

Tartu Ülikool  
Sotsiaalteaduste valdkond  
Ühiskonnateaduste instituut  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Susanna Päiv  
**Suurbritannia eestlaste meediarepertuaar Brexiti taustal**  
Bakalaureusetöö

Juhendaja: Signe Opermann, PhD

Tartu 2017

# SISUKORD

<b>SISSEJUHATUS .....</b>	<b>4</b>
<b>1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD .....</b>	<b>7</b>
1.1 Põhimõisted.....	7
1.2 Uurimisküsimused.....	22
<b>2. VALIM JA MEETOD.....</b>	<b>23</b>
2.1 Valim.....	23
2.2 Andmete kogumise meetod .....	26
2.3 Andmete analüüsimise meetod .....	29
<b>3. TULEMUSED .....</b>	<b>32</b>
<b>3.1 Meediakasutus .....</b>	<b>32</b>
3.1.1 Meediarepertuaarid .....	32
3.1.2 Meediakriitilised tähelepanekud .....	36
3.1.3 Arvamused ja hoiakud Eesti ja Suurbritannia inforuumi suhtes .....	38
<b>3.2 Hargmaisus .....</b>	<b>40</b>
3.2.1 Identiteet ja kodakondsus.....	40
3.2.2. Suhted ja suhtlemine rahvusaaslaste, perekonna ja sõpradega.....	42
3.2.3 Meedia roll .....	44
<b>3.3 Meediasündmus Brexiti näitel .....</b>	<b>46</b>
3.3.1 Brexiti olulisus .....	46
3.3.2 Suhtumine Brexitiisse.....	48
3.3.3 Brexiti võimalik mõju ja edasised arengud .....	50
<b>4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON .....</b>	<b>52</b>
4.1 Järeldused .....	52
4.2 Diskussioon.....	58
4.3 Meetodi kriitika .....	61
<b>KOKKUVÕTE .....</b>	<b>63</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>65</b>
<b>KASUTATUD KIRJANDUS .....</b>	<b>67</b>
<b>LISAD.....</b>	<b>72</b>

<b>Lisa 1: Meediapäeviku vorm.....</b>	<b>72</b>
<b>Lisa 2: Täidetud meediapäevikud .....</b>	<b>76</b>
<b>Lisa 3: Saadetud kirjade näidised.....</b>	<b>76</b>
<b>Lisa 4: Intervjuude küsimused .....</b>	<b>79</b>
<b>Lisa 5: Intervjuude transkriptsioonid .....</b>	<b>82</b>
<b>Lisa 6: Kodeerimistabel .....</b>	<b>82</b>

# SISSEJUHATUS

Väljaspool Eestit elavate kaasmaalaste meediarepertuaar on erinevates uurimustes leidnud siiani suhteliselt vähe käsitlemist. On küll uuritud Eesti elanike meediakasutamise harjumusi ja eelistusi ning seda, millist rolli meedia nende elus mängib, kuid sarnast teadmist väliseestlaste meediakasutuse kohta napib. Üks minu bakalaureusetöö teemaga haakuvaid tudengitöö näiteid on Britta Sepa (2015) analüüs, kuidas aitab meedia väljarännanutel uues keskkonnas kohaneda. Globaalse eestlaskonna ja eestikeelse ajakirjanduse Eestist väljaspool võttis laiemalt vaatluse alla Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi 2014. aasta aastaraamat, mis “ärgitas mõtlema piiride üle” (Lõhmus, 2015: 12) ning selle üle, kas võiksime mõelda “kõigi eestlaste jaoks avalikust ruumist.”

Väljarände ja inimeste piiriülese liikumisega seoses on hakatud rääkima hargmaisusest, mis tähendab, et inimestel on sotsiaalsed sidemed mitmes kohas korraga (Leppik & Vihalemm, 2014). Selle teket on mõjutanud ka kommunikatsioonitehnoloogia areng ja levik, mis võimaldab olla välismaal elades kursis kodus toimuvaga. Samuti aitab laialdane tehnoloogia kasutamine kaasa ka paremate osalusvõimaluste loomisele, mis annab omakorda jõudu juurde hargmaise meediakasutuse tekkele.

Eespool mainitud Britta Sepa bakalaureusetöö (2015) uuris meedia rolli väljarännanud eestlaste kohanemisel Soome ühiskonnas. Sepa (samas) eesmärk oli välja selgitada, milline on meedia mõju inimeste kohanemisele sihtriigis ning milliseid kohanemisstrateegiaid on väljarännanute seas võimalik eristada. Töös uuriti ka Soomes elavate eestlaste uudiste lugemise harjumusi (Sepp, 2015: 33).

Käesolev bakalaureusetöö keskendub Ühendkuningriigis elavate eestlaste meediakasutusele ja kohanemisele sealses ühiskonnas. Töös kasutatakse Euroopa ühe mõjukama riigi nimetusi “Ühendkuningriik” ja “Suurbritannia” sünonüümidenä, kuigi Suurbritannia on ametliku nime “Suurbritannia ja Põhja-Iiri Ühendkuningriik” lühendatud nimekuju. Lisaks üldisemale meediakasutusele on töös pööratud tähelepanu ka konkreetsete, ühiskonnas aktuaalsete sündmuste jälgimisele meedia vahendusel. Taolise sündmuse näiteks on töös valitud Ühendkuningriigi väljaastumine Euroopa Liidust, mis ühtlasi piiritleb töös kasutatud andmete

ajalist ja sisulist fookust. Brexit<sup>1</sup> jõudis avalikku diskussiooni suuresti 2016. aastal seoses kavandatud rahvahääletusega Suurbritannias. Lissaboni leppes oleva artikkel 50 kohaselt on Ühendkuningriigil vastavalt oma põhiseadusele õigus astuda Euroopa Liidust välja, kuid selle protsessi alustamiseks tuleb teavitada Euroopa Nõukogu, kellega sõlmitakse leping, kus on pandud paika riigi väljaastumise kord (Consolidated ... , 2012: 43).

Väliseestlaste meediakasutuse ja selle kaudu ka nende hargmaise elukorralduse uurimiseks olen valinud Ühendkuningriigis elavad inimesed kahel põhjusel. Esiteks, rahvastikustatistika andmetel on Suurbritannia üks populaarsemaid väljaränderiike Soome kõrval. Statistikaameti andmetel liikus 2016. aastal tervelt 58 protsenti väljarändajatest Soome ja teisena üheksa protsenti Suurbritanniasse (Eesti ... , 2017). Kuivõrd Soomes elavate eestlaste elu on leidnud varasemalt juba rohkem uurimist, otsustasin oma töö fookuse seada Suurbritanniale. Teiseks on Ühendkuningriigis mulle personaalsete kontaktide kaudu tuttavam ühiskond.

Seega toetab töö teematikat ka minu isiklik elukogemus, millest ammutada kaasamõtlemisevõimet ja taustateadmist. Olen kahel perioodil pikemalt Eestist eemal olnud ning võõrsil elades teinud tähelepanekuid selle kohta, mismoodi toimub uues keskkonnas kohanemine ning kui suurt rolli mängib selles meedia ja informatsioon. Samuti on olnud huvitav jälgida, kuidas toimuvad järkjärgulised muutused minu igapäevases meediarepertuaaris – kuidas muutub hargmaises olukorras kodu- ja sihtriigi meedia jälgimine, informatsioonilised vajadused, huvid ja eelistused ning milliseks kujunevad hinnangud ja hoiakud meediasisule jne.

Bakalaureusetöö eesmärk on kokkuvõtlikult sõnastatuna saada teada, milliseid meediakanaleid ja meediasisu jälgivad Suurbritannias elavad eestlased üldiselt, kuidas on meediatarbimine aidanud neil kohaneda ning kuidas on nad informeeritud ühiskonnas toimuvast. Töö jaotub nelja ossa. Esiteks annan ülevaate töö seisukohast kesketest teoreetilistest mõistetest ja lähenemistest ning toon näiteid varasematest empiirilistest uurimustest. Teises osas kirjeldan uuringu läbiviimise põhimõtteid ja meetodeid. Kolmandas osas esitan uuringu käigus saadud tulemused ning neljandas arutlen uurimistulemuste

---

<sup>1</sup> Brexit on sulandsõna, mis põimib kokku Suurbritannia ajaloolise nime Britannia ja ingliskeelse verbi *exit*, mis tähendab väljumist. Taoliselt on spekuleeritud ka mitmete teiste riikide võimaliku Euroopa Liidust eemaldumise üle. Käibeled on läinud sõnaühendeid nagu Spexit, Frexit, Grexit jne.

tähenduste ja tõlgendusvõimaluste üle. Samuti pakun välja mõned edasised võimalused käsitletud teemal uurimistöö jätkamiseks.

# 1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Bakalaureusetöö teoreetilise fookusega peatükis toon välja varasemad sarnase teema kohta avaldatud teoreetilised lähtekohad ning mõnede empiiriliste tööde tulemused ja järeldused. Need loovad raamistiku minu uuringu eesmärkide ja sisu kontseptualiseerimiseks ning pakuvad toetuspunkti tulemuste tõlgendamisel töö neljandas peatükis.

Antud peatükis seletan lahti uuringu seisukohalt olulised mõisted. Need on “meediarepertuaar”, “meediakasutus”, “meediasündmus”, “hargmaisus” ja “kujuteldav kogukond”. Peatüki lõpuosas sõnastan uurimisküsimused.

## 1.1 Põhimõisted

Oma töös keskendun väliseestlaste meediakasutusele, seetõttu on oluline selgitada, keda töö kontekstis väliseestlastena käsitletakse. Üldjuhul peetakse nendeks Eestist alaliselt väljaspool elavaid ja nende hulgas ka välismaal sündinud eesti rahvusest inimesi ning selles osas ei mängi rolli, mis põhjustel või kui kaua on nad võõrsil elanud (Rahvuskaaslaste programm, 2014). Oma uurimuses käsitlen väliseestlastena Eestist nii paar kuud kui ka juba kümneid aastaid eemal olnud eesti inimesi. Väliseestlastega sideme hoidmiseks on Haridus- ja Teadusministeerium loonud näiteks Rahvuskaaslaste programmi. Kehtiv programm hõlmab aastaid 2014 – 2017. Selles pööratakse tähelepanu nii eesti keele säilitamisele ning keeleõppevõimaluste tõhustamisele kui ka kultuuriürituste toetamisele, mis tugevdavad eestlaste identiteeti (Rahvuskaaslaste programm, 2014).

Bakalaureusetöös on kesksel kohal välismaal elavate eestlaste suhe meediaga – täpsemalt, meediarepertuaarid. Võib eeldada, et need on aja jooksul muutnud ning mõjutusi saanud ühiskonnas. Nagu on rõhutanud Amanda Alencar ja Mark Deuze (2017), avaldab meediakasutus arvestatavat mõju inimeste kohanemisele ühiskonnas, kuhu nad on rände tõttu elama asunud.

Võib eeldada, et sõltuvalt keeleoskusest on eriti välismaale elama minemise alguses probleemiks sealse eluga kohanemine ning uudiste jälgimiseks kasutatakse tõenäoliselt

kodumaiseid meediakanaleid, mis on tänapäeval digitaalsena, sõltumata geograafilisest asukohast, eeldatavasti kättesaadavad. Küll aga võib aja jooksul ning uue riigiga kohanedes ja keeleoskuse paranedes tekkida huvi ka sealsete uudiste vastu.

Tiit Tammaru (2016) on leidnud, et võõraste riiki elama minnes on sealsesse ühiskonda lõimumise puhul oluline see, kas inimene jääb elama omaette või proovib leida võimalusi kohalikega suhtlemiseks, näiteks töökoha kaudu. Siiski ei teki uus tutvusringkond üleöö, see kasvab aja jooksul üha laiemaks, kui inimene suhtlusvõrgustiku loomisse ja laienemisse ise panustab.

Inimeste rändega teistesse riikidesse, aga ka tagasipöördumisega kodumaale kaasneb meediakasutuse muutumine. Seda on täpsemalt uurinud Marianne Leppik ja Triin Vihalemm (2014), kes on leidnud, et kui inimene proovib uues keskkonnas endale sobiva inforuumi luua, ei pruugi see olla kerge, sest tema tõlgendusviisid kohaliku meediasisu osas võivad oluliselt erineda nendest, millega ta on harjunud. Seetõttu ei pruugi meediasisu uues keskkonnas vastata tema sotsiaalsetele vajadustele ja ootustele (Leppik & Vihalemm, 2014). Lisaks võib inimene autorite (samas) väitel kohalikke uudiseid võõristada, kuivõrd uue ühiskonna normaalsuse piirid on teistsugused. Sellest tulenevalt on võimalik, et kohalike uudiste regulaarsest jälgimisest loobutakse (Leppik & Vihalemm, 2014).

Siiski on kohalikel sisserändajate meediarepertuaari kujundamisel tähtis roll. Nagu toovad välja Leppik ja Vihalemm (2014), kohalike meediarepertuaar teatud mõttes võimendub. Näiteks, kui inimene läheb elama uude riiki ning tal tekib seal uus suhtlusringkond ning ta hakkab lugema uudiseid, millest selles ringkonnas räägitakse, võimendab sisserändaja sel viisil teatud mõttes kohalike meediarepertuaari, sest ta suurendab ning samaaegselt ka tugevdab antud uudiste lugemist selles ringkonnas.

### **Meediakasutus**

Meediakasutuse uurimine keskendub sageli ühele kindlale meediatüübile nagu näiteks televisioonile, ajalehtedele, raadiotele või internetimeediale. Samuti võivad vaatluse all olla mingid meediažanrid nagu näiteks uudised, meelelahutussaated, arvamus- ja probleemlood jne. See piirab inimese reaalse meediakasutuse nägemist ning lisaks jäävad märkamata meediumite

(nt televisioon ja ajalehed) omavahelised seosed. See juhib aga tähelepanu kasvavale vajadusele keskenduda meediakasutuse uurimisel ka meediumite ülesele lähenemisele. (Hasebrink & Domeyer, 2012: 757)

Ragne Kõuts (2012) kirjutab, et 1990. aastate alguses oli Eestis piisavalt vähe kanaleid, millest enamus välismaised, et eestikeelsed neist esile tõuseksid ning uudised nende kaudu hästi leviksid. Aastatega on olukord muutunud ning on näha, et nüüd valivad inimesed endale ise paljude erinevate kanalite ja žanrite hulgast sobivad ning seeläbi tekib neile isiklik “meediamenüü” (Kõuts, 2012), mis on lähedane meediarepertuaari mõistele. Lisaks nendib Kõuts (samas), et järjest vähem on meediakasutuse uuringute puhul tulemuslik läheneda kasutajatele väga üldistatud viisil, näiteks kasutada massiankeeti või telemõõdikut. Kaasajal tuleks pigem lähenema inimestele individuaalselt, kasutades selleks näiteks meediapäevikuid (Kõuts, 2012).

Inimeste meediakasutuse harjumused on viimasel ajal aga tugevasti muutunud. Sellele viitavad ka 2017. aastal avaldatud ulatusliku esindusliku uuringu “Mina.Maailm.Meedia” tulemused (Vihalemm & Kõuts-Klemm, 2017). Sellel on kaasa aidanud ka tehnoloogia rohkus inimeste kodudes, mis võimaldab neil järjest rohkem ning paremini jälgida veebis toimuvat (Vihalemm & Kõuts-Klemm, 2017: 251). Vihalemma & Kõuts-Klemmi (2017: 252) hinnangul on “interneti mitmekülgne kättesaadavus ja kasutatavus ning traditsiooniliste meediakanalite sisu laialdane levik erinevatele platvormidele väga suurel määral muutnud ka inimeste suhteid traditsioonilise meediaga.”

Eestis on näha paberlehtede lugemise järjest vähemaks jäämist, kuid see ei viita Vihalemma ja Kõuts-Klemmi (2017: 254) sõnul uudiste tarbimise vähenemisele, vaid muutunud on lihtsalt kanalid, mille kaudu seda tehakse, mis juhul kannatavad traditsioonilised meediakanalid. Tegelikult on ajalehtede lugemine 2000ndate aastate algusega hoopis kasvanud, kui arvestada siia hulka ka veebiväljaannete loetavus, ning võib väita, et uudiste lugemine ei ole kunagi varem olnud nii ulatuslik kui praegu (Vihalemm & Kõuts-Klemm, 2017: 256).

Tähelepanu tuleb pöörata ka sotsiaalmeedia võrgustike (näiteks Facebook, Twitter jne) üha suurenevale osale inimeste meediakasutuses. Eestis tehtud uuringud näitavad, et sotsiaalmeedia

kasutamine on väga populaarne eriti noorte hulgas. 2014. aasta sügisel tehtud uuringu andmetel kasutas sotsiaalmeediat 90 protsenti noortest ning 52 protsenti täiskasvanud elanikest (Vihalemm & Kõuts-Klemm, 2017: 258). Suurusjärgud annavad tunnistust sotsiaalmeedia võrgustike iseseisva uurimise vajalikkusest meediakasutuse aspektist. See annab ka aimu, miks liigub traditsioonilise meedia sisu üha rohkem sotsiaalmeedia kanalitesse ja platvormidele.

### **Meediarepertuaarid**

Eespool oli juba juttu “meediamenüüst” (Kõuts, 2012), kus inimesed valivad ise, mida nad meediast jälgivad. Uwe Hasebrinki ja Hanna Domeyeri (2012) järgi koosneb inimese meediarepertuaar sellisest meediasisust, mida ta regulaarselt jälgib ja kanalitest, mida kasutab. Meediarepertuaaride kontseptsioon ei defineeri kindlat meedia kasutamise määra või viisi kui ühte ja ainuõiget, vaid iga indiviid valib ja otsustab ise, milline on tema meediarepertuaar ning kui “tihe” või “hõre” see on (Hasebrink & Domeyer, 2012: 758). Autorite meelest tuleb ka arvesse võtta seda, et inimene ei ole üldse kohustatud meediat jälgima – mõned seda tõepoolest ka ei tee, kuid kui selleks siiski soov tekib, on inimesel võimalik valida kanaleid ning uudiseid ja muud sisu, mida jälgida.

Meediarepertuaaride kontseptsioon on sobilik lähenemine individuaalse meediakasutuse analüüsimiseks ning järelduste tegemiseks vastavalt inimesele. Hasebrink ja Domeyer (2012) toovad välja, et ühe osana on võimalik vaadelda, millised on inimeste uudisteallikad ning nende kasutamise sagedus või kestus. Lisaks mainivad nad teisi indikaatoreid, mida saab analüüsiks kasutada, näiteks suhtumist või eelistusi kindlat tüüp meedia osas, samuti seda, millise koha või positsiooni mingi meedia inimese igapäevarutiinis on saanud. Need kõik koos loovadki igale inimesele omanäolise meediarepertuaari. (Hasebrink & Domeyer, 2012: 758)

Tänapäevase meediasüsteemi tingimustes on üha kasvanud vajadus meediauuringutes läheneda meediale mitte enam üksikmeediumite ja –kanalite lõikes, vaid käsitleda omavahel ristuvaid ja lõimuvaid kanaleid ja hübriidselt esitatud sisu. Erinevate meediumite omavahelisi põimumisi iseloomustab mõiste ristmeedia, mis on termin, millest hakati Ibruse (2014: 98) sõnul rääkima 21. sajandi esimesel kümnendil. Järjest rohkem tekib ka inimestel endil sellistele meediavormidele ligipääs ning võimalus ise midagi sinna luua. Samas on see osa jäänud poliitiliselt reguleerimata ning seega ei oma keegi kontrolli kui palju ning millist sisu nii

võrguplatvormidele paiskub (Ibrus, 2015: 224). Samuti tekib tehnoloogia arenguga järjest rohkem uusi meediume, mille kaudu on võimalik (sageli sedasama) sisu edastada erineval moel ja vormis.

Ibrus (2015) on lähemalt käsitlenud ristmeedia tekke põhjuseid. Tema hinnangul sooviti sellega tähistada suurte meediatööstuste poolt kasutatavaid uusi ning arenevaid strateegiaid, millega arendati uudiste sisu mitme erineva kanali jaoks, kaasates ka uusi digitaalmeedia platvorme, mis andsid senisest enam võimalust kanalite vaheliseks koostoimeks ning avalikkuse osalemiseks. Näiteks võib tuua ajalehtede kolimise veebi ning seal lisaks fotodele järjest kasvava videote kasutamise. Ristmeedia kasvu näitab ka asjaolu, et järjest enam on suundumust jälgida telerit ja kasutada internetti samal ajal, ning see on omakorda loonud uue mustri meediast küllastunud ajajärgul (Enoch and Johnson, 2010, Kim, 2014 kaudu). Seega on ristmeedia strateegiatel meediatööstuste jaoks järjest suurenev roll (Hasebrink & Domeyer, 2012: 757).

### **Meediasündmus**

Meediasündmused on Daniel Dayani ja Elihu Katzi (1994) järgi ette planeeritud, avalikult teada olevad üritused, mida esitatakse tseremooniaalsel viisil ning nende mõju, ulatus ja prominentsus annavad võimaluse neid nimetada meediasündmusteks. Teistesse žanritesse kuuluvast meediasisust eristab neid peamiselt asjaolu, et need pole rutiinsed. Need toimuvad kas harva, mingi kindla aja järel, nagu näiteks olümpiamängud, või tulevad ette erakordselt. Meediasündmus võib algselt olla planeeritud ühekordsena, kuid sellest võib välja kasvada suurema tähenduse ja pikema traditsiooniga nähtus. (Dayan & Katz, 1994)

Bakalaureusetöös olen võtnud vaatluse alla Brexiti ehk Suurbritannia lahkumise Euroopa Liidust. Protsessi avasündmuseks võib lugeda 23. juunil 2016. aastal toimunud referendumit, kuigi hääletusele eelnenud perioodi kajastati meedias samuti aktiivselt, mis muutus poolthäälte ülekaalu tulemusena vähemalt kaks aastat kestvaks sündmuste jadaks, mis kulmineerub Suurbritannia lõpliku lahkumisega. Eriliseks teeb antud sündmuse see, et varasemalt pole ükski riik (kui välja arvata Taani osaks olev Gröönimaa) Euroopa Liidust välja astunud (Reuters, 1985).

Dayan ja Katz (1994) osutavad sellele, et meediasündmuste juures tuleb silmas pidada, et nende kõik või areng võib olla ennustamatu, sest midagi võib minna ootustele mittevastavalt või lausa ebaõnnestuda. „Eriti suur on see võimalus esmakordsete sündmuste puhul, mille toimumise kord ei ole veel välja kujunenud“ (Dayan & Katz, 1994: 7). Ka Brexiti areng ja kulg on veel suhteliselt selgusetu. Töö valmimise ajaks on küll Suurbritannia peaministri Theresa May poolt üle antud vastav avaldus, kuid realselt veel lahkumiskõnelusi alustatud ei ole.

Samas toimub sündmuste planeerimine siiski väljaspool meediat, kuid meediat kasutatakse sündmuse ja selle episoodide serveerimiseks avalikkusele nii, et inimestes tekiks nendes vastu huvi (Jakobson, 1960; Dayan & Katz, 1996 kaudu). Ka Brexiti puhul võib täheldada, et sündmus, mis algselt oli vaid ühes riigis toimuv referendum, laienes globaalseks meediasündmuseks tänu teema olulisusele ja mõjule, sest puudutab nii tervet Euroopat kui ka maailma laiemalt. Oma panus referendumile ja sellele järgnenud sündmuste kajastamisele on kindlasti Brexiti osapooltel – Suurbritannia valitsusel, parlamendil, protsessi vastastel jne.

Dayan ja Katz (1994: 13) toovad välja, et meediasündmuse toimumiseks peavad olema olema nii süntaktiline, semantiline kui ka pragmaatiline osa sündmusest. Autorite (samas) sõnul tähendab süntaktiline mõiste seda, et sündmus peab olema ette planeeritud ja lavastatud valitsuse ja meedia poolt, semantilises osas on oluline, et meedia käsitleks seda sündmust aukartuse ja tseremooniaga ning viimasena on oluline, et inimesed peaksid seda tähelepanuväärseks. Nende kolme koostoimel luuaksegi meediasündmus (Krotz, 2010: 98).

Oma uurimuses pean oluliseks vaadata ka, millist mõju on meediasündmusele avaldanud meedia ise. Dr Julie Firmstone, Leedsi Ülikooli meedia- ja kommunikatsiooniuuringute dotsendi, (2016) artiklist selgub, et kõik Suurbritannia ajalehed valisid Brexiti kajastamise puhul poole. Küll aga ei kasutanud tema arvates kõik lehed ära võimalusi oma hinnangu kuulutamiseks. Keskmiselt avaldasid Brexiti pooldajad temaatilisi juhtkirju rohkem kui Brexiti vastased ning nende kolm keskset teemat olid “meie vs. nemad”, vastaspoole kampaania maha tegemine ning Brexiti pooldajad kasutasid lisaks ka sõjakamat sõnavara nagu näiteks sõnu “lahing”, “iseseisvus” ja “võit” (Firmstone, 2016).

Autorid, kes on analüüsinud Brexiti protsessi esimesi kuid nendivad, et meedia mõju puhul osutus oluliseks ka vanus, kuna ajalehtede lugejaid oli vanemate inimeste hulgas kaks korda rohkem kui noorte seas (Levy, Aslan ja Bironzo, 2016). Levy jt. hinnangul võis see mõjutada ka hääletustulemusi kuna Brexiti poolt hääletas suurem osa vanematest inimestest. Samas kirjutab Barnett (2016), et erinevad uuringud läbi aastate on näidanud, et meedia mõju hääletustulemustele on empiiriliselt võimatu teada, küll aga mõjutavad ajalehed inimeste omavahelist arutelu sündmuse teemal. Levy, Aslani ja Bironzo (2016) seisukoht tundub sellega kattuvat, sest nad nendivad, et esimese kolme kuu kajastuse põhjal on hästi näha meediakanalite üldist soovi Brexiti toetada, mis võib nende sõnul mõjutada laiemat meediakajastust. Samas ei ole nende (samas) uuringu põhjal võimalik öelda, kas ja kuidas võis see mõjutada hääletustulemusi.

Lisaks traditsioonilistele meediakanalitele on uuritud ka sotsiaalmeedia mõju Brexitele. Polonski (2016) väidab, et lisaks tugevamale ja emotsionaalsemale sõnumile olid Brexiti toetajad ka efektiivsemad sotsiaalmeedia kasutamises. Tema sõnul aitas sotsiaalmeedia aktiveeruda lahkumise pooldajatel ning domineerida selliseid platvorme nagu Facebook, Twitter ja Instagram, mõjutades seejuures ka mitteotsustanud valijaid. Brexiti vastased kaotasid lahingu juba enne, kui see jõudis toimuda poliitilisel väljal kirjutab Polonski (2016). Seega mängis sotsiaalmeedia Brexitiga seotud sündmuste käigus arvestavat rolli.

### **Hargmaisus**

Keskendudes oma töös Suurbritannias elavatele eestlastele, kelle side kodumaaga on säilinud, on oluline defineerida sellist tüüpi eluviisi ka teoreetilisest vaatepunktist, mis käsitleb seda hargmaisusena. Hargmaisus tähendab olukorda, nagu olen välja toonud ka sissejuhatuses, kus kodumaalt lahkunud inimene on seotud korrigeeritud mitme ühiskonnaga erinevate võrgustike kaudu (näiteks perekondlikud, virtuaalvõrgud) (Leppik & Vihalemm, 2017: 591). Leppik ja Vihalemm (2017) on leidnud, et sellised mitmes ühiskonnas “harali” olevad sidemed vajavad aega nendega tegelemiseks ning seega on need iga inimese puhul erineva sageduse ja intensiivsusega.

Hargmaisuse kujunemisel ja püsimisel mängib olulist rolli meediatarbimine, mille on muutnud lihtsamaks tehnoloogia arenemine (Leppik & Vihalemm, 2017: 597). Näiteks on võimalik

tänapäeval lugeda veebist ajalehti ning vaadata telesaateid ja kuulata raadiot. Samuti on tekkinud ka traditsioonilise meedia kõrvale inimeste enda loodud võimalused enda mõtete avaldamiseks (nt blogid, mitteprofessionaalsed veebilehed jm). Need kõik annavad väljaspool kodumaad elavatele inimestele võimaluse olla virtuaalselt kohal ning osa saada mitmes paigas toimuvast, säilitades nii suhteid erinevate paikade vahel nagu kirjutavad Leppik ja Vihalemm (2017: 597). Autorid leiavad oma Eestis elavaid venelasi käsitlevas uuringus ka, et tasuta suhtlemisvõimalust kasutades, mida pakub internet, jälgivad inimesed informatsiooni, mis jõudis nendeni tuttavate kaudu ning millega nad muidu ei oleks kokku puutunud (Leppik & Vihalemm, 2017:614). Ka Oudenhoven ja Ward (2013: 89) toovad välja sarnase idee, viidates sellele, et hargmaises olukorras on olulisel kohal internet ning sellega kaasnevad kommunikatsioonivõimalused nagu näiteks Skype. Samuti on tänapäeval lihtne olla kursis oma tuttavate tegemistega läbi Facebooki ja Instagrami, kuhu inimesed postitavad ise teateid oma tegemistest.

Amanda Alencar ja Mark Deuze (2017) on samuti uurinud meedia (eriti uudiste) jälgimise mõju immigrantide kohanemisele, tuginedes erineva taustaga põgenike kogemusele Hollandis ja Hispaanias. Nii nende kui ka teiste autorite varasemad uurimused (Kim, 1988; Kline ja Liu, 2005; Alencar & Deuze, 2017 kaudu) kinnitavad, et sihtriigi massimeedia jälgimine suurendab immigrantide kohanemise tõenäosust ja edendab suhtlust uue kultuuri esindajatega. Alencar ja Deuze (2017: 154) toovad näiteks Ameerika Ühendriikides elavate Hiina ja India päritolu immigrantide seas läbi viidud uuringu tulemused (Reece ja Palmgreen, 2000; Yang 2004 kaudu), milles leiti, et nende motivatsioon jälgida Ameerika televisiooni lähtus suuresti vajadusest õppida tundma ja mõistma seda kuidas, Ameeriklased käituvad ning milline on nende mõtteviis, nii et nendega oleks võimalik sõbruneda. Samuti rõhutavad Peeters ja s'Haenes (2005, Alencar & Deuze 2017 kaudu), et esineb positiivne seos lõimumise ja üldise meediakasutuse vahel, see hõlmab nii uue sihtriigi meediat kui ka sisserändaja koduriigi meediat.

Meediakasutuse kõrval on rõhutatud, et hargmaisust hoiavad alal ka järgmised tegurid: kahe kodakondsuse olemasolu, riikidevahelised finantstoimingud, tugevad suhted kodukohas elavate sugulaste ning sõpradega, koduriigi ajalehtede lugemine, tihedad külastused koduriiki jms (Oudenhoven & Ward, 2013: 89). Lisaks arvatakse, et hargmaisus tekib pigem sellistest

väljarände sihtpaikades, kuhu koguneb suurem hulk ühe rahvuse esindajaid (Oudenhoven & Ward, 2013: 89), mille näiteks võib tuua Eestis elavad venelased.

Leppik ja Vihalemm (2017: 598) viitavad aga sellele, et asukohamaal oma kodumaa meediat tarbides, annavad inimesed sellele juurde konteksti, mis mõjutab nende mõlemapoolset meedia tarbimist ning kaasab lisaks meediasisule ka vahetute kontaktide, igapäevaelu ja virtuaalse suhtluse mõjutusi. “Hargmaised praktikad on ikkagi seotud konkreetsete inimestega konkreetsetel territooriumidel ja nende kogetava igapäevareaalsusega, mis annab piiriülestest allikatest tulevatele sõnumitele oma tõlgendusviisi” (Leppik & Vihalemm, 2017: 598).

Samas võib asukohamaa kultuuri erinevus ning sealne eluolu pöörata olukorra hoopis vastupidiseks ning inimest sealsest ühiskonnast hoopis distantseerida. Nii tunnetab ta, et hoopis lihtsam on jääda oma päritolukultuuri ja tavade juurde ning kapseldub sellesse, kaugenedes asukohamaa kultuurist. Suurtes kogukondades, nagu näiteks hiinalinnad üle maailma, on seda lihtsam teha, sest on toetuspunkt. Küll aga võib suuremate rahvarühmade moodustumine tekitada kogukondade vahel konflikte, mis võivad kaasa tuua diskrimineerimist põhielanikkonna poolt, sest kinnistub sisserändajate erinevus neist. (Oudenhoven & Ward, 2013: 90-91)

Siinkohal on hea viidata Susanne Wessendorfi (2008) uurimusele, mis keskendub teise generatsiooni itaallastele Šveitsis. Ta leiab oma uurimuses, et teise generatsiooni itaallased on peamiselt jagunenud kaheks. Üks osa neist on autori sõnul ennast suhestanud oma kodukohaga Šveitsis ning sealsete harjumuste ning identiteediga kohanenud. Teised aga jagavad samasugust mõtteviisi teiste omasugustega ehk nendega, kes on Itaaliast rännanud Šveitsi ning omavad seega ühiseid huvisid ning tausta. Nii kujuneb jagatud mõtteviis nendega, kellega ennast samastatakse. (Wessendorf, 2008)

Hargmaisuse kontekstis võib viidata ka euroopastumise nähtusele, mis tähendab inimese identiteedi muutumist – ühe kindla rahvuse asemel tunnetatakse ennast pigem eurooplasena (Hanquinet & Savage, 2013: 7). Sellele aitas kindlasti kaasa Euroopa Liidu tekkimine ning ühise tööturu kujunemine, mis võimaldab liikmesriigi inimesel töötada ükskõik millises teises liikmesriigis ilma viisat taotlemata. Euroopa identiteeti tugevdab ka viisavaba reisimine antud

riikide vahel, mis sai võimalikuks tänu Schengeni leppele. Lisaks leidsid Hanquinet & Savage (2013: 18) oma uurimuses, et parema hariduse ja kõrgema sotsiaalmajandusliku staatusega inimestel on lihtsam tunnetada eurooplase või maailma kodaniku identiteeti. Autorite sõnul saab eurooplase ja maailmakodaniku identiteet inimese eneseidentiteeti mõjutada või määrata vaid teatud määral.

Marianne Leppik ja Triin Vihalemm (2017: 613) tõid oma uuringu tulemusena kokkuvõttes välja, et hargmaise eluviisi puhul on meediatarbimine mitmekesine. Näiteks jälgitakse nii päritolumaa kui ka uue kodumaa veebiportaale ning ka sotsiaalmeedia kanalid vahendavad mõlema riigi meediat. Lisaks jälgitakse näiteks mõlema riigi televisiooni ning raadiot. Samuti leidsid Leppik ja Vihalemm (2017: 613), et hargmaisus on seotud lõimumisega kohalikku ühiskonda poliitilisel ning majanduslikul tasemel ja vastupidi ehk mida suuremal määral inimene ühiskonda on sulandunud, seda mitmekülsem ja aktiivsem on tema meediatarbimine. Autorid (samas) leidsid ka, et hargmaisusega kaasneb infoallikate ruumilise ulatuse laienemine, kuid samas ajaline fragmenteerumine. Lisaks ei jälgita enam uudiseid igapäevaselt ning seega nähakse tihtipeale pikemast meediaprotsessist vaid väikest osa (nt ühte uudist), kuid selle kohta on kanalite ning allikate paljususe tõttu liikvel erinevat informatsiooni, mida on võimalik omavahel võrrelda (Leppik & Vihalemm, 2017: 613).

Alencar ja Deuze (2017: 158) leidsid oma artiklis, et kõige olulisemad põhjused sihtriigi meedia jälgimiseks on soov saada infot, sündmustest ja olukorrast sealsest seelses ühiskonnas ning õppida või arendada keeleoskust, et selles ühiskonnas toime tulla. Lisaks tuli samade autorite uurimuses välja ka see, et sisserändajate informatsiooniline spekter laieneb, jälgides lisaks sihtriigi meediale ka oma koduriigi ja muu maailma meediat. Küll aga tõdevad Alencar ja Deuze (2017: 161-163), et meedia jälgimise ja kultuurilise kohanemise juures käituvad erinevad sisserändajate rühmad erinevalt. Näiteks leidsid autorid (samas), et need inimesed, kes olid sihtriiki ajutiselt tööle tulnud leidsid, et neil puudub tungiv vajadus lõimuda, sest nende seal viibimine on ajutine. Samas tõid Alencar ja Deuze (2017: 161-163) välja põgenike staatusega inimeste suurema soovi ja vajaduse õppida kohalikku keelt eesmärgiga integreeruda kohalikku ühiskonda. Küll aga sõltusid nende meediakasutuse iseloom ja meediasisu eelistused paljuski nende haridusest ja keeleoskusest (Alencar & Deuze, 2017: 159-160). Sellegipoolest leiavad Alencar ja Deuze (2017: 161-163), et meedia on oluline poliitiliste, kultuuriliste,

sotsiaalsete protsesside peegeldaja, mis aitab sisserändajatel uut ühiskonda mõista ja seal kohaneda.

### **Kujuteldav kogukond**

Meediakasutuse uurimisel ei saa mööda auditooriumi erinevatest kooslustest. Benedict Anderson (1991, Dhoest 2012: 89 kaudu) on andnud tabava seletuse sellele, kuidas käsitleda neid inimesi ja grupe, kes on mingil viisil ühendatud, kuid samas ei tunne üksteist ega puutu reaalselt kokku. Ta nimetab seda “kujuteldavaks kogukonnaks”, pidades seejuures silmas näiteks rahvust ja viidates sidemele inimeste vahel, kes ei tea üksteist isiklikult, kuid omavad sellegipoolest ühiseid jooni ja identiteeti (Anderson, 1991, Dhoest, 2012: 89 kaudu). Anderson ei uurinud küll otseselt tänapäevast massimeediat, kuid sellegipoolest on tema lähenemist selles valdkonnas sageli kasutatud. Üks tema tuntud näide on suurt inimhulka ühendavate rituaalide vallast, täpsemalt hommikuse ajalehelugemise kohta – olemata üksteisega otseselt seotud, teevad sajad ja tuhanded inimesed iga päev umbes samal ajal ühesugust toimingut. Samuti on auditooriumi võimsaks ühendajaks peetud televisiooni, eriti rahvuskultuuri ja keele piires, muutes vaatajad justkui üheks kogukonnaks (Cardiff ja Scannell 1987: 157, Dhoest, 2012: 89 kaudu).

Alates 1990ndatest aastatest omab inimeste elus üha suuremat rolli aga ka internet, mis on tulnud ajalehtede ja televisiooni kõrvale. Internetimeedias on omakorda tekkinud sotsiaalsed võrgustikud ja kogukonnad, mis samuti nendega liitunud inimesi seovad. Erinevatel riikidel on suurte globaalsete võrgustike kõrval ka omad n-ö väiksemad võrgustikud (näiteks rate.ee), praeguseks on laialdaselt levinud juba globaalsed võrgustikud (näiteks Facebook, Twitter, Instagram jmt.), milles rahvuslik kuuluvus ei oma enam nii suurt tähendust. Nendes võrgustikes on aga omakorda loodud väiksemad kogukonnad, mis sageli põhinevad rahvusel, sarnastel huvidel, tegevustel jne. Kõiki neid kogukondi saab Andersoni (1991) kontseptsiooni eeskujuks võttes samuti vaadelda kui kujuteldavaid, sest kõik kogukonnad, mis on suuremad kui väike külaühiskond, kus suheldi näost näkku, on kujuteldavad. Kujuteldava kogukonnana käsitlen ka oma bakalaureusetöö empiirilise osa keskseks subjektiks olevat Facebooki suhtlusvõrgustikus asuvat virtuaalset kogukonda, mis ühendab endas Suurbritannias elavaid eestlasi.

Kogukonda kuulujaid seob Anzori Barkalaja (2007) sõnul unikaalne identiteet ehk “kokkuleppeline enesemääratlus”. Praegusel ajal kasutatakse identiteedi terminit sageli selleks, et viidata kas sotsiaalsele kategooriale ehk kindlatele kogukonnareeglitele ja iseloomujoonte, eeldatud käitumismustritele või sotsiaalselt eristatusele, mille üle inimene tunneb uhkust ja eristumist teistest või neid mõlemaid korraga (Fearon, 1999). Lisaks võib Fearoni (samas) sõnul mõelda identiteedist kui uuenenud sõnastusest väärkuse, uhkuse või au kohta, mis kaudselt neid kategooriaid seob. Seega on need osad, mis kujundavad inimese identiteeti, on mõjutatud kogukondadest, kuhu ta kuulub ning see omakorda mõjutab tema soovi mingisse kogukonda kuuluda.

### **Eestlased Suurbritannias**

Suurbritannia hakkas väljarände ühe olulise sihtriigina suurt rolli mängima Eesti iseseisvuse taastumise järel, kui noored eestlased sinna, peamiselt keele õppimise eesmärgil, rohkesti välja rändasid (Eestlaste ... , 2017). Praegu rännatakse Suurbritanniasse aga nii õppima kui ka tööle ning eemaloleku aeg varieerub kuudest mitmete aastateni või sinna elama jäämiseni. Statistikaameti 2011. aasta andmetel jääb Suurbritannias Eesti kodakondsusega ja Eestis sündinud inimeste arv 5000 – 10 000 vahele (Tõnurist, 2015). Täpset arvu on aga keeruline öelda, sest osades riikides ei peeta arvestust oma elanike etnilise päritolu kohta ning suur osa väljarännanud eestlaste järglastest on sulandunud asukohamaa rahvastikku ja ühiskonda (Eestlased välismaal, 2017). Seega võivad andmed erinevates raportites erineda.

Eestlaste kogukonda hoiavad Suurbritannias koos erinevad organisatsioonid, millest esimene, Londoni Eesti Selts, asutati 7. juulil 1921. aastal (Eestlaste ... , 2017). Pärast teist maailmasõda ning sisserändajate laine vaibumist, hakkasid inimesed koonduma linnadesse, millest peamised olid London, Leicester ja Bradford. Pisemad kogukonnad tekkisid Boltoni, Manchesteri, Birminghami, Bristol, Cardiffi, Nottinghami ja Bournemouthi ümber ning mõned loodi ka Šotimaale. Pärast viiekümnendate aastate edasirännet Suurbritanniast kaugemale, jäi kohapeale vaid umbes 6000 eestlast (Eestlaste ... , 2017).

Organisatsioonid aga jäid püsima ning neid tekkis aastatega ka juurde. Praeguseks on neid Eesti Välisministeeriumi (2017) andmete kohaselt kokku 13. Lisaks on olemas ka Eesti Kool, Eesti Guild, Eesti Majad Londonis, Bradfordis ja Leicesteris, Inglismaa Eestlaste Ühing ning Eestist

huvituvaid inimesi ühendav Briti-Eesti Assotsiatsioon (BEST) (Suurbritannia, 2013). Lisaks viidi Suurbritanniasse kaasa ka eestlastele omased laulu- ja tantsutraditsioonid ning 27. juunil 1953. aastal toimus Bradfordis esimene eestlaste laulupidu (Eestlaste ... , 2017). Ka Londoni Eesti Seltsi all tegutseb nii koor kui ka rahvatantsugrupp (Londoni Eesti Selts, 2017).

Ka sotsiaalmeedias on loodud Suurbritannias elavaid eestlasi ühendavad grupid, kus jagatakse üksteisega informatsiooni igapäevastel teemadel, küsitakse abi, korraldatakse üritusi ning tutvumisõhtuid. See kõik aitab kaasa eestluse säilitamisele välismaal. Näiteks on sellisteks gruppideks Eestlased Suurbritannias, Eestlased Šotimaal, Eestlased Walesis, Eestlased Inglismaal, Eestlased Londonis jne. Loetletud gruppidest kahe liikmed osalesid ka bakalaureusetöö raames tehtud uuringus.

### **Eesti ja Suurbritannia meediamaastik**

Eesti meediamaastikul algas uus algus 1990. aastatel, kui Põhjamaade ja Suurbritannia eeskujul loodi ka Eestisse duaalne ringhäälingusüsteem ehk siis avalik-õigusliku ringhäälingu kõrvale tekkisid eratelekanalid ja –raadiojaamad (Kõuts, 2012). Praeguseks on Eesti meediamaastik väga mitmekesine ning väljaannete ning kanalite hulk meie riigi kohta piisav. Lisaks on Eestis piisavalt kiiresti ning laialdaselt liikunud traditsioonilise meedia kanalid üle ka veebi, kuid sellega pole siiski ära kadunud ajalehtede lugemine (Kõuts, 2012).

Traditsioonilisteks meediumideks loetakse ajalehti, ajakirju, raadiojaamu ja telekanaleid (Kõuts, 2012). Internetti ja teisi uusi kommunikatsioonitehnoloogilisi lahendusi nimetatakse üldistatult “uueks meediaks” (Kõuts, 2012). Viimase puhul on oluliseks just selle kiirus teadete edastamisel ning võimalus luua nii palju sisu kui vaid soovitakse, sest otsest mahu piirangut ei ole. Lisaks on “uue meedia” käigus tekkinud ka mõiste sotsiaalmeedia, mis hõlmab endas inimeste vahelist suhtlus ning selle käigus loodavat. Kõutsi (2012) sõnul on sotsiaalvõrgustikud nagu näiteks Facebook, LinkedIn, Twitter, jt. muutnud inimeste vahelist kommunikatsiooni, sest sellega seoses on kasvanud arvamuste ning teabe edastamise kiirus.

Suurbritannias on võimalik Eesti meediat jälgida mitmeti. Interneti kaudu on ligipääsetavad traditsiooniliste kanalite hulka kuuluvad ajalehtede veebilehed (Postimees, Eesti Päevaleht, Delfi, Õhtuleht jt.), millel on lisaks maksustamata uudistele võimalik lugeda sisu ka väikese

tasu eest. Need lood on välismaal kättesaadavad samamoodi nagu Eestis. Lisaks on võimalik vaadata ka telesaated, millele pole kehtestatud geograafilisi piiranguid, mille alla kuuluvad näiteks Eesti Rahvusringhäälingu saated, millest paljusid on võimalik ka järele vaadata. Lisaks saab interneti vahendusel kuulata Eesti raadiosaateid. Seega on Suurbritannias elavatel eestlastel võimalik jälgida peaaegu kõike Eestis edastatavast meediast. Eelduseks on vaid internetiühenduse olemasolu ning interneti kasutamise oskus.

Ühendkuningriigi meediamaastrükku peetakse mõjukuselt järgmiseks pärast Ameerika Ühendriikide oma, mida mõjutab eeldatavasti inglise keele kui nende peamise keele kasutamine, ning see on väga lai, keeruline ja väljakujunenud (Bromley, 2006). Lisaks on Suurbritannia meediasüsteemi mõjutanud valitsuse otsus minna 2014. aastaks üle digitaalsetele lahendustele (Bromley, 2006). Samuti tuleb arvestada, et Briti meedia on mõjutatud ka riigisisestest erinevustest Inglise, Šoti, Iiri ja Walesi vahel (Bromley, 2006).

Trükimeedia on Suurbritannias siiani väga olulisel kohal. Ajalehed on jagatud vastavalt lehe kvaliteedile järgmiselt: kvaliteetlehed, kollased tabloidid ja nende vahele jäävad väljaanded. Veel iseloomustab Suurbritannia meediamaastrükku kõigi lehtede jagunemine kaheksa ettevõtte vahel, millest suurimad kaks omavad 55 protsenti turust (Bromley, 2006). Michael Bromley (2006) väitel müüakse Suurbritannias iganädalaselt umbes 75 miljonit lehte, mida loeb umbes 70 protsenti täiskasvanutest, küll aga tuleb arvestada, et antud arvud pärinevad 2006. aastast ning kümne aastaga on olukord muutunud.

Raadio populaarsus Ühendkuningriigis on Bromley (2006) järgi aga tõusnud ning lausa 90 protsenti üle 15aastastest inimestest kuulab raadiot vähemalt korra nädalas, kuigi tegemist on enamasti üleriigiliste, mitte kohalike jaamadega. Televisioonil puhul on vaatajaskonna numbrid veel suuremad ning kanalid kannavad üle umbes 2,5 miljonit programmi igal aastal. Tegutseb neli peamist avaliku teenusena teleprogrammide tootjat, neid vaatab umbes 60 protsenti elanikkonnast (Bromley, 2006).

Valdav osa Suurbritannia elanikest on ka internetikasutajad. Sotsiaalmeedia võrgustikest on kõige populaarsema Facebook, millel on kümneid miljoneid kasutajaid, kellest pooled on

vanuses 15-34 (Bromley, 2006). Seega on sotsiaalmeedia on koht, kust ammutab informatsiooni pigem nooremapoolne elanikkond.

Järjest enam on internetti kolinud ka traditsioonilise meedia sisu. See trend algas Telegraphiga, millele järgnes kohe varsti ka Guardian ning seejärel ka BBC. BBC Online on praeguseks üks enim loetud veebilehekülgi maailmas (Bromley, 2006). Ajalehtede veebiväljaannete tekkimisega kaasnesid ka uued võimalused nagu näiteks blogimine või raadio ja videote edastamine (Bromley, 2006), mida paberlehes teha ei ole võimalik.

## 1.2 Uurimisküsimused

Töö sissejuhatuses sõnastatud põhieesmärgi täitmiseks olen koostatud kolm kesket uurimisküsimust, millele töö raames kogutud andmete abil ja nende analüüsimise käigus vastuseid otsin.

Uurimisküsimused ja nende edasiarendused on järgmised:

1. Milline on Suurbritannias elavate eestlaste meediakasutus ja -repertuaar?
  - 1.1 Milliseid kanaleid ja millist meediasisu bakalaureusetöös uuritavad inimesed valdavalt jälgivad?
  - 1.2 Mil määral jälgivad uuritavad aktuaalsete ühiskondlike sündmuste kajastamist meedias?

Töös on sellise sündmuse või protsessi analüütilise näitena välja valitud Brexit ehk Suurbritannia lahkumine Euroopa Liidust.
2. Millist rolli mängib meedia ühelt poolt inimese kohanemisel Suurbritannia ühiskonnas ja teiselt poolt sideme säilitamisel Eestiga?
3. Kuidas mõjutab hargmaisus uuritavate identiteeti ja kuuluvustunnet ühiskonda?

## 2. VALIM JA MEETOD

Teises peatükis tutvustan esiteks uuringu valimit ja selle koostamise põhimõtteid ning seejärel annan ülevaate andmete kogumise ning analüüsimise meetoditest.

### 2.1 Valim

Valimi moodustamisel olen omavahel kombineerinud kahte erinevat strateegiat. Mõlemal juhul on tegemist mittetõenäosuslikku valimiga, mille puhul ei ole oluline, et uuringus osalejatel oleksid võrdsed võimalused valimisse jõudmiseks (Rämmer, 2014). Samas tingivad sellised valimi moodustamise kriteeriumid, et uuringutulemuste põhjal ei saa teha kaugeleulatuvaid järeldusi ja laiemaid üldistusi. Siiski annab ka sellise valimiga uuring ülevaate teema käsitlemise võimalikkusest ja vajalikku teadmist edasiseks uuringuks.

Uuringus kasutatud valim on kaheastmeline. Esmalt olen kasutanud sihipärast valimit, mis tähendab, et olen loonud kindlad kriteeriumid, millele peaks uuringus osaleja vastama. Rämmeri (2014) järgi võimaldab sihipärase valimi printsiip, lähtudes seatud uuringueesmärgist, valida uuringusse välja kõige sobivamad küsitletavad. Bakalaureusetöös koostatud valimi moodustamise kriteeriumiteks on eesti päritolu, Suurbritannias elamine ning sotsiaalmeedia võrgustiku Facebook kasutamine. Sotsiaalmeedia kasutamine suhtlusplatvormina osalejate värbamisel ja andmete kogumisel on põhjendatud geograafilise distantsiga. Kuivõrd mul puudus võimalus osalejate vahetuks värbamiseks kohapeal ja intervjuude tegemiseks Suurbritannias, kasutasin töövahendina internetikanalite ja kommunikatsioonitehnoloogia abi. Facebook on sotsiaalmeedia kanal, mis võimaldab kontaktidega suhelda küll tehnoloogia poolt vahendatud viisil, kuid siiski reaalses ja seda nii kirjalikul kui suulisel teel (näiteks koheste sõnumite vahetamise või audiokõne vormis).

Täiendavate kitsendavate aspektidena võtsin arvesse juba eespool mainitud sotsiaalmeedia kanali (Facebook) kasutamise ja kuulumise virtuaalsesse kogukonda, mis koondab endas sellega liitunud Suurbritannias elavaid Eestist ümber asunud inimesi. Kõnealusteks Facebooki gruppideks on “Eestlased Londonis” ja “Eestlased Suurbritannias”, millega oli bakalaureusetöö valmimise ajaks liitunud vastavalt ligi 3200 inimest (Eestlased Londonis. Estonians in London,

2017) ja 600 inimest (Eestlased Suurbritannias, 2017). Juba bakalaureusetöole eelnenud samal teemal kirjutatud seminaritöökäsitlustatav pilootuuringus (Päiv, 2017) kasutasin osalejate leidmiseks neid kahte Facebooki gruppi, kuid siis pöördusin konkreetsete inimeste poole uuringus osalemise ettepanekuga ise. Bakalaureusetöö raames kasutasin aga teistsugust lähenemist ja palusin kanalisse postitatud üleskutsele vastata uuringus osalemisest huvitatud inimestel endil. Seega võib öelda, et töös on rakendatud inimeste tugevama osalusmotivatsioonil põhinevat värbamist, mis sarnaneb teatud määral vabatahtliku valimi tüübile ja tugineb inimese enda valikul uuringus osaleda.

Siit tulenebki valimi teine osa, milleks on vabatahtlikusel põhinev valim (inglisk *self-selected sampling*). Sonya K. Sterba ja E. Michael Fosteri (2008) järgi kasutatakse seda ühe juhuna kui soovitakse leida uuringusse vabatahtlikke. Kõige rohkem kasutatakse seda juhtudel, kus soovitakse uurida harva esinevaid, raskesti ligipääsetavaid ning spetsiifilisi demograafilisi rühmi (Sterba & Foster, 2008). Minu töös kasutatud valim sobitub teatud määral selle kirjeldusega, suunates tähelepanu geograafilisele distantsele, mis muudab Suurbritanniast sobivate inimeste leidmise keerukaks. Selle valimi miinuseks on aga väiksem võimalus valimit kombineerida nii, et seal oleksid esindatud võimalikult erineva taustaga inimesed. Nii võivad antud valimi moodustamise viisi kasutades valimisse sattuda väga sarnased inimesed ja see omakorda kallutab valimit ning saadavaid andmeid (Sterba & Foster, 2008). Samas tuleb sellisel juhul olla kindel, kas valim on tegelikult kaldu või sihtrühmas keda uuritakse ongi mingite tunnustega inimesi rohkem, mistõttu on ka valimis neid rohkem esindatud.

Inimeste enda huvil ja osalemismotivatsioonil põhineva valimi moodustamise kasuks otsustasin seminaritöö käigus tehtud pilootuuringu põhjal, mis tõi välja, et kui initsiatiiv on tulnud uuringu läbiviijalt, ei pruugi esmase nõusoleku andnud osaleja olla siiski piisavalt motiveeritud selles lõpuni kaasa lööma. Nii tuli ette uuringu keskel loobumisi, mis kahandas ka kogutavate andmete hulka mõnevõrra. Seetõttu tõin selles uurimuses sisse omaenese valikul põhineva valimi, mis laseb uuringus osalemise valiku teha inimesel endal, eeldades, et sellisel juhul on ta pühendumine uuringule tõenäolisem.

Tabelis 1 on ära toodud valimi koosseis, millest selgub, et valim koosnes kaheksast uuritavast, kelle seas on nii mehi kui ka naisi. Enamus neist on tudengid, kes on läinud Eestist

Suurbritanniasse ülikooli. Nad on vanuseliselt vahemikus 20. eluaastast kuni 37. eluaastani ning Suurbritannias elanud poolest aastast kuni üheksa aastani. Pooled neist elavad Londonis ning ülejäänud on üle Suurbritannia laiali. Osalejate identiteedi kaitsmiseks on nende nimed tööst välja jäetud ning eristavaks tunnuseks moodustatud kood, mis sisaldab nende sugu, vanust ja Suurbritannias elatud aastaid.

Valijate leidmiseks postitasin esmalt üleskutsed Facebooki gruppidesse “Eestlased Londonis” ja “Eestlased Suurbritannias”. Mõlema grupi üleskutse peale kirjutasid inimesed mulle Facebooki sõnumitesse, kus suhtlesime uuringu osas edasi. Lisaks saatsin kirja Londoni Eesti Seltsile, kuid kahjuks ei olnud neil võimalik minu kirja kellelegi edastada ning nad soovitasin mul samuti kasutada Facebookis loodud gruppide abi. Viimase variandina postitasin üleskutse Facebookis enda profiilile, mida nägid minu tuttavad, kes jagasid seda edasi enda tuttavatele ning tänu millele sain kokku kõik uuringus osalejad. Kirjade näidised on toodud ära töö lisa 3.

<b>Osalejaid eristav tunnus (kasutatakse edasipidi intervjuukatketel märgistamisel)</b>	<b>Sugu</b>	<b>Vanus</b>	<b>Suurbritannias elatud aastad</b>	<b>Elukoht</b>	<b>Tegevusala</b>
N_23_4a	N	23	4	Oxford	MA tudeng
N_37_7a	N	37	7	London	õpetaja
N_20_0,5a	N	20	0,5	Gardiff	BA tudeng
M_21_2,5a	M	21	2,5	Edinburgh	BA tudeng
M_22_1,5a	M	22	1,5	London	BA tudeng
M_29_9a	M	29	9	London	riigiteenistuja
N_22_2,5a	N	22	2,5	London	BA tudeng
N_22_2a	N	22	2	Durham	BA tudeng

Tabel 1. Valimi kirjeldus.

## 2.2 Andmete kogumise meetod

Bakalaureusetöös kasutan kvalitatiivseid uurimismeetodeid, milleks on meediapäeviku täitmine ja poolstruktureeritud individuaalintervjuu. Kogu suhtlus toimus valimisse kuuluvate inimestega andmete kogumise etapis elektrooniliselt, peamiselt sotsiaalmeedia kanali Facebook vahendusel. Facebook *messenger*'i rakendust kasutades leppisin nendega kokku intervjuu toimumise aja ning edastasin päeviku vormi sissekannete tegemiseks ja osalejad tagastasid selle täidetult kokkulepitud ajaks. Skype platvormi kasutasin kõigi osalejatega audiointervjuu tegemiseks. Vahetut, see tähendab näost näkku kohtumist reaajas ja -ruumis uurimuses osalejatega ei toimunud.

Meediapäevikut (ingl. *diary method*) on tihti jagatud intervalli-, signaali- ja sündmusepõhisteks kategooriateks (Wheeler & Reis 1991 Bolger, Davis & Rafaeli, 2003: 588 kaudu). Sündmusepõhise meediapäeviku puhul on uuritava vaha sissekandeid teha igal korral, kui teemaks olev sündmus juhtub (Bolger, Davis & Rafaeli, 2003: 588). Minu poolt kasutatud meediapäeviku puhul tähendas see sissekannet igal korral, kui uuritav luges, vaatas või kuulas mingit meediasisu. Lisaks on minu uuringu puhul oluline see, kas loetud, kuulatud või vaadatud materjal meedias oli Brexiti teemaline või mitte. Seda seetõttu, et meediapäevik koosnes kahest osast, millest esimene sisaldas üldist meediakasutust ühe nädala vältel ja teine osa, mille fookus oli kitsendatud ühele ühiskonnas olulise sündmuse jälgimisele meedia vahendusel, sisaldas Brexiti käsitlevat materjali.

Meediapäeviku põhimõte seisnebki selles, et sinna märgitakse üles kergesti ununevaid olukordi, mis on uuritava jaoks tavaliselt liiga igapäevased või toimuvad tihedalt, seega ei pruugi ta neid hiljem meenutades täpselt mäletada (Butcher & Eldridge, 1990: 25). Meediakasutuse jälgimiseks on see sobiv meetod, andes päeviku järjepideva täitmise korral hea ülevaate uuritavate meediarepertuaaridest. Samas on selle meetodi üheks kitsaskohaks uuritava teema kohase sündmuse või meediajälgimise olukorra teadvustamine (Bolger, Davis & Rafaeli, 2003: 591). Minu uurimuse puhul võib see kriitika olla tõlgendatav olukorraga, kus inimesed, tarbides meediat ja uudiseid ka linnaruumis liikudes, ei taipa seda tegevust teadlikult meedia jälgimiseks pidada. Siin tulevad kõne alla näiteks avalikesse kohtadesse – metroosse ja mujale üles pandud (tele)ekraanid, kust on võimalik uudiseid või muud sisu jälgida.

Meediapäeviku loomisel võtsin eeskuju Tiivi Simonlatseri (2014) bakalaureusetöös kasutatud päeviku ülesehitusest. Simonlatseri töös leitud lahendus ja päeviku täitmise põhimõtted sobisid väga hästi kokku minu töös püstitatud eesmärkide ja uurimisküsimustega.

Meediapäeviku esialgse versiooni töötasin välja juba oma seminaritöö jaoks (Päiv, 2017). See sisaldas kanali või allika, meediasisu autori ja meediasisu pealkirja ülesse märkimist kuupäevaliselt ning lisaks ka antud uudise sisust kokkuvõtte tegemist ning oma mõtete ülesse märkimist. Loodud meediapäevik oli heaks vahendiks pilootuuringu läbiviimisel, kuid selle ülesehituses ilmnisid ka mitmed puudused, mida bakalaureusetöös olen meediapäeviku täiustamisel arvesse võtnud. Esialgset päevikut ei olnud pilootuuringus osalejate tagasiside põhjal piisavalt mugav täita, sest neile oli ette antud kindel raamistik. Sellel korral võisid uuritavad täita meediapäevikut ükskõik mis programmis või selle ka välja printida ning käsitsi täita. Lisaks on sellel korral lisatud ka koht, kus meedia jälgimise ajal viibiti ning Brexiti teemalised uudised on eraldatud üldistest uudistest. Lisaks on loodud pikem ja täiustatum juhispilt, mis aitab uuritaval mõista meediapäeviku täitmise korda.

Esmalt tutvustasin elektroonilise dokumendifaili kujul meediapäevikut, selle eesmärki ja kasutuspõhimõtteid Suurbritannia eestlaste seast valitud osalejatele. Seejärel palusin uuritavatel asuda iseseisvalt päevikut täitma ühe nädala jooksul 13. – 19. märtsini 2017. Kuupäevad valiti tuginedes Brexiti protsessis toimivatele arengutele. Uuringu kuupäevi valides oli teada, et 29. märtsil peaks Theresa May andma sisse esimese avalduse Brexiti protsessi alustamiseks, seega oli oodata ka eelkaja sellele sündmusele. Lisaks oli oluline, et uuringus osalejad täidaksid päevikut kõik samal nädalal. Päevikusse palusin teha sissekandeid iga loetud, kuulnud või nähtud meediasisu kohta sõltumata kanalist, see tähendab, et arvesse läks kõigi vastavasisuliste uudiste ja arvamuste jälgimine nii televisiooni, raadio, trüki-, interneti- ja sotsiaalmeedia vahendusel. Ära tuli märkida loo pealkiri ning lühidalt kirjeldada selle sisu. Samuti pidid uuritavad üles märkima, kus ja millal nad antud meediasisu lugesid, kuulasid või vaatasid. Lisaks oli neil võimalik kirja panna täiendavaid märkusi ja mõtteid, mis neil looga tutvudes tekkisid. Meediapäeviku näidis on ära toodud lisa 1 ning uurimuses osalenute täidetud päevikud on täielikul kujul ära toodud lisa 2, mis asub bakalaureusetöoga kaasas oleval plaadil.

Andmekogumise teises etapis viisin pärast meediapäevikute täitmist ja tagastamist läbi poolstruktureeritud intervjuud. Meetod toimus pärast nädalapikkust meediapäeviku pidamist, kasutasin poolstruktureeritud intervjuu meetodit, mis jääb oma ülesehituselt struktureeritud ehk kindla ja detailse küsimuste kava järgi kulgeva vestluse ja struktureerimata ehk vabas vormis toimuva intervjuu tüübi vahele (Lepik jt., 2014). Ühest küljest kasutatakse poolstruktureeritud intervjuus varem koostatud intervjuukava, kuid teisest küljest võib intervjuu läbiviimisel muuta küsimuste järjekorda ja küsida täpsustavaid küsimusi (Lepik jt., 2014), mille võimalust kasutasin ka enda töös. Intervjuud toimusid internetikeskkonnas.

Interneti teel ja kommunikatsioonitehnoloogia vahendusel tehtud intervjuusid ei saa täielikult samastada näost näkku kohtumistega. Küll aga leidub Skype'i tarkvara kasutamise juures ka positiivseid külgi. Skype'i kaudu tehtud intervjuud annavad tänu oma paindlikkusele võimaluse uuritavatele, kellel muidu oleksid geograafiliselt ning ajalised piirangud, uuringus osalemiseks (Janghorban jt., 2014). Samas mängivad veebiintervjuude puhul rolli ka inimese enda digitaalsed oskused. Mõned inimesed ei pruugi tunda ennast mugavalt läbi Skype'i või mõne muu tarkvara või rakenduse kaudu osaledes, sest neil puuduvad vahendid või oskused sellega tegutsemiseks (Tuttas 2014). Seega tuleb niisuguste piirangute ja olukordadega juba uuringu planeerimisel arvestada. Veebiintervjuudele intervjuudele kehtivad samasugused eetikanõuded nagu ka tavapärasele vahetu suhtlemise kaudu tehtavate intervjuude puhul. Näiteks tuleb intervjuueeritavat teavitada sellest, et intervjuu salvestatakse ning ka sellest, kuidas kogutud andmeid edasi kasutatakse ning kas ja mil viisil hoitakse/säilitatakse. (Janghorban jt., 2014).

Intervjuud viisin seega läbi internetis Skype'i tarkvara abil helistades. See võimaldas lihtsalt ja kiiresti pika vahemaa tagant reaalajas suhelda. Küll tuli arvestada miinustega, milleks võimalus, et tehnoloogia läheb katki või esineb internetiühenduses tõrkeid või katkestusi. Lisaks võib selle meetodi puhul olla vestluseks valitud koht ebasobiv, mistõttu ei ole võimalik intervjuud läbi viia. Küll aga oli positiivseks reaalse suhtluse käigus võimalus põhjendusi ja selgitusi küsida. Skype'i tarkvara võimaldab aga lisaks helistamisele kasutada suhtlemiseks ka videovestlust, kuid selleks, et kasutada säästlikumalt internetimahtu ja mitte riskida kõne katkendlikuks muutumisega, otsustasin intervjuu tegemisel videokõne võimalusest loobuda.. Kõigi intervjuude puhul on osalejate pärisnimed muudetud ning intervjuude transkriptsioonid on salvestatud CD-plaadile ja paber kandjal tööle lisatud.

Intervjuude alguses tutvustasin ennast kui Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni tudengit ning kirjeldasin lühidalt ka töö eesmärgi. Edasi uurisin vastaja üldise ning eestikeelse meedia kasutuse kohta. Neile järgnesid küsimused Eestiga suhestumise ja oma identiteedi mõtestamise kohta, Suurbritanniasse siirdumise ning sealse meediatarbimise kohta. Veel rääkisime sotsiaalmeediast kui ühest tänapäeval olulisest meediavormist traditsioonilise meedia kõrval, identiteedist ning intervjuu lõpetasin küsimustega ühe ühiskondlikult aktuaalse sündmuse jälgimise kohta Brexiti näitel. Ühe intervjuu keskmiseks pikkuseks kujunes keskel läbi 35 minutit. Seega oli tegemist intervjuudega, mis aitasid mõista ja tõlgendada meediapäeviku abil kogutud andmeid ning andsid lisaks juurde ka uurimistöö seisukohast olulist teavet.

## **2.3 Andmete analüüsimise meetod**

Andmete analüüsimiseks kasutasin kvalitatiivset sisuanalüüsi. Anu Masso ja tema kaasautorid (2015) on selgitanud: „See lubab analüüsida ka latentset sisu, st võtta arvesse “ridade vahele kirjutatud” ehk kodeerida teksti autori vihjeid, kavatsusi ja eesmärgi ning mitmete konnotatsioonide erinevaid tõlgendamise võimalusi.” Bakalaureusetöö seisukohast on oluline analüüsida kogutud materjali võimalikult mitmekihiliselt ning märgata tekstist esmapilgul mitte nii üheselt ja selgelt esile tulevaid tähendusi.

Masso ja kaasautorid (2015) on samuti toonud välja, et kvalitatiivne sisuanalüüs on oma raamistikult vaba ning seega ei ole kodeerimiseks kindlat kodeerimisjuhendit. Koode ja kategooriaid on võimalik üle vaadata ja analüüsi käigus lisada. Ka analüüsiühik ei tarvitse olla üheselt määratletud ning võib vajadusel analüüsiprotsessis muutuda (Kalmus, Masso & Linno, 2015). Antud meetodi abil valmib nii öelda jutustav analüüs. Lisaks kasutan bakalaureusetöös kasutan kvalitatiivse sisuanalüüsi läbiviimiseks nii juhtumiülest lähenemist kui ka kombineerin manifestest ja latentset analüüsi.

„Juhtumiülese analüüsi korral vaadeldakse samal ajal mitut analüüsitava juhtumit, nt kogutakse erinevatest intervjuudest kokku kõik konkreetse teema kohta käivad tekstiosad ja võrreldakse selle teema käsitlemist kõigi kogutud intervjuude lõikes“ (Kalmus, Masso & Linno, 2015). Minu töö puhul on eesmärk leida läbivaid teemasid ja väljendusmustreid, mis aitaksid mõista väliseestlaste meediarepertuaare ja konkreetse meediasündmuse personaalseid

tõlgendusi. Manifestset ja latentset kodeerimist kombineerides jälgin ma ühelt poolt tekstis otseselt välja öeldut (teemasid, argumente, seoseid jne) ja teisalt kontekstist lähtuvaid tähendusi, proovides leida väljaöeldu varjatud tähendust (Kalmus, Masso & Linno, 2015).

Kvalitatiivse sisuanalüüsi puhul on esmane ülesanne koodide loomine. Kood tähendab iseloomulikku silti või märksõna, millega tekstilõike tähistatakse (Kalmus, Masso & Linno, 2015). Koodide kasutamise käigus on võimalik erinevates tekstides leiduvat sisu omavahel seostada ning ühe suurema teema alla koondada. Sarnased mõtted käivad sama koodi alla ning annavad seeläbi mitmetasandilise pildi ühest teemast.

Kodeerimise puhul on levinud kolm peamist varianti: induktiivne, deduktiivne ja induktiivselt deduktiivne kodeerimine. Induktiivse lähenemise puhul on uurijal vabamad käed ning tal on võimalik luua koodid ning kategooriad uuringust saadud materjali põhjal, samas kui deduktiivne lähenemine on aga selle vastand, keskendudes juba varasemalt teada olevatele teooriatele või uurimustele (Kalmus, Masso & Linno, 2015). Induktiivselt deduktiivne kodeerimine on aga kahe eelmise segu, kus omatakse teadmisi eelnevatest teooriatest ning uurimustest ning koodide loomisel arvestatakse nendega ning oma töös kasutangi just seda, mis tähendab, et osad kategooriad on tuletatud varasemalt teada olevast ning ülejäänud koodide loomisel olen sellega arvestanud ning need ise siis vastavalt tuletanud. Kalmuse, Masso ja Linno (2015) järgi loetakse selle variandi rakendamisel uurimuses kasutatud tekstid kõigepealt läbi ning luuakse nende alusel mõned esialgsed koodid ning järgmises etapis otsitakse tekstidest koodidele vastavaid lõike, mis märgistatakse ehk kodeeritakse.

Koodide tuletamisel kasutan avatud kodeerimisviisi, tuletades koodid otse tekstist, lugedes selleks teksti tähelepanelikult läbi ning nn süvalugemise käigus (Birkerts, 1994), mille tulemusena leian koodid, mida kasutada. Koodid jagan omakorda kategooriatesse. Seda kõike teen analüüsi teises etapis ning edasine töö toimubki juba kategooriatega, mille käigus uurin nende omavahelisi suhteid ja hierarhiaid ning rühmitan nad sarnasuse alusel. Kalmus, Masso ja Linno (2015) sõnul tuleks analüütiliste kategooriate nimetamise juures tuleks püüda neid ka põhjendada. Selle juures olen lähtunud koodide sidumisest intervjuuga ning seeläbi nende põhjendamisega. Antud töös on põhikategooriateks hargmaisus, infoväli/meediakasutus ja

meediasündmuse, näitena Brexit, jälgimine meedias, mis kõik jagunevad omakorda alamkategoriateks ning koodideks (vt lisa 6).

## 3. TULEMUSED

Antud peatükk koosneb kolmest suuremast teemast, kus on analüüsitud meediapäevikutest ning intervjuudest kogutud informatsiooni, mida analüüsis omavahel põimitakse.

Peatüki esimeses osas analüüsin intervjuueeritavate üldist meediakasutust ning meediarepertuaare. Antud teema võtab lähema vaatluse alla ka uuringus osalejate meediakriitilised tähelepanekud. Näiteks tulevad selgemalt esile Eesti ja Briti meedia erinevad tunnusjooned. Peatüki teises osas annan ülevaate uuringus osalejate tunnetest seoses nende identiteediga ning hargmaise elukorraldusega. Viimasena käsitlen Brexitit kui näidet meediasündmusest, analüüsides selle olulisus ning võimalikku mõju tulevikule.

Alljärgnevalt ja edaspidi on toodud valikuliselt väljavõtteid intervjuudest, mis illustreerivad peatükis esitatud väiteid ja argumentatsiooni. Kõigi isikute nimed on nende eraelu puutumatus tagamiseks töös muudetud, kasutatud on pseudonüümi.

### 3.1 Meediakasutus

#### 3.1.1 Meediarepertuaarid

##### Üldised tendentsid

Meediapäevikute ning intervjuude põhjal on näha, et inimeste tänapäevane meediakasutus on muutunud kirjuks. Inimesed ei tea tihtipeale, kus nad mingisugust uudist lugesid ning veel vähem oskavad nad neid liigitada. Sotsiaalmeedia uudiste alla liigitakse lihtsalt *online* kanalit (näiteks veebileht [www.geenius.ee](http://www.geenius.ee)) loetud uudised ning ei suudeta vahet teha sotsiaalmeedia kaudu ning sotsiaalmeediast leitud uudistel. Nagu on välja toodud töö teooria osas, nimetatakse antud nähtust ristmeediaks, kuid selle analüüsimine ning ka kirjeldamine muutub järjest raskemaks, sest juurde tekkib järjest uusi kanaleid, mis toovad ühest küljest kõik uudised ühte kohta kokku, kuid nende rohkuse tõttu piserdavad uudised erinevatesse kanalitesse ka laiali (näiteks Postimehe veebileht, Postimehe leht Facebookis, Postimees Twitteris ja Postimehe paberleht).

Intervjuude põhjal saab aga välja tuua, et kõik uuritavad jälgisid uudiseid igapäevaselt. Mõnedel neist oli välja kujunenud kindel ajaline kord meediakasutuses, teiste “meediapäev” oli aga kaootilisem. Kasutuspraktikad olenesid ka sellest, milline oli uuritavate elukorraldus ja päevane ajagraafik. Kiiremal ajal, kui koolis või tööl oli kiire aeg, ei jõutud eriti uudiseid lugeda. Meediapäevikute täitmine tõi hästi esile nimetatud ajalised struktuurid. Näiteks N\_23\_4a ja N\_22\_2,5a täidetud päevikutest oli näha, et nädala alguses oli neil rohkem aega meedia jälgimiseks kui nädala lõpus. Seda tõi nad välja ka intervjuudes.

Kolmel inimesel olid aga välja kujunenud kindlad meedialugemise harjumused. Näiteks N\_23\_4a tavatses lugeda meediauudiseid alati tööpäevadel hommikuti ning puhkepäevadel õhtuti. Lisaks temale on hommikune lugemise harjumus ka M\_21\_2,5a'l ja N\_22\_2a'l. Vabadel hetkedel loevad mõlemad uudiseid lisaks ka päevasel ajal. Ülejäänutel intervjueeritutel ei olnud nii kindlat meediakasutuse ajakava välja kujunenud.

*N\_23\_4a: “Ei, aga kellaajaliselt ka, kui ma loen tööl, siis see on esimene asi, mis ma teen ja kui ma loen kodus, siis see on viimane asi, mis ma päevas teen.”*

Meediapäevikute analüüsis oli näha, et uudiste lugemine on kõige populaarsem kodus ning sellele järgnesid kool ning töökoht, mis isegi kahe peale kokku ei ületanud kodus loetud uudiste arvu. Loogiliselt järeldades võib see tuleneda sellest, et inimestel on kodus rohkem aega lugemiseks ning tööl või koolis sirvitakse uudiseid vaid vaba aja tekkimisel, mida tõi välja ka intervjueeritavad ise.

Kahe uuritava puhul võis aga märgata harjumust lugeda peajasjalikult uudiste ja lugude pealkirju. Nad mõlemad sõnasid, et avavad veebilehtedel vaid huvi äratavaid uudiseid ning ülejäänud kordadel piirduvad vaid pealkirjade sirvimisega.

*M\_22\_1,5a: “Ma olen nagu selline oma põlvkonna laps, selline lihtsameelne, et ma loen pealkirju. Ehk siis ma lähen tavalisel kodulehele ja siis lasen kähku silmadega üle, mis toimub.”*

Pealkirjade lugemise harjumuses ning intervjuudes tehtud märgetes uudistega kursis olemise lihtsusest ning uudiste portaalide mitte külastamisest, on võimalik näha tänapäevast harjumust saada uudised kätte lihtsalt ja kiirelt. Meediatarbimise peale ei olda enam harjutud eriti palju aega kulutama ning seega oli uuringus osalejate jaoks oluline, uudiste lugemise mugavus, kiirus ning võimalikult vähene ajaline ressurss.

Uuringus osalejad andsid teada ka neid huvitavatest teemadest, mis jagunes kolmeks. Enamusel ei olnud mingit kindlat teemat, mida nad jälgiksid. Loetakse seda, mis huvitavana tundub ning tavaliseks on lihtsalt väljaande pealehe avamine ning sealt neid huvitavate uudiste leidmine. Üheks ühiseks loetavaks teemaks on aga poliitika. Nii N\_37\_7a'd kui ka N\_22\_2a'd huvitab poliitika kõige rohkem. Lisaks poliitikale huvitavad N\_22\_2a'd aga ka teadusartiklid, mis pakuvad huvi ka N\_23\_4a'le, kelle arvates on Eesti lehtedes vahest päris häid kokkuvõtteid inglise keelsetest teadusartiklitest. Küll aga viitas ka Brexiti jälgimise olulisus, mis on toodud välja edasistes tulemustes, poliitikaga kursis olemise olulisust.

### **Traditsioonilise meedia kanalid**

Uuringus osalejatest jälgib intervjuude põhjal inimeste enda jutu järgi traditsioonilist meediat vaid kaks inimest. Mõlemad kasutavad selleks ajalehe Postimees veebiväljaannet ([www.postimees.ee](http://www.postimees.ee)). Üks neist vaatab internetis ka Eesti Televisiooni programme ([www.etv.ee](http://www.etv.ee)) ja saateid nagu "Foorum", "Suud puhtaks" või varasemalt ka "Vabariigi kodanikke". Kuigi ka teised uuringus osalejad loevad internetist nii Postimeest kui ka jälgivad muud traditsioonilist meediat, jõuavad nad nendele lehekülgedele sotsiaalmeedia platvormi kaudu.

*M\_21\_2,5a: "Ma panen tavaliselt selliste lihtsamate tegevuste kõrvale, nagu toidu tegemine või koristamine, mingid ETV saated käima, kas Foorumi või vanasti Vabariigi kodanikud. Nüüd on see Suud puhtaks küllaltki hea saade."*

Meediapäevikute põhjal on aga märgata traditsioonilisest meediast loetavate uudiste ülekaalu. Traditsioonilise meedia alla olen liigitanud ka ajalehtede ja ajakirjade veebiväljaanded. Seega loeti nädala jooksul kokku 137 traditsioonilise meediakanali uudist, mida võrreldes 36 sotsiaalmeedia kanalist loetud uudisega on peaaegu neli korda rohkem. Seega on hästi näha

vahet inimeste enda arvamuse, mis tuleneb intervjuudest, ning meediapäeviku vahel. Inimesed ise arvavad, et nad loevad rohkem uudised sotsiaalmeediast, kuid tegelikult on sotsiaalmeedia nende jaoks vaid kanal, mille kaudu nad jõuavad traditsioonilise meedia uudisteni.

### **Sotsiaalmeedia kanalid ja muud *online* kanalid**

Sotsiaalmeedia ja teisi *online* kanaleid jälgivad intervjuudest tulenevalt aga kõik uuringus osalejad ning kuuele neist on see peamiseks ehk olulisimaks meediakanaliks. Sealtnaud saadud sisu jaotub Facebooki, Twitteri ning teise *online* kanalite vahel.

Kõige sagedamini jälgitakse uudiseid Facebooki vahendusel ning seda kanalit kasutab seitse intervjuueeritavat. Peamisteks põhjusteks on kanali kasutamise mugavus ning info koondumine ühte kohta. N\_20\_0,5a ja M\_21\_2,5a on oma uudistevoogu Facebooki kontol vastavalt individuaalsetele eelistustele korrastanud. See tähendab, et märkinud meeldivaks need leheküljed, kelle teavitusi ja uudiseid nad enda uudistevoos näha soovivad. Näiteks N\_20\_0,5a on sellised moel oma Facebooki uudisvoogu “tellinud” Postimehe, Pärnu Postimehe ja Briti avalik-õigusliku meediaorganisatsiooni BBC uudised.

Uuritavate meediakasutuses esineb ka teatud moel eiramise taktikat. Näiteks on N\_23\_4a vältinud endale Facebookis meediakanalite meeldivateks lisamist, et ta enda tähelepanu nendele oma sotsiaalmeedia kanalis kulutama ei peaks.

*M\_21\_2,5a: “Ma olen üritanud Facebookis endal seda ajavoogu pigem nii moodi timmida, et kõik välismaa portaalid nagu Telegraaf, Guardian ja muud, et neid ma loen sealt kaudu. Sotsiaalmeedia või Facebook vähemalt on minu jaoks pigem meedia tarbimise koht kui midagi muud.”*

Lisaks mugavusele tõi N\_20\_0,5a välja, et Facebooki kaudu on uudiseid võimalik kiiresti leida. Lisaks on sotsiaalmeedia kasutamine käepärane ja lihtne omades kaasaskantavat nutitelefoni või tahvelarvutit ning seda saab hõlpsasti teha ka ühistranspordis. See on ka oluline N\_22\_2a’le, kellele meeldib, et ta saab Facebooki kaudu asjadest kohe teada. M\_21\_2,5a hinnangul on Facebooki plussiks kanali selektiivne funktsionaalsus – kasutajale esitatakse teatud valik tähtsamatest (suurema potentsiaalse mõju ja ulatusega) uudistest. Samale punktile rõhustid ka

M\_22\_1,5a ja M\_29\_9a. M\_22\_1,5a jaoks on oluline ka uudiste varieeruvus Facebookis, see tähendab tema hinnangul professionaalsete meediakanalite ja Facebooki personaalsete kontaktide jagatud info ja uudislugude vahelduvat esitamist.

*M\_22\_1,5a: “Kui sul on sotsiaalmeedia, siis sul on rohkem variatsiooni, sest sul on esiteks need samad asjad kõik olemas, mis traditsioonilises meedias, aga kui juhtub midagi väga olulist, siis see on selline breaking news. Lisaks, sul on rohkem selliseid analüüsiartikleid, arvamused, /.../, see teema on palju laiem.”*

M\_21\_2,5a ja N\_22\_2,5a jaoks seisneb Facebooki eelistamise võti kanali sotsiaalses mõõtmes ja interaktiivses olemuses. M\_21\_2,5a'l on antud kanalis olemas koos sõpradega loodud grupp, kus üksteisele jagatakse enda jaoks huvitavaid uudiseid. N\_22\_2,5a jagab endale huvi pakkuvaid meediauudiseid oma Facebooki sõpradega privaatsete sõnumite vahetamise rakenduse kaudu.

*N\_22\_2,5a: “Ma arvan, et see on mugav ja jällegi, et see on selline sotsiaalne aspekt, et ma saan arutada kellegagi. Vahel keegi lihtsalt saadab mulle Facebooki messengeri uudiseid ja siis ma loen neid, aga jah, ma arvan, et see mugavus ongi see kõige suurem reason.”*

*iPhone News* rakendusest, mis on *iPhone*'i kasutajatele mõeldud uudiseid koondav rakendus, jälgivad uudiseid nii M\_29\_9a kui ka N\_22\_2,5a. Mõlema jaoks tundub see mugav, sest rakendus näitab neile vaid neid uudiseid, mis nad on ise algselt valinud, et neile huvi pakuvad. Twitterist jälgib uudiseid aga vaid N\_23\_4a. Seega on kõige populaarsemaks, siin väljatoodutest, kindlasti Facebook.

### **3.1.2 Meediakriitilised tähelepanekud**

Intervjuude käigus tekkis jututeemaks ka see, milline üldmulje on inimestel meediamaastikust kujunenud. Selle kaudu, et aktiivselt jälgiti nii Briti kui Eesti meediat, aga ka üleilmseid kanaleid, oli inimestel välja kujunenud võrdlev ja kohati kriitiline vaade või kõrvalpilk. Nii toodigi intervjuudes välja mitmesuguseid meediakriitilisi aspekte. Need tähelepanekud võib

koondada järgnevate märksõnade alla: usaldusväärsus, ammendavus, poliitiline korrektsus ja erapooletus.

Enamus intervjueeritavast peavad oma meediatarbimise kogemustele tuginedes Eesti meediat üldiselt usaldusväärseks. Seda tunnetuslikku seisukohta toetab ka Eesti kõrge ajakirjandusvabaduse määr.

N\_23\_4a hinnangul on näha, et Eestis ei tsenseerita uudiseid eriti. Lisaks toetavad usaldusväärstust tema arvates ka rohked arvamused, mida Eesti meedias avaldatakse. Samas tunneb ta, et Eesti meedia on viimasel ajal muutunud "kollasemaks", see tähendab, et enam tähelepanu pööratakse kõmulisele ja skandaalsele sisule. Samas ei pea päris kõik intervjueeritavad Eesti meediat usaldusväärseks. M\_22\_1,5a leiab, et ühtegi meediaväljaannet, olenemata riigist, ei ole võimalik nimetada täiesti usaldusväärseks. Seda toetab veidi ka M\_21\_2,5a arvamus, kelle arvates Eesti meedia on küll usaldusväärne, kuid ta leiab, et inimesed peavad enda arvamuse siiski ise kujundama.

*M\_21\_2,5a: "Kuigi üldjuhul ma Eesti meediat usaldan ja nad annavad kõigile sõna, mis on okei, aga see lõpp arvamus tuleb ju ikkagi endal kujundada, mitte selle põhjal, mida ajakirjanik ütleb."*

Meedia vahendatud informatsiooni ammendavuse suhtes jagunevad arvamused kaheks. Pooled intervjueeritavates arvavad, et Eestis on piisavalt erinevaid lehti ning rohkem siia ei mahukski, kuid teised arvavad vastupidist. N\_23\_4a ning N\_20\_0,5a tunnevad puudust kõrge kvaliteediga lehtedest nagu näiteks Sirp, mille nad on mõlemad ka viidanud. M\_22\_1,5a leiab aga, et meil oleks vaja mingit suuremat üleriigilisemat väljaannet, mis omaks laiemat kõlapinda. Lisaks pakuti välja ka professionaalsele meediale vastukaaluks oleks kasulik töötada välja uusi sõltumatuid uudisteportaale.

*M\_22\_1,5a: "Kõige parem vastus sellele oleks, et meil võiks olla nagu mingi kergelt laiemapõhjalisem riiklik väljaanne. Midagi sellist tugevamat, et seista vastu nii öelda sellele kommertsilikumale ajakirjandusele."*

Need, kelle meelest on Eesti meediamaastik piisavalt mitmekesine, arvavad, et kõik vajalikud väljaanded on esindatud ning seega pole otseselt tarvis midagi uut juurde luua. Kui arvestada Eesti elanikkonna suurust ning ajakirjanduslikke väljaannete ja kanalite arvu, siis võib tõdeda, et neid on rohkelt, kuid nende poolt pakutav võib jääda suhteliselt ühekülgses. Seda toodi intervjuudes välja põgusalt, aga pikemalt ei analüüsitud.

Uuritavate arvates on omaette küsimus poliitiline korrektsus meedias. M\_21\_2,5a jaoks oli häiriv, et erinevaid olukordi ja sündmusi seostatakse koheselt erakonnapoliitikaga, tegemata vahet eraisiku tegevusel ja vastutusel ning erakondlikul vastutusel. N\_22\_2a jaoks on probleem hoopis laialdasem. Tema arvates ei käsitle Eesti ajalehed ja ajakirjad tihti spetsiifilisi teemasid vastutustundlikult, näiteks esineb puudujääke immigratsiooni teema kajastamisel meedias. Samuti leiab ta, et meedia süvendab soostereotüüpe, mis on ebakorrektsuse üks levinumaid näiteid Eesti meedias.

### **3.1.3 Arvamused ja hoiakud Eesti ja Suurbritannia inforuumi suhtes**

Intervjuude käigus toodi välja ka tähelepanekuid Eesti ja Suurbritannia meedia erinevuste kohta, mida uuringus osalejad on ajapikku täheldanud.

Ühe erinevusena toodi välja, et mõned Briti mediakanalid esindavad üsna avalikult kindlat maailmavaadet. Eesti meediamaastikul on selline avalik maailmavaateline või poliitiline häälestatud pigem erandlik. Eesti professionaalsed mediakanalid esitlevad end siiski maailmavaateliselt neutraalsena, kuigi sellegi poolest võidakse olla veidi kallutatud. M\_21\_2,5a arvates on niisugune kohatine teadvustamata kallutus negatiivne nähtus, sest sellisel moel võidakse kanali auditoriumit eksitada. Suurbritannia ajalehti lugedes oskab ta uudiseid lugedes teatud hoiakulise aktsendiga juba ette arvestada.

*M\_21\_2,5a: "Eesti meedia üritab näida hästi neutraalsena ja minu jaoks on see natuke nagu kaotatud võitlus, sest isegi kui üritad neutraalne olla, siis sa annad kõigile mingid alateadvuslikud poolehoiud, samal ajal kui Suurbritannias on väga selgesti näha, et kui me loeme Guardianit, siis see on vasakpoolne, kui me loeme Telegraafi, siis see on väga parempoolne ja konservatiivne, et neid artikleid saab juba eelarvamusega lugeda ja*

*samas ma ei pea siis kahtlema, kas mind üritatakse mõjutada või ei üritata, sest ma tean, et üritatakse.”*

N\_23\_4a ja N\_37\_7a tähelepanekute kohaselt on suured erinevused ka teemavalikus, seda kas või erinevate maailma piirkondade nähtavuse ja olulisuse näitel. Eestis meediakanalid edastavad sageli uudiseid lähimate naaberriikide kohta, näiteks kajastatakse palju Venemaaga seotud uudiseid. Samal ajal, kuigi Venemaa tähtsus on suur ka maailmapoliitikas, esineb selle teemalist sisu Suurbritannia meedias harva. Seal on ka Ukraina konflikt oma aktuaalsust kaotanud. Seevastu kajastab Briti meedia nende arvate intensiivselt Ameerika Ühendriikides toimuvat, seda suuresti kahe riigi vastandamise kontekstis.

Rahvusvaheliste uudiste edastamise aktuaalsuse osas, mis annab võimaluse Eesti ja Briti meediat võrrelda, ollakse intervjuudes üsna kriitilised. Uuritavate meelest on häiriv, et maailma uudised jõuavad Eesti meediasse sageli hilinemisega ning on tihti peale sõna-sõnaline tõlge välismaa kanalites ilmunud sisust, mitte originaaltoodang. Samal ajal peavad uuringus osalejatest pooled Eesti meediat kui institutsiooni Briti meediast usaldusväärsemaks, kuigi Briti meedia suutlikkus sündmusi kajastada kiirelt ja operatiivselt on suurem ja laiahaardelisem.

Inimeste arvamused meediast on aga erinevad ning kohati lausa vastuolulised. Järgnevalt toon välja kaks näidet, millest esimene iseloomustab suuremat usaldust Eesti meedia vastu ning teine pigem suhtub Eesti meediasse negatiivselt.

*N\_37\_7a: “Tihtilugu kui lugesin kas mõnda CNNi või BBC uudist, siis tundus, et see on nagu kahtlane, kas on ikka asjad päris nii. Siis ma hakkasin rohkem vaatama Eesti uudiseid ja Eesti uudised tundusid nagu rohkem tõepärasemad olevad, kui siin need suuremad meediakanalid.”*

*N\_22\_2a: “Oli uudis, kuidas Eestisse tuuakse NATO vägesid rohkem sisse. Isegi sellest sain ma BBC-st enne teada kui Postimehest, mis tuli nagu järelkaja, /.../, natuke on nagu pettumus mõnikord, kui näed, et isegi pealkirjad on nagu üks ühele ära tõlgitud.”*

Siinkohal ongi oluline lisada, et kuivõrd uuringus osalenute meediarepertuaarid, huvid ja arusaamad on siiski üsna erinevad ning nad ei ole tarbinud täpselt ühesugust meediasisu, siis ei ole võimalik ka nende hinnanguid ja reaktsioone omavahel täielikult kõrvutada ja võrrelda

## 3.2 Hargmaisus

Intervjuus paluti uuritavatel rääkida hargmaise eluviisi teema sissejuhatuseks lühidalt oma lugu – kuidas ja millistel põhjustel on nad välismaale elama asunud.

Üle poolte vastanutest tõi Suurbritannias elamise põhjuseks õpingud või erialase töö. Üks neist kavatses kohe pärast lõpetamist Suurbritanniast lahkuda ning teine sooviks teha sama, kui ta leiaks mujal Euroopas oleksid oma erialal samasugused võimalused. Kuid kuna tema hinnangul on mujal olukorrad halvemad, siis eelistab ta olla eriala kaudu pigem Suurbritanniaga seotud. Muudel põhjustel suundusid Ühendkuningriiki elama vaid kaks intervjuueeritavatest, kellel on praeguseks olemas töökoht ning riigist lahkuda neil plaanis pole.

Intervjuud analüüsesid oli näha, et mitmete inimeste jaoks oli võõrsile siirdumise juures nii plusse kui miinuseid. Ühelt poolt oldi saavutatud soovitud õppe- või töökoht, kuid teisalt ei pakkunud sealne ühiskond kõike seda, mida inimesed soovinuks. Seega on neil sellise olukorra suhtes kahetised tunded.

*N\_23\_4a: “Personaalselt tahan ma siit riigist nii kiirelt ära saada kui võimalik, sest et mul ei ole kunagi väga Inglismaa kultuur, ega ka keel väga meeldinud, aga kuna ma alati olen teadnud, et ma tahan teadust teha, siis ilmselgelt ma tulin siia, kus on suured head ülikoolid ja raha, ning ma kannatan selle asja ära.”*

### 3.2.1 Identiteet ja kodakondsus

Intervjuudest selgus, et kõik intervjuueeritavad tunnevad, olenemata Suurbritannias elatud perioodist, siiski sidet eestlusega. Samas erines eestlaseks olemise kui suhteliselt selgepiirilise tunnuse kõrval oma identiteedi mõtestamise viis intervjuueeritavate hulgas. Seda oli näha ka intervjuust üldiselt, mitte vaid antud teema küsimuste puhul. Näiteks oli näha, et kuigi tegelikult

pole eesti keeles lugemine mõnele uuritavatest otseselt oluline, siis nad teevad seda siiski, soovides mõtestatult hoida sidet Eestiga. Samuti oli näha ka Eesti kultuuri hoidmise tähtsust.

*M\_21\_2,5a: “Ma kahtlemata tunnen ennast eestlasena ja võibolla isegi tunnen ennast natuke rohkem eestlasena nüüd, siin olles, kui ma tundsin kodus olles.”*

Vene perekondadest pärit intervjueritavate puhul tuli esile, et kuigi Eesti on nende koduriik, on vene päritolu nende jaoks siiski samuti oluline. Nad kasutavad seda siiski oma identiteedi ning enese määratlemisel.

*N\_20\_0,5a: “Siin ikka ütlen, et olen eestlane ja Eestist, aga et kui olla väga spetsiifiline, siis olen vene keelt rääkivast perekonnast.”*

Kahe inimese kirjeldustest võis aga välja lugeda seda, et hargmaisena elava indiviidi minatunnetus võib aja jooksul muutuda vähem selgepiirilisel mõtestatavaks. Nad pidasid ennast küll eestlasteks, kuid leidsid, et neis on ka juba eurooplase tunnetust ning rahvus ei ole nende jaoks nii kategooriliselt tajutav ning oluline tunnus kui varem.

*N\_37\_7a: “Ära kolimisega tekib selline vahepealne olek, et sa ei ole päris siin kodanik, aga sa ei ole enam nagu Eestis ka.”*

Identiteeti määratles laiemalt üks uuringus osalenud inimene, kelle jaoks oli kõige määravamaks ühtekuuluvuse tunne. Ühest küljest võib see olla kui osa eurooplaseks olemise tunnetusest, sest samasust tuntakse endale lähedal asuvate riikide kodanikega. Samas võib seda lugeda ka identiteedi mõtestamise üheks osaks.

*N\_23\_4a: “Mul on tekkinud selline väga suur ligimese tunne kui hakatakse leedukate või poolakate kallal võtma, sest need on ikkagi Eestile lähedased riigid.”*

Üldiselt defineerisid kõik intervjueritavad ennast siiski esmalt eestlastena. Laiendused ja edasiarendused identiteedi ja kuuluvuse osas tulid esile intervjuude hilisemas etapis. Valimis ei

olnud kedagi, kes oleks endast rääkinud kui Briti kodanikust, kuigi ühel osalejatest oli olemas ka Briti pass.

Kodakondsuse teemal jätkates võib lisada, et kolm vastajat võtsid kodakondsuse ka intervjuu käigus jutuks, üks neist on eespool mainitud inimene. Sellegipoolest leiavad nii tema kui ka teised kaks kodakondsuse teemal sõna võtnud inimest, et nende jaoks ei ole Briti passi olemasolu kõige olulisem saavutus. Intervjuudest selgus, et kuigi ollakse rahul Suurbritannia elukorraldusega, ei kaaluks nad kunagi Eestist ja Eesti kodakondsusest täielikult loobumist, kui neid sellise valiku ette mingitel asjaoludel seataks

*M\_29\_9a: “Ma poleks kunagi Briti passi teinud, kui ma oleksin pidanud Eestile ei ütleva.”*

### **3.2.2. Suhted ja suhtlemine rahvuskaaslaste, perekonna ja sõpradega**

Kuulumine seltsidesse ja ühendustesse on võõrsil elamise juures üks võimalikke sotsialiseerumise viide. Pooled intervjuueeritavatest on mingil Suurbritannias elamise hetkel osalenud ka kohalikes eestlaste seltsides ja ühendustes (näiteks Eesti selts) või käinud nende korraldatavatel üritustel. Nende kõigi sõnul tekitas sotsiaalne läbikäimine suuremat ühtekuuluvustunnet sealsete kaasmaalastega. Kaks inimest kuuluvad ka seltside juhatustesse ning korraldavad üritusi, mis eestlaseid Suurbritannias kokku toovad. Lisaks kaalub üks vastaja taolise eestlaste seltsi juhtpositsioonile asumist, kuivõrd ühendusel on vaja aktiivset eestvedajat.

*M\_21\_2,5a: “Meil on siin ülikooli all oma seltsing, kus korraldame Eesti üritusi, peame iseseisvuspäeva ja vahepeal õnnestub Eestist kedagi näitlema kutsuda ja selline eesti kohalik kommuun meil töötab täitsa.”*

M\_29\_9a hinnangul on oluliseks suhtlemise ja sotsialiseerumist soodustavaks platvormiks sotsiaalmeedia kanalis Facebooki asuv grupp “Eestlased Londonis”, kus jagatakse infot näiteks vabanenud elamispindade ja muu praktilise elukorraldusega seotu kohta. Kusjuures, kaasmaalaste informeerimist esmajärjekorras eelistatakse muudele avalikele infoedastamise viisidele ja kanalitele. Samas olid osad intervjuueeritavad kirjeldatud sotsiaalmeedia grupi osas

kriitiliselt meelestatud. N\_22\_2a jaoks ei täida Facebooki gruppi kuulumine rahvuskaasluse seisukohalt olulist funktsiooni. Ka N\_23\_4a loobus grupis liikmeks olemisest, pärast seda, kui ta Londonist ära kolis, sest teda häiris, et seal domineerisid vaid praktilised teemad, mis tema jaoks olid aktuaalsuse kaotanud.

Pereliikmete ja sõpradega suhtlemine oli iga uuringus osalejate puhul erinev ning sel põhjusel on raske neid mustreid üldistada. Intervjuudest selgus, et kolm uuringus osalejat on oma perega igapäevaselt kontaktis, kasutades selleks nii telefoni kui ka Skype'i. Ka N\_22\_2a suhtleb oma perega tihti, kuid tema teeb seda kirja teel. Seega selgub, et pooled intervjuueeritavatest hoiavad oma perega tihedat kontakti ning selle kaudu säilib ka nende suhe Eestiga.

*N\_23\_4a: "Ma olen see inimene, kes räägib oma emaga iga päev."*

Eestis elavate sõpradega suhtlevad tihti aga lausa viis uuringus osalejatest. Kolm neist suhtlevad oma Eesti sõpradega igapäevaselt ning kaks paaril korral nädalas. Võib järeldada, et lähedasemate suhete hoidmine Eesti sõpradega on nende jaoks ka võõrsil elades tähenduslik. Samuti on uuritavatel eestlastest sõpru ka Suurbritannias, kellega seal suurema või väiksema sagedusega suheldakse.

*M\_29\_9a: "Mul on sõbrad tuttavad kõik Eestis, nendega ma ikka suhtlen ja küsin, et kuidas läheb. See side pole päris ära kadunud."*

Lisaks ilmnes intervjuudest, et inimeste kohapealne suhtlusringkond on suhteliselt kirju ning koosneb eri rahvuste esindajatest, sealhulgas teistest sisserändajatest, eestlastest kui ka kohalikest.

Intervjuu tulemustest selgus, et suhtluskeelena on igapäevaelus võrdselt olulised nii eesti kui ka inglise keel. Kõigil uuringus osalejatel on eestikeelne suhtlus säilinud. Keele kasutamine jaotub aga kaheks: need kes kasutavad eesti keelt tihti ning need, kes pigem harva.

Kaks uuringus osalejat hindasid oma eesti ning inglise keelse suhtluse proportsiooni tasavägiseks. Nende puhul mängib rolli see, et nad elavad koos eestlastega, seega elukohas räägivad nad eesti keelt ning väljaspool kodu inglise keelt. Lisaks neile on veel kaks inimest,

kes kasutavad eesti keelt oma suhtluses igapäevaselt oma perega suhtlemiseks ning üks inimene, kes hindas oma keele kasutust umbes veerandile päevasest suhtlusest.

*M\_29\_9a: "Eesti keelt ma kasutan kusjuures väga, väga palju, sest mu majakaaslased kõik on eestlased. Ma ütlekski täpselt 50/50, et töö juures on inglise keel ja majas on eesti keel, et võib öelda, et suhteliselt palju, kui arvestada, et ma tegelikult elan Inglismaal."*

Kolm inimest kasutab eesti keelt aga tunduvalt harvem. N\_22\_2,5a meenutas, et Suurbritanniasse elama asudes kasutas ta eesti keelt nii vähe, et pärast kooliaastat Eestisse tagasi pöördudes oli tal keeruline ennast eesti keeles väljendada. N\_20\_0,5a suhtleb küll tihti oma perega, kuid seda teeb ta vene keeles ning suhtlus Eesti sõpradega ei ole nii sage, kui ta sooviks. Lisaks ei räägi üks intervjuueeritute eesti keelt peaaegu üldse.

*N\_22\_2a: "Ma arvan, et enne tänast intervjuud ma rääkisin eesti keeles mingi kaks-kolm nädalat tagasi. (Naer) Et hästi vähe, /.../, sest mul siin ümberringi ei ole nagu eriti eestlasi, ainult üks eestlane vist on mu linnas."*

Intervjuusid tehes võis märgata, et vastajad põimisid väga sageli oma juttu ingliskeelseid sõnu, mis kajastuvad ka tekstinäidetes. Ühelt poolt on tegu tehnoloogiast ja nn arvutikeelest tulenevate sõnadega, mida on inglise keelele seadistatud tehnoloogiavahendite ja rakenduste-platvormide kirjeldamiseks lihtsam kasutada, kui neile eestikeelseid vasteid otsida. Paljudele taolistele terminitele ei pruugi ka häid omakeelseid vasteid veel olemas olla. Teisest küljest viitab emakeelse jutu sisse võõrkeelsete sõnade ja väljendite põimimine sellele, et ingliskeelses elu- ja keelekeskkonnaga ollakse juba sedavõrd harjunud, et selles keeles tulevad osad sõnad kiiremini ja lihtsamini meelde. Nii võib hargmaisena elades olla pidev vajadus ühelt keelelt teisele vastavalt vajadusele "ümber lülituda" ning aja edenedes ei käi see enam nii sujuvalt, vaid oma mõtteid tuleb enda jaoks tõlkida

### **3.2.3 Meedia roll**

Varasematest uuringutest ja samuti teooria peatükis käsitletud kirjandusest on teada, et meedia mängib uues elukeskkonnas sotsialiseerumisel olulist rolli. Alljärgnevalt on esile toodud kaks

peamist aspekti, mida intervjuudes rõhutati. Ühest küljest täidab olulist funktsiooni Eesti meedia, mille vahendusel hoitakse sidet Eestiga ning teisest küljest Suurbritannia meedia, mille jälgimine aitab sisserändaja positsioonis olevatel inimestel sealse eluga kursis olla ja ühiskonnaga kohaneda ning edukalt lõimuda.

### **Kohanemine teise ühiskonnaga**

Seitse uuritavat kaheksast leidis, et Suurbritannia meedia regulaarne jälgimine on nende ühiskonnaga kohanemise seisukohast olnud väga oluline samm. Neist neli jälgis Suurbritannia meediakanaleid juba Eestis elades. Nad leidsid ühtviisi, et see oli kindlasti üks tegur, mis aitas neil uude ühiskonda elama asudes seal paremini kohaneda, sest nad olid juba teatud määral kursis antud riigis toimuvaga ning seega oskasid nendel teemadel kohe ka teistega suhelda. N\_22\_2a osundas intervjuu käigus sellele, et eelnev teadmine kohalikust kultuurist aitas vältida kultuurišoki tekkimist.

Mõned intervjuueeritud hakkasid Suurbritannia meediat jälgima alles sinna elama asudes, kuid nõustusid samuti, et meedia aitas neil uue riigiga kohaneda.

*M\_29\_9a: "Ma ei kujuta ettegi kui meediat ei oleks, kuidas sa viid ennast selle riigi kultuuriga ja üleüldse uudistega kurssi. Meedial on ju üldse väga tähtis roll meile, ma arvan."*

Samas leidis uuritavate seas ka erandlik juhtum. Nimelt väitis üks inimene, et tal oli lihtsam võõras ühiskonnas kohaneda just tänu sellele, et ta ei olnud riigis toimuvast ülemäära teadlik, eeskätt sealsetest probleemidest, nende eripärast ja ulatusest võrreldes Eesti ühiskonnaga. Ta oli asunud Suurbritannia meediat tihedamalt jälgima alles paari aasta eest. Antud väite najal võib tõdeda, et sõltuvalt olukorrast ja indiviidist võib uues elukeskkonnas kohanemine nõuda võrdlemisi palju emotsionaalset ja intellektuaalset ressursi, nii et teatud määral informatsiooni vältimine võib osutada samuti omamoodi vajalikuks strateegiaks kohanemise algusperioodil.

Siiski on Suurbritanniasse siirdunud eestlased üldiselt seisukohal, et kohalike uudiste ja muude meediaformaatide jälgimine aitab sihtriigis kohaneda, sest annab teadmisi nii poliitilisest olukorrast kui ka ülevaate infomaastikust ning juhib tähelepanu ka kultuurilistele eripäradele.

Seda kinnitab ka meediapäevikute analüüs. Kui välismaiseid uudiseid (peamiselt Suurbritanniat puudutavaid) loeti nädala jooksul kokku 103, siis eestikeelseid 72, mida pole küll väga vähe, kuid mingil määral näitab see, et proportsioon on pigem sealsete teemade kasuks.

### **Sideme säilitamine kodumaaga**

Eestiga sideme säilitamisel hindasid meedia rolli olulisust samuti seitse inimest kaheksast. Enamasti toodi esile just kultuurilist aspekti ning seda, et Eestis toimuvaga ei saa kursis olla muul viisil kui Eesti meediat jälgides (st rahvusvahelisse meediasse satuvad Eesti teemad haruharva). Lisaks mainiti, et soovitakse olla kursis kodukohas toimuvaga ning hoida alles eesti keele oskust, pealegi olevat emakeeles lugemine mitmete hinnangul ka mugavam ja kiirem kui ingliskeelse teksti lugemine. M\_21\_2,5a sõnul on Eesti meedia jälgimine suuresti pikaajalise harjumuse tulemus, mida toetab asjaolu, et tema veebilehitseja avaleheks on seadistatud ajalehe Postimees võrguversioon.

*M\_22\_1,5a: “Kui sõbrad on kolm kuud Eestist eemal olnud, siis satuvad vahepeal Elu24 browsima, sest tore on teada, mis Koit Toome teeb. Eesti kultuur on midagi, mis mulle huvi pakub ja sellepärast pean ma nagunii Eesti meediat tarbima, ehk siis seal on kindlasti selline mm... identiteedi elushoidmise motiiv taga.”*

Mõne intervjuueeritava sõnul olid meediaharjumused ajapikku muutunud ning Eesti meediakanalite jälgimine jäänud aastate jooksul tahaplaanile, samal ajal kui ühe domineerivamaks muutus Briti meedia igapäevane kasutus.

## **3.3 Meediasündmus Brexiti näitel**

### **3.3.1 Brexiti olulisus**

Suurbritannia lahkumine EL-ist on kahtlemata oluline sündmus ja protsess laiemas kontekstis ja tähelepanuväärne mitte üksnes Euroopa Liidu või Ühendkuningriigi sisepoliitika jaoks. Brexit meediasündmusena, sellega seonduvad arutelud, seadusemuudatused ja kõik muu taoline on ootuspäraselt osutunud oluliseks ka kõigi uurimistöö jaoks intervjuueeritud inimeste jaoks. Kõik uurimuses osalenud on end Brexiti temaga kursis hoidnud referendumieelsest ajast (2016. aasta veebruarist) kuni käesoleva töö valmimiseni. Siiski võib intervjuueeritavate

vastuste põhjal tõlgendada, et nn Brexiti perioodi vastuvõtt meedia vahendusel ei ole kujunenud päris ühesugusel intensiivsuse ja huvi tasemel.

N\_20\_0,5a tõi välja, et kõige intensiivsem Brexiti jälgimise periood oli enne referendumit 2016. aasta juunis, mil ta vaatas peaaegu igat "Aktuaalse kaamera" saadet ning luges pea kõiki temaatilisi uudiseid, et sündmuste käiguga kursis olla. Lisaks osales mõni intervjuueeritav ka vahetult referendumiga seotud kampaaniategevustes organisatoorsel tasandil.

*N\_23\_4a: "Ma olin isegi kampaanias Vote In, et jah, tegelesin väga! Ma olin ka BBC uudistes ja esindasin Eestit. /.../ Vahetult enne jälgisin, ikka väga, siis läks ikka tunde päevas nende uudiste peale."*

Bakalaureusetööle eelnenud pilootuuringu (Päiv, 2017) raames tehtud intervjuudest selgus, et Brexiti teemal andis valimisse sattunud inimestest meediale intervjuusid veel teinegi inimene, antud juhul oli tegemist Eesti meedia poolse Brexisi kajastamise ja Eesti kodaniku hinnanguga elule ja käimasolevatele sündmustele Suurbritannias.

Bakalaureusetöö raames tehtud intervjuudes toodi Brexitiga seonduvate arengute jälgimise juures esile sel ajavahemikul kõige olulisem sündmus. Nimelt allkirjastas Suurbritannia peaminister Theresa May just intervjuude tegemise aegsel perioodil Lissaboni lepingu ehk EL-i toimimise lepingu artiklile 50 tugineva kirja Euroopa Liidu presidendile Donald Tuskile, mis andis Suurbritannia liidust lahkumisele pöördumatu käigu. Selle taustal aktualiseerus ka iseseisvusreferendumi võimalik korraldamine Šotimaal.

*N\_23\_4a: "Viimase aja põhiprobleem, mis mulle nagu ora silmas on, on Šotimaa iseseisvusreferendum, mida tahetakse korraldada uuesti, mille poolt mina muidugi olen."*

Meediapäevikute põhjal oli näha, et Brexiti kohta uudiseid eriti palju ei loeta. Kolm uuritavat polnud enda meediapäevikusse teinud ühtegi sissekannet Brexiti teemaliste uudiste kohta. Samas olid nad muid uudiseid lugenud palju. Kõige rohkem luges Brexiti kohta käivaid uudiseid aga M\_22\_1,5a. Nii tema kui ka teiste, kes Brexiti kohta uudiseid lugesid, puhul oli

märgata, et tasakaal tavaliste uudiste ning Brexiti osas oli enam vähem sama, Brexiti lugusid oli umbes pool tavalistest lugudest. Erines see ainsana N\_37\_7a puhul, kes luges nädalaga 21 üldiste uudist ning vaid 4 Brexiti teematist uudist.

Üldiselt on näha, et Brexiti vastu huvi tundmine ning arvatavasti ka selle kajastamine meedias on hakanud kahanema ning sellepärast ei ole sellel teemal loetud uudiste arv ka eriti suur. Ka intervjuudest tuli välja, et praeguseks on huvi Brexiti kohta veidi vaibunud, sest on üle saadud esmasest šokist ning N\_22\_2a arvates on inimesed juhtunuga leppinud. Ka M\_22\_1,5a nõustub sellise mõttega.

*M\_22\_1,5a: "Brexit means Brexit!"*

Lisaks on tekkinud ka nii öelda Brexiti väsimus. M\_29\_9a sõnul on tema ning ka tema töökaaslased antud teemast tüdinenud, sest seda on tööjuures väga palju arutatud.

### **3.3.2 Suhtumine Brexitisse**

Brexiti kui meediasündmuse puhul oli oluliseks näha ka intervjuueeritavate hoiakut antud olukorra suhtes. Intervjuudest tulenevalt oli seega võimalik suhtumine Brexitisse jagada kaheks: mida arvavad ning kuidas tunnevad intervjuueeritavad ise ning milline on üldine ühiskondlik meelestatumus Brexiti suhtes. Intervjuueeritavate enda tunded jagunevad Brexiti osas samuti kaheks. Enamus neist olid Brexiti vastu ning antud tulemuses pettunud ning kaks inimest olid Brexiti poolt.

Brexiti vastased on siiani väga tugevalt Brexiti vastu meelestatatud ning ei pea seda õigeks. N\_23\_4a arvates on Brexit väga vastuoluline, sest ühest küljest ei soovi Suurbritannia vastu võtta immigrante, kuid teisest küljest soovivad nad jätkuvalt Euroopa Liiduga ühist turgu. N\_22\_2a arvates on antud olukord mõttetu, sest tema arvates on immigratsioon ja rahvaste segunemine olukord, mis kaasneb üleilmastumisega ning mida ei saa nagunii muuta. Lisaks oli probleemseks see, et Brexiti tõttu muutub eestlaste elu Suurbritannias kindlasti keerulisemaks, nagu arvas M\_22\_1,5a.

*N\_23\_4a: “Ma olen päris, päris pettunud selles tulemuses, mida me siin praegu näeme, /.../, kõik see on nii vastuoluline. Nad tahavad seda ühist turgu, aga nad ei taha immigrante, see kõik saab nii suur probleem olema ja see arutamine tuleb nii pikk ja vaevaline.”*

Mõlema Brexiti pooldaja peamiseks põhjenduseks oli aga Euroopa Liidus valitsev immigratsioonipoliitika. N\_37\_7a peab oluliseks, et pärast Brexiti tulemusena kasvaks turvatunne Suurbritannias, sest praegu on tema sõnul olemas piirkondi, kuhu ei soovitata minna ning kus õhtuti ei ole võimalik väljaski käia. Ka M\_29\_9a jaoks on probleemne, et riikidele endile ei jääta Euroopa Liidus mitte mingit otsustusõigus vastu võetavate immigrantide osas.

*M\_29\_9a: “Läks jutuks, et kuus inimest kuuest, kõik kes said passi naturalisatsiooni korras, mis tähendab, et keegi neist ei olnud inglane, käest küsiti, et mille poolt hääletad, siis kõik ütlesid, et Brexit. See paneb mõtlema, et see ei ole vaid inglaste asi.”*

Üldine suhtumine Ühendkuningriigi ühiskonnas on intervjueeritavate meelest enamasti Brexit vastane. N\_22\_2a sõnul ei ole ta kohanud kedagi, kes oleks Brexiti poolt olnud. Lisaks tõi ta välja Suurbritannias enne referendumit ülikoolides läbi viidud hääletuse tulemused ning need olid täielikult Brexiti vastu.

*N\_22\_2a: “Ma ei ole ühtegi inimest kohanud, kes on Brexiti poolt, et meil, juba enne, kui Brexit juhtus, tegi ülikoolide ühendus sellise hääletuse, et lihtsalt näha, mida ülikooli inimesed arvavad ja see oli mais vist ja ma mäletan, et selle tulemus oli vist mingi 98% inimesi, kes sellest küsitlusest osa võtsid, olid Brexiti vastu.”*

Mõned intervjueeritavatest tõid välja ka näited põlvkondade ning piirkondade erinevast suhtumisest Brexitisse. Eelkõige toodi välja Londoni soovi kindlasti säilitada koht Euroopa Liidus, kuid samuti mainiti ära just vanemaealiste soovi sealt lahkuda.

*M\_21\_2,5a: “Ma tean ka inimesi, kes ise olid pigem vastu, aga kelle vanemad hääletasid välja mineku poolt, et see generatsioonide vahe tuleb päris hästi välja siit.”*

Kui uurida, et mis võib Brexiti poolt olemise põhjuseks olla, tuleb välja, et peamiseks on, samamoodi nagu N\_37\_7a'l ja M\_29\_9a'l, Euroopa Liidu immigratsioonipoliitika.

### 3.3.3 Brexiti võimalik mõju ja edasised arengud

Intervjuude põhjal saab öelda, et Brexit on tekitanud Suurbritannias eelkõige palju ebakindlust, sest inimesed ei tea asjade edasist käiku ning seda, mis neid ees ootab. Eriti teravalt puudutab see sisserändajaid, kaasa arvatud EL-i riikide kodanikke. Kõige olulisemaks peavad nii N\_22\_2,5a kui ka M\_29\_9a seda, et jõutaks otsusele, mis EL-i kodanikest saab, samuti Suurbritannia kodanikest, kes mitmel pool EL-i riikides elavad. Lisaks töid intervjuueeritavad välja järjest nähtavamad rassismi- ja diskrimineerimise ilmingud, mis varem nii avalikult silma ei paistnud.

*N\_23\_4a: "Kui õnnetud olid mu ülikooli kursusekaaslased, just britid, sest et nad ütlesid, et sina saad siit ära minna, sul on Euroopa Liidu pass ja noh sina saad minna ükskõik, mis riiki tööle, aga meie oleme siin nüüd lõksus."*

Kõik intervjuueeritavad, kes käisid ülikoolis, sõnasid, et nende elu Brexit praegu ei mõjuta, sest nemad saavad ülikoolis edasi käia nende tingimuste järgi, kuidas nad sinna sisse astusid. Küll aga on Brexit probleem tulevastele tudengitele, kelle jaoks N\_23\_4a sõnul tõuseb õppemaks sama kõrgeks kui praegu oli väljastpoolt Euroopa Liitu tulnutel. Ka teiste intervjuueeritavate arvates on tulevastel tudengitel keerulisem Suurbritanniasse ülikooli astuda, sest piiranguid karmistatakse ning õppemaksud tõusevad. Lisaks toodi välja ka juba 2016. aasta sügisel toimunud muutused, kui ülikoolidesse kandideeris vähem välistudengeid kui varem.

*N\_22\_2a: "Kui minu ülikoolil on majanduslikult rasked ajad, siis see tähendab, et ka minul on, sest võibolla ei saa ma siis õppetoetust ja ülikool hakkab kokku hoidma."*

Tuleviku suhtes ollakse enim mures majanduse pärast. Pooled intervjuueeritavatest ütlesid, et hoiavad majandusel silma peal, sest need kindlasti hakkavad muutuma. Eriti oli seda näha ka sellest, et koos Brexiti tulekuga kahanes algul meeletult ka naela väärtus.

*M\_22\_1,5a: “Asjad paratamatult lähevad märkimisväärselt halvemaks kui Brexit. See on see, mida mulle meeldib jälgida, mis toimub NHS-is või mis toimub World Trade süsteemis või mis toimub pensionitega jne.”*

Intervjueeritavatele pakub huvi ka Suurbritannias töötavate ja elavate välismaalaste tulevik. M\_29\_9a arvab, et seadusega pannakse sellele lihtsalt mingi piirang peale. Praeguseks pole aga mitte midagi kindlat selle koha pealt avaldatud. N\_22\_2a muretseb aga hoopiski selle pärast, mis saab tulevikus Euroopa Liidust, sest Suurbritannia oli rahaliselt selle üks väga suur toetaja.

*N\_22\_2a: “Ma tõesti loodan, et Euroopa Liitu see nii väga ei mõjuta. Mul pigem on mure Euroopa Liidu poolt kui Inglismaa poolt.”*

Kogutud andmete ja nende analüüsimise tulemuste kontekstis võib kokkuvõtlikult väita, et uuringus osalenud inimeste meediakasutus ja -repertuaarid on isegi sellises väikeses rühmas üsna erinevad ja mitmekesised ning sugugi mitte kattuvad ega üheplaanalised. Samuti võib märgata, kuidas erineva iseloomu ja funktsiooniga platvormid ja kasutuses omavahel põimunud ning neid oma mõnevõrra keeruline üksteisest eristada või täpsemalt määratleda. Eriti puudutab see interneti- ja sotsiaalmeedia omavahelist kohatist segunemist. Peatükk andis üldise meediakasutuse kõrval ülevaate ka uuritavate täpsematest huvidest ja meediaga seotud hoiakutest. Samuti andis aimu inimeste informeeritusest ühiskonnas toimuvast ühe aktuaalse protsessi või meediasündmuse näitel. Lõpetuseks käsitleti peatükis seda, milline on hargmaiselt elavate Suurbritannia eestlaste identiteet ja side erinevate kogukondadega nende endi hinnangul – kas ja kuidas on see nende võõrsil elamise ajal muutunud. Samuti uuriti, millist mõju avaldab meedia ühelt poolt nende kohanemisele Suurbritannias ja teisalt kontaktide ja sidemete säilimisele kodumaaga.

## 4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

### 4.1 Järeldused

Järgnevas peatükis esitan oma uuringu põhjal tehtud järeldused, kus olen sidunud tulemused töö esimeses osas toodud teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtadega. Antud peatükk jaguneb töö alguses ära toodud uurimusküsimuste põhjal viieks, vastates kolmele põhiküsimusele ja kahele alaküsimusele.

#### 1. Milline on Suurbritannias elavate eestlaste meediakasutus ja -repertuaar?

Töös olen analüüsinud väikese grupi Suurbritannias elavate eestlaste igapäevast meediatarbimist. Lisaks olen püüdnud uurimuse raames kogutud andmete põhjal teha järeldusi ka selle kohta, millised võiksid olla nende meediarepertuaarid, tuues välja neis olevad erinevused ja sarnasused.

Tuginedes Hasebrinki ja Domeyeri (2012) meediarepertuaaride definitsioonile, mille järgi koosneb inimese meediarepertuaar meediasisust, mida ta regulaarselt jälgib ja kanalitest, mida kasutab. Siiski ei saa selle juures määratleda ühte kindlat meediakasutuse viisi, vaid igal inimesel kujuneb see erinevalt. Samale järeldusele võimaldasid tulla ka minu töö tulemused. Kogutud andmed näitasid selgelt, et kahte samasugust meediarepertuaari ei esinenud, see oli igal inimesel individuaalne ja eripärane.

Kokkuvõtlikult saan märkida inimeste tänapäevane meediakasutus jagunes erinevate kanalite, meediumite ning väljaannete vahel, mis olid tihtipeale omavahel põimunud, mistõttu oli ka uuritavatel endil mõnikord keeruline neid üksteisest eristada. Seda näitas bakalaureusetöö raames tehtud meediapäevikute ja intervjuude analüüs, sest kui ma palusin uuritavatel oma meediapäeviku sissekandeid hiljem lähemalt kommenteerida, siis kippusid nende jaoks erinevad platvormid ja kanalid (nt sotsiaalmeedia- ja *online*-kanalid) mõnevõrra segunema. Selgus, et uudiseid jälgides ei tee inimesed väga täpselt vahet, kust nad midagi kasutavad ning seega ajavad nad hiljem oma kasutuspraktikat kirjeldades kõiki variante ka omavahel segamini.

Nende seisukohast vaadatuna ei pruugi taoline täpne ja teadlik eristamine üldse suurt tähendust omada, küll aga muudab see keerulisemaks meediakasutuse uurimise ja analüüsimise.

Seda olukorda selgitab hästi Ibruse (2014: 98) poolt lahti seletatud mõiste ristmeedia, millega ta viitas suurte meediatööstuste poolt kasutatavaid uusi ning arenevaid strateegiaid, kus luuakse uudiste sisu mitme erineva kanali jaoks, kaasates ka internetiplatvorme, mis andsid senisest enam võimalust kanalite vaheliseks koostoimeks ning avalikkuse osalemiseks. Seega on näiteks võimalik ühte ja sama Postimehe uudist lugeda erinevate kanalite kaudu, kuid lugejate seisukohast võib raske olla vahet teha, kas tegu on sotsiaalmeedias loodud või traditsioonilise meediakanali edastatud uudisega (näiteks Postimehe veebiversiooni uudisega, mida keegi on Facebookis lisaks veel koos omapoolsete kommentaaridega varustatult jaganud).

### **1.1 Milliseid kanaleid ja millist meediasisu bakalaureusetöös uuritavad inimesed valdavalt jälgivad?**

Kõigil olid välja kujunenud endale omased harjumused ning kanalid, kuidas ja kust meediat tarbida. Ajalehtede seast loeti valdavalt just veebiväljaandeid, see kehtis nii Eesti kui ka Briti meedia jälgimise kohta. Peeter Vihalemma ja Ragne Kõuts-Klemmi (2017: 252) hinnangul ongi inimeste suhted traditsioonilise meediaga aja jooksul muutunud ning see on tingitud interneti järjest laiemast levikust, samuti on üha enam traditsioonilise meedia kanaleid liikunud ka veebiplatvormidele. Samas on autorite sõnul ajalehtede lugemine 2000ndate aastate algusega võrreldes kokkuvõttes kasvanud, kui arvestada ka veebiväljaandeid, ning võib eeldada, et ka uudiste lugemine ei ole kunagi varem olnud nii rohke kui praegu. Sama on näha ka minu uuringust, kust selgus, et palju loeti traditsioonilisest meediast pärit sisu, peamiselt ajalehtede veebiväljaandeid. Need ületasid mahult mitu korda sotsiaalmeedia või muude online-väljaannete sisu jälgimist.

Bakalaureusetöös kasutatud andmekogumise viisid – meediapäevik ja intervjuu – andsid meediatarbimise kohta teineteist täiendavaid andmeid. Kui intervjuude põhjal oleks võinud järeldada, et uuringus osalejad kasutavad meedia jälgimiseks peamiseks sotsiaalmeediat, siis meediapäevikute analüüs näitas hoopis traditsioonilise meedia suuremat tarbimist. See haakub hästi ka Peeter Vihalemma ja Ragne Kõuts-Klemmi (2017: 254) poolt kirjutatuga, et kuigi on

näha paberlehtede lugemise järjest vähemaks jäämist, ei tähenda see, et vähenenud on uudiste tarbimine kui selline; muutunud on kanalid, mille kaudu seda tehakse.

Kui teha vahet Eesti ja välismaistel kanalitel, siis jälgiti rohkem välismaiseid. Marianne Leppik ja Triin Vihalemm ja (2017: 613) leiavad hargmaise meediakasutuse eripärasid uurides, et niisugusel juhul on meediarepertuaar üldiselt mitmekesisem ja laiem või rikkalikum, sest sellesse on hõlmatud meediakanalid mõlemast ühiskonnast. Minu uurimistöö puhul tuli samuti esile, et jälgitakse nii Eesti kui ka Suurbritannia veebiportaale, samuti koosnes inimeste sotsiaalmeedia kaudu saadav sisu muuhulgas ka mõlema riigi meediakajastustest. Eesti kanalitest oli kõige populaarsemaks kindlasti Postimehe veebiväljaanne, kuid välismaiste puhul ei eristunud otseselt ükski väljaanne. Sotsiaalmeedia puhul jälgiti peamiselt Facebookis ringlevaid uudiseid. Teised kanalid ei olnud uuritavate hulgas niivõrd populaarsed. Sotsiaalmeedia kasutamise peamiste põhjuste mainiti kasutamise mugavust ning info koondumist ühte kohta. Samuti leiti, et Facebook võimaldab huvipakkuvat infot kiiresti kätte saada.

Meediasisu ning teemade poolest oli peamiseks ühiseks huviks poliitika. Selle mainimine intervjuus võis aga olla tingitud Brexitle pööratud tähelepanu tõttu uuringus, mis võis suunata uuritavaid ka poliitikateemalisi uudiseid rohkem lugema. Teemadest käisid läbi veel teadus, mis huvitas eriti ülikoolis õppivaid inimesi, kelle edasistes plaanides on end teadustööga siduda. Lisaks oli meediapäevikuid analüüsides näha, et palju loeti ka meelelahutusliku sisuga artikleid. Uuringus osalejad ise ei rõhutanud eraldi huvi mingite meediateemade vastu, pigem väitsid, et loevad lihtsalt seda, mis neile huvitavana tundub ning teema seal otseselt valikukriteeriumina rolli ei mängi.

## **1.2 Mil määral jälgivad uuritavad aktuaalsete ühiskondlike sündmuste kajastamist meedias? Töös on sellise sündmuse näitena välja toodud Brexit.**

Meediapäevikutest selgus, et uuritavad jälgisid meediat üldiselt palju, kuid mis puutub töös näiteks toodud Brexitesse, siis selle puhul oli näha, et uuringu toimumise nädalal ei jälginud seda sugugi kõik inimesed. Küll aga saab intervjuude põhjal öelda, et üldiselt oli antud teema kõigi inimeste jaoks oluline ning nad olid sellega end kursis hoidnud. Kõik olid Brexiti

teemalisi uudiseid jälginud referendumi toimumisest alates ja ka enne seda. Samas jälgisid inimesed seda erineva intensiivsusega ning huviga. Brexiti hääletuse puhul on muidugi huvitav küsimus, millist rolli mängis meedia hääletustulemuste kujunemises. George Barnett (2016) on leidnud, et meedia otsesest mõju hääletustulemustele on küll raske empiiriliselt hinnata, küll aga suunas meedia inimeste arvamuse kujunemist. Minu tehtud intervjuude põhjal võib öelda, et inimeste omavahelist arutelu Brexiti üle meedia tõesti võimendas, paljud mainisid erinevate kajastuste üle arutamist sõprade või tuttavatega ning olid samuti teadlikud nende seisukohtadest.

Dayan ja Katz (1994) rõhutavad seda, et meediasündmuste juures tuleb silmas pidada, et nende kulg võib olla ettearvamatu. Brexiti teemal intervjuueeritavatega rääkides tunnistati, et hääletustulemused olid paljudele, isegi meediakajastuste põhjal tulemuste tõenäosust hinnates, täielikuks üllatuseks või lausa pettumuseks. Peaaegu aasta hiljemgi on tulemusi raske mõista ning toetada.

Üldiselt saab öelda, et kuigi Brexit teemana oli inimeste uudistemenüüs nähtaval kohal ning seda peeti üldiselt oluliseks protsessiks ühiskonnas, oli uuringu toimumise ajaks selle jälgimise intensiivsus võrreldes referendumiga eelse ning kohe sellele järgnenud ajaga vähenenud. Kuigi 2017. aasta märtsikuus, millal toimus meediapäeviku täitmine, leidis aset Brexiti protsessi ametlik käivitamine, mis pidanuks teiste uudiste seast ehk rohkem eristuma, väitsid inimesed end sellest teemast juba väsinud olevat ning et see ei paku neile enam nii suurt huvi kui varem.

## **2. Millist rolli mängib meedia ühelt poolt inimese kohanemisel Suurbritannia ühiskonnas ja teiselt poolt sideme säilitamisel Eestiga?**

Alencar ja Deuze (2017: 161-163) leiavad, et meedia on oluline poliitiliste, kultuuriliste, sotsiaalsete protsesside peegeldaja, mis aitab sisserändajatel uut ühiskonda mõista ja seal kohaneda. Bakalaureusetöös läbi viidud uuringu põhjal saan samuti väita, et meedia on kindlasti mänginud rolli uuritavate kohanemisel Suurbritannias. Enamus leidis, et Suurbritannia meedia regulaarne jälgimine on nende jaoks sealses ühiskonnas kohanemisel olnud väga oluline. Pooled olid jälginud Suurbritannia meediat juba ka Eestis elades, mis oli samuti lihtsustanud nende ühiskonda sulandumist. Nende ühine arvamus oli, et meedia oli kindlasti üks tegur, mis

muutis uude ühiskonda sulandumise nende jaoks lihtsamaks ning sujuvamaks, sest nad oskasid juba ette aimata, sealse ühiskonna eripärasid ning olid kursis tähtsate teemadega. Ka varasemalt läbi viidud uuring (Kim, 1988; Kline ja Liu, 2005; Alencar & Deuze, 2017 kaudu) kinnitab, et sihtriigi massimeedia jälgimine suurendab immigrantide kohanemise tõenäosust ja on heaks aluseks suhtluse algatamisel sealse kultuuri esindajatega.

Meedia jälgimise ja kultuurilise kohanemise puhul tekivad erinevused Alencari ja Deuze'i (2017: 161-163) sõnul just sisserändajate erinevate motivatsioonitegurite põhjal (nt töö tõttu ajutiselt ümber asunud või põgenikud, kellel ei ole suurt lootust kodumaale tagasi pöördumiseks). Oma töö põhjal saan öelda, et inimeste jaoks, kes on läinud Suurbritanniasse elama ainult määratud ajaks (näiteks ülikoolikraadi omandama), on kohapealne olukord pikemas perspektiivis vähem tähtis. Näiteks suhtuti ükskõiksemalt Brexiti tagajärgedesse, sest arvestati, et selleks ajaks, kui suuremad muutused aset leiavad, on nad juba riigist lahkunud. Seega ei olnud nende jaoks niivõrd oluline ühiskonda täiel määral sulanduda.

Intervjuudest selgus, et intervjuueeritavate jaoks mängib meedia Eestiga sideme säilitamisel samuti olulist rolli. Kõige tähtsamaks peeti just kultuurilist ja keelelist aspekti, mida toetab Eesti meedia jälgimine eesti keeles. Väljaspool Eesti meediaruumi leiab Eestiga seotud uudiseid pigem harva. See selgitab inimeste vajadust jälgida Eesti meediat korrapäraselt, sest see on üks võimalusi Eesti eluga kursis olemiseks. Mõne inimese jaoks oli Eesti meedia lugemine kui keeleharjutus, et mitte ära unustada eesti keelt. Teised tahtsid lihtsalt kursis olla Eesti riigis toimuvaga. Samas tuleb välja tuua ka Eesti regionaalsete uudiste ebaolulisus osade inimeste jaoks. Seda seetõttu, et nende jaoks tunduvad need uudised liiga väikese mastaabiga (näiteks Tartu Supilinna päevade kajastamine vmt), huvitatakse pigem suurema mõju ja ulatusega sündmustest.

Uuringust selgus, et inimeste jaoks on Eestiga sideme säilitamise juures kesksel kohal ka sotsiaalmeedia, eriti Facebook. Selle kaudu suheldakse Eestis elavate pereliikmete, sõprade ja tuttavatega, saadakse kõikvõimalikku infot. Lisaks jälgitakse sotsiaalmeedia kaudu ka Eesti uudiseid (nt Postimehe uudiseid). See tulemus haakub juba varem välja toodud väitega (Kõuts 2012), et sotsiaalmeedia võrgustikud nagu näiteks Facebook, LinkedIn, Twitter jm on muutnud inimestevahelist kommunikatsiooni, ning kasvatanud arvamuste ning teabe edastamise kiirust.

### 3. Kuidas mõjutab hargmaisus uuritavate identiteeti ja kuuluvustunnet ühiskonda?

Üldiselt olid uuringus osalejad suuremal või vähemal määral omaks võtnud Ühendkuningriigi ühiskonnakorralduse ja reeglid ning sealsesse olustikku sisse elanud. Samal ajal oli enamus neist siiski tihedalt seotud ka Eesti ühiskonnaga. Seda näitab nii Eesti kui ka Suurbritannia meediast huvitumine, samuti sõprade ja tuttavate ringkonna omamine mõlemas ühiskonnas. Intervjuudest ilmnes, et sõltumata sellest, kas Suurbritanniasse ollakse kolitud hiljuti või seal elatakse juba pikemat aega, toodi selle juures välja võrdselt nii häid kui ka halbu külgi. Enamasti olid inimesed rahul kooli või töökohaga, mille pärast Suurbritanniasse üldse mindi, kuid teiselt poolt ei olnud mitmed harjunud sealsete tavadega. Ka mõlema keele paralleelne kasutamine hoiab alal niisugust kahevahel olekut. Suhtluskeelena olid nende jaoks võrdselt olulised nii eesti kui ka inglise keel, küll aga oli erinev nende kasutamise sagedus ja põhjused.

Eestiga sideme hoidmine oli uuringus osalejate hinnangul neile oluline, olenemata Suurbritannias elatud perioodi pikkusest. Eesti olulisust nende jaoks tõestas ka see, et pooled uuritavatest olid mingil Suurbritannias elamise hetkel osalenud ka kohalike eestlaste seltsides ja ühendustes või käinud nende korraldatavatel üritustel, et saada osa kogukonnatunnetusest ja ühtekuuluvusest teiste eestlastega. Oma igapäevaelus peamiselt mitte-eestlaste seltskonnas tegutsedes seovad neid vaid kujuteldavad sidemed oma rahvaga, millele on viidanud Benedict Anderson (1991, Dhoest, 2012:89 kaudu) oma “kujuteldavate kogukondade” teoorias. Inimeste sõnul aga vajasisid nad taolist kokkukuuluvust kinnitavaid hetki, sõltumata sellest, kas tegu oli eestlastega, keda nad reaalselt tundsid, või võõraste rahvusaaslastega. Eestiga hoiavad uuringus osalejad sidet ka pereliikmetega suheldes, mida on, nagu kinnitavad ka tulemused, lihtsustanud internet ning koduste külastamine Eestis. Ka Oudenhoven (2012:89) viitab interneti ning suhtlemise võimaluste olulisusele hargmaisuse puhul. Seega aitas uuring näha, et Suurbritannias elavad eestlased on võrdselt seotud nii Ühendkuningriigi kui ka Eesti ühiskonnaga. Nii, nagu toovad välja Marianne Leppik ja Triin Vihalemm (2017: 591), annavad hargmaisusest tunnistust just nimelt erinevate võrgustike väljakujunemine nii koduriigis kui ka teises ühiskonnas.

Paar inimest tõid välja sellegi, et nende identiteedi piirid on hargmaisena elades mõnevõrra hägustunud. Olles eestlased, tajuvad nad end kuuluvat ka laiemasse Euroopa kodanikkonda.

Seda on oma teoses käsitlenud ka Hanquet ja Savage (2013: 7), kui on iseloomustanud olukorda, kus inimese enesemääratlus laieneb end vaid ühe konkreetse rahvuse esindajaks pidamisest enda määratlemiseni eurooplasena. Nii pidasid mitmed uuringus osalejad identiteedi puhul kindla rahvuse valimisest olulisemaks ühtekuuluvustunnet, mida võib tunda lisaks oma rahvuse esindajatele ja lähedaste riikide või sarnase saatusega inimeste vahel.

Kokkuvõtlikult jäi intervjuudest aga siiski kõlama see, et kõigi teiste võimaluste juures (saada Briti kodakondsus või pass vmt) ei olda jäädavalt valmis Eestist eemalduma ning et nende päritolu jääb alati osaks nende olemusest. Identiteeti, nagu toob välja ka James Fearon (1999), võib tänapäeval pidadagi pigem millekski selliseks, mis viitab mingitele muudele eristuvatele omadustele (rahvuse kõrval) või olemise viisile, mille poolest inimene teistest eristub.

## **4.2 Diskussioon**

Bakalaureusetöö peamiseks väärtuseks on värske pilguheit väliseestlaste kogukonna ühe väiksema rühma meediakasutusele ja -repertuaaridele, võttes lisaks üldisele meediakasutusele fookusesse ka konkreetse sündmuse või protsessi jälgimise. Lisaks näitas uuring meedia mõju inimeste kohanemisele uues riigis ja ühiskonnas ning samuti meedia rolli sideme säilitamisel kodumaaga. Samuti, lisaks kõigele andis töö aimu välismaale elama minevate eestlaste enesemääratlusest, rahvuse seisukohast, aga ka Euroopa Liidu kodanikuks olemisest laiemas mõttes.

Kuigi ka varasemalt on uuritud väliseestlaste meediakasutust, siis pole nendel juhtudel keskendutud meediasündmuse mõjule ja rollile selle juures. Seega olengi oma töös valinud üheks analüütiliseks näiteks Brexiti ehk Ühendkuningriigi lahkumise Euroopa Liidust, mida kajastatakse nii Eesti, Briti kui ka teiste riikide meedias. See annab aimu, kui suure rolli omandab ühiskondlikult aktuaalne ja laialdase mõjuga meediasündmus inimeste igapäevasest meediatarbimisest ning aitab meediakasutuse üldist fookust veidi kitsendada konkreetsemale temale, mida on samas laialdaselt kajastatud ning mis hõlmab mitmeid valdkondi ühiskonnas ja Euroopas tervikuna.

Uuringu seisukohalt oli tulemuslikum kasutada kahte erinevat meetodit andmete kogumiseks, mis täiendasid teineteist vajalikul määral ning mille tulemusi oli võimalik omavahel kombineerida. Meediapäevik aitas koguda taustateadmisi uuritava meediakasutuse kohta enne osaleja intervjuerimist. Samuti aitas meediapäevik uuritava enda jaoks teadvustada, mida ja kui palju ta loeb, mille taustal oli ka temal lihtsam intervjuus sisalduvatele küsimustele vastata. Meediapäevikust joonistus välja uuritava meediarepertuaar, mida aitasid laiemasse konteksti seada intervjuu käigus toodud kirjeldused ja selgitused. Intervjuu avas laiemalt teemat meedia rolli kohta ühiskonnas kohanemisel ning sidemete säilitamisel. Pilootuuringu käigus (Päiv, 2017) saadud tagasiside oli suuresti abiks uuringukava koostamisel ja eesmärkide paremal seadmisel.

Valimi moodustamisel uuringus osalejatele suurema otsustusõiguse pakkumine andis neile, võrreldes pilootuuringuga, suurema initsiatiivi sellega liitumiseks. Nii sain olla kindel, et uuritaval on motivatsiooni uuringus osalemiseks. Pilootuuringu põhjal oli näha, et saadud andmed (nt meediapäeviku sissekanded) ei pruugi olla täpsed, kui uuritavad ei ole osalemisest eriti huvitatud. Lisaks oli saadud andmeid keeruline analüüsida, sest uudiste jälgimiseks on palju variante, mida on ka raske liigitada, sest ühel juhul käitub sotsiaalmeedia kui uudise edastamise kanal, edastades näiteks traditsioonilise meedia, nagu Eesti Päevaleht või ERR, uudiseid, ning teisel juhul on ta platvormiks, kus on igal inimesel võimalik ise olla uudise loojaks.

Intervjuerimistehnika omandamise ja harjutamise seisukohast saan öelda, et intervjuusituatsioonis mängis olulist rolli avatud kuulamise rakendamine. Järgalt üksnes intervjuu kava jaoks koostatud küsimuste järgimine ei oleks andnud uuritavate ja teema kohta nii palju informatsiooni kui paindlikum lähenemine ja vestluse käigust tulenevate lisaküsimuste esitamine. See, et intervjuu ajal kerkis uusi küsimusi, tulenes intervjueritavate individuaalsusest ning nende elukäigu erinevustest, mida on keeruline kava koostamisel ette näha. Seega osutus poolstruktureeritud intervjuu meetod töö seisukohast paremaks valikuks kui seda oleks olnud rangem ja standardiseeritud intervjuuvorm. Teisalt aga oli probleemne poolstruktureeritud intervjuu jaoks koostatud küsimuste juurde tagasi tulemine pärast täpsustavate küsimuste küsimist ja jutujärje laienemist kõrvalisematele teemadele, mistõttu oli paari inimese puhul mõni alateema vähem kaetud kui teiste inimeste puhul. Seda aitaks

parandada intervjuu kavas kõige olulisemate küsimuste märgistamine, mis aitaks intervjuu teemast eemale kaldumise puhul lihtsamini järke pidada.

Antud tulemusi on võimalik rakendada Suurbritannia eestlastele kui sihtrühmale suunatud meediasisu välja töötamiseks. Lisaks on neid tulemusi võimalik kasutada ka edaspidistest uurimustes või nende väljatöötamisel. Samuti annavad need aimu välismaal elavate eestlaste harjumustest ning seega aitavad ka nendele suunatud tegevusi läbi viia. Antud bakalaureusetöö põhjal on võimalik edasi uurida aga väliseestlaste mediakasutust, võrreldes Suurbritannia eestlaste põhjal saadud tulemusi teiste riikide omadega või uurida lähemalt, milline on meediasündmuse roll inimese mediakasutuses, näiteks kui palju see normaalset mediarepertuaari mõjutab.

Edasise võimaliku uurimistöö aspektist oleks kahtlemata oluline jätkata ja laiendada väliseestlaste mediakasutuse, aga ka nende hargmaise elukorralduse ja muu sellega seonduva uurimisega. Lisaks tuleks valida valimisse rohkem inimesi ning seda laiendada vanuselisel ning erialasel. Nii oleks võimalik saada laiem teave sealsest olukorrast. Meetodi puhul tuleks mõelda võimalusele pikendada mediapäeviku täitmise aega, mis annaks rohkem andmeid analüüsimiseks ning annaks seega täpsema pildi inimeste mediarepertuaaridest. Samuti võiks mõelda näost-näku intervjuerimise võimalusele, mis vähendaks probleeme, mis tekivad online-intervjuudega nagu näiteks ühenduse katkemine või halb kuuldavus.

Omaette küsimus on konkreetse meediasündmuse või ühiskonnas antud hetkel aktuaalse protsessi uurimine. Selle kasutegur meediauuringute seisukohast on kindlasti lühiajalisem kui ajaliselt mitte nii selgelt piiritletud protsesside uurimine. Võib eeldada, et Brexit pakub ainest nii poliitikateaduste, majanduse kui ka meedia ja kommunikatsiooni valdkonnas veel mõneks ajaks, vähemalt seniks, kuni käivitub ja kestab Suurbritannia eemaldumine Euroopa Liidust ja tegelemine selle tagajärgedega. Ometi, nagu tuli välja ka mõne minu töös intervjueritud inimese arvamusest, kaldutakse igapäevaelu kontekstis Brexiti küsimuste ja sündmuste suhtes juba aktiivset huvi kaotama. Erandiks on mõned äkilisemad pöörded sündmuste käigus, uued sammud, mida valitsus võtab, tähelepanuväärsemad sõnavõtted ja muu taoline. Seega tuleks enne uue uuringu läbiviimist kaaluda, kas ja millisele meediasündmusele keskenduda.

## 4.3 Meetodi kriitika

Antud alapeatükis arutlen bakalaureusetöös kasutatud meediapäeviku ja poolstruktureeritud intervjuu meetodite tõhususe üle uurimistulemuste valguses.

Meediapäeviku puhul oli näha, et erinevad inimesed said selle täitmisest erinevalt aru, kuigi juhiseid oli võrreldes pilootuuringuga täiustatud. Küll aga ei omanud see mõju uuringule endale, vaid muutis andmete analüüsimise protsessi keerulisemaks ning ajamahukamaks, sest pidin mõne uuritava meediapäevikut esmalt korrastama ja alles seejärel sain analüüsimise kallale asuda. Seega võiks edaspidi meediapäeviku loomiseke panna rohkem rõhku ja aega, et muuta see mugavamaks ning käepärasemaks. Näiteks luua kaks eraldi varianti: telefonikasutajatele mobiilirakendus ning arvutikasutajatele jätta sarnane päevik nagu oli ka praeguses uuringus.

Samuti võib üheks meediapäeviku eripäraks pidada andmete kontrollitavust. Kuna sellest uuringus ei ole mul võimalik kontrollida, kas ja kui palju inimesed tegelikult uudiseid lugesid, vaid see kõik põhineb usaldusel, võivad tegelikud andmed erineda kirja pandutest. Näiteks võivad inimesed mõne loetud uudise unustada kirja panna, kui seda pole võimalik kohe teha või nad ei pane selle lugemist tähele. Lisaks, nagu tõi välja ka üks intervjuueeritav, ei pruugi inimesed mõnda lugu lugedes või videot vaadates arugi saada, et ka see käib meediatarbimise juurde ning sellepärast ei pane nad seda kirja ning seega tulebki tulemus reaalsusest erinev.

Poolstruktureeritud intervjuu puhul oli märgata veidi minu enda kogemamatust intervjuude tegemisel ning seetõttu oli minu jaoks raske tulla pärast täpsustavate küsimuste küsimist tagasi algse struktuuri juurde. Lisaks, kuna viisin intervjuud läbi interneti teel, pidin arvestama võimalusega, et tehnoloogia veab mind alt ning läheb katki või esineb tõrkeid või katkestusi internetiühenduses. Samuti oli probleemne inimeste kokkulepitud ajal kätte saamine, sest paljud olid kokkuleppe unustanud ning ilmusid internetti hoopis hiljem, pidamata seda oluliseks. Samas aga kulutas see minu aega. Arvan, et selline olukord oleks vähem tõenäoline näost-näku kohtudes, sest interneti teel kokkulepitud aeg kohtumiseks ei tundu millegi pärast nii tõene ning kindel, sest on tunne, et seal ollakse alati olemas, kui reaalse kohtumise jaoks tehtud kokkulepe.

Intervjuu puhul tuleks edaspidi kindlasti mõelda sellele, kuidas leidlike lisaküsimuste abil intervjueeritavat toetada. Näiteks juhul, kui inimene on kidakeelne või vastab enamustele küsimustest eitavalt. Nii võib uuringu sihiks oleva teadmiseni jõudmine osutada keeruliseks. Seega tuleks pärast intervjuukava koostamist välja mõelda ka analoogsed kavad, mida kasutada juhul kui intervjueeritavalt ei ole võimalik algse kavaga informatsiooni saada.

Analüüsimeetodi puhul oli näha, et kuna tänapäeval on muutunud kanalite omavaheline eristamine tavalise inimese jaoks keeruliseks, siis oli ka andmeid keeruline analüüsida, näiteks ei osanud ma arvestada sellega, et inimesed peavad Facebooki kaudu ajalehe Postimees veebilehele suundudes ning sealt uudise lugemist pigem sotsiaalmeedia kasutamiseks. Seega oli raske teha vahet, millal oli sotsiaalmeediat kasutatud eraldi sisu pakkuba kanalina ning millal oli see väravaks muu meedia juurde jõudmiseks. Seega tuleks taolisel juhul uuringut planeerides niisuguseid nüansse selgemalt ja eristavamalt esile tuua.

# KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö teemaks oli Suurbritannias elavate eestlaste meediakasutus. Lisaks üldisele meediarepertuaarile võtsin vaatluse alla ühe meediasündmuse jälgimise, millel on ühiskondlikult suur kaal. Oma töös valisin selleks Brexiti ehk Suurbritannia lahkumise Euroopa Liidust. Töö eesmärgiks oli teada saada, milliseid meediakanaleid ja meediasisu Suurbritannias elavad eestlased jälgivad ning mil määral on nad kursis meediasündmustega.

Omaette teema moodustab töös hargmaisuus ja sellest tulenev mõju inimeste meediakasutusele. Oma töös uurisin meediasideme hoidmist koduriigiga ning siin elavate pere ja tuttavatega ning samuti uues ühiskonnas kohanemist. Väliseestlaste meediakasutust ei ole eriti palju ja põhjalikult uuritud ning seega on selle kohta võimalik leida väga vähe informatsiooni, mistõttu oli selle teema uurimine põhjendatud.

Töös kasutasin sihtriigi eestlaste seast leitud inimeste poolt täidetud meediapäevikutest saadud materjali ning poolstruktureeritud individuaalintervjuud, kus täpsustasin meediapäevikust saadud teadmisi ning uurisin meedia mõju kohta uuritavate endi hinnangul. Hiljem analüüsisin mõlema meetodi kaudu kogutud infot neid omavahel kombineerides. Nii sain tulemused, kus kaks meetodit andsid üksteist täiendades hea ülevaate uuritavate meediakasutuse harjumustest. Uuringu materjali kogumiseks kasutasin infotehnoloogia ja interneti abi, seda tulenevalt geograafilisest kaugusest uuringus osalejate ja minu vahel.

Töö tulemustest selgus, et inimestel on keeruline vahet teha erinevate kanalite ja meediumite vahel. Meediasüsteemi muutumine hübriidseks ja mitmekihiliseks on mõjutanud inimeste meediakasutust. Üha keerulisem on selget vahet teha konkreetsetel platvormidel ja sisul, mida esitatakse risti üle erinevate kanalite. Samuti oli näha, et inimesed jälgivad traditsioonilist meediat rohkem kui nad sellest meediapäevikus raporteerivad. Kuigi paljudel juhtudel oli selle jälgimise kanaliks sotsiaalmeedia (peamiselt Facebook), siis sisu pärines mõnest traditsioonilise meedia kanalist.

Meediasündmuse roll on antud töös meediarepertuaari juures oluline, sest moodustab jälgitavas meediasisus umbes poole. Lisaks on meedia roll uue riigi ühiskonda sulandumisel oluline, sest

annab ülevaate sealsest elukorraldusest ja harjumustest. Samas on meedia ka ühenduse hoidja kodumaaga, andes võimaluse sealse elu ja uudistega kursis olemiseks. Samuti hoiab see alal keele oskust.

Suurbritannias elavad eestlased moodustavad hargmaise kogukonna, kes jälgib nii Eesti kui ka Briti meediat ning kelle kontaktid ja suhtlusvõrgustik asub korraga mõlemas riigis. Lisaks oli näha, et näitena valitud meediasündmus võttis enda alla olulise osa kogu uurimisperioodi vältel jälgitud meediasisust. Uuringust tulenevalt on näha, et Suurbritannias elavate eestlaste meediarepertuaar on lai ja rikkalik ning nad oskavad võrrelda erinevaid sündmusi ja infot erinevates kontekstides, tulenevalt avarast silmaringist ja laiematest võimalustest liikuda erinevates ühiskondades.

Kokkuvõtvalt saab öelda, et antud töö on hea sissejuhatus uurimaks väliseestlaste meediakasutust ning annab selleks ka mõned esimesed suunised. Hargmaise elu ja meediakasutuse juures on aga veel palju aspekte ja küsimusi mida käesolev töö hõlmata ei suutnud. Leian, et huvitav ja tänuväärne oleks uurida edasi teistegi riikide sarnaseid näitajaid, et neid siis omavahel võrrelda.

# SUMMARY

## **Estonians' media usage in the United Kingdom: Brexit as example**

The aim of this bachelor's thesis was to find out, which media channels and media content Estonian expatriates living in the United Kingdom consume and how much do they keep up with media events. In addition to looking at their media repertoires, I also looked at one media event which has a significant influence on the society. For the media event, I chose Brexit – United Kingdom's withdrawal from the European Union.

Transnationalism and its effects on media usage is a theme on its own in this thesis. I looked at how much people read Estonian media and how much do they keep in contact with the family and friends living there. I also examined how they adapt to living in a new society and what role media plays in this context. Estonian expatriates' media usage has not been a dominant research field in Estonia so there is little information about this topic. This is also the reason, why the research is justified. Through this small-scale research, my aim is to contribute to an understanding of the media use among people living outside their place of origin.

In this thesis, I used the information gathered from the analysis of media diaries and semi-structured interviews, which were conducted with those Estonians living in the United Kingdom. The interviews gave me the opportunity to specify participant's media diaries and learn about their thoughts on media's impact. Instead of meeting my interviews face to face, I conducted the research using communication technology, by Skype and via the internet, because of the geographical distance between me and the participants of the study. Later I combined data from the two methods and then analysed it together. The selected method provided me a good understanding about Estonian expatriates' media usage patterns.

The results of the thesis showed that people tend to have difficulties distinguishing between various channels and mediums. The media system, becoming more hybrid and multi-layered has had an impact on the ways people consume media. It is becoming more complicated to differentiate between concrete platforms and their content, circulating over different channels. Results also showed that people follow traditional media more than they reported it in their

media diaries. Although in many cases, they used social media as a channel to reach the traditional media.

As pointed out in the thesis, following events or processes (such as the Brexit) in media content plays also an important role in the media usage patterns. The interviewees of this thesis claimed that following news about Brexit formed about half of the total media content they consumed during the period of the study. Furthermore, the media has an important role when it comes to integrating to the new society, because it gives an overview about the ways of life and cultural habits of the local people. On the other hand, media is also important for maintaining ties with the home country and keeping in touch the news and life back at Estonia. Media also helps to practice persons' native language.

The expatriates living in Great Britain form a transnational community, who consume both the British and Estonian media. They also have contacts and social networks in both countries. The results showed that Estonians living in Great Britain have quite wide and rich media repertoires. They can compare different events and information from different contexts due to their somewhat broader horizon of experiences and mobile lifestyle, since they commute, at least to some extent, between to societies.

In conclusion, this thesis is a great introduction for further research into Estonian expatriates' lives abroad and their media usage as a part of practices of their everyday life in a more detailed manner, providing some suggestions for further elaboration. Transnational life and media usage have many unsolved aspects and questions, which this research could not include and cover. In my opinion it would be interesting and worthwhile to conduct further studies about the media usage of Estonian expatriates also in other countries, giving a chance to compare and contrast the results of these studies.

## KASUTATUD KIRJANDUS

- Alencar, A. & Deuze, M. (2017). News for assimilation or integration? Examining the functions of news in shaping acculturation experiences of immigrants in the Netherlands and Spain. *European Journal of Communication*, 32(2), 151–166
- Anderson, B. (1991). Imagined Communities. Kasutatud 24.01.2017. <https://www2.bc.edu/marian-simion/th406/readings/0420anderson.pdf>
- Barkalaja, A. (2007). Identiteet ühiskondliku ja isikulise vahelülina: efektiivse keha mõiste kasutusvõimalusi. Kasutatud 25.01.2017 [http://www.kirikiri.ee/article.php3?id\\_article=381](http://www.kirikiri.ee/article.php3?id_article=381)
- Barnett, S. (2016). How our mainstream media failed democracy. D. Jackson, E. Thorsen, D. Wring (Toim) *EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign* (lk 47). Great Britain: Dorset Digital Print Ltd. Kasutatud 14.05.2017. [http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/28759/1/PubSub6174\\_Henn.pdf](http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/28759/1/PubSub6174_Henn.pdf)
- Birkerts, S. (1994). The Gutenberg Elegies. Kasutatud 25.01.2017. <http://grammar.about.com/od/d/g/Deep-Reading.htm>
- Bolger, N., Davis, A., Rafaeli, E. (2003). Diary methods: Capturing life as it is lived. *Annual Review of Psychology*, 54, 579–616.
- Bromley, M. (2006). Media Landscapes: United Kingdom. Kasutatud 27.05.2017. [http://ejc.net/media\\_landscapes/united-kingdom](http://ejc.net/media_landscapes/united-kingdom)
- Butcher, R., Eldridge, J. (1990). The use of diaries in data collection. *The Statistician*, 39(1), 25–41.
- Consolidated version of the treaty on European Union. (2012). Official Journal of the European Union. Kasutatud 01.05.2017.
- Couldry, N., Hepp, A., Krotz, F. (2010). *Media Events in a Global age*. Suurbritannia: TJ International Ltd
- Dayan, D. & Katz, E. (1994). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Harvard University Press. 1-306.
- Dhoest, A. (2012). *Imagined Communities of Television Viewers: Reception Research on National and Ethnic Minority Audiences*. Interllect, The University of Chicago Press.
- Eesti rändesaldo oli 2016. aastal positiivne (2017). Kasutatud 27.05.2017. <http://www.stat.ee/pressiteade-2017-059>

- Eestlased Londonis. Estonians in London (2017). Kasutatud 17.04.2017.  
<https://www.facebook.com/groups/646244582081022/members>
- Eestlased Suurbritannias (2017). Kasutatud 17.04.2017.  
<https://www.facebook.com/groups/102251766802183/?fref=ts>
- Eestlased välismaal (2017). Kasutatud 27.05.2017.  
<https://www.hm.ee/et/tegevused/eesti-keel-ja-voorkeeled/eestlased-valismaal>
- Eestlaste elu Suurbritannia ja Põhja-Iiri Ühendkuningriigis (2017). Kasutatud 27.05.2017. [http://london.vm.ee/est/eestlased\\_suurbritannias](http://london.vm.ee/est/eestlased_suurbritannias)
- Fearon, J., D. (1999). What is identity (as we now use the word)? Kasutatud 24.01.2017.  
<https://web.stanford.edu/group/fearon-research/cgi-bin/wordpress/wp-content/uploads/2013/10/What-is-Identity-as-we-now-use-the-word-.pdf>
- Firmstone, J. (2016). Newspapers' editorial opinions during the referendum campaign. D. Jackson, E. Thorsen, D. Wring (Toim) *EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign* (lk 36). Suurbritannia: Dorset Digital Print Ltd.  
<https://meandeurope.com/wp-content/uploads/EU-Referendum-Analysis-2016-Jackson-Thorsen-and-Wring-v2.pdf>
- Hanquinet, L., Savage, M. (2013). The Europeanisation of Everyday Life: Cross-Border Practices and Transnational Identifications among EU and Third-Country Citizens. EUCROSS Working Paper 6.
- Hasebrink, U. & Domeyer, H. (2012). *Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments*. University of Hamburg, Germany, Volume 9, Issue 2  
<https://www.math.uni-augsburg.de/emmeriti/pukelsheim/bazi/OJ/2012C326p13.pdf>
- Ibrus, I. (2014). Strategic Management of Crossmedia Production at Estonian Public Broadcasting. Kasutatud 24.01.2017  
<http://publications.tlu.ee/index.php/bsmr/article/view/222/pdf>
- Ibrus, I. (2015). Kultuur visualiseerub ja rikastub. Kasutatud 25.01.2017  
<http://www.kogu.ee/vana/wp-content/uploads/2015/06/EIA-2015.pdf>
- Janghorban, R., Roudsari, R., L., Taghipour, A. (2014). Skype interviewing: The new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*, 9(1). Kasutatud 27.05.2017.  
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.3402/qhw.v9.24152#aHR0cDovL3d3dy50Y>

W5kZm9ubGluZS5jb20vZG9pL3BkZi8xMC4zNDAyL3Fody52OS4yNDE1Mj9uZWVhQWNjZXNzPXRydWVAQEAw

- Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 30.11.2016 <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>
- Kim, S. J. (2014). *A repertoire approach to cross-platform media use behavior*. Iowa State University, Page 1–20
- Kõuts, R. (2012) Lühiülevaade Eesti meediasüsteemist ja –kasutusest. Kasutatud 22.05.2015 <http://www.meediakoolitajad.edu.ee/luhiulevaade-estii-meediasusteemist/>
- Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). Intervjuu. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 03.10.2016 <http://samm.ut.ee/intervjuu>
- Leppik, M., Vihalemm, T. (2014). Eesti uudised on kohati veidrad. Kasutatud 23.01.2017. <http://www.sirp.ee/s1-artiklid/c21-teadus/eesti-uudised-on-kohati-veidrad-2/>
- Leppik, M., Vihalemm, T. (2017). Venekeelse elanikkonna hargmaisuus ja meediakasutus. P. Vihalemm, M. Lauristin, V. Kalmus, T. Vihalemm (Toim.) *Eesti ühiskond kiirenevas ajas: Uuringu „MINA. MAAILM. MEEDIA“ 2002–2014 tulemused* (lk 591 – 614). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
- Levy, D., Aslan, B., Bironzo, D. (2016). The press and the Referendum campaign. D. Jackson, E. Thorsen, D. Wring (Toim) *EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign* (lk 33). Great Britain: Dorset Digital Print Ltd. Kasutatud 14.05.2017. [http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/28759/1/PubSub6174\\_Henn.pdf](http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/28759/1/PubSub6174_Henn.pdf)
- Londoni Eesti Selts (2017). Kasutatud 27.05.2017. <http://estoniansociety.co.uk>
- Lõhmus, M. (2015) Eestikeelne ajakirjandus maailmas: Ülevaade EAASi koosolekust 17. jaanuaril 2014. I. Ude, P. Vihalemm (Toim) *Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2014* (lk 12-20). Tartu: AS Pakett
- Oudenhoven, J., P., Ward, C. (2013). Fading Majority Cultures: The Implications of Transnationalism and Demographic Changes for Immigrant Acculturation. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 23, 81-97
- Polonski, V. (2016). Impact of social media on the outcome of the EU referendum. D. Jackson, E. Thorsen, D. Wring (Toim) *EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters*

- and the Campaign* (lk 94). Great Britain: Dorset Digital Print Ltd. Kasutatud 14.05.2017. [http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/28759/1/PubSub6174\\_Henn.pdf](http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/28759/1/PubSub6174_Henn.pdf)
- Rahvuskaaslaste programm (2014). Haridus- ja Teadusministeerium. Kasutatud 14.05.2017.  
[https://www.hm.ee/sites/default/files/rahvuskaaslaste\\_programm\\_2014\\_2020.pdf](https://www.hm.ee/sites/default/files/rahvuskaaslaste_programm_2014_2020.pdf)
  - Reuters (1985). Greenland Out of E.E.C. *The New York Times*, 4. veebruar. Kasutatud 27.05.2017 <http://www.nytimes.com/1985/02/04/business/greenland-out-of-eeec.html>
  - Rämmer, A. (2014). Valimi moodustamine. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 03.10.2016 <http://samm.ut.ee/valimid>
  - Sepp, B. (2015). Meedia roll väljarännanud eestlaste kohanemisel Soome ühiskonnas. Kasutatud 16.10.2016  
[http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/46799/sepp\\_britta\\_ba\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/46799/sepp_britta_ba_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
  - Simonlatser, T. (2014). Hargmaisuus ja kommunikatsioon: Austraaliasse rännanud Eesti noorte näitel. Kasutatud 22.01.2017 <http://dspace.ut.ee/handle/10062/42290>
  - Sterba, S., K., Foster, E., M. (2008). Self-Selected Sample. P., J., Lavrakas (Toim) *Encyclopedia of Survey Research Methods*. Ameerika Ühendriigid: SAGE Publications, Inc Kasutatud 27.05.2017. <http://methods.sagepub.com/reference/encyclopedia-of-survey-research-methods/n525.xml>
  - Suurbritannia (2017). Kasutatud 27.05.2017.  
<http://www.vm.ee/et/riigid/suurbritannia?display=relations>
  - Tammaru, T. (2016). Tiit Tammaru: praeguse rändekriisi valguses on ka Rootsi murdunud. Kasutatud 23.01.2017 <http://arvamus.postimees.ee/3638185/tiit-tammaru-praeguse-raendekriisi-valguses-on-ka-rootsi-murdunud>
  - Tuttas, C., A., (2015). Lessons Learned Using Web Conference Technology for Online Focus Group Interviews. *Qualitative Health Research*, 25(1), 122–133 Kasutatud 27.05.2017. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1049732314549602>
  - Tõnurist, A. (2015). Eesti kodakondsuse ja päritoluga inimesed Euroopas. Kasutatud 27.05.2017. <https://statistikaamet.wordpress.com/2015/02/18/eesti-kodakondsuse-ja-paritoluga-inimesed-euroopas/>
  - Vihalemm, P., Kõuts-Klemm, R. (2017). Meediakasutuse muutumine: internetiajastu saabumine. P. Vihalemm, M. Lauristin, V. Kalmus, T. Vihalemm (Toim.) *Eesti*

*ühiskond kiirenevas ajas: Uuringu „MINA. MAAILM. MEEDIA“ 2002–2014 tulemused*  
(lk 251 – 258). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

- Wessendorf, S. (2008). Local Attachments and Transnational Everyday Lives: Second Generation Italians in Switzerland. Kasutatud 27.05.2017.  
[https://www.compas.ox.ac.uk/media/WP-2008-059-Wessendorf\\_Italians\\_Switzerland.pdf](https://www.compas.ox.ac.uk/media/WP-2008-059-Wessendorf_Italians_Switzerland.pdf)

# LISAD

## Lisa 1: Meediapäeviku vorm

### MEEDIAPÄEVIK

Meediapäevik on lihtne ja käepärane vorm oma igapäevase meediakasutuse “protokollimiseks”. See on umbes nagu toitumis- või treeningpäevik, kuhu pannakse kirja see, mida päeva jooksul on söödud ja joodud või millise treeninguga ja kui palju on tegeletud. Päeviku mõte on salvestada need tegevused, mida inimene tavapäraselt on harjunud tegema. Päeviku täitmise perioodil ei pea tegema midagi tavapärasest erinevat. Eesmärk on saada teada, mis kuulub ühe meediakasutaja loomulikku “menüüsse”, mida ta vaatab-kuuleb-loeb-märkab, mida ta teistega jagab ja millised mõtteid või küsimusi see tekitab.

#### Abiks täitmisel:

- Meediapäeviku täitmise lihtsustamiseks olen loonud vastava vormi (vt allpool), kuhu saab kerge vaevaga üles märkida kõik uuringu seisukohalt olulised detailid.  
Päevik koosneb kahes osast, mida saab mugavalt täita ka paralleelselt. Esimene vorm on mõeldud üldise meediatarbimise kohta märkmete tegemiseks (uurimuse seisukohalt ei ole siinjuures tähtsust filmidel, meelelahutussaadetel jmt, vaid pigem uudislikel formaatidel) ja teine konkreetselt Brexiti protsessi teemaliste uudiste-arvamuste-postituste jmt märkimiseks.
- Päeviku hilisema analüüsi jaoks on hea, kui sissekanne ühe meedialoo (üks konkreetne ühik - uudis, artikkel, saade, klipp, sotsiaalmeedia postitus vmt) kohta on tehtud omaette reale (vaata näidet). Ühe päeva kohta võib sel moel koguneda mitmeid sissekandeid, igauks ise real.
- Nagu juba öeldud, huvitab mind igasuguse meedia tarbimine. Kanalite ja allikate lahtrisse palun seega märkida nii traditsioonilise meedia kanalid (konkreetsed TV või raadiokanalid nagu BBC või Vikerraadio, ajalehed (nt The Guardian), ajakirjad, nende online-versioonid ehk veebikanalid nagu [www.postimees.ee](http://www.postimees.ee), [www.bbc.com](http://www.bbc.com), uudisteagentuurid või portaalid (nt [www.err.ee](http://www.err.ee), [www.delfi.ee](http://www.delfi.ee)), aga ka sotsiaalmeedia kanalid (nt Twitter, Facebook, YouTube jne). Sotsiaalmeedia puhul võite ära märkida, kas sattusite lugema või vaatama teiste postitatud/viidatud sisu või postitasite/soovitasite/jagasite ise midagi. Samuti oleks huvitav teada, millised lood või uudised tekitasid sotsiaalmeedias arutelu-kommenteerimist (nt teie või teie kontaktide seinal), milles ka ise osalesite.

- Lisaks kanalile, kust mingi meediasisu pärineb, pakub uurimuse seisukohast huvi, kus meediatarbimine reaalselt või füüsiliselt aset leidis (nt kodus, tööl, autos, metroos, tänaval vmt). Meediakasutaja seisukohast võib tegu olla justkui ebavajaliku detailiga, kuivõrd sageli kasutatakse meediat n-ö möödaminnes, eneselegi täielikult teadvustamata. Meediauurijate jaoks on see aga väärtuslik info, et saada teada, millistes olukordades inimesed igapäevaselt meediat kasutavad, milliseid võimalusi selleks pakub linnaruum (nt ühistransport Tallinnas ja Londonis pakuvad väga erinevaid võimalusi) jne.
- Kui mõni lugu meedias teid mingil moel puudutas (tekitas reaktsiooni, tahtmise vaielda, kaasa rääkida, nõustuda vmt), siis pange selle kohta märkuste lahtrisse kirja mõni märksõna või pikem/terviklikum mõte, et hilisemas intervjuus oleks võimalik teema juurde täpsemalt tagasi tulla. Lugu ümber jutustada ei ole vaja.

**Veel soovitusi:**

- Meediapäeviku täitmise sagedus sõltub kindlasti teie igapäevasest meediatarbimise rutiinist ja ajalistest võimalustest. Siiski oleks hea, kui saaksite sissekandeid teha vähemalt korra päeva jooksul (eeldatavalt päeva lõpus). Neil, kes jälgivad uudiseid vm meediasisu mitu korda päevas, on mõistlik ka sissekandeid päevikusse teha vähemalt kahel korral päevas, et ei ununeks, mida ja kus märgati, millesse süveneti ja mis muljeid see tekitas.
- Leidke meediapäeviku täitmiseks endale kõige meelepärasem viis. Sissekandeid võib teha sellesse samasse faili, otse all olevatele lehtedele või luua omale käepärases formaadis fail. Välistatud ei ole ka päeviku käsitsi täitmine, kui nii tundub mugavam. Meediapäevikut reaalselt täitma asudes võib tekkida mitmeid küsimusi. Palun, et annaksite küsimustest ja probleemidest kohe märku ega vaevaks sellega oma pead. Vastan kiiresti ja hea meelega!

**Meediapäevik: Üldine meediakasutus**

Meediapäeviku täitja:

Periood: 13. märts - 19. märts 2017

Kuupäev	Koht (kus meediakasutus toimus, nt kodus, tööl, autos, metroos vmt)	Kanal, allikas	Pealkiri (kui tead)	Autor (kui tead)	Sisu lühidalt, märksõnad, kommentaarid
Näited, mis on eeskujuks sissekannete tegemisel. Kustutage need read hiljem.					
09.03	<i>kodus</i>	<i>Postimees.ee</i>	<i>Uuring: Eesti inimesed lähevad varakult paksuks</i>	<i>Hanneli Rudi</i>	<i>Eesti inimesed ei söö piisavalt tervislikult</i>
09.03	<i>metroos</i>	<i>Skynews (news.sky.com)</i>	-	-	<i>Nicole Kidman seletas, miks ta Oscarite jagamisel imelikult plaksutas</i>
09.03.	<i>töö juures</i>	<i>ETV (televiisorist)</i>	<i>“Terevisioon”</i>	<i>Katrin Viirpalu</i>	<i>Intervjuu Tallinna Ülikooli teadlasega uutest riiklikest toitumissoovitustest</i>
09.03.	<i>autos</i>	<i>Klassikaraadio</i>	<i>Kella 19sed uudised</i>	-	<i>Tartu Ülikooli rektorikandidaatide debatist</i>

**Meediapäevik: Brexiti protsess meedias**

Periood: 13. märts - 19. märts 2017

Kuupäev	Koht (kus meedia- kasutus toimus, nt kodus, tööl, autos, metroos vmt)	Kanal, allikas	Pealkiri (kui tead)	Autor (kui tead)	Materjal (sisu lühidalt, märksõnad)	Kommentaar (mõtted- küsimused, mis tekkisid)
Näited, mis on eeskujuks sissekannete tegemisel. Kustutage need read hiljem.						
09.03	<i>metroos, telefonist</i>	<i>Facebook; Postimees.ee</i>	-	-	<i>Brexit, viisa, reisimine</i>	<i>Tekitab muret edasise Eestis käimise pärast.</i>
09.03	<i>kodus</i>	<i>BBC News (bbc.com)</i>	<i>Brexit rebel Lord Heseltine sacked from government role</i>	-	<i>Lord Heseltine lasti 5lt riigi töökohalt lahti, kuna mässas Brexiti vastu Lordide kojas.</i>	<i>Tundub veidi liialdatud teona ning tundub uskumatu, kui rahulikult ta seda võtab. Leian, et see tegu on ebaõiglane.</i>

## **Lisa 2: Täidetud meediapäevikud**

Lisatud bakalaureusetöö juures olevale plaadile.

## **Lisa 3: Saadetud kirjade näidised**

### Lisa 3.1 Kiri Londoni Eesti seltsile

Tere!

Pöördun Teie poole Eestist, Tartu Ülikoolist. Minu nimi on Susanna Päiv ning õpin TÜ ühiskonnateaduste instituudis ajakirjanduse ja kommunikatsiooni erialal 3. kursusel.

Kirjutan Teile seoses oma bakalaureusetööga, mis keskendub Suurbritanniasse siirdunud ja seal elavate eestlaste meediakasutusest. Uurimistöö eesmärgil soovin leida vabatahtlikke osalejaid, kes oleksid huvitatud oma igapäevastest meediakasutuse viisidest rääkima.

Intervjueeritavate leidmiseks palungi Teie kaasabi. Tunnen huvi, kas üleskutset uurimuses osaleda oleks võimalik levitada näiteks Teie seltsi meililisti või muude kanalite kaudu, mis aitaksid kaasmaalasteni jõuda?

Etteruttavalt toon siinkohal juba ära ka lühikese üleskutse teksti, mida saaksite lihtsa vaevaga oma kanalites jagada:

*Tartu Ülikooli tudeng otsib uurimistöö jaoks meediahuvilisi intervjueeritavaid*

*Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala tudeng Susanna Päiv soovib leida oma bakalaureusetöö raames tehtavasse jätku-uuringusse Suurbritannias elavaid eestlasi, kes oleksid nõus rääkima lähemalt igapäevastest meediakasutuse harjumustest ja eelistustest (milliseid kanaleid kõige enam jälgitakse, millised teemad enam huvi pakuvad jne). Lisaks on bakalaureusetöö fookuses Brexiti protsess ja sellega seotud kajastuste jälgimine nii Briti, Eesti kui üleilmses meedias.*

*Uuring koosneb kahest osast, millest esimeses tehakse individuaalselt täidetava meediapäeviku vormis ühe nädala vältel märkmeid meedia jälgimise kohta ning suulisest intervjuust, mille*

*jooksul osalejad saavad oma tähelepanekuid ja mõtteid pisut põhjalikumalt väljendada. Uuringu algus on planeeritud märtsikuu esimesse poolde.*

*Kõigil kaasmaalastel, kes soovivad väiksemahulises uuringus osaleda, palutakse kuni 5. märtsini (k.a) võtta ühendust e-kirja teel: [susannapaiv@gmail.com](mailto:susannapaiv@gmail.com) või telefoni teel: +37258046978.*

Loodan siiralt, et saate mind informantide leidmisel aidata ja teadet jagada kõigi teile teada olevate Suurbritannias elavate eesti inimestega, kes võiksid vähegi asjast huvitatud olla.

Täiendavatele küsimustele olen mõistagi meeleldi nõus vastama.

Olen Teile abi ja tagasiside eest juba ette väga tänulik!

Lugupidamisega ja head lähenevat vabariigi aastapäeva soovides

Susanna Päiv

TÜ ühiskonnateaduste instituudi 3. kursuse tudeng

Lisa 3.2 Kiri Facebooki gruppi Eestlased Londonis

Tere!

Minu nimi on Susanna Päiv ning olen Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala 3. kursuse tudeng.

Kirjutan bakalaureusetööd Suurbritannias elavate eestlaste meediakasutusest ning sooviksin leida intervjuueeritavaid, kes tahaksid oma igapäevastest meediaharjumustest veidi lähemalt rääkida. Lisaks keskendub minu töö Brexiti protsessi kajastamisele meedias. Seega on uuringus osalemisest huvitatute tähelepanekud Brexiti kohta samuti väga asjakohased.

Minu töö on jätkuks sügis-talvel kirjutatud seminaritööle “Londoni eestlaste meediakasutus Brexiti näitel”, mille tarbeks leidsin intervjuueeritavad just sellest grupist siin. Loodan, et seegi kord leidub siin inimesi, kes saaksid mind aidata ja uurimistöös osaleda.

Uuring koosneb kahest osast, millest esimeses tehakse individuaalselt täidetava meediapäeviku vormis ühe nädala vältel märkmeid meedia ja Brexiti teemaliste kajastuste jälgimise kohta ning umbes tund aega kestvast suulisest intervjuust.

Uuringu algus on planeeritud märtsikuu esimesse poolde.

Kui teil on teema vastu huvi ja võimalust osaleda, andke palun märku selle postituse all või kirjutage mulle sõnum. Samuti saate minuga ühendust võtta meili teel: [susannapaiv@gmail.com](mailto:susannapaiv@gmail.com).

Tuhat tänu juba ette! Jään teie kirju ootama.

### Lisa 3.3 kiri Facebooki seinal

Armsad sõbrad, pöördun teie poole abipalvega!

Kirjutan praegu enda bakalaureusetööd ning otsin oma töö käigus läbiviidavasse uuringusse osalejaid. Töö teemaks on Suurbritannias elavate eestlaste meediakasutus. Seega otsin seal elavaid eestlasi, kes huvituksid ühe nädala jooksul oma loetud uudiseid üles märkima ning hiljem minuga ka vestlema. Oma arvamust saab avaldada ka Brexiti kohta.

Kui sa tead kedagi, kes oleks minu uuringus osalemisest huvitatud või tundus see jutt käivat just sinu kohta, siis anna mulle teada! Oleksid mulle suureks abiks!

Tuhat tänu juba ette! :)

## Lisa 4: Intervjuude küsimused

	Kesksed küsimused:	Intervjuu küsimused:
	<b>1. Milline on Suurbritannias elavate eestlaste meediakasutus?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rääkige, palun alustuseks veidi oma igapäevasest meediakasutusest – mida valdavalt eelistate, mida väldite ja miks?</li> <li>• Küsimus meediakasutuse võimalike kohtade osas – märkasin, et Teie sissekannetes oli sageli märgitud.... metroo või auto vmt. Rääkige, palun, lähemalt, .....</li> </ul>
<p><b>Töö eesmärk:</b> saada teada, milliseid meediakanaleid ja uudisliku iseloomuga meediasisu jälgivad Suurbritannias elavad eestlased üldiselt ning mil määral huvituvad nad Brexiti protsessi jälgimisest meedias.</p>	<p>1.1 Millise osa nende meediarepertuaaris moodustavad traditsioonilise meedia vahendusel saadavad uudised ning milline on sotsiaalvõrgustike roll uudiste jälgimisel?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Küsida võiks seda, mis hakkas eriti silma – paluda vbl põhjendada, kommenteerida oma eelistusi ja valikuid, miks mõni kanal on favoriit ja mida näiteks üldse ei meeldi kasutada. Miks?</li> <li>• Sotsiaalmeedia kui info saamise ja uudiste ammutamise koht. Millist rolli mängib sotsiaalmeedia Teie uudistemeedia repertuaaris üldiselt?</li> <li>• Kas see on usaldusväärne, ammendav, pakub piisavalt?</li> <li>• Millised on Teie meelest (täiendavad) võimalused sotsiaalmeediaga?</li> <li>• Millised on Teie meelest kriitilised aspektid või lausa riskid ja ohud seoses sotsiaalmeedia kasutamisega uudiste saamise eesmärgil?</li> </ul>
	<p>Kas ja millist rolli mängib Suurbritannia meedia jälgimine eestlaste kohanemises sealse ühiskonnaga ja sealse eluga?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millist rolli võib kohanemises mängida (kohaliku) meedia jälgimine/kohalik meediaruum? Kindlasti sõltub see kultuurist ja keelest, aga räägime üldiselt.</li> <li>• Kas ja mil viisil olete seda oma või lähedaste elus tajunud või näinud toimimas?</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kas jälgisite Briti meediat ka enne sinna elama minemist?</li> </ul>
Kas ja mil määral aitab Eesti meedia jälgimine hoida sidet kodumaaga?		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kas Te kasutate eesti keelt igapäevases suhtluses?</li> <li>• Mil määral, kellega te sel juhul peamiselt suhtlete?</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kui sageli Te Eesti meediat – eestikeelseid meediakanaleid jälgite? Kas üldse?</li> <li>• Millised teemad või rubriigid Teid seal huvitavad?</li> <li>• Kui sageli hakkab seal silma midagi UK-ga või Teie praeguse elukorraldusega seotut? Või midagi, mis on Teile oluline või huvitav?</li> <li>• Milline on Teie mulje – mis mulje jääb Eesti meediaruumist?</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kui ma paluksin Teil sõnastada, siis milline on Teie identiteet – kellena Te end tunnetate ja millistes olukordades?</li> <li>• Missugused ühendused või sidemed, osalemine mingites gruppides-seltsides-initsiatiivides Teie identiteeti eestlasena tugevdavad (kui see on teema, millest edasi rääkida)?</li> </ul>
<b>2. Mil määral jälgivad Londoni eestlased Brexiti protsessiga seonduvat meediasisu?</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vaatasin, et te ei jälgi Brexitiga toimuvat eriti? Kas asi oli lihtsalt nädalas või on see nii üldisemalt?</li> <li>• Kas teil muidu on huvi Brexiti vastu?</li> <li>• Lisaks nendele materjalidele, mida Te meediapäevikusse Brexiti teemal märkisite, kas saaksite, palun, välja tuua üldisemas vormis, missugused teemad-probleemid-küsimused on Teie meelest kõige teravamalt või selgemalt õhus?</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mis on kõige viimane või hiljutisem uudis või materjal, mida lugesite-vaatasite-kuulasite sel teemal ja mis tekitas reaktsiooni?</li> <li>• Missugused valdkonnad ja aspektid Teid ennast kõige rohkem huvitavad? Mispärast?</li> </ul>
	<p><b>3. Millised on Brexiti protsessi võimalikud arengud Suurbritannia eestlaste arvates?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuidas Teile tundub, millised on Brexiti protsessi lähemad arengud? Aga kaugemad tulevikustsenaariumid?</li> <li>• Kui tohin küsida, siis missugune on Teie enda isiklik seisukoht või meelestatud Brexiti suhtes? Või Teie suhtlusringkonnas (nt kolleegide, õpingukaaslaste, lähedaste, sõprade jne seas)? Kui Te ei taha vastata, siis Te ei pea oma seisukohta avaldama.</li> </ul>
	<p>3.1 Milliseks peavad Suurbritannia eestlased Brexiti mõju (üldiselt ja oma töö- ja eraelule)?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viimaks küsin, kuidas Te näete oma tulevikku Brexiti protsessi valguses – mida Te arvate, mis Teid kõige tõenäolisemalt ees ootab?</li> <li>• Kuidas Brexit Teie elu mõjutab? Miks?</li> <li>• Mida olete ette võtnud/kavatsete ette võtta? Milliseid samme kaalunud?</li> <li>• Millised on Teie mõtted Suurbritanniasse jäämise või Eestisse tagasi pöördumise teemal? Võib-olla olete hoopis mõelnud kuhugi mujale liikuda?</li> <li>• Mida Teie lähedased ja pereliikmed arvavad?</li> </ul>

## Lisa 5: Intervjuude transkriptsioonid

Lisatud bakalaureuse töö juures olevale plaadile.

## Lisa 6: Kodeerimistabel

Peateema	Alateema	Alateema jaotus
<b>HARGMAISUS</b>	Identiteet	-
	Kodakondsus	-
	Töö/õpingud	-
	Sotsiaalne elu	-
	Pere	-
	Sõbrad	-
	Keel	-
	Meedia roll	Kohanemisel Keele säilitamisel
<b>INFOVÄLI/MEEDIKASUTUS</b>	Üldised tendentsid	-
	Kanalid	Traditsiooniline meedia Sotsiaalmeedia (sõpradega loodud eraldi grupid jne)
	Eesti vs. Briti meedia	

	Meediakriitika	Usaldusväärsus (nii traditsiooniline kui ka sotsiaalmeedia)
		Ammendavus
		Poliitiline korrektsus
		Erapooletus
	Meedia sisu (mis huvitab)	-
	Kõrvalt vaataja roll	-
<b>BREXITI PROTSESSI JÄLGIMINE MEEDIAS</b>	Brexiti olulisus	-
	Brexiti aktuaalsus	-
	Kui suure osa moodustab uuritavate meediasisust	-
	Meelsus Brexiti suhtes	Isiklikult
		Ühiskonnas
	Brexiti mõju	Ühiskonnale
		Tudengitele
		Tulevikule
Brexiti väsimus	-	

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Susanna Päiv

(sünnikuupäev: 09.01.1995)

annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

### **Suurbritannia eestlaste meediarepertuaar Brexiti taustal,**

mille juhendaja on Signe Opermann,

- 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.

Tartus, 29.05.2017