

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Ajakirjanduse õppekava

Nutiseadmetest uudiste lugemine

Magistritöö

Autor: Mihkel Tamm
Juhendaja: Ragne Kõuts, PhD

Tartu 2016

SISSEJUHATUS.....	3
I TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	5
1.1 Uudiste jälgimine kui demokraatia nurgakivi	5
1.2 Meediakasutuse ajendid – klassikaline tarvete ja tasude lähenemine	8
1.3 Meediakasutuse ajendid muutunud infotehnoloogilises kontekstis.....	9
1.4 Uudiste jälgimise mõjutatus meediumist.....	12
1.5 Digitaalsete uudiste jälgimine erinevates riikides: Reutersi raport	13
1.6 Delfi ja Postimehe veebikeskkondade külastamine 2012-2016	18
1.6.1 Mobiilibrauserite osakaal koguliikluses	19
1.6.2 Delfi külastatavus	20
1.6.3 Postimehe külastatavus.....	21
1.6.4 Uudiskülgede külastuste sessioonipikkused.....	22
1.7 Teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade kokkuvõtteks	28
II Uuringu eesmärk ja uurimisküsimused.....	29
III MEETOD JA VALIM.....	30
3.1 Eeluuring	30
3.2 Nutiseadmest uudiste lugemise vaatlus tudengite koduse tööna	31
3.3 Struktureeritud intervjuu vaatluses osalenud isikutega	32
3.4 Delfi ja Postimehe saadetud uudisteadete voo vaatlus	33
IV TULEMUSED.....	34
4.1 Intervjuude tulemused	34
4.2 Vaatluse tulemused.....	44
4.2.1 Üldised vaatlustulemused.....	45
4.2.2 Erineva haridusega rühmade lugemiserinevused	49
4.2.3 Erineva uudishuviga rühmade lugemiserinevused	50
4.3 Delfi ja Postimehe mobiilsete teadete saatmise dünaamika	52
V JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON.....	55
5.1 Järeldused	55
5.2 Diskussioon	62
KOKKUVÕTE.....	69
SUMMARY	73
KASUTATUD KIRJANDUS	76
LISAD	78
Lisa 1 - TNS Emori andmete kogumise metodoloogia ja andmete esitamise viis	78
Lisa 2 – Tudengite juhised koduseks tööks vaatluste ja intervjuude läbiviimisel.....	80

SISSEJUHATUS

Nutiseadmetest ehk nutitelefonidest ja tahvelarvutitest uudiste lugemine on iga aastaga muutunud järjest populaarsemaks. Nutiseadmete populaarsuse kasvust annavad tunnistust nutiseadmete soetamise pidev kasv ning nutiseadmetest uudiskülgedele tehtud külastuse arvu tõus viimaste aastate jooksul.

Eestis ostetakse aastas pea 300 000 uut nutitelefoni ning telefonide müügikäive kasvas 2015. aastaga 23%. Nutitelefonide laialdasest kasutusest annavad aimu ka erinevad uuringud.

Tehnoloogiaettevõtte LG Electronics tellitud uuring näitas, et 52% eestlastest kasutavad nutitelefoni, kusjuures valimis olnud 15-19 aastastest vastanutest oli nutitelefoni kõigil noortel. Seda näib kinnitavat ka Mina.Maailm.Meedia (2014) uuring, millest selgub, et ainult neljandik alla 30-aastastest noortest ei oma isiklikku nutitelefoni.

Kuivõrd nutitelefoni on Eestis muutunud viimaste aastate jooksul aina enam kasutatavaks, tähendab see ilmselt ka teatavat muutust inimeste harjumustes. Käesoleva töö kontekstis on põhiküsimus selles, kas ja kuidas nutiseadmete kasutamine on muutunud inimeste uudiste lugemise harjumusi.

Käesoleva aasta alguses kirjutas Postimehe peatoimetaja asetäitja Aivar Reinap Postimehes, et mobiiltelefonide võidukäiguga on plahvatuslikult kasvanud mobiilse interneti kasutajate arv. Kuna mobiil on pidevalt kaasas, siis on paljudel tekkinud harjumus visata mobiiliportaalidele pilk peale igal vabal hetkel, alates hommikul ärkamisest kuni õhtul uinumiseni (Reinap, 2016).

Reinap kirjutab, et iga teine internetis Postimehe uudiseid lugev inimene kasutab selleks mobiiltelefoni. Arvutite kasutajaskond enam ei suurene ning kogu kasv tuleneb peaaesjalikult mobiilsete seadmete arvelt (Reinap, 2016).

Käesoleva töö autor on nutiseadmetest uudiste lugemist uurinud bakalareusetöö raames (Tamm, 2013). Käesoleva magistr töö tarbeks läbi viidud küsitlused, vaatlused ja intervjuud ning bakalareusetöö tulemused on näidanud, et nutiseadmetest loetakse uudiseid ajaviiteks ja sedagi pealiskaudselt ning et nutiseadmest uudiste lugemine on väheefektiivne. See tekitab küsimuse, kuidas on muutunud lugeja ja meediumi vaheline suhe.

Kuivõrd nutiseadmetest uudiste lugemine on mõne inimese jaoks ainus meediakontakt päeva jooksul, siis tendents, et meediatarbimine on muutunud pealiskaudsemaks, võib tõstatada

ohumärgi, et inimese ülevaade ja käsitus ühiskondlikult olulistest teemadest on muutunud samuti pealiskaudsemaks.

Vähene ja pealiskaudne kursisolek päevakajaliste ning päevapoliitiliste teemadega on kindlasti ohuks ühiskonna demokraatialle üldisemalt. Inimeste teadlikkus ühiskondlikest protsessidest ja probleemkohtadest põhineb suuresti just meedial, mis sündmusi ja analüüse inimestele vahendab. Lugejate kaugenemine uudismeediast mõjutab inimeste võimekust hallata ühiskonnas toimuvat. Samuti mõjutab lugejate uudistest kaugenemine majanduslikult ka uudisväljaandeid, mis ei pruugi oma funktsiooni seetõttu enam nii hästi täita.

Seega üritab käesolev magistritöö välja selgitada, kas uute meediumite – nutitelefonide ja tahvelarvutite – laiem kasutuselevõtt võib mõjutada Eesti inimeste lugemisharjumusi ning kuidas põhjendavad nutiseadmete kasutajad uute meediumite kasutuselevõttuga seonduvaid muutusi ja harjumusi oma meediatarbimises.

I TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Antud peatükis on tutvustatud magistritöö olulisemaid teoreetilisi ja empiirilisi lähtekohti. Et inimeste meediakasutuse motiivide kohta on kõige selgemalt ja põhjalikumalt lähenetud läbi tarvete ja tasude teooria, on käesolevas peatükis välja toodud selle uurimissuuna traditsioonilised põhiseisukohad ning uurimissuuna võimalikud muutused tehnoloogiliste arengute kontekstis. Samuti on siinkohal antud ülevaade mõningatest uuringutest, mis võtavad küll aluseks tarvete ja tasude lähenemise, kuid lähevad sellest oluliselt kaugemale. Need selgitavad, kuidas on meediakasutuses toimunud muutused seotud tehnoloogiliste vajaduste muutumisega.

1.1 Uudiste jälgimine kui demokraatia nurgakivi

Demokraatlike ja tõeliselt vabade ühiskondade toimimisel on oluline roll vabal ajakirjandusel. Starr (2011) näeb tugeva ajakirjanduse olulisust korrupsiooni leviku tõkestamisel ning ebaausate poliitikute võimu kuritarvitamise takistamisel.

Shoemaker (2006) toob välja, et meedia roll on pöörata tähelepanu ja tõmmata avalikkuse tähelepanu probleemidele ja situatsioonidele, mis vajavad lahendusi ja parandusi (Shoemaker 2006). See viitab, et tugev ajakirjandus funktsioneerib demokraatliku ühiskonna valvekoerana, mis aitab vastutavaid isikuid ja institutsioone kontrollida läbi meedia tõstatatud teemade. Kuid nutiseadmete leviku kontekstis tekib küsimus, kas ja kuidas on uue meediumi tingimustes muutunud pakutav meediasisu ning kas muutuseid on toimunud ka auditooriumi käitumisharjumustes. See tähendab – kas uued vahendid mõjutavad lugejate võimet olulistest tekstidest aru saada, neid jälgida ning mõtestada?

Ka Schröder (2015) küsib meediatrendide muutuste tuules, kas uued meediatarbimise tasemed ning riskasutamised muudavad inimesed hästiinformeeritud ja kompetentseteks kodanikeks. Käesoleva töö kontekstis tõstatub eeskätt küsimus, kas nutiseadmed ning nutirakendustest uudiste lugemine avaldavad mõju lugejatele ning meediale üldisemalt.

Poliitilise sfääri kontroll ei lasu demokraatlikus ühiskonnas ainult ajakirjanduse õlul, vaid oluline on ka auditooriumi roll. Curran, Iyengar, Lund ja Salovaara-Moring (2009) väitsid, et

demokraatia protsess eeldab, et kodanikel on võimekus võtta valitud isikuid vastutusele. Praktikas tähendab see seda, et meedia annab avalikkusele piisaval määral infot päevapoliitika kohta, et see jõuaks ka meediakaugete kodanikeni (Curran ja teised, 2009). Seega on olulise mõju saavutamiseks tähtis, et informatsioon jõuaks ka madala meediahuviga inimesteni, kuid kuidas mõjutavad demokraatia protsessi uue meedia arengud, mis soodustavad auditooriumil teatud uudisteemade vältimist?

Paradoksaalsel moel on tänapäevases informatsioonikülluses ühe sõnumiga suure hulga inimesteni jõudmine muutunud keerukamaks auditooriumi killustumise tõttu. See võib tähendada, et meedia küll annab poliitiliste protsesside kohta infot, kuid vastuvõtva auditooriumini on aina raskem jõuda, sest auditoorium on oma meediakäitumises muutunud valivamaks ning neil on oma meediamenüü koostamisel rohkem võimalusi.

Postindustriaalsetes ühiskondades on telekanalite hulga ning interneti, mobiiltelefonide ja sotsiaalvõrkude tõus laiendanud inimeste valikute spektrit ning auditooriumi tähelepanu on killustunud. Võimalus valida telekanalite vahel on andis igale vaatajale võimaluse koostada enda meediamenüü ning nõnda algas vaatajaskonna killustumine (Starr, 2011).

Internetis ja seeläbi ka nutirakenduste auditooriumi seas toimub killustumine sarnase mustril alusel. Valikute rohkus viib inimesed nende uudisteni, mis on neile maailmavaateliselt sobivad (Starr, 2011). Killustumisele ja polariseerumisele annab veelgi hoogu juurde see, et inimesed saavad aina enam infot sarnaselt mõtlevalt inimestelt ja arutavad teemade üle nende samade inimestega, kes jagavad samu väärtuseid (MacDougall, 2005; Margolis ja Resnick, 2000; Stroud, 2008; Sunstein, 2001, Mitchelstein ja Boczkowski, 2010 kaudu).

Polariseerunud uudiste auditoorium on tõstatanud ohu poliitilise killustumise suhtes ning võib viia üldisema poliitilise konsensuse murenemiseni (Graber, 2006). Davis (1999) ja Mutz (2006) on koguni väitnud, et uudiste mitmekesisus on osaliselt põhjustanud auditooriumi huvi vähenemise avaliku elu vastu (Mitchelstein ja Boczkowski, 2010 kaudu).

Valikute rohkus annab auditooriumile võimaluse teha valikuid enda huvidest lähtuvalt ning jätta enda jaoks ebaolulised võimalused kõrvale. Starr (2011) sõnastas, et uutes tingimustes on poliitika huvilistel inimestel võimalus huvipakkuvate teemadega end rohkem kurssi viia, samal ajal võõranduvad vähese uudishuviga inimesed poliitikasfäärist aina enam (Starr, 2011).

Killustumine oma valitud meediamõjuväljadesse vähendab ka inimeste juhuslikku kokkupuudet neid mittehuvitavate teemadega. Varasemalt sattusid inimesed ajalehte või

televisiooni jälgides uudiste infovälja ning meediakeskkond soosis juhuslikku kokkupuudet poliitikauudistega. Uue meedia valguses on võimalik kasutada internetti ja võrgustikke ka nõnda, et kasutaja ei puutu uudistega kokku. Selle tulemusena on hulk inimesi avalikust elust võõrandunud (Starr, 2011).

Lunt ja teised (2014) töid välja, et mobiilsete seadmete ja sotsiaalvõrgustike tähtsuse tõus viitab, et inimestel on arvestatav digitaalne lugemisoskus, mis muutub aga demokraatliku kodanikusfääri tingimustes aina olulisemaks (Lunt et al. 2014). Digitaalne lugemisoskus tähendab aga ka seda, et inimesed on oma meediavalikutes digitaalses keskkonnas teadlikumad ning neil on veelgi lihtsam teatud uudiste mõjuvälju vältida ja hoida teatud teemadest kõrvale. Kindlate rubriikide vältimist ning endale meelepärase meediamenüü koostamist toetavad mitmed uudisküljed, mis pakuvad kasutajale võimalust luua oma personaliseeritud uudisvoogu. Ka Eesti suuremate uudiskülgede nutirakendustele on alates 2016. aastast antud funktsioon lisatud.

Kui veel 2001. aastal kirjeldasid Tewksbury, Weaver, & Maddex (2001), et inimesed “komistasid” uudiste otsa sel ajal, kui nad kasutasid internetti muudel eesmärkidel ning nõnda olid inimesed juhuslikult uudiskasutusele avatud, siis sellele seisukohale viidates leidsid Yadamsur ja Erez (2011), et uue meedia tõttu on inimeste juhuslik ja tahtmatu kokkupuude uudistega vähenenud.

Lisaks killustumisele on avardunud meediamaastriku tõttu lugejad ka teiste ohtlike trendide mõjuväljas. *Online*-meedia puhul on interneti väga laialdane levik toonud kaasa loetlematul hulgal erinevaid uudisteportaale, mille objektiivsus ei ole tagatud ja millel võib olla erinevaid poliitilisi ja muid eesmärke. Seega on demokraatia kontekstis ülioluline, kes *online*-uudiste sisu toodab ning millise uudislooja mõjuväljas on lugejad.

Kuivõrd avatud meediamaastrik ning võimalus valida endale meelepäraseid uudiseid on samuti osa demokraatlikust mitmekesisusest, siis lugejate harimise seisukohalt on oluline, et esitatav info oleks objektiivne, kontrollitud faktidega ning erinevaid arvamusi ja osapooli hõlmav.

Curran ja teised (2009) töid välja, et avalikust elust on suuremate teadmistega nende riikide kodanikud, kus on tugev avalik-õiguslik meedia. *Online*-meediale tähelepanu juhtides tuuakse välja, et oluline osa *online*-uudistest tuleb samadest toimetustest, kes toodavad paberlehte (Curran ja teised 2009, 2013).

Eesti kontekstis kehtib kõige populaarsemate ja mõjukamate uudisteportaalide puhul sama tendents, et Delfi ja Postimehe *online*-uudiskülgede sisu toodavad samad toimetused, kus tehakse trükilehti Eesti Päevaleht ja Postimees.

Tehnoloogiliste muutustega on Eesti suurimad uudistetoimetused kaasa läinud ning pakuvad oma sisu nii paberlehel kui ka digitaalsetel platvormidel, sealhulgas nutirakendustest.

1.2 Meediakasutuse ajendid – klassikaline tarvete ja tasude lähenemine

„Uute suure ekraaniga, kiirete ja mugavate mobiiltelefonide võidukäiguga on plahvatuslikult kasvanud mobiilse interneti kasutajate arv. Kuna mobiil on pidevalt kaasas, siis on paljudel tekkinud harjumus visata mobiilportaalidele pilk peale igal vabal hetkel, alates hommikul ärkamisest kuni õhtul uinumiseni. Keskmine tarbija võib vaadata oma telefoni üle saja korra päevas ning keskmine sessiooni pikkus on vaid paar minutit,“ kirjutas Postimehe peatoimetaja asetäitja Aivar Reinap (2016) käesoleva aasta alguses.

Kuivõrd mobiiltelefonide kasutamise kasvu näitavad nii nutiseadmete müügikäive kui ka läbi mobiilbrauserite tehtud külastuste arvu kiire tõus internetis, tekib küsimus miks ja millistel tingimustel kasutatakse uudiste lugemiseks just nutiseadet.

Samale küsimusele on varasemalt otsitud traditsioonilise meedia puhul vastust läbi tarvete ja tasude teooria. Tarvete ja tasude uurimissuund on küll uurinud meediakasutust laiemas kontekstis, kuid teoriast tulenevad selgitused aitavad põhjendada ka uudismeedia kasutust.

Tarvete ja tasude uurimissuuna oluline küsimus on, mis põhjustel auditoorium teeb valikuid meediat kasutades. Katz ja teised (1974) kirjeldasid meediavaliku protsessi seotud olevat:

- (1) sotsiaalse ja psühholoogilise taustaga, (2) millest pärinevad vajadused, mis genereerivad
- (3) ootusi (4) massimeedia või muude allikate suhtes, mis viivad välja (5) erinevale meediakasutusele (või teiste tegevustega tegelemisele), andes tulemuseks (6) vajaduse rahuldamise ja (7) teised tagajärjed...

(McQuail, 2003:347)

McQuail (2003) toob välja, et peamiselt mõjutavad auditooriumi valikuid lugeja sotsiaalne taust, isiklikud tunnused (vanus, sugu, elustiil jne), konkreetsed meediaga seotud vajadused, maitse ja eelistused, üldised harjumused, meediateadlikkus, juhus ning spetsiifiline

kasutuskontekst, mis varieerub olenevalt meediumist, kuid viitab üldiselt konkreetsele sotsiaalsele, psühholoogilisele ja füüsilisele keskkonnale – meediakasutuse asukoht võib mõjutada vastuvõtu iseloomu ja valikutegemise protsessi (McQuail, 2003:350-351).

Nutiseadmete puhul on meediakasutuse asukoha aspekt muutunud üsna raskesti tabatavaks. Nutiseadmed on mobiilseid ning neid saab kasutada nii voodis, loengus kui autoroolis. Võrreldes näiteks teleri vaatamisega, on mobiilsete seadmete kasutuselevõtt muutnud asukoha siduvat mõju meediatarbimisele.

Et nutiseade ei pea olema juhtmega seina ühendatud ning sellel on ka mobiilne internet, saab seda kasutada asukohast sõltumata. Kuid kas võimalus kasutada mobiilset ja internetiühendusega seadet meediatarbimiseks tõstatab tasude ja tarvete uurimissuuna valguses ka uusi meediast saadavaid tasusid?

1.3 Meediakasutuse ajendid muutunud infotehnoloogilises kontekstis

Arenevate tehnoloogiate kontekstis, nagu seda on nutiseadmed, on tarvete ja tasude teooria edasiarendamiste võimalustega tulnud välja Sundar ja Limperos (2013).

Sundar ja Limperos (2013) leidsid, et uued meediumid on esile toonud uusi harjumusi ja kasutusvõtteid. Näiteks on mobiilsuse tõus toonud kaasa uusi käitumisnorme – meediasisu tarbimine ühistranspordis jne. Sellised tasud võivad peegeldada vajadusi, mis olid seni täitmata, kuid nende kättesaadavus on ilmselgelt tulenenud uutest võimalustest, mida pakuvad uued meediumid ja tehnoloogilised võimalused (Sundar ja Limperos 2013: 511).

Sundar ja Limperos on paigutanud võimalikud uued meediatarbimisest saadavad tasud ka tabelisse (vt. tabel 1).

Tabel 1. Tehnoloogia muutusega kaasnevad võimalikud uued tasud (Allikas: Sundar ja Limperos 2013: 513)

Võimalikud tehnoloogiast tulenevad uued tasud			
modaalsus	vahendamine	interaktiivsus	käsitlemine
Realism	Tõhustamine	Suhtlemine	Sirvimine
Lahedus	Kommuuni loomine	Tegevus	Navigeerimisabi
Uudsus	Trend	Reageerimine	Mängulisus
Kohalolekutunne	Filtreerimine	Dünaamilisus	
	Personaalsus		

Sundari ja Limperose (2013) pakutud uutest tasudest on nutiseadme kontekstis olulised modaalsusega kaasnevad tasud. Kuivõrd nutiseadmed täidavad oma uudiste lugemise rolli kõige paremini just ühendatuna interneti, siis on nutiseadmete puhul aktuaalne internetis leviv sisu erinevates modaalsustes – tekst, pildid, helid ja video. Modaalsuse areng internetis avaldub ka nutiseadmetes. Võiks ehk isegi öelda, et nutiseadmetesse jõuavad uuendused just esimesena, sest populaarsust koguvad 360-videod ja virtuaalreaalsus on tugevalt seotud nutitelefonidega. Näiteks saatis New York Times 2015. aasta novembris oma tellijatele postiga lihtsakoelised papist prillid, kuhu inimestel oli võimalik asetada oma mobiiltelefonid ning neid prille kandes said inimesed kogeda läbi virtuaalreaalsuse New York Timesi toodetud spetsiaalset videosisu. Sundari ja Limperose (2013) modaalsusega seotud tabelis seostub virtuaalreaalsusega suurem kohalolekutunne, mis mõjutab omakorda kasutajate hinnanguid kogemuse reaalsusele, lahedusele ja uudsusele (Sundar ja Limperos, 2013).

Nutiseadmeid kasutades ollakse tihti ühendatud ka sotsiaalmeediasse ning läbi selle jõutakse ka aina enam uudissisuni. Härma (2015) tõi välja, et inimesed veedavad niikuinii suure osa internetis veedetud ajast Facebookis ning sealtkaudu uudisteni jõudmise eeliseks on asjaolu, et uudisinformatsiooni saamiseks ei pea mujale minema. Härma (2015) toob välja, et kasutajad ei eelista Facebookis ajakirjanike ja toimetuse poolt tehtud valikuid, vaid eelistavad sõprade poolt juba filtreeritud uudistemasid, mis on kasutajate jaoks olulisemad. Ka Sundar ja Nass (2011,

Sundar ja Limperos, 2013 kaudu) toovad välja, et kasutajad hindavad teiste kasutajate poolt heaks kiidetud sisu kõrgemalt kui professionaalsete ajakirjanike tehtud valikut. Sundar ja Limperos (2013) väidavad, et kaasaegses meedias on vahendamisel põhinevad tasud olulised ning need on tekkinud tänu lahendustele tehnoloogias (Sundar ja Limperos, 2013: 514). Kuivõrd nutiseadmeid kasutatakse intensiivselt ka sotsiaalmeedia kasutamiseks, siis jõuab kahtlemata suur osa lugejaid uudiskülgedele läbi sotsiaalmeedias soovitatud artiklite.

Üldiselt võib Sundari ja Limperose (2013) loodud tehnoloogiast tulenevate uute tasude tabelit käsitleda kui eeskätt internetiga seotud tehnoloogiate tabelit. Seetõttu sobitub ka nutiseade sellesse tabelisse hästi, sest paljud nutiseadme põhifunktsioonid on eeskätt seotud just internetiühendusega. Peamised arengud tehnoloogia puhul näivadki tekkivat just modaalsuse vallas, kus arendatakse edasi võimalusi, kuidas erinevatel moodustel sisu kuvada ja tarbida.

Sundari ja Limperose tõstatatud uutes võimalikes tasudes ei pruugi tingimata olla midagi väga uuenduslikku. Paljud nende toodud uued tasud on vanade tarvete ja tasude teooriate edasiarendused ning täiendused. Ilmselt on selle põhjuseks asjaolu, et ka tänapäevane tehnoloogia võib küll olla revolutsiooniline, ent oma põhiolemustelt siiski vaid varasemate leiutiste edasiarendused. Näiteks nutitelefon on telefoni edasiarendus, ka internetiühendus on seotud telefoniühendusega. Male suurmeister Garri Kasparov sõnas 2012. aastal ETV saates Kahekõne, et tänapäeval kasutatav tehnoloogia põhineb 1950-1970ndate leiutistel ning ka uusimad iPadi põhimõtted pärinevad aastast 1981 (Kasparov, 2012).

Kui lisada Kasparovi mõttele juurde tõik, et tarvete ja tasude uurimissuund pärineb algupäraselt 1940ndatest ning said suurema edasiarenduse 1970ndatel, võib eeldada, et tehnoloogiaga sarnasel kombel pole uurimissuunas toimunud põhimõttelisi muutusi, vaid pelgalt edasiarendused.

Tehnoloogiate edasiarenduste ning sulandumise kontekstis (telefoni ja interneti koosfunktsioneerimine nutitefonis) võib eeldada, et meediakasutus ning sellest tulenevad tasud ja tarbed on omavahel rohkem kattuvad ja tihedamini põimunud. Tänapäevast meediakasutust analüüsid toob Schröder (2015) välja, et digitaalsete vahendite kasutamisega on ristmeedia kasutusest ilmnevad tendentsid muutunud märksa komplekssemaks, hübriidsemaks ning piirid on hägustunud (Bjur ja teised, 2013, Schröder 2015: 61 kaudu). Keerukus tuleneb osaliselt sellest, et ühes kontekstis on võimalik kasutada mitut meediumi korraga (Schröder 2015: 62).

1.4 Uudiste jälgimise mõjutatus meediumist

Oodatult on ülevaatliku informatsiooni saamise vahendina tõusnud mobiilsete seadmete tähtsus, mis annab võimaluse uudistele ligi pääseda igal hetkel ning igas paigas (Schröder, 2015: 67-68). Mobiilseid seadmeid kasutatakse olukordades, kus kasutajad on liikvel ning sealjuures võimaldab mobiilne internet käsitleda seadmes alati värskemal sisu. Mobiilseadmete omadus olla kasutatav igal pool ning igal hetkel tõstab sellise uudistatavuse hulka, kus uudiseid loetakse juhuslikel ajaaukudel, mis viib omakorda juhusliku ning pealkirjade või ülevaadete põhisele uudistatavusele (Schröder, 2015: 74).

Laine (2013) tõi välja, et lugejad soovivad kiiresti ja lihtsasti leida huvitavat ning meelelahutuslikku sisu; tahavad olla kursis maailmas toimuvaga ja olla kursis uudistega endale olulistel valdkondades (Laine, 2013).

Ka Flavian & Gurra (2006) pakkusid välja digitaalsete uudiste lugemise kolm põhilist eesmärki: 1) konkreetse info otsimine; 2) uudistega kurssi viimine; 3) lõõgastumise-meelelahutus (Yadamsur ja Erelez, 2011 kaudu).

Digitaalne lugemine on aga otseselt mõjutatud seadmest, millest uudiseid loetakse. Seadmete füüsilistel eripäradel ning seadmetele loodud sisu disainil on otsene mõju sellele, kuidas inimesed nutiseadmetest tekste loevad.

Nutirakenduste eripärade mõjusid lugejatele on uurinud Yua ja Kong (2015), kes leidsid, et lugejad on nutitelefonist lugedes väga eesmärgikesksed ning tajusid selgelt, kuidas erinev disain mõjutab nende lugemist. Yua ja Kong (2015) märkisid, et lugejate jaoks on pisipiltidega ning pealkirjadega disainitud eelvaade kõige mugavam variant ning sellise disainiga veebilehtedel võttis uudiste lugemine vaadeldavatel ka vähem aega (Yua ja Kong, 2015).

Yua ja Kongi (2015) välja toodud lugejate jaoks kõige mugavam disainilahendus oli ka Eesti uudiskülgedel läbiviidud intervjuude ajal domineerivaks stiiliks. Kui Delfi on veel tänase päevani (mai 2016) säilitanud sama disaini, siis Postimees on teinud oma kujunduses ümberkorraldusi. Postimees kasutab küll endiselt sarnast põhimõtet, kus on uudised välja toodud pisipildi ning pealkirjaga, kuid on viimaste uuendustega hakanud teatud uudiseid rohkem rõhutama läbi suuremate piltide ja pealkirjade.

Nutiseadmete mõju lugemisharjumustele on uurinud Laine (2013), kelle uurimistöö tulemustest selgus, et lugejad soovivad nutiseadmetes saada kiiret ligipääsu endale olulistele rubriikidele ning nad ei pööra eriti teistele valdkondadele tähelepanu; peamine soov on lugeda uudiseid nauditava ajaviitena ning et lugejad vaatavad üle kõik väljaandes avaldatud artiklid ning keskenduvad enam artiklitele, mida nad ise peavad oluliseks (Laine, 2013).

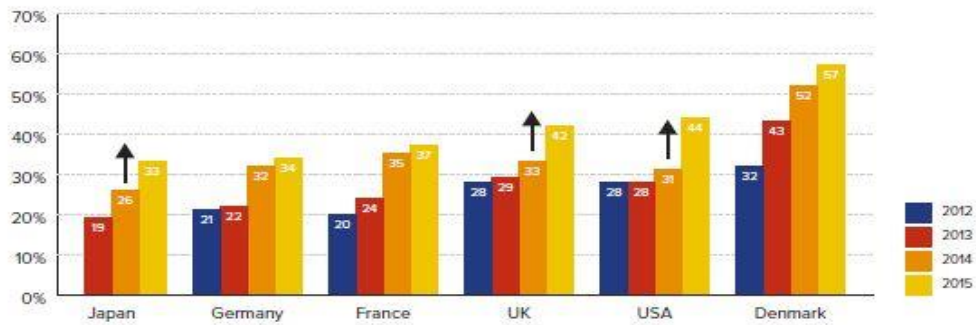
Ka käesoleva magistritöö autor on varasemates töödes uurinud uudiste jälgimiste mõjutatust meediumist ning leidis, et mitmed tegurid viitavad sellele, et nutitelefonidest loetakse uudiseid pealiskaudsemalt (Tamm, 2013). Samuti leidis autor, et nutiseadmetest uudiseid lugedes jääb lugejatele vähem fakte meelde kui teistest meediumitest (Tamm, 2013).

1.5 Digitaalsete uudiste jälgimine erinevates riikides: Reutersi raport

Üks väheseid uuringuid, mis on süsteemselt ja võrdlevalt hakanud tegelema inimeste *online*-uudiste lugemisega, on Reutersi instituudi „Digitaalsete uudiste raport“ (alates aastast 2012). 2015. aasta raport hõlmab ülevaadet ja omavahelisi võrdlusi 20 000 vastaja kasutusharjumuste ja -eelistuste kohta kaheteistkümnest riigist. Reutersi raportid on väärtuslikud, sest analüüsivad põhjalikult erinevate tehnoloogiliste vahendite kasutamist uudiste lugemiseks, sealhulgas hinnates nii inimeste lugemismotivatsiooni kui ka nende eelistusi sisu ja vormi osas. Käesolevas alapunktis on välja toodud kahe viimase aasta Reutersi raporti olulisemad aspektid, mis seostuvad käesoleva magistritöö teemaga.

Nutitelefonide kasutamine uudiste lugemiseks on aasta-aastalt kasvanud kõikides vaadeldavates riikides (vt. Joonis 1). Eriti suur on hüpe olnud Ühendkuningriigis ja Ameerika Ühendriikides. Samal ajal on tahvelarvutitest uudiste lugemise kasv aeglustunud. Selle taga võib olla nutitelefonide ekraanide suurenemine ja kasutusmugavuste paranemine.

SMARTPHONE NEWS USE 2012–2015



Joonis 1. Uudiste lugemine nutitelefoni abil 2012–2015. Reuters Institute Digital News Report 2015: 8

Kuigi suurem osa auditooriumist tarbib *online*-uudiseid endiselt sarnaselt möödunud aastatega ning teevad seda läbi harjumuspäraste ja usaldusväärsete uudiskülgede, on muutumas see, kuidas nad selle sisuni jõuavad. Uudiste lugemise algus ei pruugi enam olla läbi uudisküljele minemise, vaid aina enam mängivad rolli otsingumootorid, sotsiaalmeedia, e-mail või isegi nutiseadme avakuva (Reuters Institute Digital News Report, 2015) (vt. Joonis 2).

Aina vähem tarbijaid jõuab uudisteni läbi uudiskülje esilehe, kus on kuvatud uudiste nimekiri. Seevastu leiab rohkem lugejaid tee uudisteni läbi otsingumootori või sotsiaalmeedia (Reuters Institute Digital News Report, 2015).

STARTING POINTS FOR NEWS ALL COUNTRIES

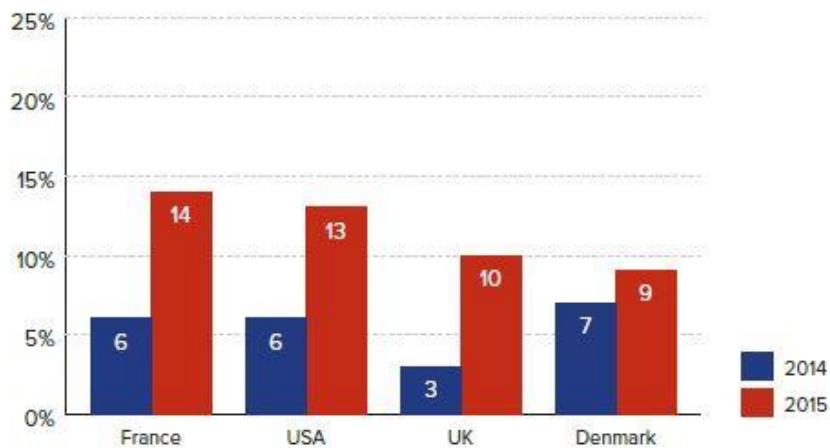
	UK	US	FRA	GER	IRE	DEN	FIN	ITA	SPA	JPN	BRA	AUS
Direct to news brand	52%	36%	27%	26%	44%	54%	63%	20%	36%	15%	46%	33%
Search	32%	40%	40%	45%	46%	29%	26%	66%	54%	54%	52%	49%
Social Media	28%	35%	21%	20%	36%	38%	28%	33%	35%	14%	48%	41%
Email	10%	25%	21%	15%	9%	24%	9%	17%	14%	15%	23%	20%
Mobile notifications and alerts	10%	13%	14%	9%	9%	9%	7%	7%	8%	7%	11%	9%

Q10. Thinking about how you got news online (via computer, mobile, or any device) in the last week, which were the ways in which you came across news stories? Please select all that apply. Base: Total sample in each country.

Joonis 2. Kuidas jõudsite uudissisuni? Reuters Institute Digital News Report 2015: 15

Kuigi jooniselt nr. 2 on näha, et läbi teadete ja märguannete uudisteni jõudmine on kõigi osalenud riikide elanikele üks vähemtähtsamaid viise uudistega kontakti saamiseks, toob raport välja tendentsi, et uudiste kohta märguannete ja teadete saatmine mobiiltelefonidele on viimase aasta jooksul mitmes riigis mitmekordselt kasvanud (vt. Joonis 3). Läbi teadete meenutatakse auditooriumile oma brändi olulisust ning võisteldakse lugeja tähelepanu pärast aina tihenevas konkurentsisis (Reuters Institute Digital News Report, 2015).

GROWTH OF MOBILE NOTIFICATIONS SELECTED MARKETS



Q10. Thinking about how you got news online (via computer, mobile, or any device) in the LAST WEEK, which were the ways in which you came across news stories? Showing code for mobile alerts. Base: Total sample 2014–15 UK = 2082/2149, US = 2197/2295, Denmark = 2036/2019, France = 1946/1991.

Joonis 3. Kui tihti jõudsite uudisteni läbi mobiilseadmetele saabunud teadete?

Reuters Institute Digital News Report 2015: 16

Reutersi ajakirjandusuuringute instituudi 2014. aasta uuringus on lahti kirjutatud millal ja kus inimesed peamiselt uudiseid tarbivad. Tavapärane uudiste tarbimise mudel on muutunud seoses mobiilsete seadmete kasutamise kasvuga ning seetõttu on uudiste lugemise kordade arv ühes päevas kasvanud.

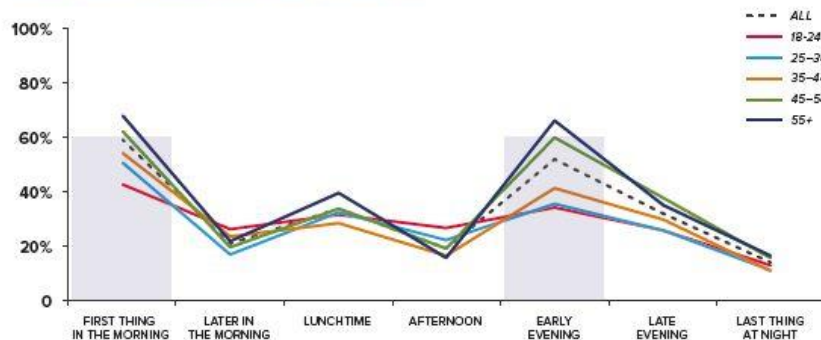
Allolevad Reutersi poolt digiuudiste raportis välja toodud joonised (vt. Joonis 4) näitavad Ühendkuningriigi ja Soome uudistetarbimise jagunemist päeva lõikes erinevate eagruppide

vahel. Soome meediakasutust iseloomustab stabiilsem uudistetarbimine õhtustel tundidel ning selle põhjuseks on teleuudiste ajagraafik, mis pakub vaatajatele võimalusi uudiseid jälgida õhtu jooksul mitu korda ning pika aja vältel. Ühendkuningriigi puhul jõuab uudistarbimise tipp kätte varem ning langeb siis.

Ühendkuningriigi vahel joonistub selgemalt välja vahe nooremate ja vanemate põlvkondade vahel. Kui noorematel jaguneb uudistarbimine nutiseadmetest lugemise tõttu suhteliselt ühtlaselt läbi päeva, siis vanemad generatsioonid tarbivad uudiseid päevarütmist lähtuvalt ning tipp-punktid tekivad hommikul, lõunal ja õhtupoolikul (Reuters Institute Digital News Report, 2014).

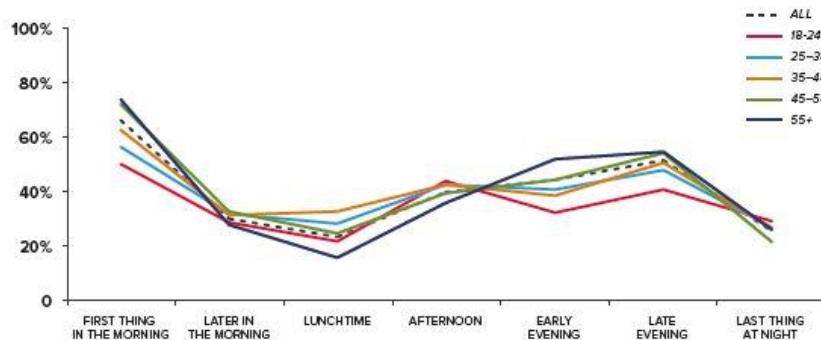
Geograafilise läheduse tõttu võiks Eesti meediakasutust kõige enam seostada Soome meediakasutusega, kuid siiski tuleb arvestada, et ilmselt on kahe riigi meediasüsteemides ja meediakasutuses küllalt palju erinevusi. Ilmselt on Eesti puhul õhtune uudistetarbimise tipp hetk mõnevõrra varem, sest Eestis algab viimane õhtune uudistesaaade kell 21.00, kuid Soomes alles kell 22.00.

NEWS ACCESS ACROSS THE DAY BY AGE (UK)



Q4b. When do you typically access the news? (Please select all that apply)
 Base: UK=2082 – 18–24 (267), 25–34 (235), 35–44 (249), 45–54 (413), 55+ (918)

NEWS ACCESS ACROSS THE DAY BY AGE (FINLAND)



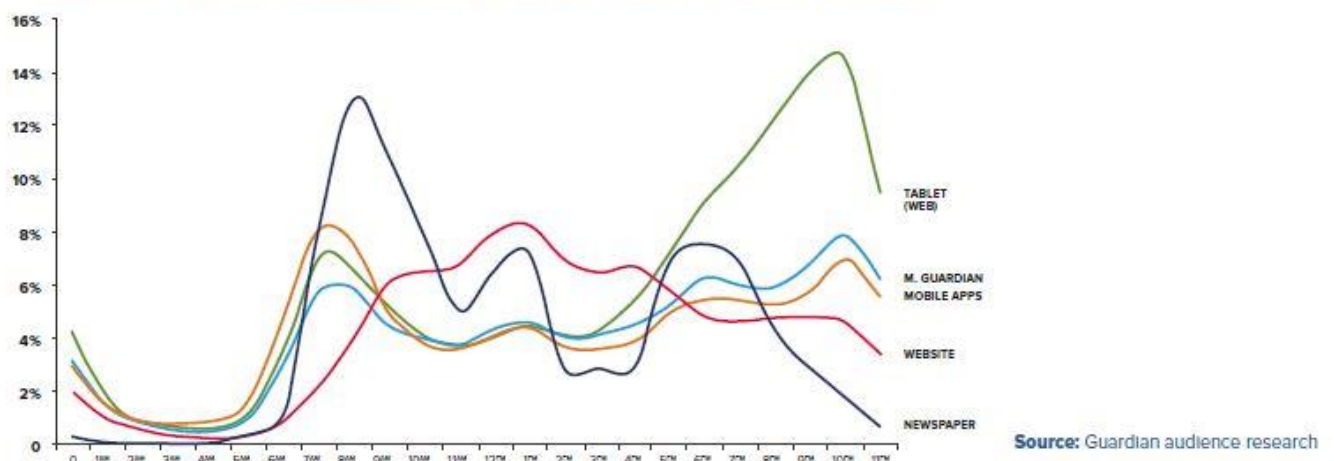
Q4b. When do you typically access the news? (Please select all that apply)
 Base: Finland=1520 – 18–24 (111), 25–34 (320), 35–44 (253), 45–54 (311), 55+ (543)

Joonis 4. Millal päeva jooksul tarbite uudiseid?

Reuters Institute Digital News Report 2014: 46

Tavapäraselt saavad *online* väljaanded suurema osa oma külastustest päevasel ajal, kui inimesed loevad uudiseid töö ajal. Arvutist uudiste lugemise kõrghetk on lõuna ajal, kuid hakkab siis langema. Kuid allolevalt jooniselt on näha, kuidas Guardiani *online* külgede külastatavus päeva jooksul jaguneb (vt. Joonis 5). Nutitelefonid ja tahvelarvutid pikendavad meediapäeva pikkust, tekitades uusi kõrgpunkte hommikul, kui loetakse uudiseid tööle sõites nutitelefoni ning tahvelarvutite kasutus tõuseb hilisõhtusel ajal. Inimeste kasutusharjumuste muutumine on pannud oma töömeetodeid ümber hindama ka uudisorganisatsioone. Financial Times on muutnud oma vahetuste aegu ning paneb rohkem rõhku ajakirjandusliku sisu pakkumiseks just hommikutundidel (Reuters Institute Digital News Report, 2014).

ACCESS TO THE GUARDIAN ACROSS THE DAY VIA NEWSPAPER AND DIGITAL DEVICES



Joonis 5. Uudiste tarbimine ööpäevas erinevate seadmete lõikes.

Reuters Institute Digital News Report 2014: 47

1.6 Delfi ja Postimehe veebikeskkondade külastamine 2012-2016

Meediakasutuse muutumine üha suuremal määral internetipõhiseks on avanud võimaluse üpris täpseks uudise ja lugeja vahelise kontakti fikseerimiseks ning uudiskülgede külastusstatistika jälgimiseks. Järgnevalt on esitatud veebiliikluse kohta kättesaadavate TNS Emori avalike andmete sekundaaranalüüsi tulemused, et tuua esile Reutersi raportis väljatooduga võrreldavaid tendentse Eesti elanike nutiseadmete kasutamises.

TNS Emori interneti lehekülgede külastusstatistika mõõtmissüsteem registreerib andmeid uudiskülgedel toimuva liikluse kohta erinevate brauseriliikide kaupa (<http://tnsmetrix.emor.ee/>), mis võimaldab hinnata erinevate seadmetega uudiste jälgimise proportsioonide muutumist. Käesolevas töös on välja toodud ning analüüsiks kasutatud Delfi ja Postimehe külastatavuse muutumise trendid.

Emorist kättesaadavad toorandmed annavad külastusstatistika iga nädala kohta aastatel 2012-2016 ning seetõttu on üldtendentside väljatoomiseks olemasolevaid andmeid koondatud ja seostatud omavahel.

Käesolev peatükk võimaldab selgitada, mil viisil internetiuudiseid valdavalt jälgitakse, kuidas on muutunud jälgimises nutiseadmete kasutamise osakaal ja kui palju aega uudiskülgede külastamiseks pühendatakse.

TNS Emori andmete kogumise metodoloogia ja andmete esitamise viis on välja toodud käesoleva töö lisas nr. 1.

Käesolevas magistritöös on kasutatud ainult neid andmeid, mis on nii Delfi kui Postimehe kohta avalikud. Vaatlusvahemik algab 2012. aasta 27. nädalast, sest alates sellest nädalast on olemas esimesed andmed nii m.delfi.ee kui ja Postimehe mobiilikeskkondade kohta. Vaatlusandmed on kogutud kõikide vaatlusperioodi jäävate nädalate kohta. Vaatlusperiood lõpeb 2016. aasta 3. nädalaga, sest alates sellest ajast loobus Delfi oma andmete avalikustamisest Emori leheküljel. Seega on vaatlusperiood kokku 187 nädalat.

1.6.1 Mobiilbrauserite osakaal koguliikluses

TNSMetrix fikseerib lisaks kogukülastatavusele ka külastused, mis on tehtud mobiilbrauserite kaudu. Siinkohal tuleb meeles pidada, et nii Delfi kui Postimehe mobiilikülgi jälgitakse küll peamiselt läbi nutiseadmete, kuid samas ei ole selle kasutamine välistatud ka koduses lauaarvutis. Üldiselt moodustavad Delfi ja Postimehe mobiilikülgedele tehtud külastused läbi mobiilbrauserite vähemalt 95% külastustest.

Delfi ja Postimehe keskkondade külastusstatistika näitab, et mobiilsete seadmete osakaal kogukülastustest on nelja aasta jooksul kasvanud üle kümne korra. Kui 2012. aasta juulis oli mobiilbrauseritest tehtud külastuste hulk alla 10 %, siis 2016.a. jaanuariks oli see kasvanud üle 50% (vt tabel 2.) Desktop-brauserite kaudu külastamine on sama perioodi jooksul ka mõnevõrra kasvanud, kuid siiski palju tagasihoidlikumalt – umbes 700 000-lt üle 900 000.

Tabel 2. Delfi ja Postimehe külastuste dünaamika läbi kõikide brauserite, desktop-brauserite ja mobiilbrauserite

	Delfi			Postimees		
	kõik brauserid	desktop-brauser	mobiilbrauser	kõik brauserid	desktop-brauser	mobiilbrauser
2012 juuli	844 840	768 010	76 830 (9%)	794 746	729 354	65 392 (8%)
2013 jaanuar	965 339	831 967	133 372 (14%)	870 259	766 384	103 875 (12%)
2013 juuli	1 000 749	810 246	190 503 (19%)	928 763	773 975	154 788 (17%)
2014 jaanuar	1 110 252	833 843	276 409 (25%)	972 443	756 200	216 243 (22%)
2014 juuli	1 145 802	798 165	347 637 (30%)	1 010 658	722 852	287 806 (28%)
2015 jaanuar	1 632 863	897 169	735 694 (45%)	1 444 962	837 635	607 327 (42%)
2015 juuli	1 699 175	827 753	871 422 (51%)	1 469 258	783 550	685 708 (47%)
2016 jaanuar	2 009 691	946 957	1 062 734 (53%)	1 847 993	903 019	944 974 (51%)

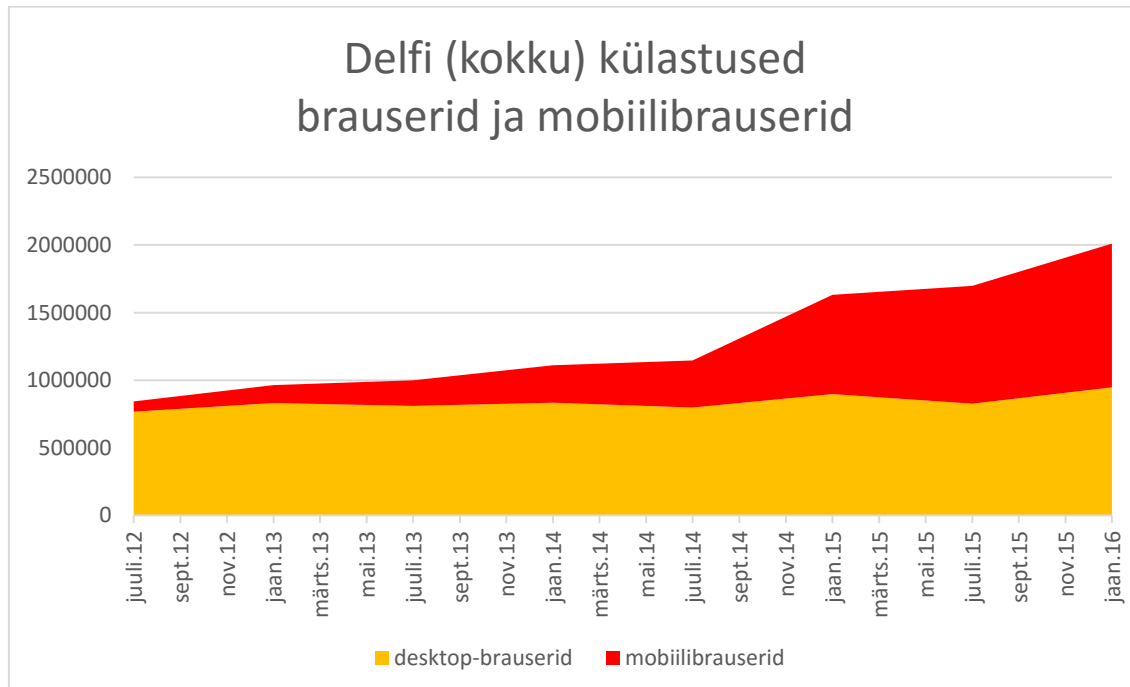
1.6.2 Delfi külastatavus

Delfi lehekülgede külastatavus on vaatlusperioodi jooksul tõusnud märgatavalt. Vaatlusperioodi alguses külastati Delfi lehekülgi kokku 844 840 korda. 2016. aasta kolmandal nädalal oli külastusi nädala jooksul 1 859 132. See tähendab, et külastuste arv on enam kui kahekordistunud.

Delfi külastatavus on tõusnud peamiselt mobiilibrauserite arvelt. Kui vaatlusperioodi alguses moodustasid mobiilsed seadmed külastuste koguarvust 9%, siis vaatlusperioodi lõpuks on mobiilsetest seadmetest tehtud külastuste maht kasvanud 51%-ni.

Kui vaatlusperioodi alguses tehti läbi mobiilsete seadmete külastusi Delfi külgedele nädalas 76 830 korda, siis vaatlusperioodi lõpuks küündis see arv 942 906-ni. Kasv on olnud 12-kordne.

Desktop-brauseritest tehtud külastuste arv Delfi külgedele on nelja aasta jooksul püsinud suhteliselt stabiilne. Vaatlusperioodi viimase poole aasta jooksul on desktop-brauseritest tehtud külastuste arv olnud kerges tõusutrendis.



Joonis 6. Delfi külastuste dünaamika brauseritest ja mobiilibrauseritest 2012-2016

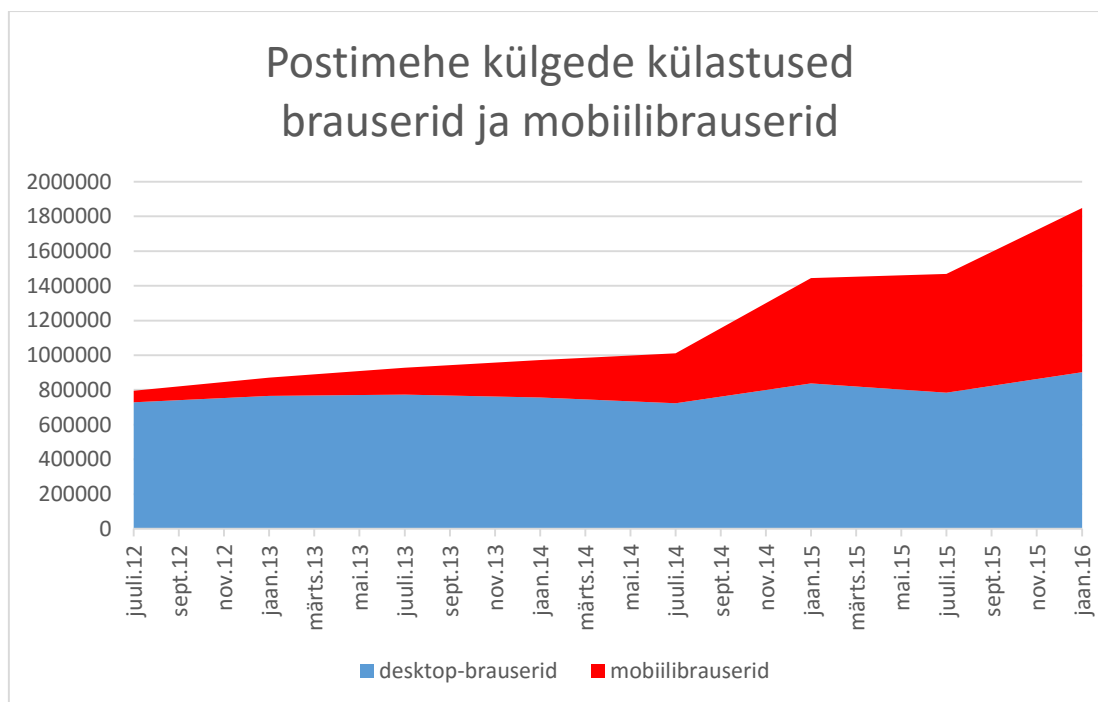
1.6.3 Postimehe külastatavus

Postimees.ee keskkondade külastatavus on sarnaselt Delfile samuti vaatlusperioodil tõusnud. Vaatlusperioodi alguses külastati Postimehe lehekülgi kõikidest brauseritest kokku 794 746 korda. Vaatlusperioodi lõpuks oli külastatavus kasvanud 1 793 660 külastuseni nädalas. Kasv on olnud enam kui kahekordne.

Postimehe külastatavuse kasvu on enim mõjutanud mobiilbrauseritest tehtud külastuste arvu märkimisväärne kasvamine.

Mobiilsetest seadmetest Postimehe lehekülgede külastamine moodustas kõikidest külastustest vaatlusperioodi alguses 8% protsenti ehk 65 392 külastust nädalas. Vaatlusperioodi lõpus külastati mobiilsetest brauseritest Postimehe lehekülgi 904 651 korda, mis moodustab kõikidest külastustest 50%.

Desktop-brauseritest tehtud külastuste arv on Postimehe veebikülgedele olnud nelja aasta jooksul stabiilne. Vaatlusperioodi viimase poole aasta jooksul on desktop-brauseritest tehtud külastuste arv olnud kerges tõusutrendis.

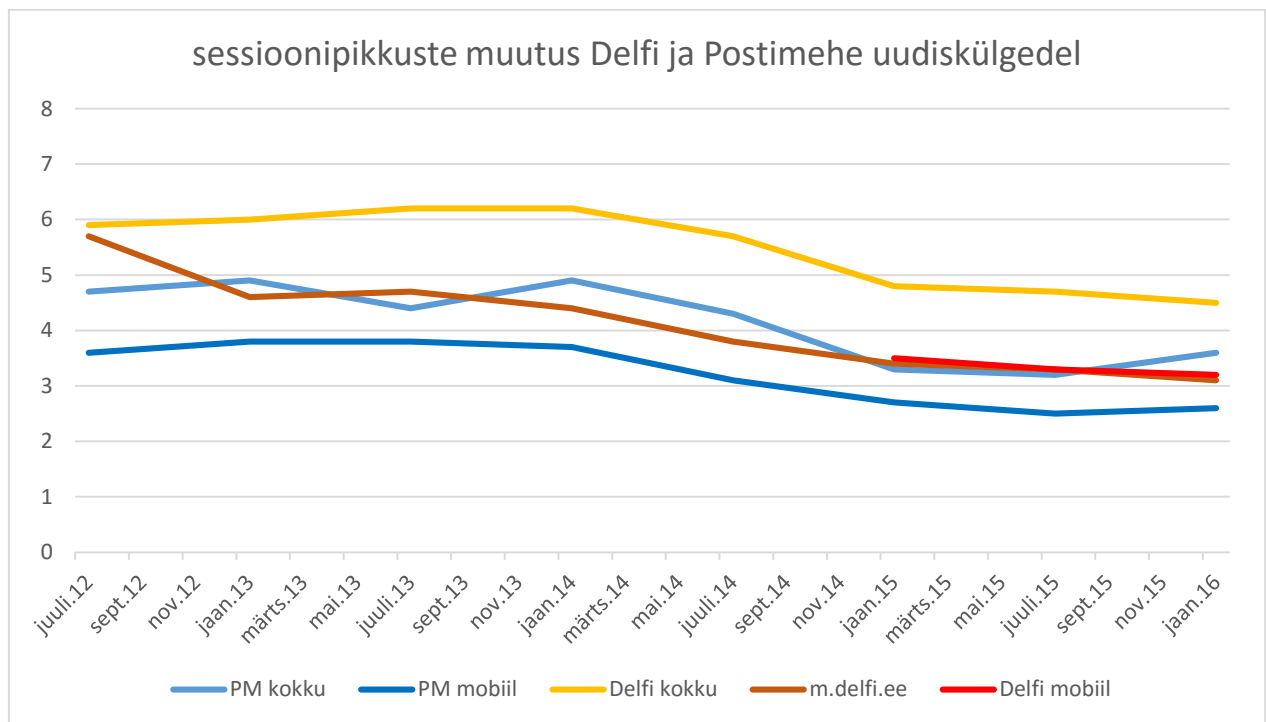


Joonis 7. Postimehe külastuste dünaamika brauseritest ja mobiilbrauseritest 2012-2016

1.6.4 Uudiskülgede külastuste sessioonipikkused

TNS Metrix Emori leheküljel on välja toodud ka vaadeldavatele lehekülgedele tehtud sessioonide keskmised pikkused. Emori poolt esitatud andmed on kümnendsüsteemis, mis tähendab, et 0,1 minutit on 6 sekundit. Näiteks – 3,9 minutit = 3 minutit ja 54 sekundit.

Eeldusel, et keskmised sessioonipikkused on kümnendsüsteemi ümardatud, siis tähendab see seda, et sessioonipikkused on märgitud kuuesekundilise täpsusega.



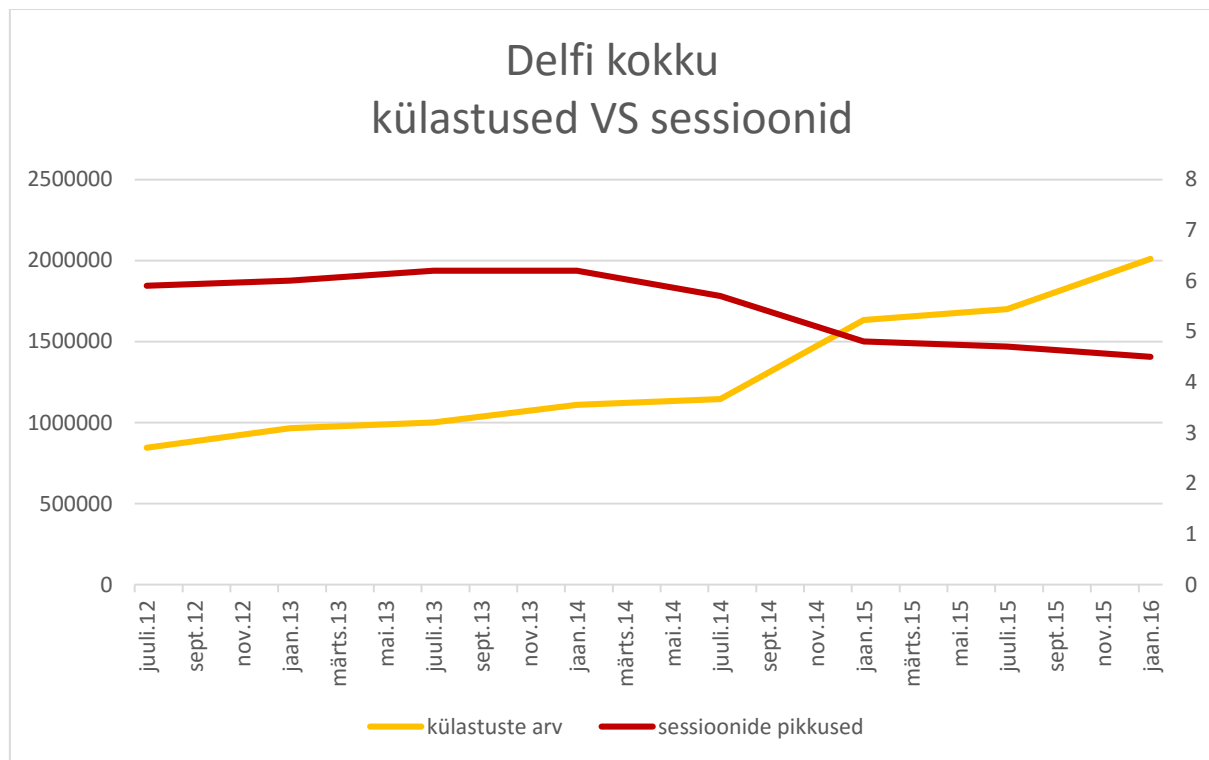
Joonis 8. Sessioonipikkuste muutus Delfi ja Postimehe uudiskülgedel

Jooniselt 8 on näha, et kõikide uudiskeskondade üldised sessioonipikkused on võrreldes vaatlusperioodi algusega langenud. Kuigi vaatlusperioodi alguses oli vaatlusperioodide pikkustes kõikumisi ning mõnede veebikülgede sessioonipikkused isegi kasvasid, siis alates 2014. aasta jaanuarist on kõikide külgede külastussessioonide pikkused vähenenud. Alates

2015. aasta juulis on ainsa uudisküljena keeranud lugemissessioonide pikkuste trend ülespoole Postimehe keskkondadel.

Võrreldes sessioonipikkuste muutuseid ajas, saab täheldada, et kõikide vaadeldud lehekülgede puhul kehtib ühine tähelepanek – külastuste arvu kasvades on vähenenud keskmine veebilehel viibitud aja maht (vt joonised 9 kuni 13).

Delfi keskmine sessioonipikkus on 5,5 minutit ehk 5 minutit ja 30 sekundit. Vaatlusperioodi alguses oli sessioonipikkus 5,9 minutit ehk 5 minutit ja 54 sekundit pikk ning vaatlusperioodi viimasel nädalal oli sessioon 4,7 minuti pikkune ehk 4 minutit ja 42 sekundit.

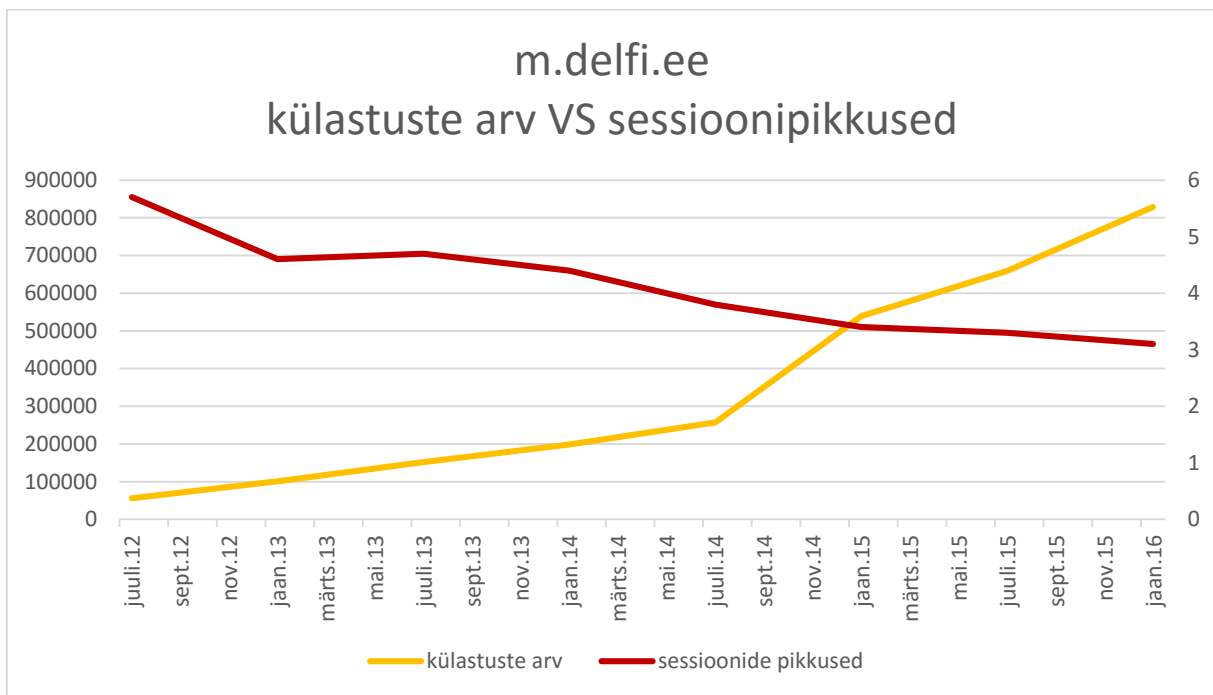


Joonis 9. Delfi külastuste arvu ja sessioonipikkuste muutused 2012-2016

m.delfi.ee keskmine sessioonipikkus on 4,0 minutit ehk 4 minutit ja 0 sekundit. Vaatlusperioodi alguses oli sessioonipikkus 5,7 minutit ehk 5 minutit ja 42 sekundit pikk ning vaatlusperioodi viimasel nädalal oli sessioon 3,2 minuti pikkune ehk 3 minutit ja 12 sekundit. Keskmine sessioonipikkus on m.delfi.ee leheküljel nelja aastaga vähenenud kahe ja poole minuti võrra.

Kõige suurem sessioonipikkuste keskmise aja langemine toimus vaatlusperioodi alguses. Alates 2015. aasta jaanuarist on sessioonipikkus püsinud suhteliselt stabiilne, kuid olnud kerges langustrendis.

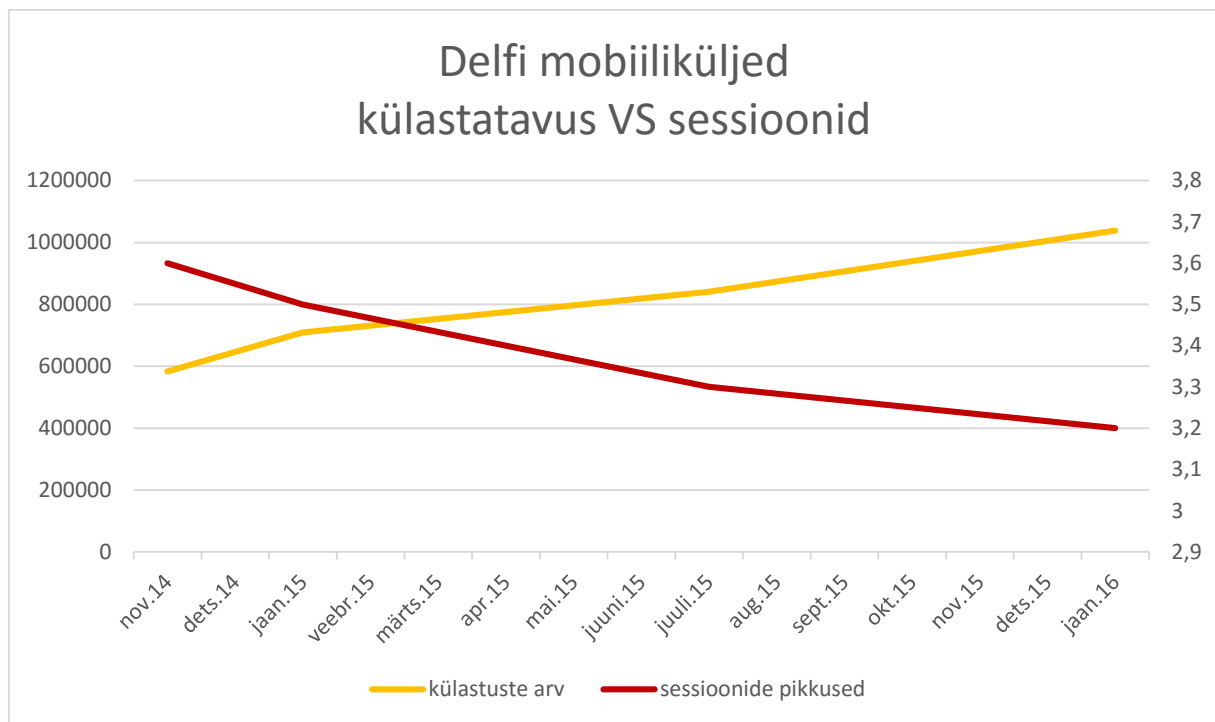
Graafiku põhjal järeldades ei ole külastuste arvu järsk tõus 2014. aasta hilissuvest alates mõjutanud lugemissessioonide pikkuse vähenemist sama järsult. Sessioonipikkused on langenud alates 2013. aasta juulist suhteliselt stabiilselt.



Joonis 10. m.delfi.ee külastuste arvu ja sessioonipikkuste muutused 2012-2016

Delfi mobiilikülgede keskmine sessioonipikkus on 3,4 minutit ehk 3 minutit ja 24 sekundit. Vaatlusperioodi alguses oli sessioonipikkus 3,6 minutit ehk 3 minutit ja 36 sekundit pikk ning vaatlusperioodi viimasel nädalal oli sessioon 3,3 minuti pikkune ehk 3 minutit ja 18 sekundit.

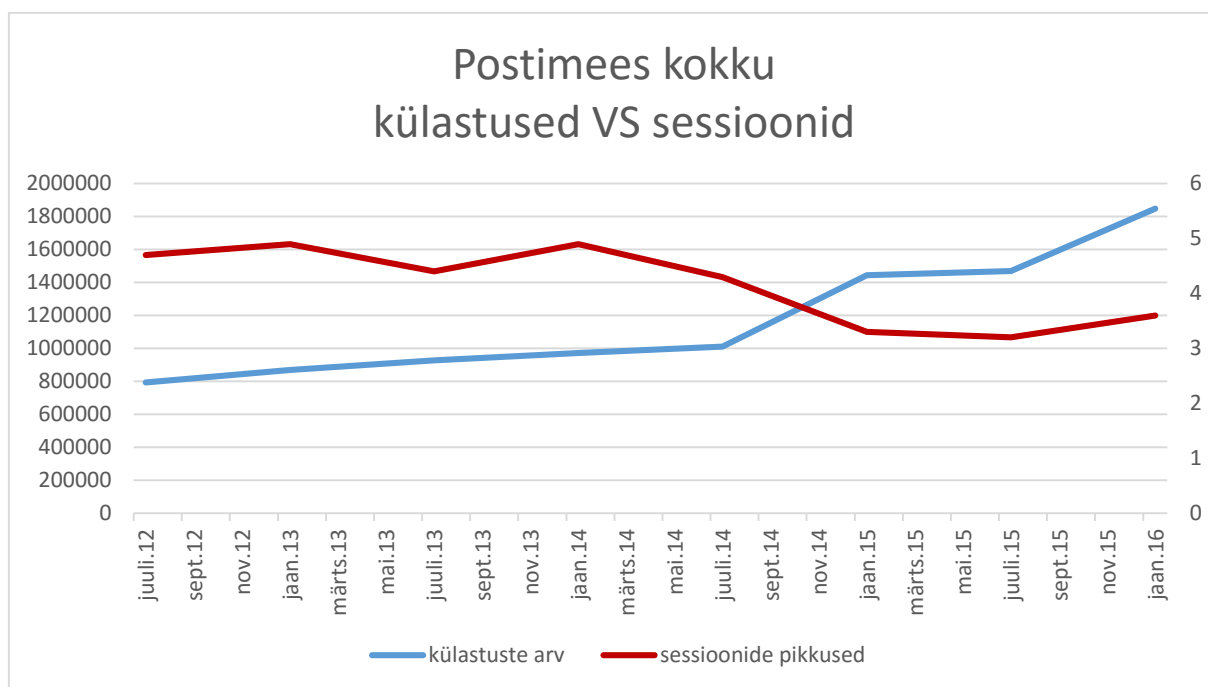
Ühe aasta ja mõne kuu pikkuse vaatlusperioodi vältel on keskmine sessioonipikkuste aeg langenud umbes kahekümne sekundi võrra.



Joonis 11. Delfi mobiilikülgede külastuste arvu ja sessioonipikkuste muutused 2014-2016

Postimehe keskkondade keskmine sessioonipikkus on 4,1 minutit ehk 4 minutit ja 6 sekundit. Vaatlusperioodi alguses oli sessioonipikkus 4,7 minutit ehk 4 minutit ja 42 sekundit pikk ning vaatlusperioodi viimasel nädalal oli sessioon 3,6 minuti pikkune ehk 3 minutit ja 36 sekundit. Vaatlusperioodi vältel on keskmine sessioonipikkus vähenenud 1,1 minuti võrra ehk ühe minuti ja kuue sekundi võrra.

Graafikult joonistub välja, et Postimehe veebikülgede sessioonipikkused on vaatlusperioodi alguses olnud kerges languses ning ka kerges tõusutrendis, kuid alates 2014. aasta algusest on sessioonipikkused vähenesid. Siiski – alates 2015. aasta suvest on sessioonipikkused kuni vaatlusperioodi lõpuni tõusnud.

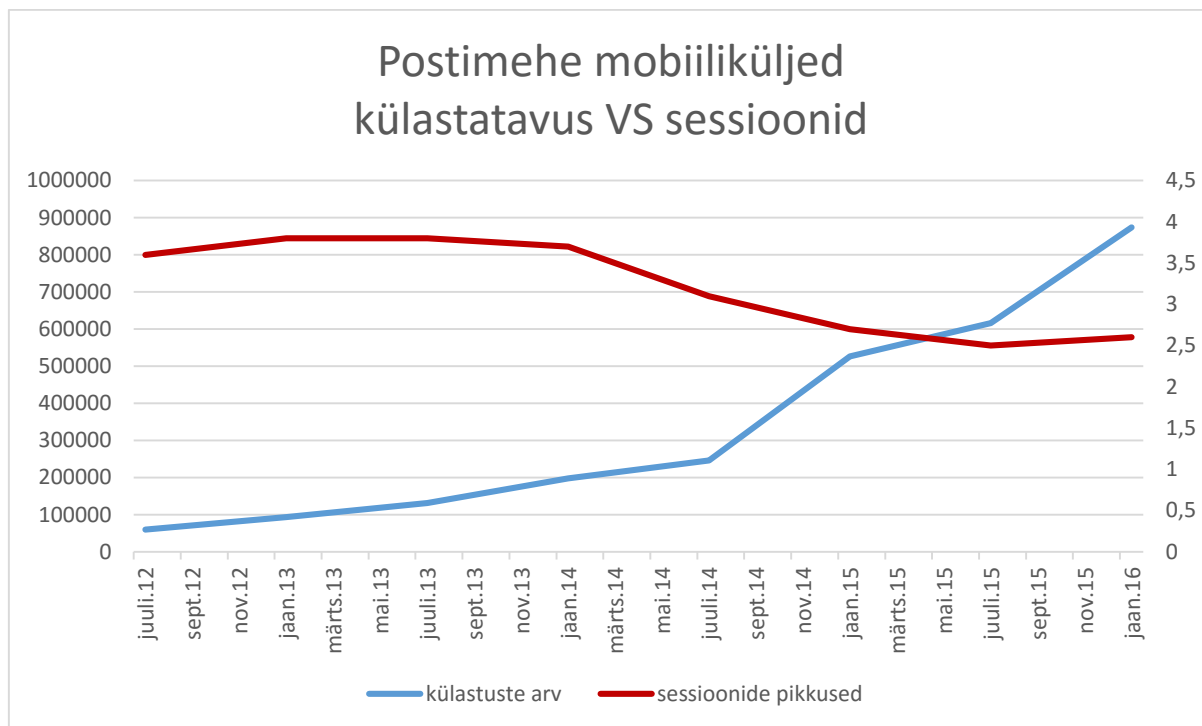


Joonis 12. Postimehe külüstuste arvu ja sessioonipikkuste muutused 2012-2016

Postimehe mobiilikeskkondade keskmine sessioonipikkus on 3,2 minutit ehk 3 minutit ja 12 sekundit. Vaatlusperioodi alguses oli sessioonipikkus 3,6 minutit ehk 3 minutit ja 36 sekundit pikk ning vaatlusperioodi viimasel nädalal oli keskmine sessioon 2,5 minuti pikkune ehk 2 minutit ja 30 sekundit.

Sarnaselt Postimehe veebikülgedega on Postimehe mobiilikülgede keskmine sessioonipikkus samuti vaatlusperioodi vältel vähenenud 1,1 minuti ehk 1 minuti ja 6 sekundi võrra.

Sessioonipikkused vähenesid 2014. aasta algusest kuni 2015. aasta kesksaigani ning on alates sellest ajast kuni vaatlusperioodi lõpuni püsinud stabiilsena või kerges tõusutrendis.



Joonis 13. Postimehe mobiilikülgede külastuste arvu ja sessioonipikkuste muutused 2012-2016

1.7 Teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade kokkuvõtteks

Tugeva ja demokraatliku ühiskonna jaoks on oluline tugev ajakirjandus, mis juhib avalikkuse tähelepanu probleemidele ja situatsioonidele, mis vajavad lahendusi ja parandusi (Shoemaker 2006) ning tõkestab korrupsiooni levikut (Starr, 2011). Poliitilise sfääri kontroll ei lasu demokraatlikus ühiskonnas ainult ajakirjanduse õlul, vaid oluline on ka auditooriumi roll. Tänapäevases informatsioonikülluses ühe sõnumiga suure hulga inimesteni jõudmine muutunud keerukamaks auditooriumi killustumise tõttu. Internetis ja seeläbi ka nutirakenduste auditooriumi seas toimuv killustumine viib inimesed nende uudisteni, mis on neile maailmavaateliselt sobivad (Starr, 2011). Samuti tekib uute meediumite leviku kontekstis küsimus, kas auditooriumi käitumisharjumused on muutunud ning kas meediatrendide muutused muudavad inimesed hästiinformeeritud ja kompetentseteks kodanikeks (Schröder, 2015). Muretsemiseks on põhjust, sest uuringud on näidanud, et uudiseid loetakse nutiseadmest meeldivaks ajaviiteks ning kasutajad keskenduvad endale olulistele teemadele (Laine, 2013). Selle juures viitavad veel mitmed tegurid sellele, et nutiseadmetest loetakse uudiseid pealiskaudsemalt ning nutiseadmest uudiseid lugedes jääb lugejatele vähem fakte meelde kui teistest meediumitest (Tamm, 2013).

Et aga nutiseadmetest uudiste lugemine on iga aastaga üle maailma kasvanud (Reuters, 2015) ning ka Eesti uudiskülgi külastatakse läbi nutibrauserite enam kui kunagi varem (Emor, 2016), siis on aina populaarsust kasvatava meediumi valguses on Schröderi (2015) mured kompetentsete kodanike kohta põhjendatud. Oluline on välja selgitada, millest on mõjutatud kasutajate meediakasutus nutiseadmetest ning kas sellel on laiem mõju lisaks lugejaile endile ka ühiskonnale laiemalt.

II Uuringu eesmärk ja uurimisküsimused

Käesoleva magistr töö lai eesmärk on hinnata nutiseadmete kui ühe uudiste tarbimise meediumi kasutuselevõttuga kaasnevaid võimalikke mõjusid. Töö kitsam eesmärk on analüüsida nutiseadmete tähtsust uudiste jälgimise vahendina nutiseadmeid kasutavate inimeste jaoks ja nutiseadmetes uudiste lugemise praktikaid.

Selleks püstitan järgmised uurimisküsimused:

1. Millised on läbiviidud intervjuude tulemuste põhjal ilmnenud tendentsid, millistes olukordades kasutatakse uudiste lugemiseks just nutiseadet?
2. Millised on intervjuude tulemustest ilmnevad tegurid, mis mõjutavad ühe konkreetse uudisartikli avamist ning lugemist?
3. Milliseid erinevusi ilmneb nutiseadme kasutamises uudiste lugemiseks erinevate soo ja eagruppide vahel?
4. Millised on Eesti uudiskülgede praktikad teadete saatmisel vaatlusnädalal kogutud andmete põhjal?

Uurimisküsimustele vastamisel tuginen kombineeritud analüüsimeetodile: 1) veebiküsimustiku vormis läbi viidud eeluuring juhuslike internetikasutajate hulgas nende nutiseadmest uudiste lugemise ajendite kohta; 2) nutiseadmest uudiste lugemise vaatlus *think-aloud* meetodi lisandusega; 3) struktureeritud intervjuu vaatluses osalenud isikutega; 4) Eesti uudiskülgede saadetud teadeteveo vaatlus.

III MEETOD JA VALIM

Käesoleva magistr töö raames on nii lähtepunktide, intervjuude kui andmestiku kogumiseks kasutatud eelküsitlust, vaatlusi, struktureeritud intervjuusid ning uudiskülgede külastatavuse statistikat mobiilsetest seadmetest.

3.1 Eeluuring

2015. aasta aprillis viis autor internetis läbi eelküsitluse, mille eesmärk oli antud töö lähtepunktide ja hüpoteeside fokuseerimine. Küsimustikule „Uudiste lugemine nutiseadmetest“ vastas kokku 31 inimest - 16 meest ja 15 naist.

Küsimustiku tulemustest selgus, et vastanud hindavad nutiseadmest uudiste lugemise juures positiivselt seda, et see on kiire, tasuta, mugav ning uudiseid saab lugeda igal hetkel ja igas kohas. Suur osa vastanuid väitsid, et nad teevad oma uudiste valikud pealkirjade põhjal ning loetakse ainult endale huvipakkuvaid teemasid. Küsitlusest ilmnes kaks peamist tendentsi – nutirakendusi kasutatakse siis, kui ei ole võimalik kergesti ligi pääseda (süle)arvutile ning teisel puhul loetakse nutirakendusest uudiseid siis, kui on vaja kuskil midagi/kedagi oodata.

Küsitluse tulemused aitasid seada peamiseid uurimisküsimusi, millele edaspidises uurimisprotsessis rohkem rõhku panna.

3.2 Nutiseadmest uudiste lugemise vaatlus tudengite koduse tööna

2015/2016. õppeaasta sügissemelstril toimunud kursuse „Eesti meediasüsteemid ja meediakasutus” raames viisid Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudi ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava bakalaureuseastme esimese aasta tudengid läbi vaatluse kahe inimesega. Juhendi vaatlusteks andis üliõpilastele käesoleva magistr töö autor.

Üliõpilastel paluti läbi viia vaatlus ja intervjuu kahe inimesega, kes kasutasid nutiseadmeid oma peamiste uudiste lugemise vahendina. Kaks vaadeldavat inimest pidid olema erinevast soost ning erinevast vanusegrupist (alla 30-aastased ning üle 30-aastased).

Vaatluse eesmärk oli põhjalikult teada saada, kuidas vaadeldav inimene käitub uudiseid lugedes, kuidas suhestub uudistesse ning jälgida tema meediatarbimist vaatlusolukorras.

Vaadeldavate uudiste lugemist jälgides paluti tudengitel üles märkida kõik mõõdetavad andmed: kui pikalt luges vaadeldav uudiseid, kui pikalt luges ta ühte artiklit, mitu artiklit ta avas ning kui suures mahus vaadeldav artikleid luges (luges poolikult/luges lõpuni). Mõõdetavad andmed pidid võimalikult täpsed – ajalised mõõtmised tuli võimalusel teha minuti ja sekundi täpsusega.

Vaatluse ajal paluti tudengitel kasutada *think-aloud* meetodit, mis tähendab, et vaadeldav seletas uudiste lugemise ajal, miks ta mõned artiklid avas ja mõned mitte ning selgitas pidevalt oma käitumist nutiseadmest uudiseid lugedes.

Tudengitel oli lubatud küsida ka täiendavaid ja suunavaid küsimusi, et saada kätte võimalikult palju olulist informatsiooni, mis iseloomustaks vaadeldava käitumist uudiseid lugedes nutikeskkonnas.

Üliõpilastel paluti vaadeldavaid juhendada, et vaadeldavad käituks uudiste lugemise ajal võimalikult oma tavapärase käitumismustri sarnaselt. See tähendas kokkulepet vaadeldavaga sobiva aja ja koha suhtes, kus vaadeldav sai ennast tunda vabalt ning ta ei olnud veel tol päeval uudiseid lugenud. Viimase punkti osas ei suutnud vaatlusi läbi viinud tudengid olla järjepidevad ning vaadeldavate hulgas oli ka neid, kes lugesid tol päeval uudiseid juba mitmendat korda. Ka nende vaadeldavate vastused on võetud käesoleva töö tegemisel arvesse.

3.3 Struktureeritud intervjuu vaatluses osalenud isikutega

Tudengid viisid vaadeldavatega läbi ka struktureeritud intervjuu. Intervjuu eesmärkideks oli kaardistada intervjuueeritavate üleüldisi meediaharjumusi, saada põhjalikumalt teada nende kasutuskogemuste ja seisukohtade kohta naiseadmetest uudiste lugemisel ning läbi intervjuude selgitada vaatlusest ilmnunud tendentse.

Osad etteantud küsimustest olid valikuvariantidega ning mõned olid avatud küsimused. Lisaks oli tudengitel lubatud küsida ka täiendavaid küsimusi, et intervjuueeritavate käitumisharjumustest saada parimat ülevaadet.

Struktureeritud intervjuu küsimused koostati koos käesoleva töö juhendaja ning kursuse „Eesti meediasüsteemid ja meediakasutus” vastutava õppejõu Ragne Kõutsiga. Tudengitele antud võtmeküsimused tulenesid eeluuringu tulemustest ning käesoleva magistritöö eesmärkidest lähtuvalt.

Tudengitele antud küsitlusleht on käesoleva magistritöö Lisa 2.

Kuivõrd intervjuueerimise ülesanne oli antud esimese kursuse tudengitele, kes õppisid kõrgkoolis esimest semestrit, siis tuleb arvestada tudengite kogemematust selliste uuringumeetodite läbiviimisel. Läbiviidud intervjuude tase oli ebaühtlane ning mõningad intervjuud olid läbiviidud pealiskaudselt.

Tudengite elu lihtsustamiseks oli neile antud ette võtmeküsimused, millele käesoleva töö autor kindlasti vastuseid soovis. Osadele küsimustele oli antud juurde ka valikuvõimalused, et nii tudengitele kui ka intervjuueeritavatele protsess lihtsamaks teha.

Tudengitele antud kodutöö lubas neil küsida ka täpsustavaid ja intervjuueeritavate uudiste lugemise harjumusi avavaid küsimusi. Lisaküsimuste esitamise lubamise kriteerium sai töö juhendisse lisatud põhjusel, et kuna tegemist oli oma õpingute väga varases staadiumis olevate üliõpilastega ning neil ilmselt ei ole suurt ajakirjanduslikku kogemust, siis andsid töö raames läbi viidud intervjuud neile esimese intervjuueerimiskogemuse. Seeläbi olid koduse töö läbiviimisel ühendatud mitu eesmärki – andmete kogumine käesoleva töö jaoks ning tudengitele erialase kogemuse andmine.

Kuivõrd tegemist oli bakalaureuseastme esimese aasta tudengite koduse tööga, siis pidas autor oluliseks välja töötada süsteem, kuidas tagada tudengite läbi viidud vaatluste ja intervjuude autentsus ning korrektsus. Selle tõttu paluti tudengitel teha oma intervjuudest helisalvestis,

mille pealt on võimalik kontrollida intervjuude läbiviimist vastavalt juhendile ning kontrollida tehtud tööde täpsust.

Koduse töö esitasid 40 üliõpilast. Siiski ei olnud kõik need tehtud vastavalt nõuetele ning seetõttu ei saanud neid käesolevas magistritöös kasutada kui allikaid. Korrektselt läbi viidud ja vormistatud vaatlusi ning intervjuusid kogunes 50-ne vaadeldavaga.

3.4 Delfi ja Postimehe saadetud uudisteadete voo vaatlus

Delfi ja Postimehe poolt saadetavate uudisteadete hulga ning ajalise jagunemise määratlemiseks viis magistritöö autor läbi vaatluse. Vaatluse eesmärgiks oli selgitada välja, kui aktiivselt kasutavad Eesti uudisküljed teadete saamise funktsiooni ning kuidas jagunevad saabunud teated ajalises lõikes ehk millises ajaraamistikus on nutirakenduste kasutajad seatud rakenduste poolt uudiste mõjuvälja. Vaatluse käigus registreeriti kõik saabunud teated ehk *push-notificationid* kuupäevade ja kellaaegade kaupa. Vaatlusperiood kestis kokku neli nädalat, alates 18. aprilli hommikust kuni 15. mai õhtuni. Samuti kogus autor ka BBC poolt saadetud mobiilsete teadete statistikat, et selle abil Eesti uudiskeskondade poolt saadetud uudisteadete statistikat võrrelda.

Kogutud materjali analüüsisin vertikaalsel *cross-case* meetodil, otsides mitmete vastuste hulgast konkreetsete uurimisküsimustega seotud tekstilõike, et leida põhjendusi uurimisküsimustes püsitatud teemadele, mis puudutavad nutiseadmest uudiste lugemise tingimusi, artiklivalikut mõjutavaid tegureid, nutiseadme kasutuserinevusi soo ja vanuse lõikes ning teadete saatmist Eesti uudiskülgede poolt.

IV TULEMUSED

Käesolevas peatükis on esitatud intervjuude ja vaatluste tulemused. Intervjuude tulemustes on välja toodud vastajate intervjuudest ilmnenuid tendentsid ning välja on toodud kasutajate käitumisharjumusi kõige paremini ilmestavad väljavõtted intervjuudest. Vaatluse tulemuste põhjal on tehtud üldistavad kokkuvõtteid nutiseadmete kasutamisel ilmnenuid muustritest. Samuti on vaatlustulemustes välja toodud lisaks ülevaatele ka kasutamiserinevused vanuse, haridustaseme ja märgitud uudishuvi lõikes.

4.1 Intervjuude tulemused

Üldistest intervjuudest ilmnenuid tendentsidest selgub, et vaadeldavad hindavad nutiseadmete puhul nende mobiilsust, mis võimaldab nutiseadmeid uudiste lugemiseks kasutada kohtades ja ajal kui paberlehest või sülearvutist lugemine ei ole võimalik või on raskendatud. Nutiseadme eeliseks on seadme kompaktsus, mis võimaldab seda mugavalt kaasas kanda ning ühendatus internetti, mis võimaldab ligipääsu värskemale infole. Olulisena märgitakse nutiseadme eelist uudiste tarbimise vahendina reisidel, kus ei ole võimalik kodumaiseid paberlehti lugeda ning nutiseade on hea alternatiiv ka sülearvutile, mida reisile kaasa võtta ei soovita.

„Või kui oled kuskil suvitamas või ka võibolla teises riigis, siis paberleht ei tule eriti kõne alla. Läpakat ka mina isiklikult kuhugi reisile kaasa ei vea, ka isegi mingiks paaripäevaseks matkaks ei võta läpakat kaasa, nutiseadme küll“ (M41)

Seadme füüsilised mõõtmed seavad kasutusmugavusele aga mõningaid piiranguid – ekraanikuvale mahub väiksem valik uudiseid, lugemine nõuab teatavat pingutust ning suurem osa lugejad väldivad pikemate tekstide lugemist nutiseadmest. Seega on lugejate uudisvalik mõjutatud kasutatavast seadmest.

„Ta on küll käepärasem, aga sellisest väiksest asjast on vahepeal vastikum lugeda pikki artikleid. Arvutis see võibolla ei tundugi nii pikk, aga nutiseadmes tunduvad need asjad veel eriti pikad ja mahukad, siis see hirmutab ära mõnest põnevamast artiklist“ (M21)

Intervjuudest selgus, et kasutajad loodavad uudiste lugemise rakendusest leida tasuta sisu ning neid häirivad artiklid, mille lugemise eest küsitakse raha. Vastajad ei ole nõus tasulise sisu eest maksma isegi juhul kui nad teavad, et tasuline artikkel on sisulisem ja analüütilisem ning vastajad on pigem isegi ärritunud, miks uudistetoimetused tasulist sisu nutirakendusse üldse üles laevad.

Pikemate uudiste ja näiteks intervjuudega on ka see, et neid lihtsalt ka ei saagi lugeda sellepärast, et need on tegelikult paberväljaandes ja nad on siis... seal nutiseadmes sa pead ostma omale päevapileti või ma ei tea, mis iganes asja, et see on nagu hästi tobe /.../ (M19)

Osad vastajad hindavad nutirakenduste puhul just seda, et neil on mugav võimalus saada ligipääs tasuta uudistele.

Selles suhtes on väga mõistlik, et kogu aeg ei ole võimalik paberkanajat muretseda näiteks tudengil eriti. (M22)

Nutiseadmete puhul tuuakse välja, ka võimalust olla igal hetkel asukohast sõltumata kursis värskemate uudistega. Seda soodustab ka nutiseadmetele kohandatud teadete süsteem, mis tähtsamatest uudistest eraldi funktsioonina (*push-notifications*) märku annab. Mitmed vastajad toovad esile nutiseadme eelist paberlehe ees, millest ei saa jälgida kõige värskemaid uudiseid.

„It's more convenient, your phone is in your pocket, always updating. So wherever you are, you have your news in your pocket. So with paper news you're not even getting the latest news.“

Whereas on the phone I have constant notifications telling me what's happening in the world. It's much more efficient“ (M27)

Peamiselt kasutasid intervjueeritavad nutiseadmeid uudiste lugemise eesmärkidel nendel hetkedel, kui nad tundsid igavust või pidid midagi ootama ning selgelt joonistus välja muster, kus intervjueeritavad põhjendasid peamise uudiste lugemise funktsioonina nutiseadmetest just ajaviitmist.

No kui parasjagu mugavamalt võimalust, arvutit kasutada ei ole. Noh bussis, kui mul parasjagu arvutit lahti ei ole või-või linnatranspordis sõites või või-või koolis ka kui mul parasjagu ei ole läpakas lahti. Et, noh, ehk siis kui läpakat ei ole, siis loen, aga kui läpakas on vähegi võimalik, siis pigem ei loe. (M20)

Suur osa nooremast eagrupidest vastanutest ütlesid, et kasutavad nutiseadmeid uudiste lugemiseks loengute ja koolitundide ajal, et peletada igavust. Kuivõrd nutitelefon on väikeste mõõtmetega, siis saab kasutaja sellega tegutseda märkamatuks ning ei pea loenguruumides avama sülearvutit või lugema paberlehte. Sama kehtib ka koosolekute ja konverentside kohta, kus inimesed peletavad igavust uudiste lugemisega.

Hommikul voodis kindlasti siis ja loengute ajal näiteks ka, kui ma nagu ei kuula väga, mis õppejõud räägib või tähelepanu hakkab natuke hajuma. Praegu on pikad loengud, siis vahepeal lähevad mõtted mujale ja loen mingeid muid asju. (M19)

Ummikus, koosolekul, kõikvõimalikes tingimustes, kus tundub, et läheb igavaks. (M42)

Sarnaselt Reutersi instituudi uurimistulemustest selgunud tendentsile, et nutitelefonist loetakse uudiseid palju ühistranspordiga liigeldes, siis ilmnisid samad jooned ka tudengite läbiviidud intervjuudes. Vastajad sõnasid, et paarikümne minuti sõidu ajal kooli või tööle on neil võimalus end hommikuti uudistega kurssi viia. Samamoodi toodi välja ka õhtune kojusõit, kui lugejatel on end võimalus kurssi viia päeva jooksul juhtunuga.

Ütleme liikumisel, reisimisel või siis sellisel.. noh jah ütleme, et kui ei asu püsivalts kuskil, töökohas või sellesmõttes. Ütleme, et mobiilne tarbimine./.../Jaa, ja. Näiteks lähed arsti juure ja arsti järjekorras on üks koht, kus tavaliselt kipud lugema ja seal võib pikemalt minna. Pluss siis bussis, rongis. (M52)

Ohtliku tendentsina sõnasid mitmed vastajad, et nad kasutavad nutitelefone uudiste lugemiseks ka liikluses. Uudiseid loetakse autoga ummikutes istudes ning nõnda tehakse aega parajaks. Nii Reutersi instituudi raport kui ka Schröder (2015) tõid välja, et personaalsetes liiklusvahendites nagu auto või jalgratas on populaarseimaks uudiste tarbimise meediumiks raadio, sest uudistejälgijad peavad liikluses osalema kahe käega. Praegu veel puudub põhjalik statistika selle kohta, kui paljud autojuhid kasutavad nutiseadet liiklemise ajal, kuid juba praegustest intervjuudest ilmnenu d käitumisnormid annavad põhjust muretsemiseks.

Telefonist loen ma kindlasti väga pealiskaudselt. Sest ma teen seda siis, kui on mingi hetkeline vaba aeg. Väga tihti teen seda autoroolis. Näiteks kui linnas sõidan. Telefon on ees, mingi uudis on lahti, sõidan ummikuni, ma tean et seisan seal mingi minut aega, loen nii kaua uudist. Siis sõidan sada meetrit järgmise ummikuni, seisan seal jälle minutikese – loen jälle ühe uudise. (M34)

Kuivõrd uudiseid loetakse nutitelesonist või tahvelarvutist lühikeste pauside ajal, siis on lugejad teatava ajalise surve all. Intervjuudest selgus, et ajakasutuse efektiivistamiseks teevad lugejad nutiseadmetes uudisvaliku tugevalt oma huvide põhjal. Kuivõrd lugejatel on ajaline ressurss piiratud, siis soovitakse lugemisele pühendatud ajast võtta maksimum ning nõnda keskenduvadki lugejad peamiselt ainult nendele teemadele, mis neile tõeliselt huvi pakuvad. Tavaliselt kasutatakse nutiseadet ülevaate saamiseks aktuaalsetest teemadest lugedes pelgalt pealkirju ning hiljem pöörduvad lugejad mõne huvipakkuvama artikli poole tagasi. Samuti on lugemissessioon väga kiire ning pealiskaudne.

Sõltub sellest kui palju mul aega on. Kui ma kodus hakkas lugema, siis ma ilmselt vaatan rahulikult ja süvenenumalt erinevaid uudiseid. Aga kui ma koolis vahetunni ajal loen, siis ma loen vägagi pealiskaudselt. Alustusteks vaatan pealkirju, siis kerin, ja kui jääb veel aega ja midagi olulist või huvitavat jäi silma, siis kerin tagasi ja loen. Aga ühetegi artiklit ma päris lõpuni vist ei loe. (N18)

Ühe sessiooni ajal loetakse kas peamiselt pealkirju või avatakse paar huvipakkuvat artiklit. Seadme eripärana toodi teiste küsimuste all välja ülevaatlikkuse funktsiooni, mis annab lugejatele võimaluse võimalikult vähese ajaga saada võimalikult suur ülevaade aktuaalsetest uudistest. Vastajad ei toonud välja nutirakendusest lugemise puhul käitumisharjumust, kus lugeja loeks läbi järjest kõik pakutavad artiklid nagu seda teevad suure uudishuvi ning rutiinse lugemisharjumusega paberlehe lugejad.

Ma teen nii, et ma lasen kõik pealkirjad läbi ja siis mul jäävad meelde mingid kaks-kolm asja, mis mind huvitab, ja siis ma lähen tagasi ja teen siis lahti. Ma teen nii tavaliselt. (N37)

Nutiseadmest uudiste lugemise puhul tuuakse välja sarnasusi veebist uudiste lugemisega, kus on uudiskülgedele pandud üles palju reklaami ning uudisvoog on konstrueeritud väljundi eripärast lähtuvalt. See tähendab, et mõningad populaarsemad ja rohkem lugejaid haaravad lood on seatud uudisvoos ettepoole, ent ülejäänud uudisvoog on seatud lineaarselt nõnda, et uuemad uudised on eespool ja vanemad uudised tagapool. Kui veebikülgede puhul toimub ka uudisvoos teatavat grupeerimist ja ühte koondatakse näiteks meelelahutus uudised või majandusteemad, siis nutirakenduste puhul on uudised reastatud vastavalt värskusele (välja arvatud „kuumad teemad“) ning seetõttu on ka uudised temaatiliselt segamini.

„ /.../ nutiseadmest uudiste lugemisel pead olema multitaskinguga hästi kursis, sest seal vahelduvad reklaam ja järgmise artikli või uudise uudislõik üksteisele, ehk peab olema väga fokuseeritud ja oskama olulist mitteolulisest eraldada, mida pabermeedia puhul ei ole /.../ “ (N38)

Samuti tuuakse välja, et nutirakenduste puhul ei ole uudisvoogu suunamas toimetaja, kes rõhutaks olulisi teemasid. Vajadus sellise äramärgimise järele tuleb intervjueeritavatel harjumusest lugeda paberlehte, kus on teemade tähtsust rõhutatud suuremate pealkirjade, fotode ja väljavõtetega.

„Nutist on mul selline tunne, et mul võib jääda midagi haaramata. Mulle tundub, et paber kandjal on mul on kohe silma ees kõik, mis on oluline – see tõstetakse suureks ja pannakse pildid juurde. Aga nutis on kõik ikkagi ühe suurusega ja mul seda erilisus välja ei tule“ (N36)

Peamised uudiste lugemiseks valimise kriteeriumid nutiseadmetes on pealkiri, huvipakkuv teema ja pilt. Nutirakenduse vormist tulenevalt enamad valikut mõjutavad kriteeriumid lugejatel ka puuduvad, sest nutirakenduse uudisvoo esitus on suhteliselt lakooniline ning lugejatel ongi võimalik artikli avamine otsustada nende kolme teguri mõjul.

Tavaliselt pealkiri, mõnikord ka pilt, eriti kui see pilt tundub kuidagi pealkirjaga vastuollu minevat. Näiteks täna oli ka üks uudis, kus oli väga segane see: pilt oli jalgratturist ja mingist naisest, pealkiri oli rikkuritest ja siis tekkis huvi, et kuidas see artiklis seostatud on. Artikleid valin ka teemade järgi. (M41)

Otsus mõnd artiklit avada või mitte näib olevat kaheosaline protsess, kus otsus artikkel avada tehakse pealkirjade, teemade ning piltide põhjal ning otsus artikkel lõpuni lugeda tehakse artikli omadustest tulenevate tegurite põhjal. Esimese astme puhul peab lugeja tegema pealkirja, teema ja pildi põhjal otsuse, kas ta tahab artiklit avada. Teine aste puudutab seda, kas lugeja tahab artiklit ka pärast edasi lugeda. Teise astme otsustusprotsessi näivad mõjutavat artikli sisulise poole aspektid ehk juhtlõigu kvaliteet ja kaasahaaravus, artikli sisu vastavus pealkirjale ja artikli kogupikkus. Samuti mõjutavad artikli lugemist kolmanda osapoole tegurid ehk reklaam ning reklaami häirivus.

Ma loen kindlasti läbi pealkirjad ja katsun lugeda läbi ka juhtlõigud, kui ma näen et pealkirjad ja juhtlõik ei klapi või kui juhtlõik ei kajasta pealkirja, siis ma loobun edasilugemisest peale

juhtlõiku. Ma loen läbi uudise kui see artikkel on kajastab neid uudiseid ja seda teavet, mille pärast ma asusin seda artiklit kohe päris alguses lugema, ma olen püsiv inimene, seega katsun lugeda artikli lõpuni, kuid on ka erandeid.’’ (N38)

Oluline mõjutaja uudiste lugemise puhul on ka lugeja soov konkreetse teemapüstituse kohta rohkem teada saada. Tihti kehtib see mõne uudise või sündmuse kohta tehtavate järelartiklite kohta, mis annavad ülevaate vahepeal toimunud arengutest.

Noh, eks see, et kui sa millestki tead juba midagi ja tahad rohkem teada, siis nagu see teema, ehk millest jutt käis. Et on olnud mingisugused aktuaalsed teemad viimase paari päeva jooksul ja tahad teada saada, mis on toimunud, millised arengud on toimunud sellel mingil konkreetset teemal. No ja mõne artikli tegin lahti lihtsalt pealkirja pärast. (M54)

Kuigi uudiskülgede külastatavus läbi nutibrauserite moodustab kõikide külastuste hulgast juba poole, siis intervjueeritavate puhul ilmnes, et teadlikkus nutirakenduste kohta ei ole eriti kõrge. Näiteks loevad intervjueeritavad uudiseid sama väljaande nutirakendusest, mida nad on harjunud tarbima ning mõni vastaja ei teadnud milliseid uudiste lugemise rakendusi veel üldse olemas on. Väga paljud ei loegi uudiseid rakenduste kaudu, vaid avavad uudisküljed läbi brauseri. Selle põhjus on nutiseadmete piiratud mälumaht ning nõnda hoiavad lugejad oma seadmetes ruumi kokku, et nad saaksid teha näiteks rohkem pilte.

Uudiskülgedest populaarsemad on Delfi ja eriti Postimees, mida loetakse tihtilugu harjumusest – kas väljaanded käisid kodus ajalehena või ollakse harjutud internetist lugema Delfit/Postimeest. Rakenduste valikut mõjutavad ka senised kogemused konkreetse rakendusega ning kui rakendus pole esimestel kordadel korralikult funktsioneerinud, siis on lugejad sellest võõrandunud.

Miks just seda, hea küsimus. Mulle tundub Postimees kõige parem ajaleht Eestis. Miks... Mul... Võib-olla on see, et ma olen harjunud lugema Postimeest ja ma ei ee... jah. Juba pikki aastakümneid oma kodust saadik eks, oma lapsepõlvest saadik käis meil ju kunagi Edasi, siis

käis Postimees ja siis ma olen harjunud Postimehega kõige rohkem ja nende jah... stiiliga. (N46)

Noo Postimehe seda app'i olen proovinud, aga see jooksis kokku ja oli aeglane ja seal ei olnud seda võimalust, et avada artiklit niiõelda uuel vahekaardil (uues aknas). Ehk siis pidid koguaeg... olid nagu koguaeg uuesti alguses tagasi. (N20)

Nutiseadmetest uudiste lugemise kogemus sõltub suurel määral ka sellest, kui teadlik uudisrakenduse kasutaja lugeja on. Mõned vastajad rahulduvad sellega mida rakendus neile vaikimisi pakub ega seadista seda endale isikupäraseks. Teised kasutajad jällegi kasutavad võimalust seadistada uudisrakendus endale sobivaks. Läbiviidud vaatluste ja intervjuude ajal tähendas uudisrakenduste personaliseerimine peamiselt seda, kas kasutaja lubas rakendusel saata endale teateid (*push-notifications*) ning kuvada uudiseid telefoni avakuval või mitte. Üsna pea pärast tudengite koduste tööde tähtaega uuendasid oma uudiste lugemise rakendusi nii Delfi kui ka Postimees ning mõlemad väljaanded pakuvad võimalust oma rakenduste kasutajatel luua ka personaalne uudisvoog, mis kuvab uudiseid ainult nendest teemavaldkondadest, mida kasutajad on märkinud, et nad soovivad näha.

Nutiseadmest uudiste lugemine on kahtlemata mugav, uudised on sinuga kaasas seal kus on su nutiseade, on võimalik seada endale seesugused seaded ,et uudistekanal ise tipp või top-uudiseid kuvab sinu nutiseadme avaekraanil, ehk saad uudise sekunditega kätte, et nii kaua kui vanus või ealine iseärasus ei tekita olukorda, et ma pean ekraani lugemiseks liialt väikseks, pean nutiseadmest uudise lugemist positiivseks. Kahtlemata on ekraan väiksem ja tähed väiksemad ja kogu kuvatav info nõuab suuremat tähelepanu, aga arvan et nutiseade on asendamatu uudiste lugemiseks. (N38)

Vaadeldavate jaoks tundub kõige häirivamaks teguriks olevat nutirakendustesse paigutatud reklaamid, kuigi vaadeldavad töid välja, et nad mõistavad nutirakenduste ja meedia üldisemat äristruktuuri ning et *online*-meedia sissetulekud ongi üles ehitatud reklaamituludele. Osad intervjuueeritavad väitsid, et liigne reklaam pöörab neid nutirakenduse kasutamise juurest eemale. Samuti häirib vastajaid nutirakenduste uudisvoos olev tasuline sisu.

Kaks asja ongi. Esiteks see, et uudiseid saaks lugeda ka siis, kui ma ei ole telliv klient. Et mul ei peaks olema mingit kasutajanime ja parooli, see teeb asja jube tüütuks. Teiseks see, et portaalides tuleb pidevalt reklaam ette. Näiteks peab ootama 12 sekundit, kuni see ära läheb, või vajutama kuhugile. Tavaliselt selle peale ma panen üldse telefoni käest ära. Seda reklaami ei kannata ma üldse. (M34)

Üks asi, mis mind häirib, on see reklaam. Jällegi probleem on see, ma saan aru, et ilma reklaamita ei saaks Postimees nagu reaalselt ka uudiseid välja anda aga lihtsalt kuna on võimalus ka näiteks arvutist ilma reklaamita vaadata, siis see nutiseadme reklaam on vahepeal ikka väga pealetükkiv. See häiribki. (M25)

Intervjuudest tulenevatest vastustest joonistuvad välja nutiseadmete ja -rakenduste füüsilised ja olemuslikud omadused, mis lugejate lugemisprotsessi mõjutavad:

- Mobiilsus
- Ligipääs internetile
- Seadme mõõtmised
- Tasuta-tasuline sisu
- Värsked uudised ja teadete süsteem
- Kasutajate teadlikkus ja oskused

Valikud ja tingimused, miks lugejad loevad nutirakendustes just konkreetseid artikleid, näivad olevat mõjutatud järgmistest teguritest:

- Igavuse peletamine ja ajaviide
- Ajaaukude täitmine – sõit ühistranspordis, liikluses, lõunapausil jne
- Soov olla kursis värske uudistega

- Ajaline surve
- Pealiskaudne lugemine
- Tugevalt filtreeritud uudistevalik
- Lugema kutsuvad pealkiri, pilt ja teema
- Kaheosaline valikuprotsess – eelvalik (pealkiri, pilt, teema) ja järelvalik (sisu, pikkus, pealkirjale vastavus jne)
- Toimetatud sisu ja uudisvoog
- Harjumus lugeda üht väljaannet
- Reklaamid

4.2 Vaatluse tulemused

Tudengite läbiviidud vaatluste andmestikust saab teha ülevaate, milliseks kujunesid 50 vaadeldava lugemissessioonid vaatlustingimustes.

Käesolevate andmete puhul tuleb arvestada, et vaadeldavate tavapärane lugemisharjumus oli häiritud, sest nende tegevust jälgis vaatlust läbiviinud tudeng. Seetõttu tuleb arvestada, et on võimalik, et vaadeldavad käitusid oma tavapärasest muhtrist erinevalt ning lugesid uudiseid näiteks kauem ja põhjalikumalt. Samuti on võimalik, et vaadeldavad tundsid end olukorrast häirituna ning nad ei lugenud uudiseid nii pika aja vältel kui nad oleksid seda lõögastunud ja mugavas olukorras teinud.

Siiski saab olemasolevatest andmetest teha kokkuvõtteid ning tuua välja erinevusi vanuselises ja hariduslikus läbilõikes.

Läbiviidud vaatluste valimisse kuulus 50 vastajat. Siiski oli ühe 42-aastase meessoost vastaja antud vaatlustulemused võrreldes teiste vaadeldavaga äärmuslikult kõrgete näitajatega – vaadeldav luges uudiseid teistest neli korda kauem ning avas selle aja jooksul mitu korda rohkem artikleid. Vaadeldav pidas uudiste jälgimist mitteoluliseks ning märkis, et tavaliselt loeb ta uudiseid nutiseadmest ühe korra päevas ja 5-10 minutit korraga. Vaatluse ajal luges antud vaadeldav aga uudiseid pea 43 minutit ning avas 16 artiklit, mis oli võrreldes teiste vaadeldavatega märkimisväärselt enam. Kuivõrd vaadeldava enda hinnangud oma uudiste lugemise kohta ning reaalsed mõõtmistulemused olid nii palju erinevad, siis on põhjust arvata, et vaadeldavale ei selgitatud vaatluse tingimusi piisavalt selgelt või ei saanud ta vaatluse tingimustest aru. Seega leiab käesoleva töö autor, et antud vaadeldav ei käitunud uudiseid lugedes loomulikult. Samuti oli enam kui 30-aastaseid vastajaid üsna vähe ning seetõttu mõjutas ühe vaadeldava äärmuslik vaatlustulemus kogu grupi keskmiseid tulemusi. Seetõttu otsustas käesoleva töö autor antud vaadeldava tulemused välja jätta.

Seega on käesolevas analüüsis käsitletud 49 vaadeldava tulemusi, kellest vanim oli 54-aastane ning noorim 16-aastane. Keskmine vanus vaadeldavate puhul oli 35 aastat.

Sooliselt jagunesid mehed ja naised peaaegu võrdselt – naised oli 25 ning mehi 24.

Kõikidest vaadeldavatest oli 14-l kõrgharidus. Ülejäänud vaadeldavad kas omandasid kõrgharidust, omandasid keskharidust, on keskharidusega või on nende haridustase määramata.

4.2.1 Üldised vaatlustulemused

Vaatlusandmetest selgus, et keskmiselt loevad vaadeldavad enda hinnangul uudiseid läbi ükskõik millise meediumi 3,2 korda päevas.

Vaadeldavatel paluti ka märkida mitu korda päevas nad loevad uudiseid nutiseadmetest. 49-st vaadeldavast oli oma lugemissageduse märkinud 26 vastajat ning nende vastustest selgus, et nutiseadmest loetakse uudiseid keskmiselt 2,2 korda päevas.

Vaadeldavate tavapärane ning igapäevane lugemissessiooni pikkus nutiseadmes oli lugejate enda hinnangul 11 minutit ja 42 sekundit.

Reaalne vaatlustulemus näitas katse ajal loetud sessioonide keskmiseks pikkuseks 599,5 sekundit ehk 9 minutit ja 59,5 sekundit. Seega on erinevus lugejate lugemispikkuse hinnangute ning reaalseste mõõtmistulemuste vahel umbes 1 minut ja 42 sekundit.

49-st vaadeldavast 17 pidasid uudistega kursisolemist väga oluliseks, kõige enam vaadeldavaid pidasid uudiste jälgimist pigem oluliseks (28 vastajat). Kolm vaadeldavat ütlesid, et uudiste jälgimine on pigem mitteoluline.

27 vaadeldavat lugesid vaatluse ajal uudiseid vaatluspäeval esimest korda, 14 vaadeldavat teist korda, kaks vaadeldavat kolmandat ning üks vaadeldav neljandat korda.

Vaatluse ajal lugesid vaadeldavad uudiseid keskmiselt 1,8-lt uudisküljelt.

Kuna vaadeldavad said ise valida, milliselt leheküljelt uudiseid lugeda, siis annab tavapäraste lugemiseelistuste kohta vaatlus üpris head infot. Oodatult olid populaarsemad uudisküljed olid Delfi (21) ja Postimees (29). Kõik teised lehed said kokku 22 külastust. Külastatud lehtede seas oli lisaks veel BBC, CNN, Daily Mail, Euronews, Fox News, Heavy, news.softpedia.com, lifenews.ru, rambler.ru, Reddit, Reuters ja Twitter. Eesti külgedest külastati veel venekeelset Postimeest ning Tartu postimeest, aga ka Õhtulehte, Äripäeva, Järva Teatajat ning Õpetajate lehte.

Ühe lugemissessiooni ajal avati keskmiselt 5,2 artiklit ja keskmine artikli lugemise pikkus oli 65,9 sekundit ehk 1 minut ja 5,9 sekundit.

Vanuse- ja soogruppide võrdluses torkavad silma mõned tendentsid. Allolevast tabelist on näha kogutud andmed omavahelises võrdluses.

Olulisemate erinevustena joonistuvad välja erinevused meeste ja naiste vahel artikli lugemise aja suhtes. Nii vanemad kui nooremad vaadeldavad mehed lugesid artikleid kauem kui naiste mõlemad vaatlusrühmad.

Teised andmed, nagu uudiste lugemise kordade hulk päevas, nutiseadmetest uudiste lugemise kordade arv päevas, avatud artiklite arv ning külastatud lehekülgede arv, on erinevate rühmade vahel suhteliselt sarnased ning nende puhul ei saa välja tuua printsiipiaalseid erinevusi.

Allolevas tabelis on toodud välja vaatlustulemused ea- ja soogruppide lõikes. Vaadeldava grupi tahta on sulgudesse märgitud antud grupis olnud vaadeldavate hulk (vt. Tabel 3).

Tabel 3. Vaatlustulemuste võrdlus ea- ja soogruppide lõikes.

	Mitu korda päevas	Mitu korda nutist	Sessiooni pikkus vaatlusel (min, sek)	Avatud artiklite arv	Artikli lugemise aeg (sek)	Külastatud lehekülgede arv
M 30 + (8)	2,9	-	16.31	5	93	2,5
M 30 – (16)	4	2,7	08.43	5,25	78,9	1,8
N 30 + (13)	5	2,5	08.21	5,4	52,5	1,8
N 30 – (12)	2	2	08.49	5	45	1,5

Vaatlustulemused näitasid, et uudiste lugemisele pühendasid kõige rohkem aega enam kui 30-aastased mehed. Võrreldes teiste gruppidega lugesid üle 30-aastased mehed ühte artiklit

keskmiselt teistest kauem ning ka nende lugemissessiooni pikkus oli umbes kaks korda pikem kui teistel vaadeldavate gruppidel.

Lisaks külastasid vanemad mehed võrreldes teiste gruppidega ka uudiste lugemiseks kõige rohkem erinevaid lehekülgi.

Kõige vähem panustavad uudiste lugemisse alla 30-aastased naised, kelle ühe artikli keskmine lugemise aeg oli üle poole lühem kui üle 30-aastaste meeste puhul. Samuti külastasid noored naised ka keskmiselt kõige vähem erinevaid uudiskülgi. Samuti loevad nad omal hinnangul päeva jooksul uudiseid vähem kordi kui teised vaatluse all olnud grupid.

Peamised erinevused joonistuvadki gruppide vahel välja just sessioonipikkuste ning ühe artikli keskmise lugemispikkuse lõikes.

Vaatluse ajal mõõdetud sessioonipikkused andsid kolme grupi puhul üsna sarnaseid tulemusi. Nii nooremate meeste kui ka nooremate ja veidi vanemate naiste puhul langesid keskmised lugemissessioonide pikkused sarnasesse vahemikku umbes kaheksa ja poole minuti ümber. Üle 30-aastaste meeste puhul aga osutus lugemissessiooni pikkus umbes kaks korda pikemaks kui teiste vaadeldud gruppide puhul.

Kuivõrd üle 30-aastaseid mehi oli valimis teiste gruppide valimiga võrreldes vähem, siis võib selle grupi tulemused olla mõjutatud mõne vaadeldava keskmisest märksa pikemast lugemissessiooni pikkusest. Siiski lugesid üle 30-aastaste meeste valimis kõik vaadeldavad uudiseid üsna kaua ning tervelt kuue vaadeldava lugemissessioon oli pikem kui teiste võrreldavate gruppide keskmised sessioonid.

Pikem lugemissessioon võis üle 30-aastaste meeste puhul tulla sellest, et suurem osa neist luges vaatluse ajal uudiseid esimest korda ning et kõik peale ühe vaadeldava pidasid uudiste lugemist oluliseks. Siiski ei saa konkreetse vaatluse tulemustele kindlaid selgitusi anda, sest vaadeldavatega läbi viidud intervjuud puudutasid nende uudiste lugemise harjumusi üldiselt ning ei keskendunud vaatluse tulemustega seostatud küsimustele.

Olulised erinevused torkavad silma ühe artikli lugemisele pühendatud keskmise aja lõikes. Keskmine aeg kujunes iga vaadeldud grupi puhul välja erinev.

Keskmiselt kõige kauem lugesid vaatluse ajal ühte artiklit üle 30-aastased mehed, kes pühendasid ühe artikli lugemisele üle pooleteist minuti ehk 93 sekundit. Võrreldes nooremate meestega (78,9 sekundit) on see pea 15 sekundit enam.

Vaatlustulemused näitasid, et naised pühendasid ühe artikli lugemisele keskmiselt vähem aega ning mõlemad vaadeldud naiste grupid lugesid artikleid keskmiselt alla minuti.

Üle 30-aastased naised pühendasid ühe artikli lugemisele keskmiselt 52,5 sekundit ning alla 30-aastased naised lugesid ühte artiklit keskmiselt 45 sekundit. See tähendab, et alla 30-aastased naised lugesid keskmiselt ühte artiklit poole vähem aega kui üle 30-aastased mehed.

Alla 30-aastased naised torkavad võrreldes teiste gruppidega silma ka selle poolest, et nad loevad ühes päevas nutiseadmetest uudiseid teistest vähem kordi. Kui alla 30-aastased naised loevad uudiseid nutiseadmetest kaks korda päevas, siis 30+ naiste seas on see näitaja 2,5 korda ning alla 30-aastaste meeste seas 2,7 korda. Üle 30-aastaste meeste nutiseadmete kasutamise tiheduse kohta polnud võimalik puuduliku andmestiku tõttu tulemusi välja tuua.

Üldiselt ei ole nutiseadmetest uudiste lugemise tiheduse võrdluses gruppide vahel suuri erinevusi.

Ent alla 30-aastaste naiste puhul selgub, et nooremad naised loevad üldse uudiseid kaks korda päevas ning vaatlustulemuste tabeli põhjal võiks justkui öelda, et need mõlemad lugemiskorrad tehakse läbi nutiseadme.

Siiski ei saa seda väita, et alla 30-aastased naised loevad uudiseid 100% ainult nutiseadmetest. Sellele väitele seab piirangu esiteks juba väga väike valim rühma sees. Samuti mõjutavad lugemistiheduste keskmiseid tulemusi vastajad, kes loevad uudiseid pelgalt ühe korra päevas ning vastajad, kes teevad seda näiteks üle viie korra päevas. Seetõttu kujunesid keskmised tulemused sellisteks ning käesoleva töö autor usub, et need ei kajasta reaalselt olukorda.

Kuid üldine uudiste lugemise tiheduse võrdlus näitab, et alla 30-aastased naised loevad päeva jooksul uudiseid kõige vähem – 2 korda. Veidi rohkem ehk 2,9 korda päevas loevad üle 30-aastased mehed. Kuivõrd peaaegu samaväärselt vähe kordi päeva jooksul loevad uudiseid nii alla 30-aastased naised kui ka üle 30-aastased mehed, siis see seab kahtluse alla võimaluse, et lugemissessiooni pikkused ja ühe artikli keskmise lugemise aeg võiksid olla seoses sellega, kui tihti tarbitakse päeva jooksul uudiseid.

Alla 30-aastased mehed ja üle 30-aastased naised loevad päeva jooksul uudiseid võrreldes teiste gruppidega rohkem, vastavalt neli ja viis korda päeva jooksul.

4.2.2 Erineva haridusega rühmade lugemiserinevused

Käesolevas alapunktis on võrreldud vaatlustulemuste erinevusi kõrgharidusega vaadeldavate ning teiste haridustasemetega vaadeldavate vahel. Võrreldavate vaatlusgruppide vahel ei ole statistiliselt väga suuri erinevusi. Peamine erinevus ilmneb artikli lugemisele pühendatud aja ning lugemissessiooni kogupikkuste mõõtmistes. Keskmiselt lugesid kõrgharidusega vaadeldavad ühte artiklit 12 sekundit vähem, kuid kõrgharidusega vaadeldavate lugemissessiooni pikkus oli üle kahe ja poole minuti pikem. Kõrgharidusega vaadeldavad külastasid vaatluse ajal rohkem erinevaid lehekülgi. Kõrgharidusega vaadeldavad avasid ühe sessiooni ajal ka rohkem artikleid.

Võrreldavate vaatlusgruppide vahel ilmnnes, et kõrgharidusega vaadeldavad loevad uudiseid ühes päevas vähem kordi teiste haridustasemetega vaadeldavad. Nutiseadmetest lugemise tiheduse võrdluses olid tulemused mõlema grupi puhul sarnased.

Tabel 4. Vaatlustulemuste võrdlus haridustaseme lõikes.

	Mitu korda päevas	Mitu korda nutist	Sessiooni pikkus vaatlusel (min, sek)	Avatud artiklite arv	Artikli lugemise aeg (sek)	Külastatud lehekülgede arv
Kõrgharidusega (15)	3,6	2,4	11.43	5,5	59,6	2,2
Teised (34)	4,3	2,3	09.07	4,8	71,6	1,6

4.2.3 Erineva uudishuvi rühmade lugemiserinevused

Kuigi vaadeldavaid oli kokku 49, siis kõigi puhul ei olnud märgitud nende huvi uudiste vastu. Kokku oli määratletud uudishuvi 44 vaadeldava puhul. Uudiseid mitteoluliseks pidavate isikute seas oli poolte vastajate puhul jäänud märkimata, kui tihti nad loevad päevas uudiseid nutiseadmest ning seetõttu polnud seda võimalik allolevas tabelis kajastada.

Huvi uudiste vastu näib olevat seoses sellega, kui palju vaadeldavad olid valmis pühendama oma aega uudiste lugemisele.

Need, kes peavad uudistega kursis olemist väga oluliseks, lugesid uudiseid keskmiselt kauem kui need, kes pidasid uudiste lugemist pigem oluliseks. Need, kes märkisid uudistega kursisolekut väga oluliseks, pühendasid ka rohkem aega ühe artikli lugemisele ning avasid sessiooni jooksul rohkem artikleid kui need, kes pidasid uudiste lugemist pigem oluliseks.

Kokku kolm vaadeldavat vastasid, et nemad ei pea uudistega kursis olemist oluliseks. Need olid kõik mehed.

Uudiste lugemist mitteoluliseks pidanud vastajad külastasid ühe sessiooni ajal vähem uudiskülgi ning üleüldiselt loevad nad päeva jooksul uudiseid vähem kordi kui uudiseid rohkem väärtustavad vaadeldavad. Samuti on uudiste lugemist mitteoluliseks pidanute keskmine artikli lugemisele pühendatud aeg 13 sekundit lühem kui uudiste jälgimist väga oluliseks pidavatel vaadeldavatel.

Uudiste jälgimist mitteoluliseks pidavate vaadeldavate lugemissessiooni pikkus oli pikem kui uudiseid pigem olulisteks pidavate vaadeldavate seas ning lühem kui uudiste jälgimist väga oluliseks pidavate vaadeldavate lugemissessioon.

Siiski tuleb võrdluse puhul arvesse võtta, et uudiste lugemist mitteoluliseks märkinuid oli ainult kolm ning kahe ülejäänud vaatlusgrupi, kes väärtustavad uudiste lugemist enam, omavaheline võrdlus on märksa pädevam.

Uudiste lugemist pigem oluliseks pidanud vaadeldavad pühendasid ühe artikli lugemisele keskmiselt 7 sekundit vähem aega kui uudiste lugemist väga oluliseks pidanud vaadeldavad.

Oluline erinevus on kahe uudiseid väärtustava vaatlusgrupi vahel ka lugemissessiooni pikkuse võrdluses.

Uudiste lugemist pigem oluliseks pidanud vaadeldavate lugemissessioon oli üle viie minuti lühem kui uudiste lugemist väga oluliseks pidanud vaadeldavate lugemissessioon.

Suuremat uudishuvi märgib ka suurem avatud artiklite arv nende hulgas, kes vastasid, et peavad uudiste lugemist väga oluliseks. Uudiste jälgimist pigem oluliseks pidanud vaadeldavad avavad ühe sessiooni ajal keskmiselt 4,6 artiklit, kuid uudiste lugemist väga oluliseks pidanud vastajad avavad ühe sessiooni ajal keskmiselt 6,2 artiklit.

Muudes punktides kahe vaatlusgrupi vahel silmatorkavaid erinevusi polnud.

Üldiselt tõi uudiste väärtustamise järgi võrdluste tegemine välja tendentsi, et uudistega kursisolemist väga oluliseks pidavad vaadeldavad olid valmis uudiste lugemiseks pühendama ka rohkem aega ning lugema rohkemaid artikleid.

Tabel 5. Vaatlustulemuste võrdlus uudishuvi lõikes.

	Mitu korda päevas	Mitu korda nutist	Sessiooni pikkus vaatlusel (min, sek)	Avatud artiklite arv	Artikli lugemise aeg (sek)	Külalastatud lehekülgede arv
väga oluline (17)	3,2	2,4	13 min 6 sek	6,2	69,2	1,8
pigem oluline (24)	3,5	2,4	7 min 56 sek	4,6	62,5	1,9
mitteoluline (3)	2,3	-	11 min 6 sek	5,6	56,2	1,3

Kuivõrd vaatlustulemused näitasid erinevate sotsiaalsete ja isiklike tunnuste lõikes erinevaid tulemusi, siis võib vaatlustulemuste puhul kinnitada, et vaadeldavate puhul näib lugemiskäitumine olevat mõjutatud järgnevatest teguritest:

- Vanus
- Sugu
- Haridustase
- Uudishuvi

4.3 Delfi ja Postimehe mobiilsete teadete saatmise dünaamika

Delfi ja Postimehe mobiiliteadete saatmise vaatlus oli oluline, et vaatlusperioodil ära fikseerida Eesti uudiskülgede poolt saadetud teadete hulk ning markeerida tendentse, millised on uudistetoimetuste praktikad teadete saatmisel – kui tihti, kui palju ning mis aegadel teateid saadetakse.

Neljanädalane uudisteadete voo jälgimine andis üldise ülevaate, milline on mobiilsete teadete saatmise dünaamika. Allolev joonis (vt. Joonis 14) näitab, kuidas uudisteadete voog jaguneb nelja nädala lõikes ning kuidas jaguneb teadete voog ööpäevas.

Vaatlus näitas, et Eesti uudisküljed saavad oma nutirakenduste kasutajatele palju teateid. Nelja nädala jooksul saatis Delfi välja 179 teadet ning Postimees saatis sama aja jooksul välja 109 teadet. Keskmiselt saavad Eesti uudisküljed teateid vastavalt 6,4 ja 3,9 tükki päevas.

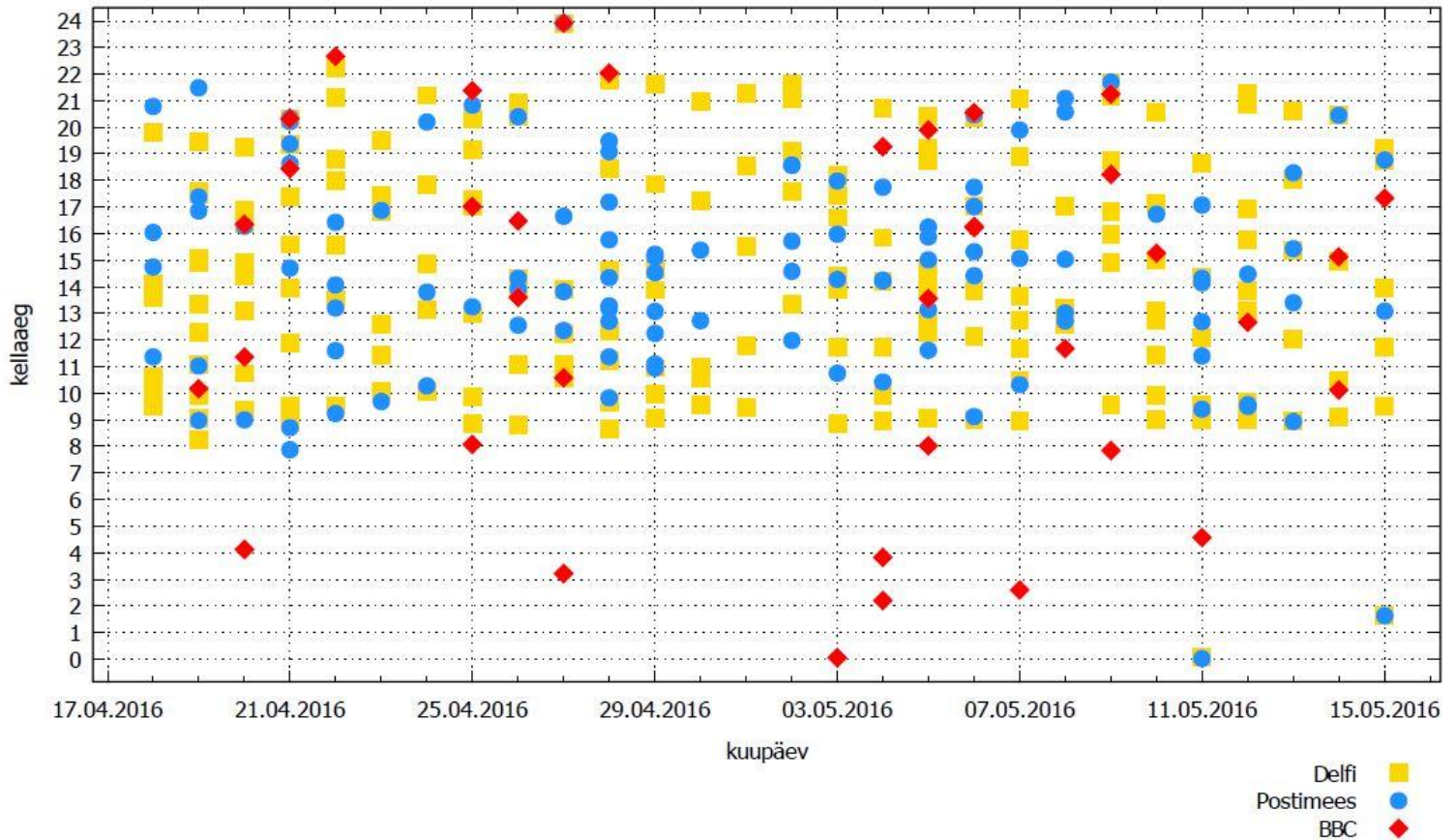
Jooniselt on näha, et Delfi ja Postimees saavad oma kasutajatele teateid läbi päeva. Esimeste teadete saatmise aeg tundub olevat mõlema uudisorganisatsiooni puhul umbes kella üheksa ajal hommikul. Harjumus esimesi teateid välja saata hommikul kell 9 on eriti selge Delfi puhul. Suures osas on Delfi esimesed teated olnud Eesti Päevalehes ilmunud tähtsamatele artiklite viitavad teated.

Päevane teadetevoog lõpeb tavaliselt umbes kella 10 ajal õhtul. Vaatlusperioodi ajal saatsid nii Delfi kui ka Postimees teateid ka pärast südaööd ning isegi pärast kella 1 öösel. Need teated puudutasid Eurovisiooni – esimesel puhul teatati, et Eesti ei pääsenud finaali ning teisel puhul teatati, et lauluvõistluse võitis Ukraina.

Vaatlusperioodi ajal torkas silma, et 1. mail ei saatnud Postimees mitte ühtegi teadet. Seevastu Delfi saatis kevadpüha ajal viis teadet.

Teadete saatmist jälgis autor ka BBC puhul. BBC saatis vaatlusperioodi ajal märksa vähem teateid kui Eesti väljaanded. BBC saatis kokku 37 teadet, keskmiselt päevas 1,3 teadet. Siiski ei ole võrdlus Eesti suurimate meediaettevõtetega ehk kohane, sest Eesti väljaanded kasutavad teadete süsteemi ka oma kontserni poolt toodetud ajakirjanduslikku laadi sisu reklaamimiseks. BBC puhul selline äriiline vajadus puudub ning BBC teadete iseloom torkabki silma selle poolest, et see organisatsioon saadab teateid suuremas osas tähtsamatest pommuudistest. Eesti kasutajate jaoks võib BBC teadetevoog ka osaliselt võõraks jääda, sest teadetes domineerivad suures osas siiski brittide jaoks olulised teemad. BBC teadete voogu tuleks võib-olla võrrelda

Eesti puhul hoopis ERRi poolt saadetavate teadetega, ent Eesti Rahvusringhääling ei kasuta oma rakenduses nutiseadmetele teadete saatmise funktsiooni.



Joonis 14? Mobiiliteadete jagunemine vaatlusperioodi ja ööpäevade lõikes.

Läbiviidud intervjuudes puudutasid mõned vastajad saadetavate teadete temaatikat ka pikemalt. Peamiselt toodi positiivsena välja, et teated võimaldavad koheselt teada saada suurematest uudistest. Üks vastaja tõi välja, et saabunud teate puhul ta loeb ainult pealkirja ning ei vajuta sellele peale, et uudist rohkem lugeda.

Kõige põhjalikum teateid puudutanud kommentaar tõi välja, et Delfi saadab samade uudiste kohta teated välja kiiremini ning et teadete puhul on läbivalt esil negatiivse alatooniga uudised.

„Et mis ongi hästi huvitav, on see, et näiteks, kui ma Delfi äpi tõmbasin kuu-poolteist, siis tuli hommikuti mul kell 9 või 9 läbi esimene juba teade. Noh täna siin laua taga istudes tuli juba 2 minutit tagasi, tuli juba 8.44 tuli esimene teade mingi uudise kohta. /.../ Ja mis ma nagu äppide

puhul veel olen vaadanud, siis Delfi on alati Postimehest mõned minutid ees. /.../ Ja mis veel huvitav on – mis huvitav, see on see, mis müüb – on ikkagi negatiivsus. Et tulevad, n-ö teatena tulevad alati negatiivsed uudised. Et ei tule, et keegi võitis kuldmedali või ..” (M27)

V JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Intervjuude ning vaatluste tulemuste põhjal saab teha järeldusi intervjuudes ja vaatluses osalenud kasutajate üldise meediakasutuse kohta nutiseadmetest ning konkreetse meediakasutuse kohta vaatlustingimustes. Järgnevalt esitan uuringu tulemused uurimisküsimuste kaupa.

5.1 Järeldused

1. Millised on läbiviidud intervjuude tulemuste põhjal ilmnenu tendentsid, millistes olukordades kasutatakse uudiste lugemiseks just nutiseadet?

Peamiselt kasutasid intervjuueeritavad nutiseadmeid uudiste lugemise eesmärkidel nendel hetkedel, kui nad tundsid igavust või pidid midagi ootama ning selgelt joonistus välja muster, kus intervjuueeritavad põhjendasid peamise uudiste lugemise funktsioonina nutiseadmetest just ajaviitmist.

Suur osa nooremast eagrupidist vastanutest ütlesid, et kasutavad nutiseadmeid uudiste lugemiseks loengute ja koolitundide ajal, et peletada igavust. Kuivõrd nutitelefoni on väikeste mõõtmetega, siis saab kasutaja sellega tegutseda märkamatuks ning ei pea loenguruumides avama sülearvuti või lugema paberlehte. Sama kehtib ka koosolekute ja konverentside kohta, kus inimesed peletavad igavust uudiste lugemisega.

Sarnaselt Reutersi instituudi uurimistulemustest selgunud tendentsile, et nutitelefoni loetakse uudiseid palju ühistranspordiga liigeldes, siis ilmnedid samad jooned ka tudengite läbiviidud intervjuudes. Vastajad sõnasid, et paarikümne minuti sõidu ajal kooli või tööle on neil võimalus end hommikuti uudistega kurssi viia. Samamoodi toodi välja ka õhtune kojusõit, kui lugejatel on end võimalus kurssi viia päeva jooksul juhtunuga.

Ohtliku tendentsina sõnasid mitmed vastajad, et nad kasutavad nutitelefone uudiste lugemiseks ka liikluses. Uudiseid loetakse autoga ummikutes istudes ning nõnda tehakse aega parajaks. Nii Reutersi instituudi raport kui ka Schröder (2015) tõid välja, et personaalsetes liiklusvahendites nagu auto või jalgratas on populaarseimaks uudiste tarbimise meediumiks raadio, sest

uudistejälgijad peavad liikluses osalema kahe käega. Praegu veel puudub põhjalik statistika selle kohta, kui paljud autojuhid kasutavad nutiseadet liiklemise ajal, kuid juba praegustest intervjuudest ilmnenuid käitumisnormid annavad põhjust muretsemiseks.

2. Millised on intervjuude tulemustest ilmnevad tegurid, mis mõjutavad ühe konkreetse uudisartikli avamist ning lugemist?

Valikud ja tingimused, miks lugejad loevad nutirakendustes just konkreetseid artikleid, näivad olevat mõjutatud järgmistest teguritest:

- **Igavuse peletamine ja ajaviide**

Otsus üldse uudiseid lugema hakata ja endale huvipakkuvaid artikleid otsima hakata tuleneb tihtilugu meelelahutuslikust vajadusest. Peamiselt kasutavad intervjuueeritavad nutiseadmeid uudiste lugemise eesmärkidel nendel hetkedel, kui nad tundsid igavust või pidid midagi ootama ning selgelt joonistus välja muster, kus intervjuueeritavad põhjendasid peamise uudiste lugemise funktsioonina nutiseadmetest just ajaviitmist. Samuti kasutatakse nutiseadmetest uudiste lugemist meelelahutusena hetkedel, kui lugejad on kohustatud viibima mõnes paigas, ent tunnevad igavust – loengud, koosolekud, seminarid jne.

- **Ajaaukude täitmine – sõit ühistranspordis, liikluses, lõunapausil jne**

Tihtilugu kasutatakse nutiseadet uudiste lugemiseks hetkedel, kui on vaja kedagi või midagi oodata. See tähendab, et uudiseid loetakse umbes 10-minutiliste ajaaukude vältel, et aega viita ning samal ajal saada päevakajalistest temadest ülevaade. Eraldi joonistub veel välja tendents, et eriti palju tuuakse nutiseadmetest uudiste lugemist esile ühistranspordiga liiklemise kontekstis, kus kasutajatel on mõnekümne minuti jooksul võimalik saada ülevaade tähtsamatest ning huvipakkuvamatest uudistest.

- **Soov olla kursis värskete uudistega**

Mobiilse internetiga varustatud nutiseade annab võimaluse olla kursis värskemate uudistega ajahetkest ning asukohast sõltumata. Samuti ilmuvad toimetuste poolt rõhutatud uudisväärtusega artiklid ka nutiseadmetele kohandatud teadete süsteemi abil kiiresti kasutajateni. Erinevalt paberlehest värskeneb uudiste lugemise rakendus värskete uudistega pidevalt. Samuti pakub nutiseade võimalust kiiresti uurida infot mõne uudise või sündmuse kohta tehtavate järelartiklite kohta, mis annavad ülevaate vahepeal toimunud arengutest.

- **Ajaline surve**

Kuivõrd uudiseid loetakse nutitelefonist või tahvelarvutist lühikeste pauside ajal, siis on lugejad teatava ajalise surve all. Intervjuudest selgus, et ajakasutuse efektiivistamiseks teevad lugejad nutiseadmetes uudisvaliku tugevalt oma huvide põhjal. Kuivõrd lugejatel on ajaline ressurss piiratud, siis soovitakse lugemisele pühendatud ajast võtta maksimumi ning nõnda keskenduvadki lugejad peamiselt ainult nendele temadele, mis neile tõeliselt huvi pakuvad.

- **Pealiskaudne lugemine**

Tavaliselt kasutatakse nutiseadet ülevaate saamiseks aktuaalsetest temadest lugedes pelgalt pealkirju ning hiljem pöörduvad lugejad mõne huvipakkuvama artikli poole tagasi. Tihti keritakse uudisvoogu edasi-tagasi ning vaadatakse esmalt üle pealkirjad ja seejärel pöördatakse tagasi mõne teema juurde, mis lugejatele huvi pakkusid. See muudab lugemissessiooni väga kiireks ning pealiskaudseks.

- **Tugevalt filtreeritud uudistevalik**

Ajaline surve tähendab, et kasutaja loeb ainult talle tõeliselt olulisi artikleid. See tähendab, et ühe sessiooni ajal loetakse kas peamiselt pealkirju või avatakse paar huvipakkuvat artiklit. Uudiste filtreerimine on nutirakendustest uudiste lugemise puhul väga tugev, sest aja tõhustamise eesmärgil avatakse isiklikust huvist ning uudisväärtustamisest lähtuvaid artikleid.

- **Lugema kutsuvad pealkiri, pilt ja teema**

Peamised uudiste lugemiseks valimise kriteeriumid nutiseadmetes on pealkiri, huvipakkuv teema ja pilt. Kuivõrd nutirakenduse uudisvoo esitus on suhteliselt lakooniline, siis lugejatel ongi võimalik artikli avamine otsustada ainult nende kolme teguri põhjal.

- **Kaheosaline valikuprotsess – eelvalik (pealkiri, pilt, teema) ja järelvalik (sisu, pikkus, pealkirjale vastavus jne)**

Otsus mõnd artiklit avada või mitte näib olevat kaheosaline protsess, kus otsus artikkel avada tehakse pealkirjade, teemade ning piltide põhjal ning otsus artikkel lõpuni lugeda tehakse artikli omadustest tulenevate tegurite põhjal. Esimese astme puhul peab lugeja tegema pealkirja, teema ja pildi põhjal otsuse, kas ta tahab artiklit avada. Teine aste puudutab seda, kas lugeja tahab artiklit ka pärast edasi lugeda. Teise astme otsustusprotsessi näivad mõjutavat artikli sisulise poole aspektid ehk juhtlõigu kvaliteet ja kaasahaaravus, artikli sisu vastavus pealkirjale ja artikli kogupikkus. Samuti mõjutavad artikli lugemist kolmanda osapoole tegurid ehk reklaam ning reklaami häirivus.

- **Toimetatud sisu ja uudisvoog**

Nutiseadmete uudisrakendused on sarnased uudisväljaannete veebikülgede ülesehitusele, kus on uudiskülgedele pandud üles palju reklaami ning uudisvoog on konstrueeritud väljundi eripärast lähtuvalt. See tähendab, et mõningad populaarsemad ja rohkem lugejaid haaravad lood on seatud uudisvoos ettepoole, ent ülejäänud uudisvoog on seatud lineaarselt nõnda, et uuemad uudised on eespool ja vanemad uudised tagapool. Lugejad tõid välja, et nutirakenduste uudisvoogu ei suuna toimetaja, kes rõhutaks olulisi teemasid nii nagu on seda tehtud näiteks ajalehe puhul.

- **Harjumus lugeda üht väljaannet**

Valik ühe või teise väljaande nutikülje lugemiseks on mõjutatud lugejate harjumusest. Valikut mõjutab see, kas lugeja on harjunud varem lugema näiteks väljaande paberlehte või külastama veebikülge. Harjumus kasutada ainult ühe väljaande nutirakendust tähendab vahel ka seda, et kasutajatel puudub ülevaade teistest olemasolevatest uudiste lugemise rakendustest.

- **Reklaamid**

Uudiste lugemise rakendustes olevad reklaamid on kasutajate jaoks kõige häirivam tegur. Kuigi kasutajad tõid välja, et nad mõistavad, et reklaamitulu annab neile võimaluse saada tasuta sisu, siis osad intervjuueeritavad väitsid, et liigne reklaam pöörab neid nutirakenduse kasutamise juurest eemale. Samuti häirib vastajaid nutirakenduste uudisvoos olev tasuline sisu.

3. Milliseid erinevusi ilmneb nutiseadme kasutamises uudiste lugemiseks erinevate soo ja eagruppide vahel?

Eri vanuses meeste ja naiste vahel ilmnevad peamised erinevused just uudiste lugemisele pühendatud aja suhtes.

Vaatluse ajal mõõdetud sessioonipikkused andsid kolme grupi puhul üsna sarnaseid tulemusi. Nii alla 30-aastaste meeste kui ka alla ja üle 30-aastaste naiste puhul langesid keskmised lugemissessioonide pikkused sarnasesse vahemikku umbes kaheksa ja poole minuti ümber. Üle 30-aastaste meeste puhul aga osutus lugemissessiooni pikkus umbes kaks korda pikemaks kui teiste vaadeldud gruppide puhul.

Lisaks üle 30-aastased mehed võrreldes teiste gruppidega ka uudiste lugemiseks kõige rohkem erinevaid lehekülgi.

Olulised erinevused torkasid silma ühe artikli lugemisele pühendatud keskmise aja lõikes. Keskmise aeg kujunes iga vaadeldud grupi puhul välja erinev.

Keskmiselt kõige kauem lugesid vaatluse ajal ühte artiklit üle 30-aastased mehed, kes pühendasid ühe artikli lugemisele üle pooleteist minuti ehk 93 sekundit. Võrreldes nooremate meestega (78,9 sekundit) on see pea 15 sekundit enam.

Vaatlustulemused näitasid, et naised pühendasid ühe artikli lugemisele keskmiselt vähem aega ning mõlemad vaadeldud naiste grupid lugesid artikleid keskmiselt alla minuti.

Üle 30-aastased naised pühendasid ühe artikli lugemisele keskmiselt 52,5 sekundit ning alla 30-aastased naised lugesid ühte artiklit keskmiselt 45 sekundit. See tähendab, et alla 30-aastased naised lugesid keskmiselt ühte artiklit poole vähem aega kui üle 30-aastased mehed.

Alla 30-aastased naised torkasid võrreldes teiste gruppidega silma ka selle poolest, et nad loevad ühes päevas nutiseadmetest uudiseid teistest vähem kordi. Kui alla 30-aastased naised loevad uudiseid nutiseadmetest kaks korda päevas, siis 30+ naiste seas on see näitaja 2,5 korda ning alla 30-aastaste meeste seas 2,7 korda. Üle 30-aastaste meeste nutiseadmete kasutamise tiheduse kohta polnud võimalik puuduliku andmestiku tõttu tulemusi välja tuua.

Üldine uudiste lugemise tiheduse võrdlus näitab, et alla 30-aastased naised loevad päeva jooksul uudiseid kõige vähem – 2 korda. Veidi rohkem ehk 2,9 korda päevas loevad üle 30-aastased mehed. Alla 30-aastased mehed ja üle 30-aastased naised loevad päeva jooksul uudiseid võrreldes teiste gruppidega rohkem, vastavalt neli ja viis korda päeva jooksul (vt. Tabel 3).

4. Millised on Eesti uudiskülgede praktikad teadete saatmisel vaatlusnädalal kogutud andmete põhjal?

Neljanädalane vaatlusperiood näitas, et Eesti uudisküljed saadavad oma nutirakenduste kasutajatele üsna palju teateid.

Nelja nädala jooksul saatis Delfi välja 179 teadet ning Postimees saatis sama aja jooksul välja 109 teadet. Keskmiselt saatsid vaatluse ajal Eesti uudisküljed teateid vastavalt 6,4 ja 3,9 tükki päevas.

Eesti uudisküljed saadavad teateid läbi päeva, alustades teadete saatmisega tavaliselt kella üheksa ajal hommikul ning viimased teated saadetakse umbes kella kümne ajal õhtul. Oluliste

sündmuste puhul võib tekkida kõrvalekaldeid, kuid üldine tendents näib olevat, et teateid saadetakse päeva jooksul umbes 11-tunnises ajaaknas.

Eesti uudisküljed saadavad teateid ka selleks, et tähelepanu tuua enda toodetud sisule. See tähendab, et teadetena ei pruugi kasutajateni jõuda alati kõige värskeimad pomm uudised, vaid hoopis teated mõne teema kohta, mis ilmusid väljaandega seotud paberlehes või viidatakse näiteks algavale videoülekanale.

5.2 Diskussioon

Nutiseadmete, eriti nutitelefonide, populaarsuse kasvu tunnistamiseks ei ole tingimata vaja süüvida statistikasse, vaid selleks piisab ka pelgalt lahtiste silmadega ringi käimisest. Aina enam leiab avalikust ruumist, tööpaikadest ning kodudes inimesi, kes on pilguga klammerdunud oma telefoni. Nutitelefonide plahvatuslikust populaarsuse tõusust annavad aimu kas või moodsa aja telefonikasutusest tekkinud haigused nagu pöidlavalu, unehäired ja *text-neck*, mis on pidevast telefoni kohale kummardumisest tekkinud kaelavalu.

Käesoleva töö kandvaks ideeks oli analüüsida, kas nutiseade uue meediumina on piisavalt efektiivne, et rahuldada uudiste lugemisega seotud vajadusi. Ühest küljest on need vajadused seotud kasutajate endiga – kui kvaliteetne on nutiseadmetest lugemise protsess, milline mõju on nutiseadmel inimeste üldisele meediakasutusele jne. Teisest küljest seostuvad uudiste lugemisega ka ühiskonna vajadused. Toimiva demokraatia aluseks on informeeritud inimesed ning uute meediumite valguses on paslik küsida, kas mõjud lugejatele avaldavad ka mingit mõju ühiskonnale laiemalt.

Nutiseadmetest uudiste lugemine tundub lugejatele olevat keeruline töö ning uudistesse süvenemine näib olevat raskendatud. Esiteks mõjutab kasutajate tähelepanu kindlasti koht, kus uudiseid loetakse. Vastajad tõid välja, et uudiseid loetakse liigeldes – nii ühistranspordis kui ka isegi autoga sõites. Seega on tähelepanu mõjutatud kahelt poolt – ühest küljest ei soosi keskkond süvenemist valitud artiklitesse, kuid teisest küljest mõjutab kas või osaline süvenemine oma nutitelefoniga tähelepanelikkust ümbritseva suhtes ning võib seada liiklejaid ohtlikesse olukordadesse. Lisaks häirivad lugejaid ka nutiseadme enda eripärad. Kuivõrd nutitelefoni koondab endasse ka helistamise, sõnumite ja sotsiaalmeedia funktsioone, on uudiste lugejate tähelepanu katkestatud tihti erinevate teadete poolt, mis telefoni sisse jooksevad. Kui veel nendele häirivatele teguritele juurde lisada aspekt, et töö autori bakalaureusetööst selgus, et nutiseadmetest uudiseid lugedes jääb lugejatele meelde ainult 46% faktidest, siis näitab see, et tähelepanu ning pühendumine tekstile on nutiseadmete puhul probleemseks kohaks.

Tähelepanu fookuseerimisele ei mõju kindlasti positiivselt ka see, et tihti loetakse nutiseadmetest uudiseid ajalise surve all. Näiteks 10-minutilise ajavahemiku jooksul püüavad kasutajad saada võimalikult suure ülevaate uudistespektrist. Ka Schröder (2015) tõi välja, et mobiilseadmed tõstavad sellise uudistatamise hulka, kus uudiseid loetakse juhuslikel ajaaukudel, mis viib omakorda juhusliku ning pealkirjade või ülevaadete põhisele uudistatamisele (Schröder,

2015: 74). See tähendab, et uudiseid loetakse kiiruga ning kui lugejatel ei ole aega teksti süveneda, tähendab see kehvemat lugemiskvaliteeti ning üleüldist lugemiseefektiivsuse vähenemist. Ajalise surve all proovivad lugejad saada võimalikult laia ülevaate ning seetõttu ei süveneta kõikidesse pakutavatesse artiklitesse ja loetakse ainult pealkirju. Võib ju väita, et näiteks paberlehe puhul ei loe kasutajad samuti kõiki artikleid, kuid paberlehe puhul on lugejatel võimalus lisaks pealkirjale hoomata artiklist siiski enam – silmitseda juhtlõiku, väljavõtteid ning fotosid. Ka arvutist lugedes pole ajaline surve nõnda suur, sest arvuti taha istumine on siiski enamasti seotud töö- või kooliülesannetega, kus kasutajatel on suurem ajaaken tegutsemiseks kui juhuslik paus, või toimub arvutikasutus kodustes tingimustes.

Ajaline surve viib selleni, et kasutajad loevad läbi pealkirjad ning avavad lugemiseks ainult mõned üksikud artiklid. Valik kindlate artiklite kasuks tehakse lähtuvalt teemade uudisväärtusest, kuid väga tihti ka teema lähedusest konkreetsele lugejale. See omakorda viib selleni, et ajalise surve all loetakse ainult omale meelepäraseid teemasid ning ülejäänud uudismaterjalist saavad kasutajad pelgalt pealkirjade põhise ülevaate.

Ei ole teada, kui paljud nutiseadmete kasutajad kasutavad Eesti väljaannete nutirakendusi oma põhilise uudistekanalina. Samuti ei ole teada, kui süvenenult ainult seda meediumi kasutavad inimesed uudisvalikusse suhtuvad. Ent kui mõelda võimaliku stsenaariumi peale, et nutiseadmed muutuvad tõesti inimeste peamiseks meediumiks ning nende käitumist jäävadki iseloomustama pealiskaudsus ja teemade tugev filtreerimine isiklike huvide järgi, viib see auditooriumi suurema killustumiseni ja nõrkade teadmiseni laiematest ühiskondlikest probleemidest.

Seda probleemi võib veelgi süvendada Delfi ja Postimehe nutirakendustes läbi viidud uuendused, mis pakuvad võimalust kasutajatel luua oma personaliseeritud uudisvoogu. See tähendab, et nüüd on kasutajatel võimalus talle mitesobivad teemad üldse oma uudisvoost välja lülitada ning killustumine oma klikki suureneb veelgi.

Teatud teemade vältimisele uudisvaliku puhul on viidanud ka Härma (2015), kes tõi välja, et lugejad väldivad uudisteportaalides terveid teemaplokke ning enamasti jäetakse lugemata poliitika ja majandus.

Kuigi kõvad teemad nagu poliitika ja majandus on tõepoolest lugejate ühiskondlikule intelligentsusele üliolulised, leiab käesoleva töö autor, et küllap leidub personaliseeritud sisu puhul palju ka neid kasutajaid, kes lülitavad oma uudisvoost välja näiteks meelelahutuse, kultuuri ja spordi valdkonnad. Töö autor usub, et pehmete teemadega kursisolek on inimeste

ühiskondliku kuuluvuse aspektist samuti oluline ning ei tohiks mingil juhul uudisspektrist kõrvale jääda.

Personaliseeritud sisu ei pruugi aga olla üldsegi kasutajate endi poolt valitud. Ajakirjandusmagistrandide kohtumisel AS Postimees Gruppi juhatuse esimehe ja peatoimetaja Merit Kopluga ilmnas, et Postimees kavatab ümber struktureerida oma uudiste kuvamise algoritmid, mis seavad nii arvutist kui nutirakendusest uudiseid lugevale kasutajatele uudisvoo vastavalt sellele, kuidas algoritm näeb, et kasutajale parim on. Näiteks kuvab algoritm eelisjärjekorras uudiseid, mida kasutaja veel varem näinud pole. Siinkohal tõstatub küsimus, et kui lugejad käituvad nutirakenduses ajalise surve all, kiirustades ning pealkirju pelgalt vaadates, siis kuidas tagada see, et kasutajale ei jää kuvamata artiklid, mis võiksid talle olla olulised, kuid jäid tema esimesest valikust välja. Kuivõrd uus algoritm ei ole praegu (mai 2016) veel rakendunud, siis ei oska käesoleva töö autor selle suhtes selgemat seisukohta võtta.

Et lugejad veedavad nutiseadmetest uudiskülgedel üsna vähe aega, näitab ka läbiviidud vaatlus Postimehe ja Delfi külastusstatistika kohta. Sellest selgus, et uudiskülgedel viibimise aeg on nelja aasta vältel pidevalt vähenenud ning mobiilbrauseritest viibitakse uudisküljel keskmiselt umbes kolm minutit. Võttes arvesse ka tudengite poolt läbiviidud vaatluse tulemusi, mis näitasid, et ühe artikli lugemiseks pühendatakse umbes üks minut, siis näeme, et ühe lugemissessiooni ajal jõuavadki kasutajad lugeda maksimaalselt kolm uudist, kuid selle aja sisse peab mahtuma veel ka uudiste valimise aeg. See kõik viitab, et uudiseid tõepoolest loetakse lühikeste ja kiirete ajahetkede jooksul ning näib ainult kinnitavat seisukohta, et mobiilseadmetest uudiste lugemine on kiirustatud valikuprotsessiga pealiskaudne tegevus.

Uudisküljed proovivad lugejaid enda juurde meelitada ka teadete saatmisega otse kasutaja nutiseadmesse. *Push-notification* ehk teadete süsteem võimaldab kiirelt lugejatele teada anda tähtsamatest sündmustest, kuid Delfi ja Postimees kasutavad seda ka võimalusena reklaamida oma ajakirjanduslikku sisu. Reutersi andmed näitavad, et aastatel 2014-2015 kasvas osades riikides mobiilsete teadete saatmine kaks korda. Eesti uudisküljed on teadete saatmise funktsiooni hästi omaks võtnud ning saadavad teateid välja lausa massiliselt. 2016. aasta aprillis ja mais läbi viidud vaatluse ajal saabus Delfilt ja Postimehelt keskmiselt vastavalt 6,4 ja 3,9 teadet päevas.

Intervjuudest ilmnas, et kasutajad peavad teadete saatmist positiivseks, sest võimaldab neil tähtsamatest temadest väga kiiresti teada saada. Küll aga juhib käesoleva magistr töö autor tähelepanu teadeteveo liigse intensiivsusega kaasnevatele võimalikele negatiivsetele mõjudele.

Delfi ja Postimees kasutavad aktiivselt võimalust reklaamida läbi teadete oma paberväljaannete artikleid ning portaalide videosisu ja blogisid. Kuivõrd tegemist on siiski äriettevõtetega, on nende tegevus oma artiklite sisuliselt tasuta reklaamimisel täiesti mõistetav, kuid selline tegevus kätkeb endas ohtu, et reklaamihõnguliste teadetega diskrediteeritakse tõeliste pomm-uudiste väärtust. Kui väljaanded saadavad läbi päeva teateid, millel ei pruugi olla lugeja jaoks kõige suurem uudisväärtus, siis on oht, et vajalikul hetkel läheb tõeliselt olulise uudise puhul kontakt kasutajaga kaduma, sest viimane on pidevast uudisvoost lihtsalt tüdinud.

Mobiiliteated venitavad ka inimeste meediapäeva üsna pikaks. Vaatlus näitas, et Eesti uudisküljed saadavad teateid hommikul kella üheksast kuni õhtul kella kümneni. See tähendab, et kasutajad elavad uudiskülgede nutirakenduste uudisväljas 11 tundi päevas. Pikem uudispäev on Eesti meediamaastikul ainult andunud raadiouudiste austajatel, kellel on võimalus uudiseid kuulata igal täistunnil hommikul kella kuuest kuni südaööni (kokku 18 tundi), kuid raadiouudised ei saada iga algava saate kohta oma kuulajatele ka mobiilitelefoni sellekohast teadet.

Lugejates tüdimuse tekitajaid on Eesti uudisväljaannete nutirakenduste puhul veelgi. Intervjuudest ilmnesid kaks peamist tendentsi, mis lugejaid nutirakenduste juurest eemale pöörduma panevad. Esmalt häirib lugejaid nutirakendustes olev reklaam, mis hüppab lugejatele ette kas rakendust või mõnd artiklit avades. Kasutajaid häirib, et reklaamist lahti saamiseks peab ootama 12 sekundit või vajutama reklaami ristist kinni, mis omakorda võib viia järgmise negatiivse kogemuseni, kui kasutaja vajutab ristist mööda ning tabab hoopis reklaami, mistõttu kuvatakse talle hoopis mõne toote ja teenuse koduleht, mitte uudised. See on kasutajate jaoks eemaletõukav.

Teine häiriv tegur on rakendustes leitav tasuline sisu. Osad intervjuueeritavad olid selle suhtes väga negatiivselt meelestatud ning avaldasid mõistmatust, miks väljaanded oma nutirakendustesse tasulist sisu üles panevad. Siiski on nutiseadme uudisvoog täpselt sama uudisvoog, mis väljaande *online*-küljel ja see on lihtsalt teistmoodi kujundatud. Tasulise sisu nutirakendusest eemaldamine tähendaks tasulise sisu eemaldamist ka veebiväljaandest. Kuid lugejate tahtmatus sisu eest maksta ei ole ainult Eesti lugejatele omane. Reutersi instituudi raport (2015) näitas, et pea kolmveerand lugejatest üle maailma ei oleks nõus ajakirjandusliku sisu eest veebis maksma ükskõik, mis oleks ka hind. Tasulise sisu lugemine veebis on Eestis üsna madal ning ajakirjandusmagistrandide kohtumisel Merit Kopluga sõnas AS Postimees Gruppi esimees, et Postimees plaanib peagi ka tasulisest sisust veebis loobuda, sest keegi ei osta neid artikleid.

Kui võtta arvesse kõiki neid tegureid – häiritud tähelepanu, pealiskaudne lugemine, ajaline surve, auditooriumi killustumine ja tahtmatus kvaliteetse sisu eest maksta –, siis tekib küsimus, kas nutiseadmed on piisavalt head vahendid uudiste lugemiseks, et lugejatel oleks piisavad teadmised, et ühiskonnas toimuvast aru saada ning et nad oleksid piisavalt informeeritud, et vajadusel ühiskondlikust poliitilisest debatist ning otsustusportsessidest osa võtta?

Curran, Iyengar, Lund ja Salovaara-Moring (2009) tõid välja, et demokraatia protsess eeldab meediat, mis annab avalikkusele piisaval määral infot päevapoliitika kohta, et see jõuaks ka meediakaugete kodanikeni (Curran ja teised, 2009). Uudiste nutirakendused pakuvad selles valdkonnas ühest küljest küll lahendust teadete saatmise näol, kuid annab teisest küljest ka personaliseeritud uudisvooga killustumisele hoogu juurde.

Lugejate kehv efektiivsus nutiseadmetest uudiseid lugedes võib viia hoopis olukorrani, kus meedia on küll tugev ning üritab jõuda meediakaugete kodanikeni, kuid kodanikud ise on killustunud ning uudismeediast kaugenenud. Probleemile viitab ka Starr (2011), kes viitas, et valikute rohkus viib inimesed nende uudisteni, mis on neile maailmavaateliselt sobivad (Starr, 2011). Ka Mitchelstein ja Boczowski tõid Davisele (1999) ja Mutzile (2006) viidates välja, et vähene huvi avaliku elu vastu on eriti problemaatiline just uudiste laia mitmekesisuse tõttu.

Personaliseeritud uudisvoog on ehk demokraatia seisukohast kõige ohtlikum, sest annab võimaluse poliitiliselt mitteaktiivsetel kodanikel vältida poliitikauudistega isegi juhuslikku kontakti. Starr (2011) tõi välja, et uutes tingimustes on poliitikahuvilistel võimalus huvipakkuvate temadega end rohkem kurssi viia, samal ajal võõranduvad vähese uudishuviga inimesed poliitikafäärist aina enam (Starr, 2011).

Lunt ja teised (2014) kirjutasid, et demokraatliku kodanikusfääri tingimustes muutub aina olulisemaks digitaalne lugemisoskus (Lunt et al. 2014). Digitaalne lugemisoskus tähendab aga ka seda, et teadlikud kasutajad oskavad endale ebahuvitavaid teemasid vältida ning saavad teadlikult teatud temadest võõranduda.

Varasemalt sattusid inimesed ajalehte või televisiooni jälgides uudiste infovälja ka kogemata ning varasem meediakeskkond soosis juhuslikku kokkupuudet poliitikauudistega. Uue meedia valguses on võimalik kasutada interneti ja võrgustikke ka nõnda, et kasutaja ei puutu uudistega kokku (Starr, 2011).

Kui nutirakenduste kasutajad ei kasuta personaliseeritud uudisvoo funktsiooni, võib olukord kujuneda märksa helgemaks. Ühest küljest jätab see võimaluse poliitikahuvilistele keskenduda

oma teemadele ning poliitikakauged kasutajad saavad samuti keskenduda omale huvipakkuvatele teemadele, kuid ühine uudisvoog jätab mõlemale poolele võimaluse juhuslikuks kokkupuuteks laiemate teemadevalikuga.

Võttes arvesse, et nutiseadmetest loetakse uudiseid ajalise surve all ning kasutajad loevad uudiste valimiseks intensiivselt pealkirju, tõstab see võimalust, et kasutajad näevad kas või vähemalt pealkirju ka nendest teemavaldkondadest, mis neid ei huvita. Nutirakendustes on teemad ka ajalises järjestuses ning ei ole enamasti koondatud teemaplokkidesse, seega peavad lugejad pealkirju lapates käima üle erinevatest valdkondadest. Teatud teemade vältimine on isegi ajalehes lihtsam, sest ka seal on teemad koondatud plokkidesse ning huvi mittepakkuvaid lehekülgi on kergesti võimalik vahele jätta. Selles valguses võib nutiseadmetes uudiseid lugedes pealkirjade kerimine olla demokraatia protsessi arvestades isegi positiivne nähtus, sest pakub kasutajatele võimalust juhuslikuks kokkupuuteks väga erinevate teemadega ning seeläbi laiemat ülevaadet mitmekesisest uudisevalikust.

Nutiseadmed on küll aja jooksul muutunud täiesti tavapäraseks nähtuseks, kuid tehnoloogiliste meediumitena on need siiski üsna uued. Käesoleva töö raames läbi viidud intervjuudest ei ilmnenud, et nutiseadmed oleksid kujunenud peamiseks uudiste lugemise vahenditeks ning neid tuleks käsitleda pigem kui lisavahendit, mille kaudu lugejad saavad uudistele ligi. Töö autor usub, et nelja aastaga plahvatuslikult kasvanud külastuste arv Eesti uudiskülgedele läbi nutiseadmete ei tähenda, et nutiseadmed oleksid arvutid välja vahetanud, vaid need on muutunud lugejatele lisavahendiks. Seda näitab ka stabiilsena püsinud desktop-brauserite külastusstatistika läbi nelja aasta. See kõik viitab sellele, et inimesed puutuvad läbi nutiseadmete uudistega kokku märksa rohkem kui varem.

Kui lugejad kasutavad nutiseadmeid ühe lisavahendina oma päevases uudiste tarbimises, siis pole ka eelpool nimetatud pealiskaudsuse ja ebaefektiivsuse tegurid nii mõjusad lugejate üldistele demokraatiaprotsesse puudutavatele teadmistele kui võiks karta. Lisavahend uudiste tarbimiseks ilmselt siiski pigem suurendab inimeste teadlikkust ühiskondlikult olulistest teemapüstitustest.

Intervjuudele vastanud tõid nutiseadme ühe peamise rollina välja uudiste lugemise igavuse peletamiseks. Käesoleva töö autor leiab, et demokraatiaprotsesside valguses on igavuse peletamiseks uudiste lugemine üks kõige paremaid tegevusi, mida inimene ette saab võtta. Lühikesed lugemissessioonid ning kiire ülevaade päeva jooksul tekkinud teemadest kas või pealkirjade tasandil on parem kui igavuse peletamine mõne väheminformatiivse tegevusega.

Seega kui Schröder (2015) küsis meediatrendide muutuste tuules, kas uued meediatarbimise tasemed ning riskasutamised muudavad inimesed ka hästiinformeeritud ja kompetentseteks kodanikeks, siis võti selle saavutamiseks on uudistetoimetuste käes.

Uudiskülgede nutirakendused võivad olla positiivse mõjuga lugejatele ülevaate andmisel lühikese aja jooksul ühiskondlikult olulistest teemadest ning anda lugejatele läbi teadete infot pommude kohta. Probleeme võib tekkida olukorras, kus nutiseadmest uudiste lugemine muutub inimeste jaoks põhiliseks uudiste tarbimise vahendiks ning uudistetoimetused jätkavad lugejatele personaliseeritud uudisvoo pakkumist. Sel puhul võib tekkida olukord, kus lugejad on killustunud, lugemiseefektiivsus on kehv ning tekib oht lugejate valmisolekule reageerida demokraatia protsessidele adekvaatselt ja kompetentselt.

Seega võtab autor siinkohal seisukoha, et uudistetoimetused peaksid nutiseadmete jätkuva kasvu tingimustes mõtlema, kuidas esitada oma uudiseid nõnda, et uue meediumi tingimustes ei kannataks lugejate ühiskondlikku poliitika- ja demokraatiasfääri puudutav teadlikkus, tõsta lugejate huvi veeta uudistega rohkem aega ning lugeda neid põhjalikult ja leida viisid kuidas tegutseda siiski majanduslikult edukalt.

Nutiseadmeid puudutav parim praktika kujuneb välja ilmselt aastate jooksul ning enne seda toimub toimetustes mitmeid nutirakenduste strateegiat puudutavat muudatust. Käesoleva töö autor soovib siiski toimetustel esmajärjekorras pidada kinni põhimõttest, et toimetused ei tohiks läbi personaliseeritud uudisvoo funktsiooni pakkumise anda võimalust auditooriumi killustumiseks.

KOKKUVÕTE

Käesolev magistritöö „Nutiseadmetest uudiste lugemine“ proovis välja selgitada, kas uute meediumite – nutitelefonide ja tahvelarvutite – laiem kasutuselevõtt võib mõjutada Eesti inimeste lugemisharjumusi ning kuidas põhjendavad nutiseadmete kasutajad uute meediumite kasutuselevõttuga seonduvaid muutusi ja harjumusi oma meediatarbimises.

Töö käigus otsis autor vastuseid järgnevatele uurimisküsimustele: 1) millistes olukordades kasutatakse uudiste lugemiseks nutiseadet?; 2) mis mõjutavad artiklivalikut nutiseadmetes?; 3) milliseid erinevusi ilmneb nutiseadme kasutamises uudiste lugemiseks erinevate soo ja eagruppide vahel?; 4) kuidas mõjutavad kasutajaid nutirakendusse saabuvad teated?

Uurimisküsimustele vastuste leidmiseks kasutas autor mitut erinevat meetodit. Töö valmimise eelfaasis viis autor läbi veebiküsitluse, et leida ilminguid kasutajate harjumuste kohta uudiste lugemisel läbi nutiseadmete. Eelküsimustiku tulemused aitasid autoril fookuseerida edasised sammud. Koostöös Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudi ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava bakalaureuseastme esimese aasta tudengitega viidi läbi vaatlused ja intervjuud nutiseadmetest uudiste lugemise kohta ühtekokku 50 inimesega. Lisaks sellele viis magistritöö autor läbi vaatluse, et koguda statistikat Delfi ja Postimehe nutirakendustes saadetavate *push-notification*'ite ehk teadete kohta.

Töö tulemustest ilmnes, et peamiselt kasutasid intervjueeritavad nutiseadmeid uudiste lugemise eesmärkidel nendel hetkedel, kui nad tundsid igavust või pidid midagi ootama ning selgelt joonistus välja muster, kus intervjueeritavad põhjendasid peamise uudiste lugemise funktsioonina nutiseadmetest just ajaviitmist.

Sarnaselt Reutersi instituudi uurimistulemustele selgus, et nutitelefonist loetakse uudiseid palju ühistranspordiga liigeldes. Vastajad sõnasid, et paarikümne minuti sõidu ajal ühistranspordis on neil võimalus end hommikuti ja õhtuti uudistega kurssi viia. Samuti kasutati nutiseadmeid uudiste lugemiseks lühikeste pauside ajal, et saada kiire ülevaade päeva jooksul tekkinud uudisvalikust.

Ohtliku tendentsina sõnasid mitmed vastajad, et nad kasutavad nutitelefone uudiste lugemiseks ka liikluses, näiteks autoga ummikutes oodates.

Seega andsid vaadeldavatega läbi viidud intervjuud tulemuse, et uudiseid loetakse nutiseadmetest peamiselt ajaviiteks ning lugejad kasutavad nutiseadmeid uudistest ülevaadete saamiseks.

Uudiste lugemist nutiseadmetest mõjutavad mitmed tegurid. Ühest küljest mõjutavad lugejaid nutiseadmete enda eripärad – suurus, internetiühendus jne. Kuid lugemisprotsess on mõjutatud ka teguritest, mis panevad lugejaid ühe või teise artikli avamise ja lugemise kasuks otsustama.

Uudistevalikut mõjutavad ajalised dimensioonid – kas lugejal on aega uudiseid lugeda, kui palju tal on aega lugeda, kas ta loeb uudiseid ajatäiteks ning -viiteks, kas ta on ajalise surve all. Need tingimused määratlevad, kas lugejad võtavad uudiste lugemiseks palju aega ning süvenevad uudistesse rohkem või on nad ajalise surve all ning teevad uudisvaliku tugevalt oma personaalsetest huvidest lähtuvalt ja loevad pealiskaudselt.

Samuti mõjutavad uudiste lugemist kasutajate enda individuaalsed eripärad – uudishuvi, üldised huvid, harjumused. Uudistevalikut mõjutavad ka nutirakenduste omadused. Lugejad on mõjutatud konkreetse päeva uudisvoost ning toimetatud sisust, samuti ka reklaamidest, kuid eelkõige mõjutavad lugemisvalikut artiklite pealkiri, pilt ja teema.

Kuivõrd nutirakenduse uudisvoo esitus on suhteliselt lakooniline, siis lugejatel ongi võimalik artikli avamine otsustada ainult nende kolme teguri põhjal. Valikuprotsess lõplikult artikli kasuks otsustada näib olevat kaheosaline. Esimese astme puhul peab lugeja tegema pealkirja, teema ja pildi põhjal otsuse, kas ta tahab artiklit avada. Teine aste puudutab seda, kas lugeja tahab artiklit ka pärast edasi lugeda. Teise astme otsustusprotsessi näivad mõjutavat artikli sisulise poole aspektid ehk juhtlõigu kvaliteet ja kaasahaaravus, artikli sisu vastavus peakirjale ja artikli kogupikkus.

Vaatlustulemused aitasid luua võrdlusi nutiseadmete kasutamises uudiste lugemiseks erinevas eas meeste ja naiste vahel. Vaatluses osalenud jagati nelja alakategooriasse – üle 30-aastased mehed, alla 30-aastased mehed, üle 30-aastased naised ja alla 30-aastased naised. Eri vanuses meeste ja naiste vahel ilmnevad peamised erinevused just uudiste lugemisele pühendatud aja suhtes.

Tulemused näitasid, et vaatlustingimustes loeti uudiseid umbes kaheksa ja pool minutit. Tulemustest selgus, et uudiste lugemisele pühendavad rohkem aega üle 30-aastased mehed, kes süvenevad ka ühe artikli lugemisse kauem aega. Kõige vähem pühendasid uudiste lugemisele aega noored naised. Alla 30-aastased naiste puhul torkas silma, et nad panustasid uudiste

lugemisse ja artikli lugemisele poole vähem aega kui vanemad mehed. Samuti loevad nooremad naised päevas nutiseadmetest uudiseid teistest vähem kordi.

Töö autor viis läbi vaatluse, et Eesti uudiskülgede saadetavate teadete hulka registreerida. Vaatluse eesmärk oli välja selgitada, kui aktiivselt kasutavad Eesti uudisküljed teadete saamise funktsiooni ning kuidas jagunevad saabunud teated ajalises lõikes ehk millises ajaraamistikus on nutirakenduste kasutajad seatud rakenduste poolt uudiste mõjuvälja.

Neljanädalane vaatlusperiood näitas, et Eesti uudisküljed saadavad oma nutirakenduste kasutajatele üsna palju teateid. Keskmiselt saatsid vaatluse ajal Delfi ja Postimees teateid vastavalt 6,4 ja 3,9 tükki päevas.

Eesti uudisküljed saadavad teateid läbi päeva, alustades teadete saatmisega tavaliselt kella üheksa ajal hommikul ning viimased teated saadetakse umbes kella kümne ajal õhtul. Oluliste sündmuste puhul võib tekkida kõrvalekaldeid, kuid üldine tendents näib olevat, et teateid saadetakse päeva jooksul umbes 11-tunnises ajaaknas.

Töö autor juhtis tähelepanu ka liigsete teadete saatmisega kaasnevatele negatiivsetele mõjudele. Delfi ja Postimees kasutavad aktiivselt võimalust reklaamida läbi teadete oma paberväljaannete artikleid ning portaalide videosisu ja blogisid. Kuivõrd tegemist on siiski äriettevõtetega, siis on nende tegevus oma artiklite sisuliselt tasuta reklaamimisel täiesti mõisteta, kuid selline tegevus kätkeb endas ohtu, et reklaamihõnguliste teadetega diskrediteeritakse tõeliste pomm-uudiste väärtust. Kui väljaanded saadavad läbi päeva teateid, millel ei pruugi olla lugeja jaoks kõige suurem uudisväärtus, siis on oht, et vajalikul hetkel läheb tõeliselt olulise uudise puhul kontakt kasutajaga kaduma, sest viimane on pidevast uudisvoost lihtsalt tüdinud.

Samuti tõstatas magistr töö autor probleemi seoses personaliseeritud uudisvoos pakkumisega Eesti meediaväljaannete nutirakendustes. Autor leidis, et potentsiaalses olukorras, kus nutiseadmest uudiste lugemine võib muutuda inimeste jaoks põhiliseks uudiste tarbimise vahendiks ning uudistetoimetused jätkavad lugejatele personaliseeritud uudisvoos pakkumist, võib tekkida olukord, kus lugejad on killustunud ning nutiseadmetele iseloomuliku kehva lugemiseefektiivsuse tingimustes tekib oht lugejate valmisolekule reageerida demokraatia protsessidele adekvaatselt ja kompetentselt.

Seega võttis autor seisukoha, et uudistoimetused peaksid nutiseadmete jätkuva kasvu tingimustes mõtlema, kuidas esitada oma uudiseid nõnda, et uue meediumi tingimustes ei kannataks lugejate ühiskondlikku poliitika- ja demokraatiasfääri puudutav teadlikkus, tõsta

lugejate huvi veeta uudistega rohkem aega ning lugeda neid põhjalikult ning leida viisid kuidas tegutseda siiski majanduslikult edukalt.

SUMMARY

This present master's thesis, titled "News Consumption over Smart Devices", set itself the goal of finding out whether the increasing spread of new communication methods - smart phones and tablets - could influence the reading habits of Estonians and how the users of smart devices explain possible changes in their behavior with different media channels.

The following questions were posed by the author: 1) in which circumstances are smart devices used for news consumption?; 2) what are the factors influencing the choice of articles on smart devices?; 3) which differences can be detected in smart device use for news consumption between various gender and age groups?; 4) how do push notifications influence the user?

Several methods were used to find answers to the questions above. As a preliminary stage, the author of the thesis carried out a web-based survey to map news consumption habits of users on smart devices. This first survey helped to better focus the next steps. 50 people were observed and questioned on their experience of news consumption over smart devices with the help of the 1st year students of the Journalism and Communication programme at the Institute of Social Studies at the University of Tartu. The author also carried out a statistical survey about push notifications sent to smart devices by Delfi and Postimees news sites.

The results demonstrated, that those interviewed mostly used their smart devices to read news when feeling bored or when waiting for something. A pattern emerged clearly, as those questioned referred to entertainment as the main reason for reading news on smart devices.

Similarly to the survey results conducted by Reuters, also the reserach for this thesis revealed, that news are often looked at on smart devices when travelling on public transport. The participants said, that a 20-minute morning and evening commute gave them the opportunity to get informed. Smart phones and tablets were also used for news during shorter breaks during the day to get a quick overview.

Many people asked also pointed to the dangerous trend of using smart devices in traffic, when stuck in traffic, for example.

The interviews, therefore, enabled to draw the conclusion, that news is consumed on smart devices mainly for entertainment purposes and users use them for getting a general picture of the news.

There are many factors influencing the use of new technologies for news consumption ends. On the one hand there are the smart devices themselves - their size, Internet connection, etc. On the other the reasons why a reader decides to open an article and continue to read it.

The time factor can be decisive in the election process - whether a reader has the time to read news, how much time they have, whether they read them to fill in spare time or as a past-time, whether they stand under time pressure. This decides whether a reader takes the time to read a news item, concentrates on it or whether they keep time in mind and make the choice based on their strong personal interest and only skip through the content.

Personality traits play a role - interest in news, general interests, habits. But also the set up of applications. Readers are swayed by the news feed and edited content on a given day, additionally also by advertisements. However, the main decisive factors are the title of an article, the accompanying picture and the topic.

As the presentation of news feeds tends to be rather laconic, the reader may make the choice based solely on those three criteria. The selection process itself seems to be two-tiered. The first choice to make is whether to click on an article - based on its title, topic and illustrative material. The second choice is between whether to continue reading the article or to abandon it. Here the decision appears to come down to the content, i.e. the quality and appeal of the leading paragraph, whether the title corresponds to the body of the article and the length of the article.

The results of the surveys carried out enabled a comparison to be made in smart device use for news consumption purposes between men and women of different age groups. Those taking part were divided into four groups: men under 30, men over 30, women under 30 and women over 30. The main differences seem to be in the amount of time dedicated to reading the news.

During the study, the participants spent approximately eight and a half minutes reading news. It was the group of men over 30 who took the most time, also spending more time on a single article. Young women spent the least time. It is noteworthy, that women under 30 spent half the time on news and on an article than the group of older men. They also went online for news on a given day less times than the other groups.

A survey to register the amount of push notifications by Estonian news portals was also conducted in the interests of this thesis. The main aim being to find out how actively news sites use the mobile notification function and in which rhythm notifications are forwarded – i.e. for how long and when are smart device users in the sphere of influence of applications.

The four-week observation period allowed to conclude, that Estonian news sites tend to send rather a lot of notifications. Delfi and Postimees sent, on average, 6,4 and 3,9 alerts per day respectively.

News sites in Estonia forward mobile alerts throughout the day, usually between 9 o'clock in the morning and ten o'clock in the evening. Deviations to this pattern are common in case of important news coming in, but, in general, notifications are sent in an 11-hour window.

The author of the thesis also pointed out the negative consequences of excessive use of alerts. Both Delfi and Postimees are very active in using notifications to advertise articles in their hard-copies, video material on their portals or their blogs. It is perfectly understandable that a commercial venture makes use of this free advertising, but they do run the risk of discrediting the value of real breaking news. If a site sends out alerts throughout the day that may not have news-value for the reader, then it can result in a loss of contact with the reader on an important news item. Simply because the user is just tired of the uninterrupted flow of information.

The offer of personalised news feeds by Estonian smart applications was also taken under observation. The author was of the opinion, that should smart devices potentially become the main source for news consumption and should newsrooms continue offering personalised news feeds, readers could become fragmented. Readers' readiness to react to democratic processes adequately and in an informed manner may be jeopardised when news consumption over smart devices is characterised by low reading efficiency.

The author consequently adopted the position, that in the context of the ever-increasing popularity of smart devices, editors should think about how to present content via new media in a way that does not threaten the political and social awareness of users. How to raise interest in readers so that more time would be taken for news, for reading them thoroughly and how to remain economically successful at the same time.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Curran, J., Iyengar, S., Lund, B. L. ja Salovaara-Moring, I. (2009). Media System, Public Knowledge and Democracy.
- Härma, K. (2015). *Uudiste lugemine internetis noorte ja nooremate keskealiste hulgas*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ühiskonnateaduste instituut.
- Kasparov, G. (2012). *Intervjuu saates "Kahekõne"*. ERR, 19. aprill.
<http://etv.err.ee/v/elusaated/kahek%C3%B5ne/videod/74b25e96-aed4-4d80-bbd5-0af0749651f6>
- Kopli, M. (2016). *Meediamajanduse loeng magistrandidele: Postimehe kogemus*. Loengukonspekt. Kasutatud 29. mai 2016.
- Laine, J. (2013). Experimental Comparison of the User Experiences of Different Digital and Printed Newspaper Versions. *42. rahvusvaheline iarigai konverents*. Helsingi, 6.-9.september 2015.
- McQuail, D. (2003). *Massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
- Mitchelstein, E. & Boczkowski, P. J. (2010). Online news consumption research: An assessment of past work and an agenda for the future. *new media & society*, 12(7), 1085–1102. DOI: 10.1177/1461444809350193
- Nan Yua, Jun Kong. (2015). User experience with web browsing on small screens: Experimental investigations of mobile-page interface design and homepage design for news websites.
- Newman, N. & Levy, D. (2014). *Reuters Institute Digital News Report 2014*.
- Newman, N.; Levy, D. & Nielsen, R.-K. (2015). *Reuters Institute Digital News Report 2015*.
- Nutitelefonide müügikäive kasvas mullu aastaga 23 protsenti. (2016). *uudised.err.ee*, 22. jaanuar. Kasutatud mai 2016 <http://uudised.err.ee/v/72e12b34-2ce0-4496-947c-cf3bf3ceea3c>
- Reinap, A. (2016). Meedia on jõudnud mobiiliajastusse. *Postimees*, 4.jaanuar.

- Schrøder, K. C. (2015). News Media Old and New. *Journalism Studies*, 16:1, 60-78, DOI: 10.1080/1461670X.2014.890332
- Shoemaker, P.J. (2006). News and newsworthiness: A commentary. *The European Journal of Communication Research*
- Somaiya, R. (2015). The Times Partners With Google on Virtual Reality Project. *New York Times*, 20. oktoober. Kasutatud 31.05.2016
http://www.nytimes.com/2015/10/21/business/media/the-times-partners-with-google-on-virtual-reality-project.html?_r=0
- Starr, P. (2011). An Unexpected Crisis: The News Media in Post-industrial Democracies.
- Sundar, S. ja Limperos, A. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57, 504-525.
- Tamm, M. (2013). *Uudiste jälgimine paberlehest, veebiväljaannetest ja nutiseadmetest Postimehe näitel*. Seminaritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Tamm, M. (2013). *Uudiste lugemine paberlehest, veebiväljaannetest ja nutiseadmetest*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- TNS Metrixi igapäevane veebilehtede külastatavuse statistika. (2016). URL (kasutatud jaanuar 2016) www.tnsmetrix.emor.ee
- Uuring: 100 protsenti Eesti 15-19 aastastest noortest kasutavad nutitelefone. (2013). *majandus24.postimees.ee*, 30.september. Kasutatud mai 2016
<http://majandus24.postimees.ee/2091324/uuring-100-protsenti-eesti-15-19-aastastest-noortest-kasutavad-nutitelefone>
- Yadamsuren, B., Erdelez, S. (2011). Online news reading behavior: From habitual reading to stumbling upon news.

LISAD

Lisa 1 - TNS Emori andmete kogumise metodoloogia ja andmete esitamise viis

Delfi ja Postimehe veebi ja mobiilikeskkondade külastatavuse uurimiseks on kasutatud veebikülje <http://tnsmatrix.emor.ee/> andmeid. TNS Emori TNS Metrix juhtpaneelis esitatakse kõigi TNS Emoriga veebilehtede mõõtmisteenuse lepingu sõlminud klientide veebilehtede/keskkondade külastatavuse statistika. Andmed avaldatakse kord nädalas, esmaspäeviti, ning käesoleva kokkuvõtte jaoks on toodud välja andmed, mis puudutavad nii brauserite kui ka mobiilbrauseritega tehtud külastusi Postimehe ja Delfi veebi ning mobiilikeskkondadesse.

TNS Metrix'i leheküljel välja toodud kasutusjuhendis on kirjas, et brauserite puhul arvestatakse kogu liiklust, mis läbis veebilehti valitud perioodil ning näidatakse unikaalse identifitseerijaga (cookie'ga) valitud keskkonda nii arvuti kui ka mobiilse seadmega külastanud internetilehitsetajate (brauserite) hulka.

TNS Metrix Emorist saadud „Delfi (kokku)“ andmed kajastavad lisaks põhidomeeni Delfi.ee liiklusele ka Publik, Weekend, Delfi vene keeles, Bublik, EPL, Naistekas, Delfi Sport, Forte, Eesti Ekspress, Delfi Majandus, Rahva Hääl, Maaleht, Eestielu, Noorte hääl, Otsing, Delfi – Ilm, m.delfi.ee külastatavusstatistikat (<http://tnsmatrix.emor.ee/>, kasutusjuhend).

Lisaks Delfi põhidomeenile fikseeritakse külastused leheküljele m.delfi.ee, mis on Delfi poolt arendatud ja disainitud lehekülg mobiilidest ja tahvelarvutitest uudiste lugemiseks. m.delfi.ee näeb välja identne Delfi nutirakendusega, mis oma tööpõhimõttelt funktsioneeribki just m.delfi.ee põhjal. Delfi nutirakendus kuvab m.delfi.ee lehekülge ning kõik nutirakenduses tehtud külastused registreeritakse m.delfi.ee külastustena. m.delfi.ee-d saab külastada ka läbi arvuti ning statistika tõlgendamisel tuleb arvestada tõika, et mobiilbrauserite kaudu tehakse leheküljele 94% külastustest ning teiste brauserite kaudu 6% külastust.

Alates 2014. aastast avaldatakse andmeid ka Delfi mobiilikülgede külastatavuse kohta avaldatakse andmeid alates 2014.aastast, mille andmeid on samuti käesoleva magistritöö raames uuritud.

TNS Metrix Emorist saadud Postimees.ee keskkondade statistika sisaldab lisaks põhidomeeni Postimees.ee liiklusele ka Kava.ee, Elu24.ee, Sport, Naine24.ee, Tallinnapostimees.ee, Ilmajaam.ee, Tartupostimees.ee, Postimees vene keeles kokku, Limon.ee, Prognoz.ee, Sports.ee, Parnupostimees.ee, Reporter.ee, Sakala.ajaleht.ee, Kanal2.ee, Virumaateataja.ee, Jt.ee, Valgamaalane.ee, E24.ee, Juhtimine.ee, Tarbija24.ee, Postimehe mobiilikeskkonnad, Soov.ee, Raadiod kokku, Elmar.ee, Kuku.ee, SpinFM.ee ja Uuno.ee külastatavusstatistikat. (<http://tnsmatrix.emor.ee/>, kasutusjuhend)

Emori lehekülj toob välja andmed ka Postimehe mobiilikeskkondade kohta. TNS Emori TNS Metrixi lehekülj ei too välja definitsiooni, mida Postimehe mobiilikeskkondade all täpselt käsitletakse. TNS Emori uuringuspetsialisti Elvin Heinla sõnul hõlmavad Postimehe mobiilikeskkonnad endas kõiki Postimehe mobiilses vaates olevaid keskkonnas osasid (nii rakenduse kui lehekülgede, mis on kuvatud automaatselt nutiseadme jaoks). Eristada ei saa rakendusi ning tavalisi nutiseadmetele kuvatud lehti. Postimehe mobiilikeskkondade all on kajastatud kogu Postimehe liiklus, kui antud lehekülge külastab mõni nutiseadmele vastava konfiguratsiooniga seade.

TNS Metrix Emori leheküljel on välja toodud ka vaadeldavatele lehekülgedele tehtud sessioonide keskmised pikkused. Emori poolt esitatud andmed on kümnendsüsteemis, mis tähendab, et 0,1 minutit on 6 sekundit. Näiteks – 3,9 minutit = 3 minutit ja 54 sekundit.

Eeldusel, et keskmised sessioonipikkused on kümnendsüsteemi ümardatud, siis tähendab see seda, et sessioonipikkused on märgitud kuni kuuesekundilise täpsusega.

2.KODUTÖÖ: NUTISEADMETEST UUDISTE LUGEMISE UURING

Vaatlus + kvalitatiivintervjuu

Vaatlus

Koduse töö raames tuleb igal tudengil leida kaks inimest, kes kasutavad nutiseadmeid (nutitelefon ja/või tahvelarvuti) oma peamiste uudiste lugemise vahendina.

Kaks vaadeldavat inimest peaksid olema erinevast soost ning erinevast vanusegrupist (alla 30-aastased ning üle 30-aastased). Seega näiteks 24-aastane mees ning 41-aastane naine oleksid vägagi sobivad.

Leitud inimeste peal tuleb läbi viia vaatlus, mille eesmärk on põhjalikult teada saada, kuidas vaadeldav inimene käitub uudiseid lugedes, kuidas suhestub uudistesse ning milline on tema üleüldine meediatarbimine.

Vaadeldava uudiste lugemist jälgides on oluline üles märkida kõik mõõdetavad andmed: kui pikalt luges vaadeldav uudiseid, kui pikalt luges ta ühte artiklit, mitu artiklit ta avas/luges poolikult/luges lõpuni. Mõõdetavad andmed peavad olema võimalikult täpsed – ajalised mõõtmised teha võimalusel minuti ja sekundi täpsusega.

Vaatluse ajal kasutage *think-aloud* meetodit. See tähendab, et vaadeldav seletab teile uudiste lugemise ajal miks ta mõned artiklid avab ja mõned mitte ning selgitab pidevalt oma käitumist nutiseadmest uudiseid lugedes. Kui näete, et vaadeldav on kidakeelne ning ei anna teile piisavalt infot tema käitumise analüüsimiseks, siis küsige täiendavaid ja suunavaid küsimusi: miks seda artiklit loete?, miks seda mitte?, kas loete alati spordiuudiseid? jne.

Seletage vaadeldavale, et käituks võimalikult oma tavapärase käitumismustri sarnaselt. Proovige vaatluseks kokku leppida selline aeg, millal on kindel, et teil on võimalik andmeid koguda. See tähendab, et ei tekiks olukorda, kus vaadeldav ütleb, et ta on juba uudiseid lugenud jne.

Pange kirja, milliseid artikleid vaadeldavad lugesid. Samuti pange oma töösse kirja vaatluse kuupäev ja kellaeg ning millised olid tolle päeva kõige olulisemad uudised. (Kui tekib kahtlusi,

mis oli tol päeval olulisemad uudised, siis tuginege sellele, mida on toimetajad esile tõstnud näiteks Aktuaalses kaameras, Delfis, Postimehes, ERR portaalides jne. Samuti usaldage oma kõhutunnet.)

Esitatavas kodutöös on oluline eraldi alalõikudena tuua välja järgmised punktid:

- Vaadeldavate isikute profiilid (vanus, sugu, haridustase, eriala, töökoht)
- Vaatluse ja intervjuu kirjeldus (aeg, koht, olukord, õhustik, kuidas vaatlus kulges, intervjuu kirjeldus)
- Analüüs (vaatluse ja intervjuu põhjal analüüsi mõlemat vaadeldud isikut eraldi. Tehke üldistusi, ent tooge välja ka eripärasid. Tuginedes oma vaatlustele, üritage oma analüüsis tuua välja, kas nutiseadmetest uudiste lugemine on teistmoodi võrreldes teiste vahenditega ja mille poolest)
- Lisage töö lõppu oma vaatluste märkmed ja intervjuude transkriptsioon.

Töö peab olema korrektselt vormistatud, font 12, reavahe 1,5. Töö mahu puhul pole oluline kvantiteet, vaid kogutud andmete ja intervjuude kvaliteet.

Intervjuu

Vaadeldavate inimestega tuleb läbi viia ka semistruktureeritud intervjuu. Osad küsimused on valikuvariantidega, mõned on aga avatud küsimused ning eeldavad vajadusel tudengipoolset ajakirjanikutööd täiendavate küsimuste näol, et saada vaadeldavate käitumise kohta täpne info.

Sugu

Vanus

Mitu korda päevas tavaliselt uudiseid loete?

Kui oluliseks üldse peate igapäevast uudistega kursisolekut?

väga oluliseks/pigem oluliseks/pigem mitteoluliseks/üldse mitte oluliseks

Iseloomustage lühidalt enda suhet uudistega (millised teemad ja artiklid Teid huvitavad, milliste valdkondadega olete pidevalt kursis, kui tihti jälgite uudiseid, millised allikad ja kanalid on Teie jaoks olulised)

Milliseid vahendeid kasutate lisaks nutiseadmele uudisinfo saamiseks?

Ajaleht/internet/ teler/raadio/muu: (mis?)

Mitmes kord oli see Teil täna lugeda uudiseid nutiseadmest? (Kui see oli mitmes kord päevas, siis küsige: Kui paljud artiklid olid Teie jaoks uudisvoos uued?)

Mille põhjal tegite valiku sel korral avada just need artiklid? Kas valikukriteeriumid on alati samad või tegite seekord valiku muudest kriteeriumitest lähtuvalt? (tehke märkmeid, milliseid artikleid vaadeldav luges ning vajadusel meenutage neid talle)

Mis püüdis teie tähelepanu? (pilt, pealkiri, teema, juhtlõik jne)

Kuidas kirjeldaksite oma tavapärast käitumist lugejana, kui olete avanud uudiste lugemise rakenduse?

Millised on Teie arvates nutiseadmetest uudiste lugemise eripärad võrreldes paberist ja veebist lugemisega?

Kuidas hindate nutiseadmest uudiste lugemist üldiselt? (näiteks: see on kasulik, sest saab kiirelt uudistele ligi / see on halb, sest ekraan on väike)

Kui tihti loete uudiseid nutiseadmetest?

Kui palju aega pühendate tavapäraselt nutiseadmetes uudise lugemisele ühe lugemissessiooni ajal?

Kuni 1min, 5min, 10min, 15min, 20min, 30min, enam kui 30min (sel puhul täpsustada, kui palju?)

Millistel tingimustel (aeg, koht, olukord) loete uudiseid just nutiseadmetest?

Kui suure osa artikli mahust Te nutiseadmeid kasutades tavapäraselt loete?

Loen ainult pealkirjad/loen pealkirja + juhtlõigu/loen artiklist kuni pool/loen enam kui poole/loen alati lõpuni

Millistel puhkudel loete uudised lõpuni?

Milliseid rakendusi (ehk äppe) kasutate igapäevaselt nutiseadmetest uudiste lugemiseks?

Miks just seda/neid rakendusi?

Kui olete proovinud ka teisi rakendusi, siis mille poolest olid ühed rakendused paremad ja teised halvemad?

Kas ja kuidas peaks uudiste lugemise rakendusi muutma, et need Teie vajadustele ja ootustele vastaks?

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Mihkel Tamm

(sünnikuupäev: 17.05.1991)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Nutiseadmetest uudiste lugemine“,

mille juhendaja on Ragne Kõuts,

1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tallinnas, 31.05.2016