical preferences, relatively little is still known about the nature and causes for those preferences. Little research has been conducted that focuses on the principles which affect individual musical preferences. Also, the few studies that have been conducted in this topic are, are mainly carried out in countries with a different social, historical and economic background. To the author's knowledge, very few similar studies, if any at all, have been carried out in Estonia. However, learning about the factors behind the formation of musical preferences is important for both commercial purposes as well as for the society as a whole.

For this study, the database of loyal listeners of radio station Sky Plus (the VIP-club members) was used – since the author works at the radio station, it is also possible to have access to the database. The database is large enough to find responders with diverse socio-demographic characteristics and music preferences. In order to provide answers to the research questions, a standardised questionnaire was sent by e-mail to one thousand randomly selected men and one thousand women from the members of the VIP-club. 576 people out of the 2000 filled the questionnaire. The primary survey mapped, on the one hand, respondents' general radio and music listening habits. On the other hand, the aim was to find people who actively listen to the radio and music, to carry out a semi-structured in-depth interview with them. The web-based questionnaire included indicator questions to select out people actively interested in music and for interviewing purposes they had to be willing to participate in an interview. Finally, eight so-called opinion leaders agreed to participate in an interview. Opinion leaders or people actively interested in music were defined as people for whom it is important to be familiar with things happening in the music industry, who have interest in music higher than average, whose opinion is valued by their peers and who are able to interpret new information, bring out its content and

forward it to others. The interviewees included five women and three men between the ages of 19-39.

The results of the study revealed that the following factors have significant importance in the formation of musical preferences:

1. Family and home where people are first exposed to music. A person's future relationship with music may depend on the activities of their parents.
2. Recommendations and influence of other people play a major role. Today, listening to music can be considered as a form of communication and a means of social definition.
3. People with musical education are more likely employed in the music industry and are likely to have greater interest in music. They are more likely to become opinion leaders and the link between people who are less informed about music.
4. In the present time, the speed of access, simplicity, convenience and choice of music are important for active music consumers. Internet and 'smart' devices play an important role in listening to and exchanging music. Comfort of the channel used is very important.
5. In case of a more specific and demanding musical interest, various channels other than the radio are used. Radio is mostly used for background music, during other activities and when the personal music library has exhausted itself.
6. For active music listeners, music mostly plays the role of emotional balancer and entertainer. Musical awareness is considered an important part of intelligence.

Kasutatud kirjandus

- Belcher, D. J. & Haridakis, P. (2013). *The Role of Background Characteristics, Music-Listening Motives, and Music Selection on Music Discussion*. *Communication Quarterly*. Vol. 61, No. 4, September–October, 2013, 375–396.
- Bonnewille-Roussy, A. & Rentfrow, P. J. & Xu, K. M. & Potter, J. (2013). *Music Through the Ages: Trends in Musical Engagement and Preferences From Adolescence Through Middle Adulthood*. *Journal of Personality and Social Psychology* 2013, Vol. 105, No. 4, 703–717.
- Blumler, J. G. & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Brauer, M. (1987). *Keskkooliõpilaste muusikalisest maitsest ja seda kujundavatest teguritest*. Tartu Riiklik žurnalistika kateeder.
- EMOR. Raadioauditooriumi ülevaade. Vaadatud mai 2014
<http://www.emor.ee/raadioauditooriumi-ulevaade-2014-aasta-talvel/>
- Faktum Raadiouuring 2005 http://www.err.ee/files/ERaruanne_2005.pdf
- Katz, E & Lazarsfeld, Paul F. (1995). „*Between media and mass/ the part played by the people/ the two-step flow of communication*.“ Kogumikus Boyd-Barret, Oliver ja Newbold, Chris (toim.) *Approaches to Media*. A Reader, London: Arnold, 124-134.
- Kõuts, R. & Seppel, K. (2012). *Meedia- ja kommunikatsiooniteooria ülevaade*. Tartu: Tartu Ülikooli Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Lauristin, M. & Lõhmus, M. & Salupere, R. (2004) „Inimesed kultuuriväljal: aktiivsus ja eelistused“, kogumikus Kalmus, V. & Lauristin, M. & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (toim.) *Eesti elavik 21. Sajandi algul*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, lk 108.
- Leung, A. & Kier, C. (2010). *Music preference and young people's attitudes towards spending and saving*. *Journal of Youth Studies* Vol.13, No. 6, December 2010, 681–698.
- Luts, J. (2011). *Eesti Raadiomaastik 2009*. Kogumikus Ude, I. & Vihalemm, P. (toim.). *Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2009/2010*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, lk 66–72.
- McQuail, D. (2003). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Newbold, C. (1995). „*The media effects tradition*“. Kogumikus Boyd-Barret, Oliver ja Newbold, Chris (toim.) *Approaches to media*. A Reader, London: Arnold, 118-123.

Pettijohn II, F. T. & Eastman, T. J. & Richard, G. K. (2012). *And the Beat Goes On: Popular Billboard Song Beats Per Minute and Key Signatures Vary with Social and Economic Conditions*. Springer Science+Business Media LLC 2012 314–317.

Sky Plus (2013) “*Suur muusikatest 2013*”. Publitseerimata elektrooniline dokument.

Rentfrow, J. P. & Goldberg, R. L. & Levitin, J. T. (2011). *The Structure of Musical Preferences: A Five-Factor Model*. *Journal of Personality and Social Psychology* 2011, Vol. 100, No. 6, 1139–1157.

Saar Poll. (2011). *Mina Maailm Meedia*. Tartu: Tartu Ülikooli Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Whiting, A. & Williams, D. (2013). *Why people use social media: a uses and gratifications approach*. *Qualitative Market Research: An International Journal*. Vol. 16, No. 4, 362–369.

Williams, C. (2001). *Does it really matter? Young people and popular music*. *Popular Music*, 20, 223–242.

Wikibooks. *Communication Theory/ Uses and Gratifications*. Vaadatud: 05.11.2013

http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory/Uses_and_Gratifications

Lisad

Sky Plus VIP-klubi liikmete küsimustik

Lisa 1

1. Kui tihti kuulad raadiot (ükskõik millist kanalit)?

Peaaegu iga päev

2–4 päeva nädalas

Kord nädalas või harvem

Ei kuula raadiot

2. Vali kõik need raadiojaamad, mida oled kuulanud viimase 7 päeva jooksul:

Energy FM

Klassikaraadio

Kuku Raadio

PHR

Radio Mania

Raadio 2

Raadio Elmar

Retro FM

Sky Plus

Spin FM

Uno Raadio

Vikerraadio

muu (täpsusta palun, milline)

3. Kui peaksid valima neist ühe, siis milline jaam vastab kõige paremini Sinu muusikalistele eelistustele?

- A. Energy FM
- B. Klassikaraadio
- C. Kuku Raadio
- D. PHR
- E. Radio Mania
- F. Raadio 2
- G. Raadio Elmar
- H. Retro FM
- I. Sky Plus
- J. Spin FM
- K. Uno Raadio
- L. Vikerraadio
- M. muu (täpsusta palun, milline)
- N. ükski ei vasta päris täpselt minu eelistustele

4. Kui sageli kuulad Sky Plusi?

- A. Peaaegu iga päev
- B. 2–4 päeva nädalas
- C. Kord nädalas või harvem
- D. Ei kuula üldse

5. Mille pärast kuulad Sky Plusi? (vali üks kõige olulisem põhjus)

- A: Konkreetsete saadete/ saatejuhtide pärast
- B: Kuulajamängude pärast
- C: Mulle meeldib Sky Plusi eetris kõlav muusika
- D: Hea taustakanal, häirib kõige vähem
- E: Aitab aega veeta, kui midagi paremat teha pole
- F: Muu põhjus (kirjuta palun, milline)

6. Kas vestled sõpradega muusikast?

- A: Jah, sageli
- B: Jah, mõnikord
- C: Ei, mitte eriti

7. Kas teised küsivad sinult sageli arvamust muusika või muusikute kohta?

- A: Pigem jah
- B: Pigem ei

8. Millistest allikatest kuulad endale meelepärast muusikat?

- A: Kuulan raadiost
- B: Kuulan internetist
- C: Külasthan kontserte/üritusi
- D: Ostan plaate/muusikat internetist

9. Kas loed regulaarselt mõnda muusikaajakirja, veebilehte, blogi, arvustust?

A: Jah

B: Ei

10. Kas lood ise muusikat, või oled selle loomisega seotud?

A: Jah

B: Ei

11. Sugu

A. Mees

B. Naine

12. Vanus

.....

13. Elukoht (Linn, maakond)

.....

14. Kas oleksid nõus osalema raadio/muusika kuulamist iseloomustavas intervjuus?

Kui jah, siis jäta siia oma e-posti aadress.....

Etapid ja küsimused.

1. Inimese muusikaeelistuste kujunemislugu.

(millist muusikat kodus kuulati kui üldse; kas käis muusikakoolis; kas õppis ise pilli; kas keegi suunas midagi kuulama; millal hakkas teadlikumalt muusikat kuulama; sõprade ja teismee mõjud)

Kas teie kodus kuulati muusikat?

Mis muusikakanaleid sinu kodus kasutati – raadio, televisioon, internet, albumid jne?

Millist muusikat kodus kuulati, oskad tuua näiteid?

Kes otsustas, mida kuulati?

Kui mängis raadio, siis kas see mängis taustaks või kuulati konkreetseid saateid/ kanaleid?

Kas sinu perekonnas on muusikaharidusega inimesi või muusikuid?

Milline muusikaline haridus sul on, kas oled õppinud muusikakallakuga koolis või muusikakoolis?

Kas mängid ise mõnda pilli, kui, siis millist?

Millal / kui vanalt alustasid muusikaõpingutega?

Kes soovitas muusikat/pilli õppima minna või otsustasid seda ise teha?

Millised olid sinu lapseõlve/teismee lemmikud, too näiteid?

Kui vanalt hakkasid iseseisvalt muusikat kuulama?

Kes või mis sind inspireeris valikute tegemisel, kas näiteks sõbrad, klassikaaslased, vanemad, mingi tele- või raadiokanal?

2. Praegune side muusikaga

(kas loob ise muusikat; kas on seotud loomisega; milline on lemmikbänd/-muusik; miks meeldib; kas on stiilieelistused; kui teadlik on stiilidest)

Milline on sinu seos muusikaga praegu, kas oled vaid muusika tarbija, looja või töötad muusikaga seotud alal?

Kas sul on oma kindel lemmik/lemmikud, milliseid artiste täpsemalt kuulad, too palun näiteid?

Mis sulle meeldib oma lemmikartistide/-bändide juures, miks neid kuulad?

Mis info täpsemalt sind huvitab oma lemmikartistide juures?

Milline on sinu lemmikmuusikastiil, kas oled teadlik erinevatest muusikastiilidest?

Kust oled saanud infot eri muusikastiilide kohta?

Kas jälgid mõne muusiku sotsiaalmeedia postitusi, kontot, playliste jne? Näiteks Twitter, Facebook, Soundcloud, Myspace, jne.

Kas oled tuttav mõne muusikuga, vahetate infot, suhtlete?

Kas hoiad end kursis uute muusikastiilide, trendide, instrumentide, -kõlade, artistide asjus?

Kust saad sellist infot, too palun näiteid?

3. Muusikakuulamise harjumused

(kust ja kuidas kuulab; kui tihti; mida eelistab millistes olukordades; kui teadlik või juhuslik on see, mis kõrva satub)

Kui tihti kuulad praegu muusikat?

Millega kuulad, mis vahenditega?

Milliseid kanaleid kasutate? (raadio, CD, mp3, internet, TV-raadio, jne)

Mida täpselt kuulad – kas oma kindlaid lemmikuid, või seda mida kanalid pakuvad?

Kas ostad/kogud mingil kujul muusikat? (plaadid, mp3)

Mille põhjal otsustad, mida osta?

Lisa 2 (järg)

Kas oled ostnud muusikat/artiste, kelle kohta sa varem midagi ei teadnud?

Kas vahetad oma tuttavatega muusikat?

Milliseid kontserte külastad?

Kust saad nende kohta infot?

Kus sulle meeldib kõige rohkem muusikat kuulata?

Kas valid muusikat kuulamiseks vastavalt oma tujule, meeleolule või sündmusele? Näiteks nädalavahetusel kodus olles, seltskonnas või peole minnes, kirjelda erinevaid olukordi.

Kas kodus tuttavate-sõpradega koos viibides mängib taustaks muusika või pigem mitte?

Kas arutate tuttavatega muusika teemadel? Mis teemadel täpsemalt?

4. Kommunikatsiooni roll muusikakuulamisel

(sõprade soovitusel; enese aktiivsus; kas otsib täiendavat infot; kas jagab infot; millisena näeb ennast muusikakuulajate seas – pigem rohkem või vähem informeeritud; kui oluline on tema jaoks olla kursis, osata kaasa rääkida)

Kust saad infot uue muusika kohta, mida kuulata?

Kas hangid uut muusikat sõprade soovitusel?

Kas jagad ise oma tuttavatele infot muusika kohta, uusi huvitavaid avastusi jne?

Millist täiendavat infot otsid endale huvi pakkuva artisti kohta? Kust seda hangid?

Kas tuttavad pöörduvad tihti sinu poole sooviga saada muusikaalast infot?

Kas pead end oma tutvusringkonnas muusika koha pealt rohkem või vähem informeerituks kui teised?

Kui oluline on sinu jaoks sinu tutvusringkonnas olla kursis muusikaga, osata kaasa rääkida ja nõu anda muusika teemadel?

Kas sul on tutvusi või otsekontakte muusikute või kontserdikorraldajate seas?

5. Konkreetne kanal (valikuline)

(Sky Plus ja selle jälgimise harjumused ja eelistused, sh VIP-klubiga liitumise põhjused)

Mis sulle meeldib Sky Plusi muusikavaliku juures?

Milliseid Sky Plusi saateid eelistad kuulata ja millal?

Mis sulle meeldib enam – kas Sky Plusi muusikavalik või saatejuhid?

Kas kuulad Sky Plusi taustaks või kuulad konkreetseid saateid või muusikat?

Kas Sky Plusi muusikavalik rahuldab sind?

Mis info huvitab sind enam – kas kohalikud uudised või muusikuid/bände puudutav info?

Mis põhjusel liitusid Sky Plusi VIP-klubiga?

Kust said infot Sky Plusi VIP-klubi kohta?

Kas oled ise soovitanud oma sõpradel liituda VIP-klubiga?

Mida võiks veel VIP-klubi sulle pakkuda?

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Priit Kolsar (sünnikuupäev: 23.10.1976)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Muusikaeelistuste kujunemine raadio Sky Plus VIP-klubi liikmete näitel, mille juhendaja on Ragne Kõuts-Klemm, PhD,
 - 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tallinnas (27.05.2014)