

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Kevin Vahemets

Visuaalne kommunikatsioon Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel

Bakalaureusetöö

Juhendajad: Mari-Liis Tikerperi, MA

Kertu-Kätlin Käis, MA

Tartu 2025

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	3
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD.....	5
1.1 Kohaliku omavalitsuse kommunikatsioon.....	5
1.2 Kohalike omavalitsuste huvigrupid.....	7
1.3 Kodulehe ülesehitus: visuaalne atraktiivsus.....	9
1.4 Kodulehe ülesehitus: kasutajamugavus.....	10
1.5 Kohaliku omavalitsuse enesepresentatsioon kodulehel.....	13
2. UURIMISKÜSIMUSED.....	15
3. METOODIKA.....	16
3.1 Valim.....	16
3.2 Andmekogumis- ja analüüsimeetodid.....	16
3.3 Kodeerimisjuhendi ehk koodipuu loomine ja andmete analüüs.....	18
4. UURIMISTULEMUSED.....	20
4.1 Kohalike omavalitsuste üldinformatsioon.....	20
4.2 Elementide kasutus Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel.....	21
4.2.1 Informatiivsete elementide kasutus.....	21
4.2.2 Sümbolsete elementide kasutus.....	24
4.2.3 Kujunduslike elementide kasutus.....	26
4.3 Silmatorkavad potentsiaalsed probleemid.....	32
5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON.....	35
KOKKUVÕTE.....	39
SUMMARY.....	40
KASUTATUD KIRJANDUS.....	41
Lisa 1. Kodeerimisjuhend.....	49
Lisa 2. Lihtlitsents lõputöö elektrooniliseks avaldamiseks.....	53

SISSEJUHATUS

Kohalikud omavalitsused on seaduse järgi teabevaldajad, kes on kohustatud oma kodulehtedel kas avalikku teavet levitama või lingi kaudu veebilehe külastajad selleni suunama (ATS, 2010). Avalik teave on informatsioon, mis on saadud avalikke ülesandeid täites ja dokumenteeritud mistahes teabekandjale (ATS, 2010). KOV-i koduleht on kommunikatsioonikanal, mille kaudu on võimalik huvigruppe kohaliku elukorralduse kohta informeerida.

See, et KOV-idel on kohustus võimaldada teabele ligipääs, ei tähenda alati aga seda, et infot on lihtne leida või tarbida (Shi, 2007). Ibrahim (2018) sõnul võib teabe kasutatavust ja usaldusväarsust ning kodulehe külastajate käitumiskavatsusi mõjutada atraktiivsus. Liu jt (2012) hinnangul on informatsiooni edastus efektiivne, kui info jõuab varasemalt kaardistatud huvigrupini algupärase vormiga, kiiresti ja minimaalsete kuludega. Arvestades, et koduleht on üks lihtsamini kättesaadav kanal, on oluline, et sinna lisatud avalik teave oleks huvigruppidele kiiresti ja tõhusalt kättesaadav.

Informatsiooni tõhusaks edastamiseks on esmalt vaja aga teada, kellele teave suunatud on. Siseministeriumi (2004) andmete kohaselt on kohalikel omavalitsustel palju erinevaid huvigruppe, mida tuleb vastavalt vajadusele, aktuaalsele probleemile või kindlale piirkonnale uuesti kaardistada. Kohalike elanike kaasamine on avalikus sektoris prioriteediks ja kaasamise edendamiseks tuleb nendega informatsiooni vahetada (Siseministerium, 2004). Kodulehti on üha enam hakatud kasutama ka kaasamise edendamise platvormina, kus informeeritakse ja kohalikku kogukonda ja teisi huvigruppe (Cegarra-Navarro, 2012).

Selleks, et kodulehte saaks kasutada tõhusa kaasamise platvormina, peab see olema hästi üles ehitatud. Armstrong (2011) väitis, et mida rohkem teavet on valitsuse lehekülgedel, seda rohkem valitsust ka usaldatakse. Kuigi inforohkus jätab mulje läbipaistvast valitsusest (Armstrong, 2011), võib kehva ülesehitusega veebilehel oluline informatsioon jääda vähemolulisema varju (Beaird jt, 2020). Hea ülesehitusega koduleht on funktsionaalne, esteetiline ja edastab teavet tõhusalt (Liu, 2020). Eesti kontekstis on kohalike omavalitsuste kodulehtede ülesehituse uuendamise vajadust väljendatud, kuid seda pole piisavalt põhjendatud (Viita-Neuhaus, 2024).

Seega võib näha, et kohalikel omavalitsustel on kohustus kodulehtedel teavet avaldada (ATS, 2010) ja informatsiooni edastuse puhul on oluline, et seda tehtaks läbipaistvalt (Armstrong, 2011) ning tõhusalt (Liu jt, 2012; Liu, 2020). Vaatamata ühiste kodulehe haldusreeglite vähesusele võib märgata, et huvigruppide kaardistamine ja kaasamine on avalikus sektoris prioriteediks (Siseministeerium, 2004). Kodulehtede ülesehitus mõjutab sealse kommunikatsiooni toimimist (Armstrong, 2011; Beaird, 2020; Liu, 2020) ning nende uuendamise vajadusi ei ole suudetud piisavalt põhjendada (Viita-Neuhaus, 2024). Sellest tulenevalt on antud uurimuse eesmärgiks analüüsida Eesti KOV-ide kodulehtede avalehti mõistmaks, kuidas omavalitsused nendel infot esitlevad ja kas või kui palju teabe esitus omavalitsuseti varieerub.

Bakalaureusetöö fookuseks on Eesti KOV-ide kodulehtede visuaalne kommunikatsiooni, täpsemalt uuriti sellel paiknevaid sümboleid, visuaalseid elemente ja nende asetust. Kohalike omavalitsuste kodulehtede avalehtedel kuvatu kaardistamiseks ja kasutamisest tulenevate potentsiaalsete probleemide uurimiseks kasutasin standardiseeritud kontentanalüüsi. See analüüsimeetod võimaldab Berelsoni (1954: 489) sõnul kodulehel paiknevaid visuaalseid elemente objektiivselt ja süstemaatiliselt tõlgendada. Valimiks on kõik Eesti kohalike omavalitsuste kodulehed (N=79)

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Bakalaureusetöö esimeses peatükis käsitlesin uurimisteema teoreetilisi ja empiirilisi lähtekohti. Peatükist selgub, millist rolli mängib kohaliku omavalitsuse koduleht omavalitsuse kommunikatsioonis ning kuidas seda efektiivselt kasutada. Samuti kirjeldasin kuidas kodulehe ülesehitus selle visuaalset atraktiivsust ja kasutajamugavust mõjutab ning millistele huvigruppidele seeläbi sõnumeid edastatakse. Peatükk annab põhjaliku ülevaate KOV-ide kodulehtede haldamise võimalustest.

1.1 Kohaliku omavalitsuse kommunikatsioon

Kohalike omavalitsuste kodulehtedel paremaks mõistmiseks on oluline aru saada, millist rolli mängib koduleht kommunikatsioonikanalina. Digiplatvormide kaudu avalike teenuste pakkumine on kasvav trend, mille eesmärk on muuta kodulehed suhtlusruumideks (Hauranmäki ja Oksanen, 2018). Interneti levikuga kaasnenud kommunikatsiooni automatiseerimine on kiirendanud teabevahetust (Papsdorf, 2015). Riigikantselei (2021) sõnul peab kommunikatsioonikanal edastama sõnumeid huvigrupile omases suhtluskeskkonnas ja -keeles. See tähendab, et kodulehti soovitakse kasutada kiire ja selge teabevahenduse platvormina.

Teabevahenduse tõhusust mõjutab ka selle läbimõeldus. Geaberi (1992) sõnul võib kompleksetel avaliku sektori organisatsioonidel tekkida raskusi heade kommunikatsioonimustrite loomisel – kommunikatsioonipuudus võib viia tõsiste tagajärgedeni. KOV-id peaksid oma sõnumid seadma vastavalt huvigruppide eripäradele (Riigikantselei, 2021) ja valima nende edastamiseks sobivad kanalid (Geaber, 1992). Kodulehe multifunktsionaalsus võib aidata KOV-il oma eesmärged täita.

Valitsusasutuste kodulehtedel on mitmeid olulisi rolle – nende kaudu on võimalik avaldada kohustuslikku ja n-ö hea teada teavet, osutada avalikke teenuseid, turundada kohalikke sündmuseid, edendada avalikku osalust ning kodanikega suhelda (Lee-Geiller ja Lee, 2019; Owen ja Humphrey, 2009). Kui need funktsioonid on tõhusalt täidetud, võib kodulehte käsitleda kui e-riigi lahendust (Al-Shbail ja Aman, 2018), mis parandab kodanike, ettevõtete ja valitsusasutuste vahelisi sidemeid (Denhardt jt, 2014: 371).

E-riigi kontseptsioon loodi läbipaistvuse suurendamiseks, kuid peale teabeõiguste välja töötamist taheti avalikule teabele juurdepääsu võimaldada (Osborne, 2020; Gauld, 2006). Chun jt (2010) kirjeldavad e-riigi arengut neljas faasis: läbipaistvuse suurendamine, teabele juurdepääsu võimaldamine, transaktsiooniteenuste pakkumine ning virtuaalselt jagatud valitsuse saavutamine. Kui esimeses kolmes faasis liigub nende käsitluse kohaselt kommunikatsioon ühesuunaliselt, siis neljandas faasis on tegemist kahe-suunalise kommunikatsioonivooga (Chun jt, 2010). Neljandasse faasi pole Eesti kohalike omavalitsuste kodulehed Chun jt (2010) järgi veel jõudnud, sest kommunikatsioon on valdavalt ühepoolne. Siiski on Ebbersi jt (2016) sõnul on koduleht peamiseks omavalitsuste ja kodanike vaheliseks kommunikatsioonikanaliks, mille tähtsus on järjest kasvav, sest valitsusasutuste veebilehti nähakse kui usaldusväärset allikat (Machalow, 2001).

Lisaks kodulehele on oluline roll ka sotsiaalmeedial, mis aitab kohalikul omavalitsusel jõuda varem kättesaamatuks jäänud huvigruppideni (Bonsón jt, 2012). Samas on sotsiaalmeedia kasutamises Bonsóni jt (2012) ning Hofmanni jt (2013) sõnul oluline kontode aktiivsus. Kuźniar ja Szopiński (2016) rõhutavad, et omavalitsuste huvigrupid pole enam vaid passiivsed informatsiooni vastuvõtjad – sotsiaalmeedia võimaldab neil teabele reageerida ja arvamust avaldada. Bonsóni jt (2012) väitel võimaldab sotsiaalmeedia kommunikatsiooni analüütiliselt hinnata, kuna see ühendab kohaliku kogukonna arvamused ja sisu ühele platvormile ning pakub samal ajal kodulehe sisu turundamise võimalust. Samas tuleb arvestada sotsiaalmeedia piirangutega nagu piiratud sõnumimaht. Seetõttu on mõistlik kasutada kombineeritud lähenemist – detailne info postitada kodulehele, kuid selle lühikokkuvõtte ja viide postitada sotsiaalmeediasse. See loob tasakaalu põhjalikkuse ja haarde vahel. Chuni jt (2010) kirjeldatud e-riigi neljanda arengufaasi kahe-suunalist vestlust võib näha sotsiaalmeedias realiseerumas.

Sotsiaalmeedia loob avatud suhtlusruumi, kus huvigrupid saavad kiiresti teavet tarbida, tagasisidet anda ja kohaliku omavalitsusega suhelda (Golbeck jt, 2010). Yavuzi ja Welchi (2014) sõnul mõjutab suhtluse avatust ka organisatsiooni struktuur – mida detsentraliseeritum on juhtimine, seda avatum on kommunikatsioon. Seetõttu peaksid KOV-id kaaluma eelmainitud kombineeritud lähenemist, kuid enne otsuse tegemist tuleb arvestada ka kontode potentsiaalse jälgitavuse, halduskulude ja alternatiividega.

Vastupidiselt väitele, et omavalitsuste sotsiaalmeedia kasutus on sageli sihitu ja madala haaratusega, rõhutavad mitmed autorid selle olulisust just kriisikommunikatsioonis. Yates ja Paquette (2011) ning Graham jt (2015) näevad sotsiaalmeedial olulist rolli kiire info levitamisel kriisiolukordades. Love jt (2023) toovad välja COVID-19 pandeemia näite, kus sotsiaalmeedia

aitas pakkuda usaldusväärset infot ning suunata elanikkonda COVID-i reegleid järgima. Samas tuleb arvestada, et sellises olukorras võib sõnumite sisu auditooriumis tekitada hirmu, mida tuleb hoolikalt jälgida ja sõnumeid vastavalt kohandada (Lerouge jt, 2023).

Siiski on oluline mõista, et sotsiaalmeedia platvorme haldavad kolmandad osapooled, mistõttu puudub omavalitsusel seal otsene kontroll (Mergel, 2013). McNutt (2008) hoiatab, et kui omavalitsus kasutab sotsiaalmeediat vaid ühepoolseks info jagamiseks, võib see kahjustada omavalitsuse usaldusväärset ja mainet. Sellisel juhul ei saa öelda, et on jõutud Chuni jt (2010) sõnastatud neljandasse arengufaasi, isegi kui selleks oleks tehniline võimekus olemas. Kuźniari ja Szopiński (2016) uuringust selgus, et vaid üks neljast küsitletust tundis huvi oma kohaliku omavalitsuse sotsiaalmeedia sisu vastu. Autorite hinnangul näitab see, et kohalikud omavalitsused on oma kommunikatsiooniga ebaõnnestunud, sest sõnumid ei jõua huvigruppideni (Kuźniar ja Szopiński, 2016).

Kuigi käesolev töö keskendub visuaalsele kommunikatsioonile kohalike omavalitsuste kodulehtedel, ei saa käsitlusest välja jätta sotsiaalmeediat. Sotsiaalmeedia suuniste esitus kodulehtedel on oluline osa huvigruppide kaasamise ja kommunikatsiooni tarbimise mõistmisest. Nagu eelnevalt mainitud, on efektiivse kriisikommunikatsiooni ja kahe-suunalise kommunikatsiooni toimimiseks äärmiselt oluline, et omavalitsused oleksid kättesaadavad nii kodulehtedel kui ka sotsiaalmeedias. Kommunikatsiooni kättesaadavuse ja usaldusväärse parandamiseks tuleks kodulehele lisada viited omavalitsuse sotsiaalmeedia kontodele.

1.2 Kohalike omavalitsuste huvigrupid

Huvigruppide mõistmiseks on palju erinevaid viise. Friedmani ja Milesi (2006) sõnul on huvigruppideks inimeste rühmad, kellel on organisatsiooniga selgelt välja kujunenud suhe. Kohalike omavalitsuste perspektiivist on nendeks erinevad kohalike elanike demograafilised grupid, teised linnad (nt sõpruslinnad), keskvalitsus ja koostööpartnerid (Friedman ja Miles, 2006). Flynn (1990) on KOV-i ja kodaniku vahelist suhetevälja võrrelnud vangla-vangi suhtega – immobiilsus võib rahulolematul kodanikul takistada sobivasse omavalitsusse kolimist (Flynn, 1990).

Mooni ja Norrise (2005) hinnangul on suuremad omavalitsused altimad e-riiki arendama, sest neil on väiksemate omavalitsustega võrreldes suuremad huvigrupid, kelle huve tuleb efektiivselt hallata. Kui kohalikel omavalitsustel on palju suuri huvigruppe, on nende paremaks analüüsimiseks mõistlik nad kindlate tunnuste järgi kategoriseerida. Rowley (2011) on ühe e-riigi huvigruppide kategoriseerimise näitena jaganud nad poliitilisteks, sotsiaalseteks ja finantsilisteks. Marques jt (2020) on huvigrupid jaganud aga kaheks – sisemised ja välimised.

Kohalike omavalitsuste sisemisteks huvigruppideks võivad olla ametikohtadele valitud ja määratud ametnikud ning täis ja osalise koormusega töötavad organisatsiooni töötajad (Alibašić, 2018). Sinna alla kuuluvad näiteks kohalike omavalitsuste allasutused ja hallatavad koolid. Kuna sisemised huvigrupid peavad kodulehete külastama, saavad KOV-id kodulehe hea disaini ja ülesehitusega sellega töötamise meeldivamaks muuta.

Kohalike omavalitsuste välisteks huvipoolteks võivad olla elanikud, kogukonna liikmed, partnerid, mittetulundus- ja äriorganisatsioonid ning nende esindajad, juhatused ja töörühmad, tarnijad, töövõtjad ning piirkondlikud, riiklikud ja üleriigilised organisatsioonid (Alibašić, 2018). Kuna kohalikud omavalitsused vastutavad keskvalitsuste poliitikate ja suuniste tõlgendamise eest, mõjutab nende tegevus otseselt kodanikke, ettevõtteid ja ühiskondlikke huve (Sapat, 2004). Kohalikel omavalitsustel on läbi kodulehe võimalik huvigruppe nende tõlgendustega informeerida ja neid vajadusel ka selgitada. Holmesi (2001) sõnul üritatakse e-riigina luua kodanike kesket valitsuskeskkonda, mis teenindaks kodanikke klientidena igal ajal asukohast sõltumata. Kohalike omavalitsuste kodulehtede väliste huvigruppide juures ei saa mainimata jätta ka digipädevust – kui avalik teave eksisteerib vaid veebikeskkonnas, ei pääse sellele iseseisvalt ligi vähem digiteadlikud inimesed.

Valitsusosakondade vaheline informatsiooni ja teenuste vertikaalne ning horisontaalne integreerimine muudaks sisemiste ja väliste huvigruppide kodulehe kasutamise kogemuse sujuvamaks (Cegarra-Navarro, 2012). Kui vertikaalne integratsioon tähendab erinevate valitsusasutuste teatud funktsioonide virtuaalset integreerimist, siis horisontaalne integratsioon koondaks kõik valitsusasutuste süsteemid üheks tervikuks (Fan ja Luo, 2014). IT potentsiaali efektiivseks kasutamiseks tuleks saavutada viimane (Fan ja Luo, 2014). See koondaks kogu avaliku teabe ühele platvormile, millele pääseksid kõik huvigrupid soovi korral ligi. KOV-ide kodulehtede vaatest pääseksid sedasi kõik huvigrupid ligi samale informatsioonile ja väheneksid kodulehtede halduskulud, kuid edastatud informatsioon muutuks vähem asukoha või kultuuri spetsiifiliseks.

Kuna bakalaureusetöö raames keskendusin peamiselt väliste huvigruppidega arvestamisele, otsustasin huvigrupid jaotada vastavalt Kuźniari ja Szopiński (2016) jaotusele. Nende hinnangul saab omavalitsuste kodulehtede välised huvigrupid jaotada otsesteks ja kaudseteks. Otsesteks huvigruppideks on kohalikud elanikud, ettevõtjad ja õpilased ning kaudseteks on näiteks turistid (Kuźniar ja Szopiński, 2016). Selline jaotus võimaldab hinnata kõige tüüpilisemate huvigruppidega arvestamist omavalitsuste kodulehtedel.

Väliste huvigruppide paremaks teenindamiseks peaks kodulehel olema informatsioon liigitatud vastavalt selle prominentsusele, teemale või geograafilisele asukohale, et kodulehel orienteerumist lihtsustada ja väliste huvigruppide informatsiooni tarbimist suurendada. Väga oluline on kodulehel ka turismiga arvestamine ehk kodulehed võiksid olla ka n-ö võõrastele mugavad ja lihtsalt kasutatavad. Võõraste all pean siinkohal silmas nii turiste kui ka inimesi, kes on pärit teistest maakondadest, ehk kes külastavad omavalitsuse kodulehte esmakordselt.

OVP sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjali (2024) kohaselt on valla peamiseks huvigrupiks valla elanikud. Ametnike ja ettevõtjatega arvestamine pole OVP-s kohustuslik, kuid kohaliku tähtsusega olulisele informatsioonile peaks neil ikka ligipääs olema (OVP sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal, 2024). See on asjaolu, millega tuleb tulemusi analüüsides arvestada, sest seda mõjutavad portaali, mitte omavalitsuse enda otsused.

1.3 Kodulehe ülesehitus: visuaalne atraktiivsus

Nagu varasemalt mainitud, mängib teksti sisu kõrval informatsiooni tarbimise juures olulist rolli ka selle visuaalne atraktiivsus (Ibrahim, 2018; Reinecke, 2013). Olenemata sellest, kas kodulehte tehakse KOV-ile või organisatsioonile, peaksid nad olema visuaalselt terviklikud. Bekkersi ja Moody (2011) sõnul uuritakse kodulehtede kommunikatsiooni sisu sageli, kuid visuaalne presentatsioon jääb tihti tähelepanuta.

Beird jt (2020) hinnangul on hea veebidisaini aluseks kompositsioon, värvivalik, tüpograafia ja illustratiivsus. Kuna sümboolsed elemendid võivad külastajates kuuluvustunnet tekitada ning emotsionaalset sidet tugevdada, tuleks kodulehte disainides arvestada ka kohalike väärtustega (Karkin ja Janssen, 2014). Kodulehe visuaalne ühtsus võib ka selle usaldusväärsust parandada – esteetiliselt formaalne disain, mis põhineb minimalistlikul ülesehitusel, monokroomsel värviskeemil ja sans-serif fontidel, jätab kasutajale professionaalse ja usaldusväärse mulje (Thorlacius, 2010).

Värvidel on oluline mõju kasutaja emotsioonidele ja käitumisele (Singh ja Srivastava, 2011; Bailey, 2019). Värvipaleti valikul tuleb arvestada nii kultuuriliste kui ka demograafiliste erinevustega (Noorbebbahan, 2017; Kondratova ja Goldfarb, 2007). Näiteks võivad teatud värvid mõnes kultuuris tekitada positiivseid, teises aga negatiivseid assotsiatsioone (Jonaskaite jt, 2019; Wang jt, 2014; Pravossoudovitch jt, 2014). Omavalitsuste puhul on soovitatav kodulehe värve valides lähtuda bränditoonidest ja sümboolikast (OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal, 2024). Omavalitsuste portaali sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal (2024) on veebilehe põhivärvide valikuks sinine, punane, roheline, must ja kuldne. Tõin teoorias välja värvide peamised võimalikud tähendused, kuid empiiriliselt uurin värvide kasutust, mitte nende võimalikke mõjusid.

Illustratiivne materjal mängib samuti olulist rolli – see peab olema kvaliteetne, usaldusväärne ja seotud kodulehe sisuga (Beaird jt, 2020; Thorlacius, 2010). Fotod peaksid olema loomulikud ning infograafika visuaalselt tonaalsusega kooskõlas. OVP juhendmaterjal (2024) soovib kasutada *landscape* formaadis professionaalseid pilte, mis aitavad tugevdada ühtsust ja kogukonnatunnet. Illustratiivse materjali tehnilist kvaliteeti on võimalik hinnata müra, selguse, ereduse, teravuse, kontrasti või moonutuse järgi (Santos jt, 2024; Agnolucci jt, 2024).

Tüpograafia puhul on oluline loetavus ja selgus – liiga kirjude fontide kasutamine halvendab kasutajakogemust (Lawrence ja Tavakol, 2007; Punsongserm jt, 2024). Eelistatud on kahe kuni nelja fondi või nende variatsiooni kasutamine, sest see aitab tekitada visuaalse hierarhia (Beaird jt, 2020). Kuna tüpograafiline materjal võib püüda tähelepanu ja lisada lehele esteetilist väärtust, tasub sellele eriliselt tähelepanu pöörata pealkirjade, sümbolite ning muude oluliste elementide juures (Lawrence ja Tavakol, 2007). Kontrastsus tausta ja teksti vahel peab olema piisav, et info oleks kõigile ligipääsetav (Inal jt, 2022). OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal (2024) on jätnud portaali kasutavatele omavalitsustele tüpograafilise materjali osas vabad käed – keelatud vaid läbivalt suure tähe kasutamine. Hindasin kodulehe illustratiivset kvaliteeti ebakvaliteetseks vaid juhul, kui materjal ei vasta eelnevalt mainitud omadustele.

1.4 Kodulehe ülesehitus: kasutajamugavus

Visuaalne atraktiivsus ei ole ainult esteetiline, vaid mõjutab otseselt ka kasutajakogemust ja veebilehe funktsionaalsust. Reinecke jt (2013) väidavad, et kasutajad hindavad kodulehe atraktiivsust ja usaldusväarsust esmamulje põhjal. See mõjutab otseselt kasutajate soovi

veebilehe kasutamist jätkata või sinna naasta (Noorbebahani, 2017). Ühtne disain, värvivalik ja intuiitiivne paigutus parandavad kodulehe navigatsiooni ja ligipääsetavust (Cooper jt, 2014; Lima ja Gresse von Wangenheim, 2021).

Kui kodulehed on visuaalselt liiga keerulised – omavahel sobimatud värvid, kujunduslikud elemendid ja muud säärased faktorid – või sellel puudub loogiline struktuur, langeb nende kasutatavus drastiliselt (Reinecke jt, 2013). Pealkirjad peaksid olema tavatekstist erinevad, et vältida kodulehe osade visuaalset kokkuvalgumist, mis võib raskendada informatsiooni ligipääsetavust (Lawrence ja Tavakol, 2007). Halva ülesehituse korral ei kompenseeri ka õigesti valitud värvid kasutusmugavuse puudujääke (Bonnardel jt, 2011). Seega on oluline, et disainelemendid töötaksid koos – värvid, tüpograafia, illustratsioonid ja nende paigutus peavad looma sidusa terviku.

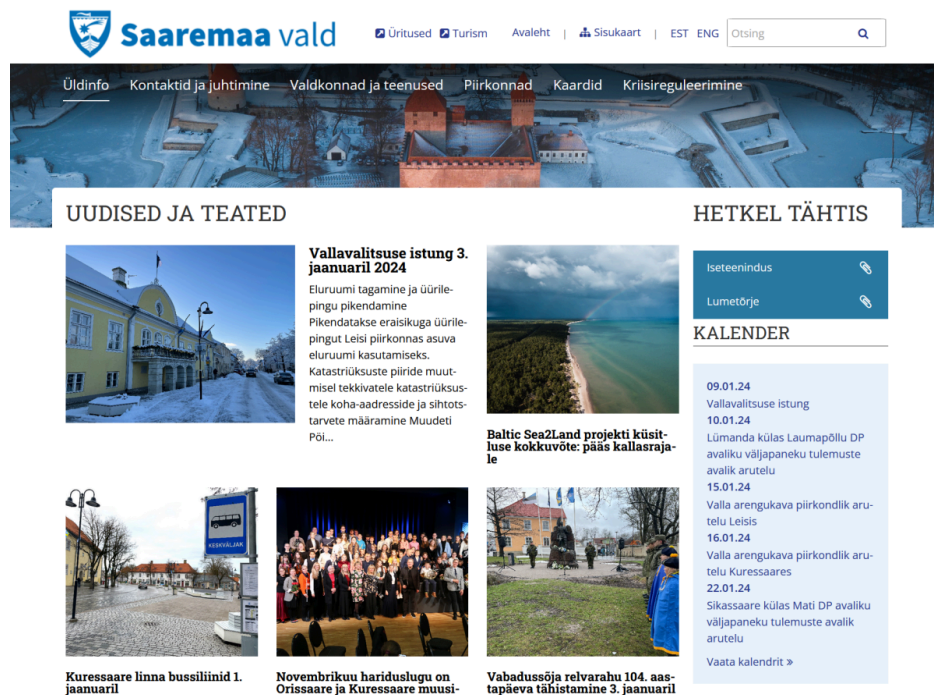
Ligipääsetavus on samuti tihedalt seotud visuaalse kujundusega. Näiteks erivajadustega kasutajatele peab pakkuma sobivaid lahendusi: suurendatav tekst, kirjeldavad pildiallkirjad ja piisav kontrastsus (Evans-Cowley, 2006; Achilleos, 2015). Mitmed teadlased on rõhutanud, kui oluline on illustratiivsele materjalile marerjali kirjeldava pealkirja lisamine, sest sedasi saavad illustratiivsest materjalist osa ka nägemispuudega inimesed (Evans-Cowley, 2006; Youngblood ja Mackiewicz, 2012). Kui need lahendused on visuaalselt hästi integreeritud, paraneb ligipääs infole ning suureneb veebilehe kasutajaskond.

Kuna kodulehe arendamine võib osutuda kulukas, on hea mõte kasutada kodulehtede jaoks ühtset portaali (Viita-Neuhaus, 2024). Lisaks majanduslikule kasule tagaks see ka kodulehtede visuaalne koheivsuse, mis parandab kasutusmugavust veelgi – kasutajad tunneksid süsteemi ära ja oskaksid seda intuiitiivselt kasutada. Omavalitsuste kodulehtede sarnane struktuur ja disain lihtsustaks sellel navigeerimist ja info leidmist isegi uue külastaja jaoks. Syariefi jt (2009) hinnangul pole paljusid veebilehti luues mõeldud kasutajatele ja seetõttu on nende kasutajamugavus halb.

OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal (2024) rõhutab, et standardiseeritud visuaalne keel parandab kodulehtede tehnilist võimekust ja vähendab segadust. Samuti tõstab see usaldusväärsus – kasutaja kogeb professionaalsust ja järjepidevust, mis on eriti tähtis, kui tegemist on riikliku või kohaliku omavalitsuse kodulehega. OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjali (2024) andmetel peaks nende põhivärvide valik kasutajates looma positiivse, rahuliku ja turvalise tunde.

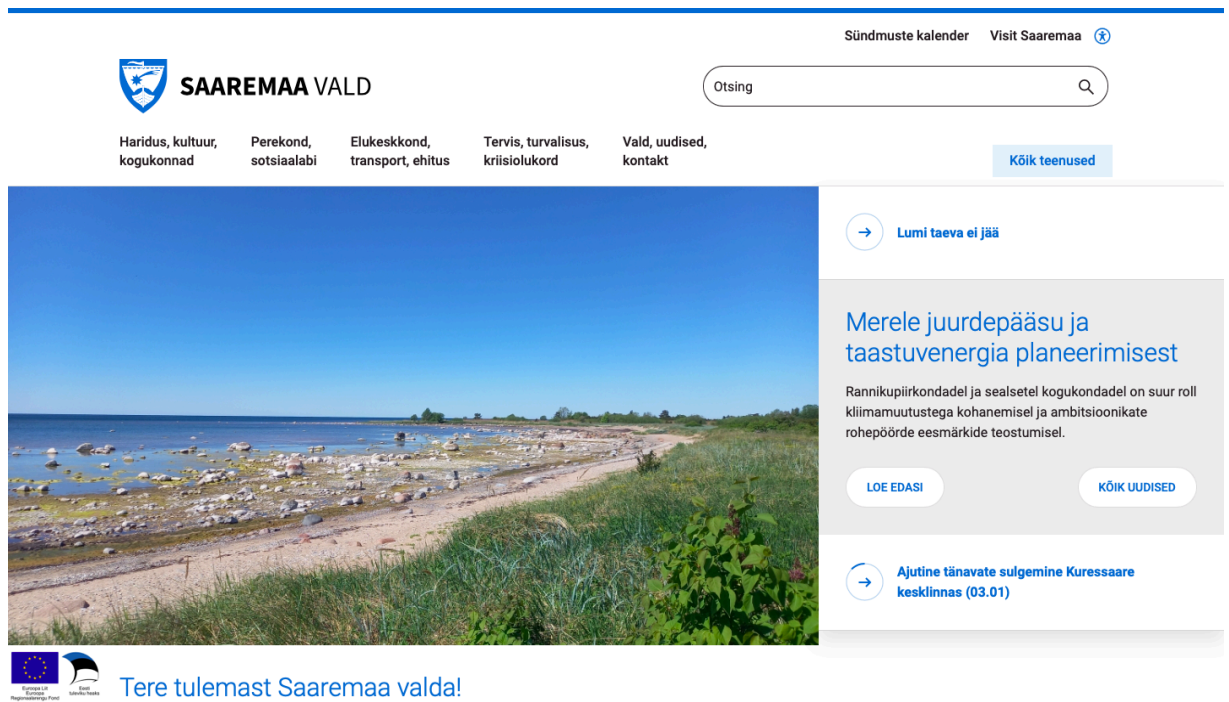
Toomingu (2019) sõnul vastas 2015. aastal tellitud uuringu tulemusel vaid 1% omavalitsuste kodulehti WCAG (*Web Content Accessibility Guidelines*) 2.0 miinimumnõuetele. RIA (2013) andmetel on WCAG on neljast põhimõttest, 12 suunistest ning 61-st edukriteeriumist koosnev standard. Edukriteeriumitele vastavuse – A, AA ja AAA – põhjal antakse hinnang veebilehe juurdepääsetavuse nõuetele vastavuse osas (RIA, 2013). Miinimum ehk A tasemeks peab kodulehel olema rakendatud 25 edukriteeriumit 61-st. Andmekaitse Inspektsioon lubas seejärel hakata kontrollima kohalike omavalitsuste kodulehtede nõuetele vastavust (Tooming, 2019).

Eelnevast saab järeldada, et Eesti kohalike omavalitsuste kodulehed vajavad uuendamist. Kui jõukamad omavalitsused suudavad ise oma kodulehe arendamisega hakkama saada, siis vaesematel omavalitsustel nii palju finantsilist võimekust pole (Moon, 2002). Siseministerium lõi 2009. aastal kohalike omavalitsuste teenusportaali (KOVTP), et ühtlustada omavalitsuste veebilehete taset ja tehnilist võimekust (ELVL kodulehekül, 2024).



Kuvatõmmis 1. Saaremaa valla kodulehe avaleht KOVTP-s. *Allikas: Eesti Linnade ja Valdade Liidu kodulehekül.*

Riigi Infosüsteemi Haldussüsteemi (2020) andmetel võeti KOVTP kasutusele 2011. aastast, seda omab nüüdseks ELVL ning see on aktiivses arenduses. 2020. aastal läbiviidud infosüsteemi analüüsist selgus, et kasutusel olnud tarkvara oli vananenud ja tekitas turvariske (ELVL kodulehekül, 2024). Selle asenduseks pakuti Valitsusportaali 2.0-i. Kuna Valitsusportaali 2.0 kasutuselevõtt ei oleks lahendanud kõiki tekkinud probleeme, käivitati 2021. aastal Omavalitsuste portaali (OVP) pilootprojekt (ELVL kodulehekül, 2024).



Kuvatõmmis 2. Saaremaa valla kodulehe avaleht OVP-s. *Allikas: Saaremaa valla kodulehekülg.*

Uue portaaliga soovitakse leida efektiivne lahendus aegunud ja kehva funktsionaalsusega kodulehtedest vabanemiseks. Kuna pilootprojektis osalesid vaid Jõgeva, Elva, Kose, Saaremaa ja Saue vallad ning Eesti Linnade ja Valdade Liit, saavad vaid nemad uut Omavalitsuste portaali kasutada (Viita-Neuhaus, 2024; ELVL kodulehekülg, 2024). Lisaks algele viiele on umbes 30 omavalitsust näidanud ülesse soovi seda portaali kasutama hakata, mis on indikaatoriks, et omavalitsused soovivad vananenud veebilehekülgi uuendada ja olemasolevate kodulehtede vahelisi erinevusi likvideerida (Viita-Neuhaus, 2024).

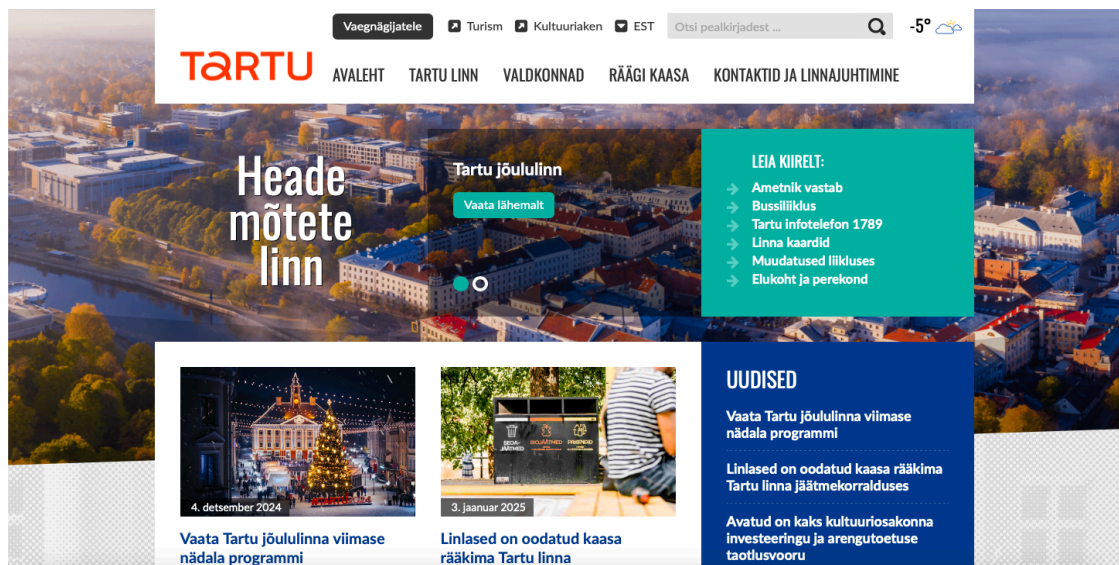
1.5 Kohaliku omavalitsuse enesepresentatsioon kodulehel

Kohalike omavalitsuste kodulehti analüüsid on mõistlik analüüsida kodulehtede avalehti, sest need viitavad omavalitsuse identiteedile ja annavad esmamulje veebilehe ülejäänud sisust (Lawrence ja Tavakol, 2007). Küllastades Eesti erinevate omavalitsuste veebisaite, on märgata erinevate sümboolsete elementide kasutust. Enamasti on nendeks territoriaalsed sümbolid, sest koduleht edastab kommunikatsioonikanalina teatud geograafilise territooriumi informatsiooni. Territoriaalseid sümboleid võib identifitseerida kas konkreetsete märkidena (pilt, tunnus) või abstraktsete nähtusena (kultuuriline, keeleline), mis omavad tihedaid seoseid kindlate piirkondadega (Monnet, 2011). Need sümbolid on traditsiooni väljendused ja piirkondlikud väärtuse kandjad (Monnet, 2011).

Igal Eesti kohalikul omavalitsusel on oma sümbolid – nendeks võivad olla lipud, vapid, aumärgid, ametirahad, aunimetused või muu sümboolika (KOKS, 2023). Omavalitsuse lipp ja vapp peavad vastama heraldikanõuetele ning Riigikantselei peab nende kavandid enne kasutuselevõttu heaks kiitma (KOKS, 2023). Sümboliteid kasutatakse illustratiivse materjalina ja enesepresentatsiooniks kodulehel.

OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal (2024) nõutakse, et portaali kasutavad omavalitsused kasutaks kodulehe päises vappi ja ei kuvaks seal logo. Portaali kasutavad omavalitsused peavad kodulehe põhivärvi valima vapi värvide seast (OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal, 2024). Nagu kodulehe ülesehituse peatükist selgus, võivad ka värvid omada sümboolseid tähendusi (Wang jt, 2014). OVP nõuded tagavad kodulehe enesepresentatsiooni kohesiivsuse (OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal, 2024).

Sümbolid peavad olema unikaalsed ja omama lisaks selle otsesele tähendusele ka sümboolset (üle kantud) tähendust (Monnet, 2011). Enamasti on kohalike omavalitsuste kodulehtedel märgata nende vappe, mis omavad kas mingit ajaloolist või geograafilist sümboolikat. Sümboolika enesepresentatsiooniks kasutuse heaks näiteks on Tartu linna koduleht, mille avalehel on selgelt eristatavad logo ja moto ning droonifoto, millel kuvatakse Tartu arhitektuuri, loodust ja ülikooli.



Kuvatõmmis 3. Tartu linna enesepresentatsioon läbi sümboolsete elementide kodulehe avalehel.
Allikas: Tartu linna kodulehekülg.

Sümbolid ühendavad kohalike omavalitsuste huvigrupid mingi märgi või nähtuse alusel üheks. Selleks, et sümbol saaks täita integreerivat rolli, peab see olema nende inimeste konsensuse väljendus, keda see esindama peaks (Šifta, 2016). See tähendab, et kohalike omavalitsuste enesepresentatsioon on ka kohalike huvigruppide presentatsioon väliste huvigruppide jaoks.

2. UURIMISKÜSIMUSED

Eelmises peatükis selgus, miks on oluline, et kohalike omavalitsuste kodulehed oleksid funktsionaalsed ja kasutajasõbralikud – need aspektid mõjutavad informatsiooni tarbimist. Kuna koduleht on kohalike omavalitsuste jaoks kommunikatsioonikanal, on nende ülesandeks veenduda, et sõnum jõuaks huvigruppideni võimalikult kiiresti, selgelt ja mõistlike kuludega. Informatsiooni vastuvõtmise efektiivsust mõjutab lisaks kodulehe üldisele ülesehitusele ka selle visuaalne kompositsioon.

Sellest lähtuvalt olen otsustanud uurida, milline on Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtede visuaalne kommunikatsioon. Selle paremaks mõistmiseks uurin erinevate elementide kasutust. Teoreetilisest raamistikust lähtuvalt saan seeläbi uurida ka potentsiaalseid kodulehe kasutusest tulenevaid probleeme. Need probleemid võivad tuleneda näiteks huvigruppidega arvestamatusest või visuaalsest eristamatusest. Sõnastasin nad uurimisküsimusteks, millele andmeanalüüsi käigus vastused proovin leida.

- **Kuidas kasutatakse Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel informatiivseid, sümboolseid ja kujunduslikke elemente?**
- **Millised on silmatorkavad potentsiaalsed probleemid seoses kodulehe kasutamisega?**

3. METOODIKA

Järgnevas peatükis avasin empiirilise uuringu läbiviimise protsessi. Esmalt selgitasin, miks oli otstarbekas valida andmeanalüüsimeetodiks standardiseeritud kontentanalüüs ning milline oli uuringu valim. Eraldi alapeatükis kirjeldasin ka kodeerimisjuhendit ehk koodipuud ning selle ülesehituse tagamaid.

3.1 Valim

Krippendorffi (2004) valimi definitsioonide kohaselt puudus bakalaureusetööl valimi planeerimiseks vajadus, sest see on kõikne ehk käsitleb juba valimi üldkogu. Koostatud valimi suuruseks oli 79 ehk kõigi Eesti kohalike omavalitsuste koduleheküljed (Riigiportaal, 2024). Bakalaureusetöös uurisin kohalike omavalitsuste kodulehtede avalehti, sest Lawrence'i ja Tavakoli (2007) sõnul on avalehed uuele veebilehe külastajale esmaseks maine kujundajaks. Csontos ja Heckl (2021) on Ungari valitsuse kodulehtede analüüsis järeldanud, et avalehed on analüüsiks piisavad, sest avalehel esinevad probleemid on indikaatoriks, et kodulehel esineb ka muid probleeme.

Eesti Vabariigi territoorium jaguneb 79-ks kohalikuks omavalitsuseks, millest 15 on linnad ja 64 vallad (Riigiportaal, 2024). Eestis on definitsiooni poolest kokku 37 linna, kuid ülejäänud 22 linna ei oma eraldi omavalitsusestaatust (Riigiportaal, 2024). Kuigi uuritud valim ei varieeru, varieeruvad kodulehti haldavad omavalitsused rahvaarvu, pindala, maakondliku kuuluvuse ja muude statistiliste ning demograafiliste tunnuste poolest. Need tunnused mõjutavad kodulehtede ülesehitust, sest määravad selle rahastuse, sümboolika, huvigrupid ja nende mahu.

3.2 Andmekogumis- ja analüüsimeetodid

Bakalaureusetöös oli andmeanalüüsimeetodina otstarbekas kasutada standardiseeritud kontentanalüüsi, sest see võimaldab kodulehe visuaalseid elemente hinnata nende kvantitatiivsete omaduste poolest (Mayring, 2000). Kontentanalüüs on Baueri (2000) sõnul

süsteemiline tehnika suhtluses leiduva sümboolse sisu kodeerimiseks. Kalmuse (2015) sõnul võimaldab see meetod analüüsida eksplitsiitset ehk selgelt väljendatud sisu ja seda objektiivselt kirjeldada.

Standardiseeritud kontentanalüüsi põhiidee on taandada suhtluse kogusisu kategooriate kogumiks, millest iga kategooria esindab kindlat uuritavat tunnust (Singleton jt, 1988). Andmete kogumiseks ja analüüsiks kasutasin *Microsoft Excel* programmi, sest selles on mugav koostada tabeleid. Meyeri ja Avery (2008) sõnul on *Microsoft Excel*-it hea kasutada nii andmete hoiustamiseks kui ka analüüsimiseks. Kui andmeid programmis hoiustada, on neid üpriski lihtne esitada ka erinevate graafikute alusel.

Kui varasemalt kirjeldasin standardiseeritud kontentanalüüsi tugevusi, on sellel tegelikkuses ka puuduseid. Vastavalt olulise informatsiooni paigutusele või selgusele võib meetod osutada piiravaks – kui informatsioon on n-õ ridade vahel peidus, ei ole seda võimalik analüüsida (Kalmus, 2015). Kalmuse (2015) sõnul võivad uuringu tulemused seetõttu osutada triviaalseks. Meetodi puuduseks või osutada ka uue portaali kasutuselevõtt, sest bakalaureusetöö tulemused ei kirjeldaks enam kohalike omavalitsuste kodulehtede visuaalse kommunikatsiooni hetkeolukorda. Tulemuste valiidsust see ei mõjuta, sest Weberi (2004) sõnul kogutakse selle meetodiga andmeid, mida saab ka sajandeid hiljem kasutada.

McMillani (2000) sõnul koosneb kontentanalüüsi traditsiooniline lähenemine viiest etapist – uurimisküsimuse formuleerimine, valimi määratlemine, kodeerimise kategooriate välja töötamine, sisu kodeerimine ja kogutud andmete analüüs. Kalmus (2015) on nad koondanud kolmeks etapiks – ettevalmistused, kodeerimine ning andmete analüüs ja tulemuste interpreteerimine laiemas kontekstis.

Bakalaureusetöö ettevalmistuse etapp toimus peamiselt 2024. aasta teises pooles. Selle käigus said paika töö fookus, teoreetiline raamistik ja uurimisküsimused ning 2025. aasta algul viidi läbi proovikodeerimine. Proovikodeerimise käigus tulid ilmsiks mõned kodeerimisjuhendi murekohad – avalehe suuruse ebaolulisus ja värvivalikuga arvestamatus – mis peale vastavate muudatuste tegemist ka likvideeriti. Uuringu ettevalmistuse etapp kulmineerus andmete kogumisega 2025. aasta 18.–19. veebruaril. Sama aasta märtsis toimus andmete kodeerimise ja analüüsi etapp ning aprillis tulemuste laiemas kontekstis interpreteerimine..

3.3 Kodeerimisjuhendi ehk koodipuu loomine ja andmete analüüs

Kodeerimisjuhendis (Lisa 1) on lahti seletatud millele tuginesin koodipuid koostades. Esimeses kategoorias kogusin KOV-ide üldinformatsiooni (A), sest annab ülevaate demograafilisest jaotusest ja kultuurilisest kuuluvusest. Esimese alamkategoorias uurisin KOV-i maakondlikku kuuluvust (A1) ja teises omavalitsuse tüüpi (A2). Kolmanda ja neljanda alamkategooria jaoks pidin kohalike omavalitsuste pindalast ning elanike arvust koostama vahemikud, et omavalitsuse suuruse hindamine oleks lihtsam. KOV-ide pindala (A3) hindasin ma väikseks, kui selle pindala jääb alla 400 km², keskmiseks, kui see jääb 400 –700 km² vahemikku ning suureks, kui KOV-i pindala on üle 700 km². Elanike arvud (A4) jagasin järgnevalt: alla 5 000 elanikuga omavalitsused on väikesed, 5 000 –11 000 elanikuga omavalitsused on keskmised ning üle 11 000 elanikuga omavalitsused on rahvaarvult suured.

Teise kategoorias kogusin informatsiooni KOV-i kodulehtede ligipääsetavuse (B) kohta, sest see annab põhjaliku ülevaate huvigruppidega arvestamisest. Esimeses alamkategoorias kogusin andmeid kohalike omavalitsuste kodulehtede keele valiku (B1) võimaluste kohta – kas sisu on võimalik tõlkida vene, inglise või muusse keelde? Teise alamkategooria jagasin ma viieks – kas kodulehel on otsinguriba, uudiste rubriik, statistika, valdkonnad või puuduvad abivahendid (B2) kodulehelt? Sotsiaalmeedia suuniste (B3) kategoorias uurisin kas kodulehtedel viidatakse omavalitsuste *Facebooki*, *X-i*, *Instagrammi*, *Youtubei*, *LinkedInni* või muudele sotsiaalmeedia kontodele. Uurisin ka erivajadustega (B4) ja huvigruppidega (B5) arvestamist – kui esimeses uurisin kas erivajadustega arvestatakse, siis teises uurisin kas avalehele on lisatud rubriigid külastajale, turismile, ettevõtjale, töötajale, elanikule või kellelegi muule.

Kohaliku omavalitsuse enesepresentatsiooni (C) kategoorias uurisin ma esmalt kas kodulehtedele on silmapaistvalt või varjatult lisatud omavalitsuste vapid (C1), logod (C2) või tunnuslaused (C3). Selle kategooria annab põhjaliku ülevaate sellest, kuidas KOV ennast oma kodulehel kuvab. Järgnevalt kogusin andmeid kaanefotol kuvatut (C4), statistilise- (C5) ja kontaktinformatsiooni (C6) kohta. Kaanefoto alamkategooria jaotuse koostas ma proovikodeerimise käigus – uurisin, kas sellel on kuvatud arhitektuuri, loodust, droonifotot asulast, inimesi või midagi muud. Statistika poolest tahtsin teada, kas kodulehel on välja toodud rahvaarv, pindala, huvi- või üldhariduskoolide arv, lasteaedade arv ning suurim asula. Kontakte otsisin enamasti kodulehe jalusest ja vaatasin, kas sinna on lisatud integreeritud tagasiside võimalus, e-maili aadress, telefoninumber või omavalitsuse aadress. Samuti hindasin, kas see on lisatud avalehele eraldi lahtrina või pole seda üldse.

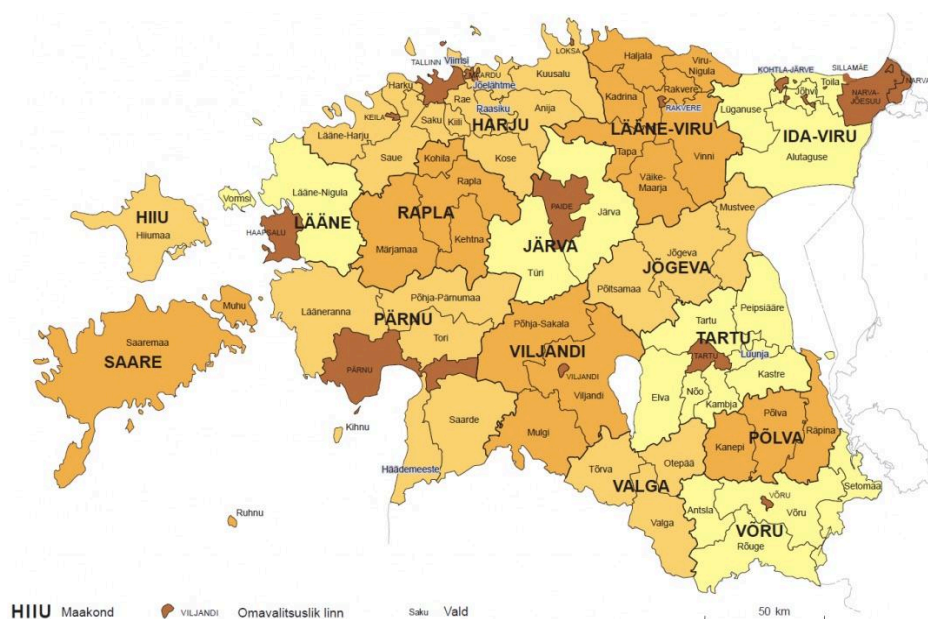
Kodulehe disaini (D) kategoorias uuriti kas omavalitsuse kodulehekülge moodustab illustratiivse (D1) ja tüpograafilise (D2) terviklikkuse ehk kas koduleht on stiililt eristav ja ühtlane või valgus ja kirju. Lisaks uurisin millest koosneb selle olemasolul uudiste rubriik (D3) – tekstist, fotost ja kuulutusest või mõnest nende kombinatsioonist. Disaini neljandas alamkategoorias uurisin millisele portaalile (D4) on koduleht seatud – KOVTP, OVP või muu. Illustratiivset kvaliteeti (D5) hindasin ma fotode olemasolu, kvaliteedi ja animatsiooni alusel ning videoid vaid olemasolu alusel. Kuna sündmuste rubriiki postitatakse ka kuulutusi, siis uurisin ma disaini kategooria all, kas kalender (D6) on paigutatud avalehele või menüüsse. Seitsmenda disaini alamkategooria all uurisin sinise, punase, kollase/kuldse, rohelise, oranži ja halli kasutust põhivärvina (D7) ning kaheksanda kategooria all valgete alade kasutust (D8). Kas viimaseid kasutatakse ühtlaselt, enam-vähem ühtlaselt või ebahühtlaselt?

4. UURIMISTULEMUSED

Kuna uuringu valimiks on üldkogum, on kontentanalüüsi tulemuste esitlemiseks mitmeid võimalusi. Teooria osaga parema sidususe hoidmise huvides esitlen kontentanalüüsi tulemused uurimisküsimuste kaupa. Nendeks on sümbolsete, informatiivsete ja kujunduslike elementide kasutus kodulehel ning selle kasutamisest tulenevad silmatorkavad potentsiaalsed probleemid. Esmalt kirjeldan aga omavalitsuste üldinformatsiooni, et tulemusi oleks parem omandada. Statistiliste tulemuste illustreerimiseks toon välja ka illustratiivsed kuvatõmmised.

4.1 Kohalike omavalitsuste üldinformatsioon

Valimi üldisemaks iseloomustamiseks on Joonisel 1 toodud välja kõikide Eesti kohalike omavalitsuste (N=79) maakonnad ja liigid. Kui Joonis 1 annab ka kaudse arusaama omavalitsuste pindalast, ei väljenda see KOV-ide rahvaarvu. Lihtsamaks tõlgendamiseks on andmed eristatud värvitooniga – pruunid väljendavad omavalitsuslikke linnasid ning kollase ja oranži toone on kasutatud, et maakondade lihtsamak eristamiseks.



Joonis 1. Kaart Eesti haldusjaotusega pärast 2017. aasta haldusreformi (N=79). Allikas: Regionaal- ja põllumajandusministeeriumi kodulehekülg.

Kui 32 Eesti kohalikku omavalitsust on pindalalt alla 400 km², siis 25 on üle 700km² ja ülejäänud 22 jäävad suuruselt nende vahemikku (N=79). Teisisõnu on Eestis enim pindalalt väikseid omavalitsusi, kuid jaotuse maksimaalseks erinevuseks on 10. Rahvaarvult on alla 5 000 elaniku 17-l, 5 000–11 000 elaniku 34-l ja üle 11 000 elaniku 28-l omavalitsusel. Maksimaalne erinevus on 17.

4.2 Elementide kasutus Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel

Kohalike omavalitsuste kodulehtedel kasutatavaid elemente uurisin ligipääsetavuse, identiteedi ja disaini kategooriate kaudu. Seda selleks, et mõista, kas need elemendid soodustavad teabele ligipääsetavust, väljendavad omavalitsuse identiteeti või toetavad kodulehe ülesehitust. Elementide kasutust uurides võib lisaks nende asetusele mõista ka nende eesmärgistatust.

4.2.1 Informatiivsete elementide kasutus

Informatiivsete elementide kasutust uurisin ligipääsetavuse kategoorias, et mõista, millistele huvigruppidele on informatsioonile ligipääsetavus võimaldatud. 19 Eesti kohalikku omavalitsust on oma kodulehele lisanud informatsiooni inglise keelseks tõlkimise võimaluse, 14 teabe vene keelseks tõlkimise võimaluse ja üks omavalitsus võimaldab informatsiooni tarbida rootsi keeles. Selleks omavalitsuseks on Vormsi vald (vt Kuvatõmmis 4). Keelt ei ole võimalik muuta 55-l Eesti kohaliku omavalitsuste kodulehel.



Introduktion av ön

Livet på ön Vormsi med sin vackra natur är lugnt och tryggt. Vi omges av en säker miljö med värdefullt kulturarv och lever nära naturen. Våra barn går i en restaurerad skolbyggnad och förskola.

Vormsi har en modern infrastruktur. Väg- och hamnätet är ständigt under renovering. Samhällekonomin är baserad på lokala resurser som potatis, bär, svamp, honung, husdjur, virke, vilda djur och fisk.



Kuvatõmmis 4. Rootsi keelne Vormsi valla kodulehe avaleht. Allikas: Vormsi valla kodulehekülg.

Kuna Eestis on vaid üks ametlik keel, pole omavalitsused kohustatud informatsiooni võõrkeeltesse tõlkima. Siiski moodustavad suure osa elanikkonnast teistest rahvustest inimesed, kes võivad seetõttu neile olulisest informatsioonist ilma jääda. Keele muutmine võimaldab ka turistidel kohaliku elukorraldusega tutvuda. Seda vaid juhul, kui tõlkefunktsioon toimib korrektselt ja tõlgib kogu lehel oleva informatsiooni valikus olevasse keelde.

Kõigile Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedele on lisatud ka informatsioonile ligipääsu hõlbustavad abivahendid. Aktuaalne informatsioon on kõigil omavalitsustel paigutatud uudiste rubriiki ning kõigil omavalitsustel on informatsioon liigitatud ka valdkondade kaupa. 76 kohalikku omavalitsust on informatsiooni lihtsamaks leidmiseks kodulehele lisanud otsinguriba. See võimaldab ka ilma lehte tundma õppimata vajaliku informatsiooni leida. 60 kohalikku omavalitsust oli avalehele lisanud ka omavalitsust tutvustava statistika. Seda oli välja toodud nii eraldi plokkidena (vt Kuvatõmmis 5) kui ka sidusate tekstidena (vt Kuvatõmmis 6).

Anija vald

- ✓ Rahvaarv: 6363 (01.01.2025)
- ✓ Pindala: 532,91 km²
- ✓ Suurim asula: Kehra linn (2710)
- ✓ Koole: 3
- ✓ Lasteaedu: 4
- ✓ Külasid: 31
- ✓ Aleveid: 1
- ✓ Huvikoole: 1

Kuvatõmmis 5. Anija valla kodulehe statistika plokk. *Allikas: Anija valla kodulehekülg.*

Tere tulemast Saue valda!

Ligi 26 100 elanikuga (1. jaanuari 2025. aasta seisuga 26 036 inimest) Saue vald sündis 24. oktoobril 2017, kui ühinesid Saue linn ning Kernu, Nissi ja Saue vald.

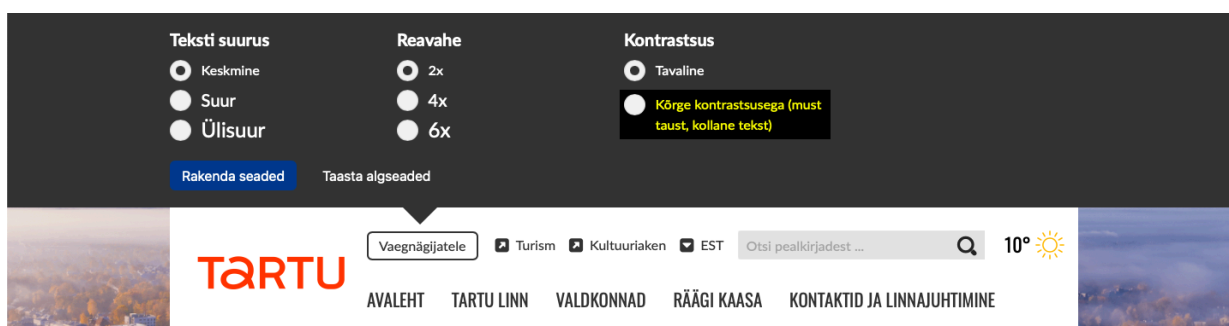
Tegemist on Eesti mandriosa rahvarohkeima vallaga, mille pindala on ligikaudu 630 ruutkilomeetrit, naabrid on Tallinna ja Keila linn ning Saku, Kohila, Märjamaa, Lääne-Nigula, Lääne-Harju ja Harku vald.

Valda iseloomustab mitmekesine asustusstruktuur: siin on linnalisi asumeid ja hajaasustust. Seda läbivad mitmed tähtsad transiitteed: Tallinna-Pärnu ja Tallinna-Haapsalu maantee ning Tallinna-Turba ja Tallinna-Paldiski raudtee.

Valla keskus on Saue linn (6083 elanikku 1. jaanuari 2025 seisuga) ning alevikud Laagri (6017), Turba (954) ja Riisipere (852). Elanikerohkemad külad on Alliku (3111), Vanamõisa (993), Ääsmäe (798), Kaasiku (578), Hüüru (562), Koidu (426), Vatsla (413), Laitse (419), Maidla (300), Jõgisoo (296) ja Haiba (309).

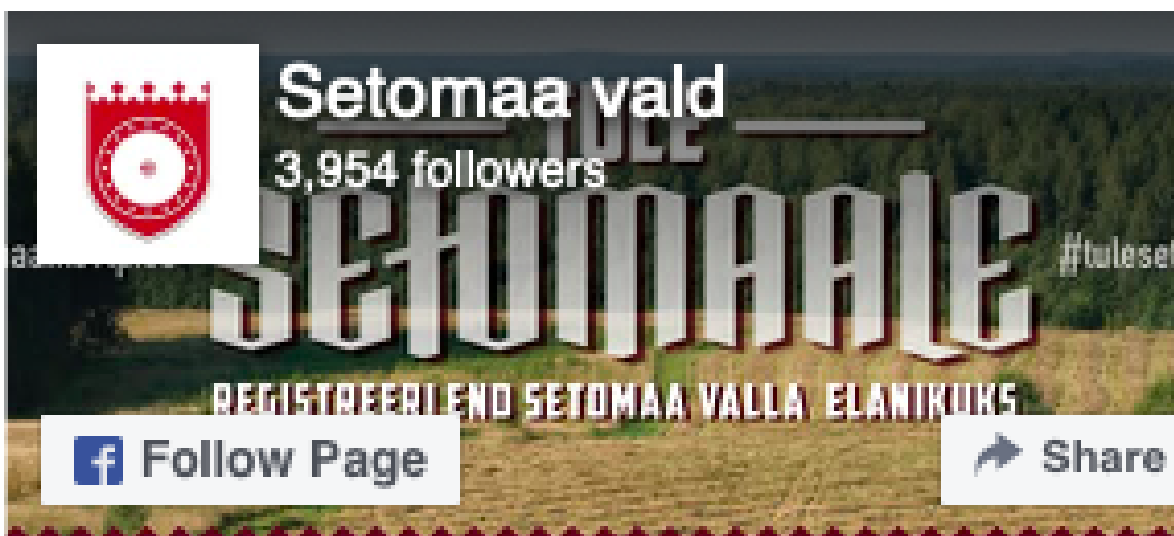
Kuvatõmmis 6. Saue valla statistikat tutvustav tekst. *Allikas: Saue valla kodulehekülg.*

Kohalike omavalitsuse kodulehtedele sisule on õigus ligi pääseda ka erivajadustega inimestel. Kuna nad peavad informatsiooni tarbimiseks kodulehe väljanägemist muutma, peaks muutuste tegemiseks vajalik menüü olema omavalitsuse kodulehel selgelt eristatav. Analüüsitavatest kodulehtedest oli see selgelt eristatav vaid 11-l (vt Kuvatõmmis 7). See tähendab, et 68-l kohaliku omavalitsuse kodulehel on see kas puudu, selgelt eristamatu või on selle asemel välja toodud nendega mitte arvestamise teatis.



Kuvatõmmis 7. Vaegnägijatega arvestav menüü Tartu linna kodulehe avalehel. *Allikas: Tartu linna kodulehekülg.*

KOV-il on sotsiaalmeedia kaudu võimalik suhelda inimestega, kes kas muidu omavalitsuse kodulehte ei külasta või teevad seda harva. Enamus (65) Eesti kohalikke omavalitsusi on kodulehele lisanud suunise Facebooki (vt Kuvatõmmis 8). Leidub suuniseid ka YouTubei (18), Instagrammi (11), Xi (2), Flickri (2) ja LinkedInni (1). 13 KOV-i pole oma kodulehele sotsiaalmeedia suuniseid lisanud.



Kuvatõmmis 8. Setomaa valla kodulehe avalehel paiknev Facebooki liides. Allikas: Setomaa valla kodulehekülg.



LÄÄNERANNA VALD

Pärnumaal Lääne-Eesti aladel

ELANIKULE

KÜLALISELE

JUURDEPÄÄSETAVUS

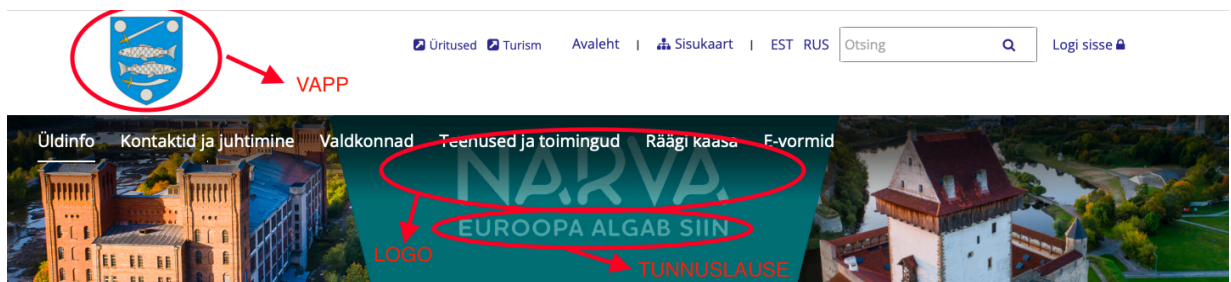
Kuvatõmmis 9. Lääneranna valla kodulehe avalehe päises paiknevad elanikele ja külalistele personaliseeritud rubriigid. Allikas: Lääneranna valla kodulehekülg.

Teabe tarbimist võivad suurendada ka personaliseeritud rubriigid (vt Kuvatõmmis 9). 45 kohalikku omavalitsust on oma kodulehe avalehele lisanud turismi rubriigi, 26 külastajate rubriigi, 12 ettevõtjate rubriigi, kuus elanike rubriigi ja 31 tööpakkumised. Muudele huvigruppide on personaliseeritud rubriike 16-nel Eesti kohaliku omavalitsuse kodulehel.

4.2.2 Sümbolsete elementide kasutus

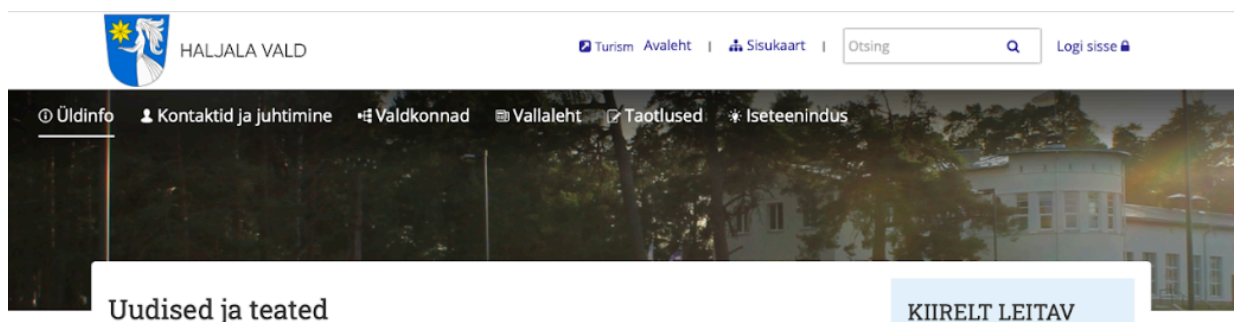
Sümbolseid elemente kasutatakse illustratiivse materjalina sümbolsete ideede ja omaduste väljendamiseks. Uurisin kas või kuidas on avalehele paigutatud kohalike omavalitsuste vapid, logod ja tunnuslaused. Lisaks uurisin mida kuvatakse kaanefotodel ning millist statistilist ja kontaktinformatsiooni kuvatakse kodulehtede avalehel.

Kui 68 Eesti kohaliku omavalitsuse kodulehel oli vapp paigutatud silmapaistvalt, siis vaid 15-l kodulehel oli selgelt kuvatud logo ja 10-l eristatav tunnuslause. Varjatud kujul kuvas kolm omavalitsust kodulehel vappi, kaheksa logo ja üks tunnuslauset. Vaid kaheksalt kodulehelt puudus vapp, kuid 56-lt puudus logo ja 66-lt puudus tunnuslause. Kõige rohkem kasutatakse sümboolse elemendina vappe ning enamus juhtudel on nad silmapaistvad. Näiteks on kõik eelmainitud sümboolsed elemendid paigutatud silmapaistvalt Narva linna kodulehele (vt Kuvatõmmis 10).



Kuvatõmmis 10. Narva linna kodulehe avalehel paiknevad sümboolsed elemendid. *Allikas: Narva linna kodulehekülg.*

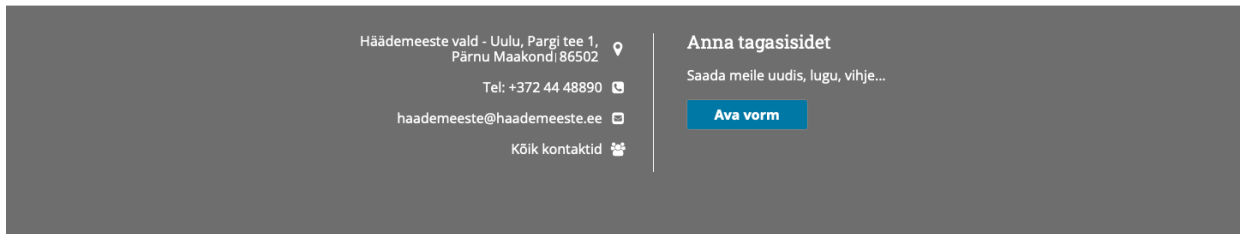
Sümboolseks enesepresentatsiooniks on 65 omavalitsust oma kodulehel kasutanud ka kaanefotot. Kui enamasti kuvatakse sellel loodust (37), siis leidub ka Eesti kohalike omavalitsuste kodulehti, mille kaanefotol kuvatakse arhitektuuri (12), droonifotot asulast (18), inimesi (2) või muud (6). Mõnel juhul oli kaanefotol kuvatud ka kombinatsiooni mitmest kategooriast. Näiteks on Haljala valla kodulehel kasutatud fotot, millel on kujutatud arhitektuuri ja loodust (vt Kuvatõmmis 11).



Kuvatõmmis 11. Haljala valla kodulehe päises paiknev kaanefoto. *Allikas: Haljala valla kodulehekülg.*

Kohaliku omavalitsuse suurust saab kodulehel väljendada näiteks statistiliste andmetega. Seda võimalust on kasutanud 60 omavalitsust (N=79). Kõige suurem osa valimist (59) on kodulehel kuvanud kohaliku rahvaarvu suurust. Kohalikud omavalitsused on oma kodulehtedel kuvanud ka huvi- (36) ja üldhariduskoolide (49) ning lasteaedade (48) arvu ja omavalitsuse pindala (2).

Kuigi mitmetel kodulehtedel oli kuvatud ka külade ja asulate arvu, siis valimist umbes pooled (39) olid nimepidi välja toonud omavalitsuse suurima asula. Nagu ka varasemalt mainitud, on kodulehtedel statistilisi andmeid kujutatud nii sidusa tekstina (vt Kuvatõmmis 5) kui ka eraldi plokkidena (vt Kuvatõmmis 6).



Kuvatõmmis 12. Häädemeeste valla kodulehe jaluses paiknev kontaktinformatsiooni sektsioon. *Allikas: Häädemeeste valla kodulehekülg.*

Juhuks kui eelnevalt väljatoodu ei anna kodulehe külastajale kohalike omavalitsuste identiteedist piisavalt informatsiooni või tekib mõni kohaliku tasandi probleem, tasuks omavalitsuse kodulehele lisada ka kontaktinformatsioon. Oma kodulehele oli lisanud vallavalitsuse telefoninumbri 78, e-maili ja aadressi 77 ning integreeritud tagasiside võimaluse 35 kohalikku omavalitsust (vt Kuvatõmmis 12). Kui 77-l kodulehel oli kontaktinformatsioon lisatud avalehe jalusesse eraldi lahtrina, siis ühel kodulehel tuli kontaktinformatsiooni nägemiseks menüüs vastav valik teha.

4.2.3 Kujunduslike elementide kasutus

Kohalike omavalitsuste kodulehtede visuaalse kommunikatsiooni üheks suureks mõjutajaks on kujunduslike elementide kasutus. Kuna kodulehe visuaal on esimene asi, mida külastajad näevad, tekitab see neis ka omavalitsuse kohta esmamulje. Seetõttu on äärmiselt oluline, et koduleht oleks disainitud visuaalset kvaliteeti silmas pidades.


Kodulehtede illustratiivset tervikut hinnastes lähtusin sellest kui kirju see paistab ning kui hästi on erinevad rubriigid eristatavad. Kui 42 kodulehe osad olid üksteisest lihtsasti eristatavad ja tonaalsuselt sarnased, siis 37-l kodulehel oli kasutatud liigselt erinevaid toone ja ebaproportsionaalset rubriikide paigutust. Erinevust võivad mõjutada nii portaal, millele koduleht on ülesse seatud, kui ka omavalitsuse ressursid. Näiteks on kõik OVP kodulehed illustratiivselt terviklikud (vt Kuvatõmmis 13).

Harjumaa sportlik vaba aeg Kultuurikava Visit Harju

KOSE VALD

Otsing

Vald, uudised ja kontakt Pere-, sotsiaal- ja tervishoid Haridus ja noorsootöö Kultuur, sport ja kogukonnad Elukeskkond, ehitus ja transport **Isteeinidus**



18.02.2025
Kose vald jagab sel aastal kokku kaheksa tänuplaat

Maa- ja ruumiamet otsib suviste niitmiste ja talviste lumekoristustööde tegijat
10.02.2025



Vallavalitsuse järgmine istung on 11. veebruaril
07.02.2025

Aasta aukodanik on Tiiu Lambur
06.02.2025

Maksuamet alustab maamaksu maksuteadete koostamist
03.02.2025

Kose vallavalitsuse järgmine istung on 4. veebruaril
31.01.2025

Hajaasustuse programmi taotlusvoor on avatud 3. veebruarist 3. aprillini
31.01.2025

Kuvatõmmis 13. Kose valla kodulehe avaleht (OVP näide). *Allikas: Kose valla kodulehekülg.*

Tüpopraafilise materjali kasutust hindasin ühtlaseks kui kodulehe avalehel on kasutatud erinevate variatsioonidega maksimaalselt paari fonti. Kui neid oli kasutatud rohkem, pidasin kodulehe kirjatüüpi tüpopraafiliselt kirjuks. Kui ligi kolmandikul (29) kodulehtedel oli kasutatud ühtlast tüpopraafilist stiili, siis ülejäänud (50) jäid tüpopraafiliselt kirjuks. Näiteks on kõigi Ida-Virumaa, Järvamaa ja Valgamaa (vt Kuvatõmmis 14) kohalike omavalitsuste kodulehede avalehed tüpopraafiliselt liigselt kirjud.

Valga vald Turism Avaleht | Sisukaart | EST Otsing

Üldinfo | Juhtimine | Valdkonnad | Ettevõtlus | E-taotlused | Kontaktid

UUDISED JA TEATED

Valga valla ühisveevärgi ja -kanalisatsiooni arendamise kava 2025-2037 avalik väljapanek
Koostöös AS Valga Veega ja OÜ Keskkonnalahendustega on koostatud Valga valla ühisveevärgi ja -kanalisatsiooni arendamise kava aastateks 2025-2037.

AJALOOLISES JAAMAHOONES!
TULE JA PAKU RONGIREISIJATELE ÜKS MAITSEV ESPRESSO!
Ava oma kohvik ajaloolises jaamahoones!

Piirideta pidu
13. jaanil kell 19 Valga Rannas ühiselamusel
Trad.Attack!
Liis Lemsalu Band
AS ja Beatrice
DJ Marek Tõlvare

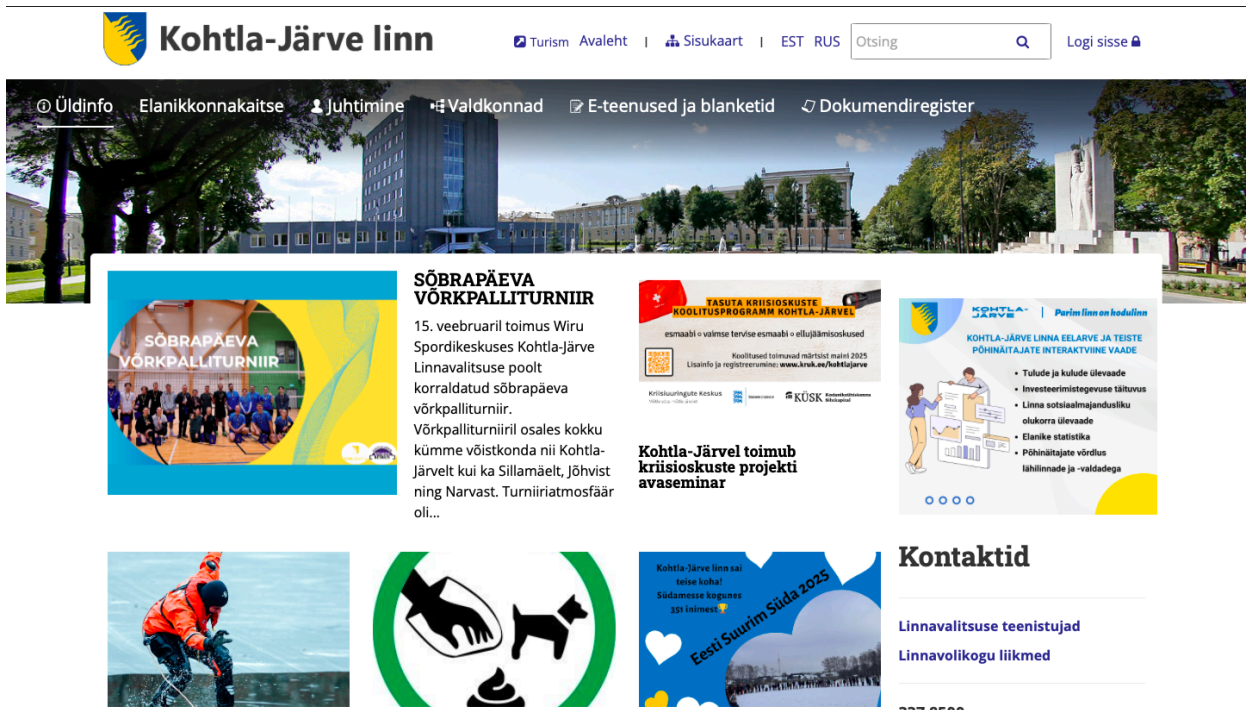
TUULEPARGI ERIPLANEERING

HAJAASUSTUSE PROGRAMM

KANDIDEERI NOORTE-VOLIKOKKU!
VALGA VALLA NOORTEVOLIKOKKU OOTAB LIIGI KANDIDEEREID!

Kuvatõmmis 14. Valga valla kodulehe tüpopraafiliselt kirju avaleht. *Allikas: Valga valla kodulehekülg.*

Omavalitsuse enesepresentatsiooni ja kodulehe ülesehitust mõjutab ka uudiste rubriigis kuvatav. Kõikide kodulehtede avalehtedel on uudiste rubriiki ühel või teisel kujul kuvatav. Viie omavalitsuse kodulehel koosneb uudiste rubriik vaid tekstist, 13-l tekstist ja fotost ning kahel tekstist ja kuulutusest. 59-l kodulehel on uudiste rubriigis kuvatav nii teksti, fotosid kui ka kuulutusi (N=79). Kuulutuste uudisterubriigis kuvamine tõstab tihti lehel kasutatud fontide arvu ning vähendab seetõttu kommunikatsiooni edastamise efektiivsust (vt Kuvatõmmis 15).



Kuvatõmmis 15. Kohtla-Järve linna kodulehe avalehel paiknev selgelt eristatav uudiste rubriik. Allikas: Kohtla-Järve linna kodulehekül.

Kodulehe visuaalset kommunikatsiooni mõjutavad ka portaalid, millele nad ülesse seatud on. OVP-d kasutavad viis, KOVTP-d 66 ja muid portaale kaheksa omavalitsust. Kui Lüganuse, Maardu ja Põhja-Pärnumaa kodulehed on sarnased variatsioonid KOVTP-st, siis Anja, Kastre ja Vinni kodulehed on püstitatud üksteisega võrreldes samale, kuid eelnevalt mainitute erinevale portaalile (vt Kuvatõmmis 16). Vormsi, Pärnu, Viimsi, Tallinna ja Keila omavalitsused on aga kõik ise omale veebilehed rajanud.

Uudised



Ettevõtlusstrateegia tutvustamine

Virtuaalne infohommik „Töötajate värbamine Eestist ja välismaalt“

Eesti Töötukassa Lääne-Virumaa osakond kutsub maakonna tööandjaid 27.02.2025 kell 10.00 – 12.00 virtuaalsele infohommikule,...

Maa- ja ruumiamet kutsub osalema hooldustööde riigihankel

Maa- ja Ruumiamet tellib riigimaade hooldustöid riigihanke korras. Tööde tellimiseks on riigihangete registrisse ülesse...

Kriisinfopunktid elektrikatkestuse korral

Spetsialistid on kinnitanud, et nädalavahetuse ümberlülitamisest ei saa tavaklient isegi aru ning oht, et...

Varjendite rajamine – vajalik investeering Eesti turvalisusesse

Viimasel ajal on palju arutletud kooskõlastamisel oleva eelnõu üle, mis näeb ette variandite rajamise

Kuvatõmmis 16. Anija ja Kastre valdadega sama platvormi kasutava Vinni valla kodulehe avaleht. *Allikas: Vinni valla kodulehekülg.*

Kuvatõmmis 16-lt on näha, et illustratiivne materjal ei toeta alati tüpograafilist materjali kõige paremini. Kujunduse analüütiliseks hindamiseks uurisin ma fotograafilise ja videograafilise materjali olemasolu, kvaliteeti ja esitusviisi. Kui 24 omavalitsuse kodulehe fotograafilise materjal oli kvaliteetne, siis 52-l leidus ka ebakvaliteetseid fotosid. Kolmelt kodulehelt fotod puudusid ja neljal oli neid kuvatud ka animeeritud fotogaleriis. Veateateid piltide asemel leidus kahel kodulehel (vt Kuvatõmmis 17). Videograafilist materjali oli kodulehel kujundusliku elemendina kasutanud neli omavalitsust, kuvades nendes volikogu istungeid või kohalikku elu tutvustavaid katkendeid.



Kuvatõmmis 17. Pilti asendav veateade Anija valla kodulehe avalehel. *Allikas: Anija valla kodulehekülg.*

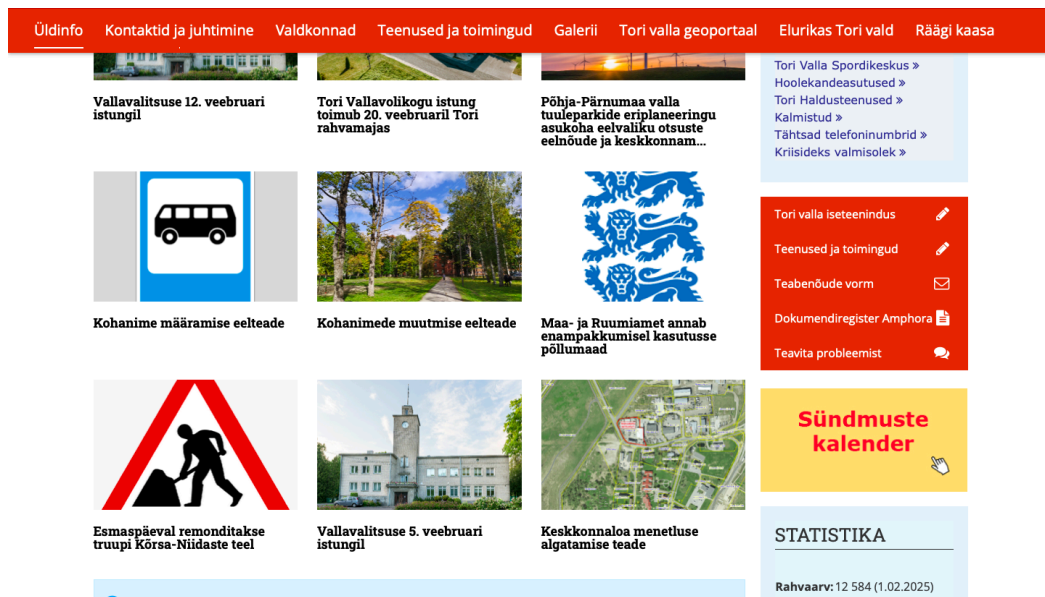
Kalendri omavalitsuse kodulehele lisamine võimaldab omavalitsusel oma sündmuseid turundada, hoides samaaegselt huvigruppe omavalitsuse aladel toimuvaga kursis. Analüüsi käigus uurisin peamiselt, kas toimuvad sündmused on lisatud omavalitsuse avalehele või tuleb toimuvaga kursis püsimiseks menüüs vastav valik teha. 59 omavalitsust oli avalehele lisanud eraldi sündmuste rubriigi, 46 omavalitsust oli selleks menüüsse vastava valiku lisanud ning neljal omavalitsusel polnud kumbagi kuvatud (vt Kuvatõmmis 18). Kui koduleht on visuaalselt piisavalt kirju, on mõistlik kalender paigutada menüüsse, kuid kui kodulehel muu illustratiivne materjal puudub, võib kalender heaks kujunduslikuks elemendiks olla.

Üldinfo	Kontaktid ja	Valdkonnad	Teenused ja	Kaardid	Kaitseväge teavitused	Ukraina teave	Külastajatele	Elanikkonnakaitse	Ligipääsetav teatis
Sündmused	Näitused	Huvilegevus							

K, 19.02		Tamsalu Kultuurimaja	DARTS nädalamängud
R, 21.02 18:00		Eesti Piiritusetööstuse Muuseum-Külastuskeskus	Vabariigi sünnipäev on MOES!
E, 24.02		Tamsalu	Eesti Vabariigi 107. aastapäev Tamsalu kandis
T, 25.02 16:00		Tapa kultuurikoda	Vooluga kaasa (Flow)
T, 25.02 18:00		Tapa kultuurikoda	Vooluga kaasa (Flow)
K, 26.02 18:00		Tamsalu	Vastlapäev Tamsalus
N, 27.02 19:00		Tamsalu Kultuurimaja	Nipernaaditalv Viimased etendused!
P, 9.03 16:00		Tamsalu kultuurimaja	Naistepäeva kontsert: NOORKUU

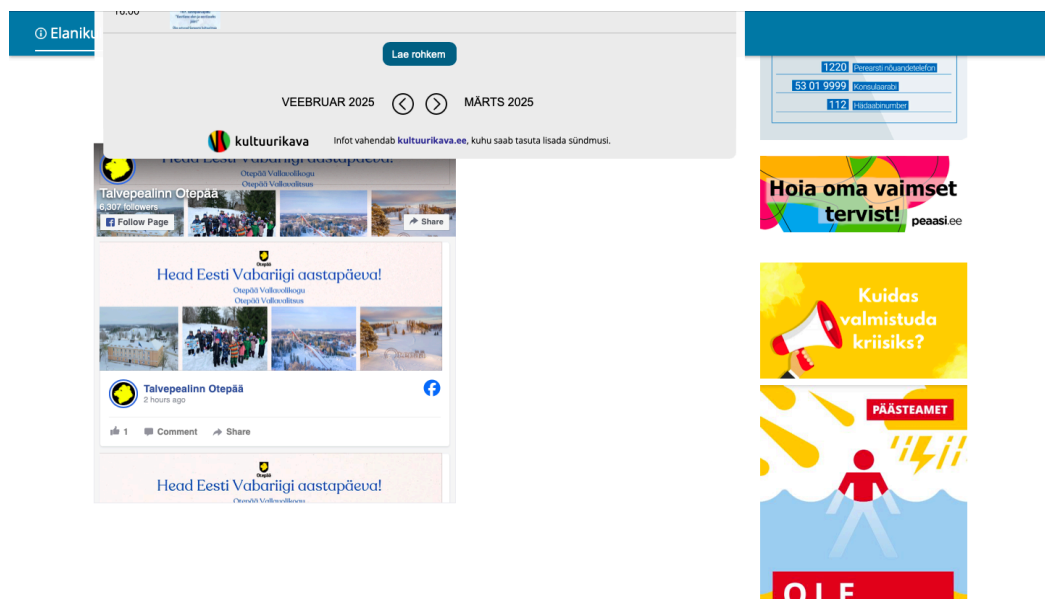
Kuvatõmmis 18. Sündmuskalender Tapa valla kodulehe avalehel. *Allikas: Tapa valla kodulehekülg.*

Värvipaletti poolest oleks kohalikel omavalitsustel kodulehe visuaalse terviklikkuse tagamiseks mõistlik kodulehe disainiks kasutada sümboolikaga kokku sobivaid põhivärve. Kõige tüüpilisemaks omavalitsuse kodulehe värviks on sinine (73). Kohalikud omavalitsused on oma kodulehtede eri osiste eristamiseks kasutanud ka punast (12), kollast või selle läikivat variatsiooni – kuldset (7), rohelist (26), oranži (5) ja halli (60) (N=79). Värvide kasutades tuleks eelistada sama värvi variatsioone mitmetele erinevatele värvidele, et koduleht selle külastajatele liigselt kirju ei näiks (vt Kuvatõmmis 19). Visuaalne kohesiivsus soodustab kommunikatsiooni efektiivset edastust.



Kuvatõmmis 19. Liigne värvide kasutus Tori valla kodulehe avalehel. *Allikas: Tori valla kodulehekülg.*

Kohalike omavalitsuste kodulehtede visuaalsest kommunikatsioonist tervikpildi saamiseks uurisin viimase aspektina, kuidas on neis valgeid alasid kasutatud. Valgeid alasid on ühtlaselt kasutatud 23-l, enam-vähem ühtlaselt kasutatud 29-l ning ebahühtlaselt kasutatud 27-l kodulehel. Ebahühtlast valgete alade kasutust leidis vaid KOVTP-dele rajatud kodulehtedel (vt Kuvatõmmis 20). Valgete alade kasutust hinnates tuleb kindlasti meeles hoida ka asjaolu, et nende suurus võib oleneda ka brauseriakna suurusel.

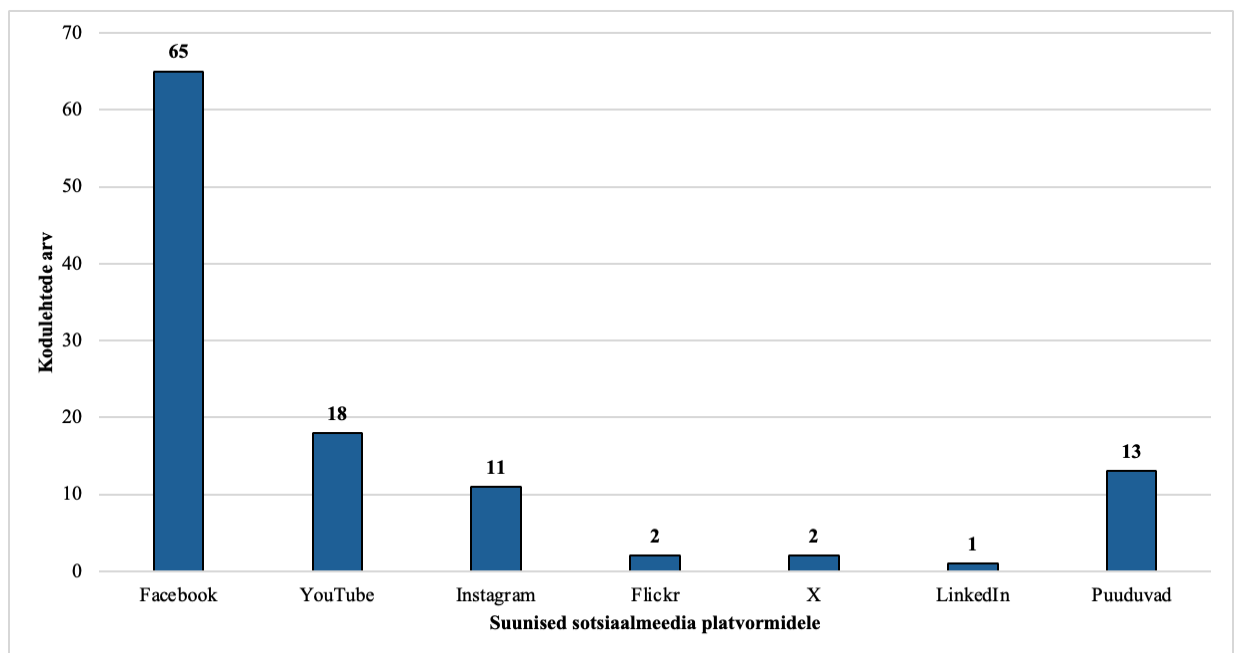


Kuvatõmmis 20. Ebahühtlane valgete alade kasutus Otepää valla kodulehe avalehel. *Allikas: Otepää valla kodulehekülg.*

Analüüsi käigus ilmnis ka asjaolu, et mõne omavalitsuse koduleht sobib mitmesse kategooriasse korraga. See on ka põhjus, mis mõni kategooria ületab analüüsitavate kodulehtede koguarvu (N=79). Näiteks kui omavalitsuse kaanefotol oli kuvatud mitmeid elemente, võis see mitmesse koodipuu alamkategooriatesse samaaegselt liigituda (vt Kuvatõmmis 11).

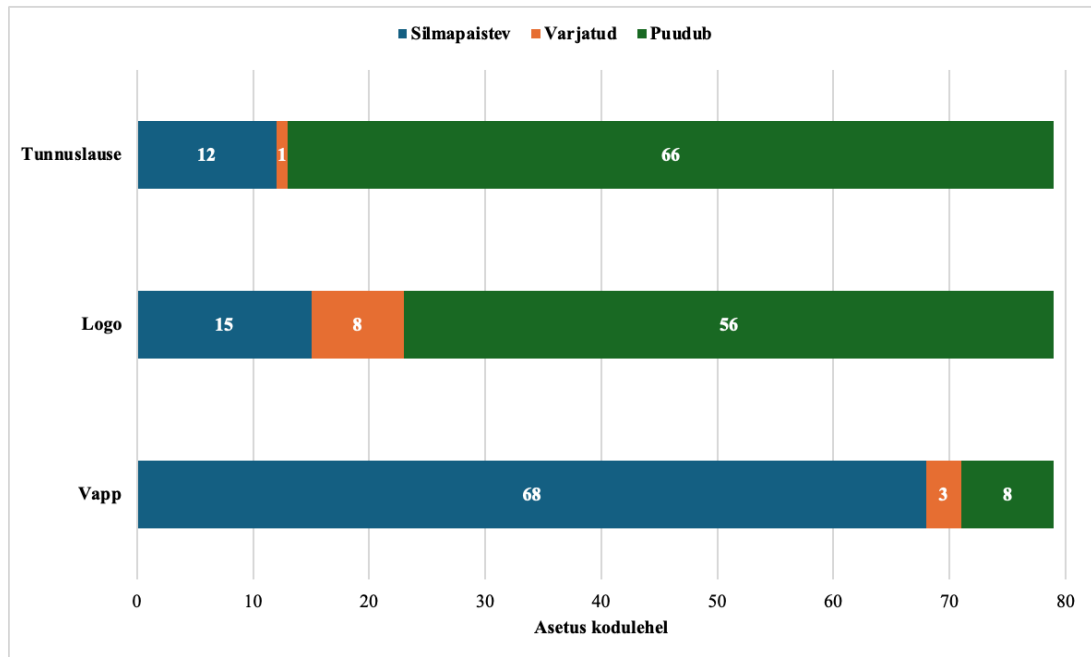
4.3 Silmatorkavad potentsiaalsed probleemid

Peamiseks kodulehe kasutusest tulenevaks potentsiaalseks probleemiks on teabele ligipääsmatus. See võib tuleneda keele valiku puudumisest (55), abivahendite arvust, erivajadustega (68) või huvigruppidega arvestamatusest ja sotsiaalmeediat mitte kasutamisest (13). Sotsiaalmeedia kasutus on osa huvigruppidega arvestamisest ja annab jälgijatele võimaluse omavalitsusega dialoogi astuda (vt Joonis 2).



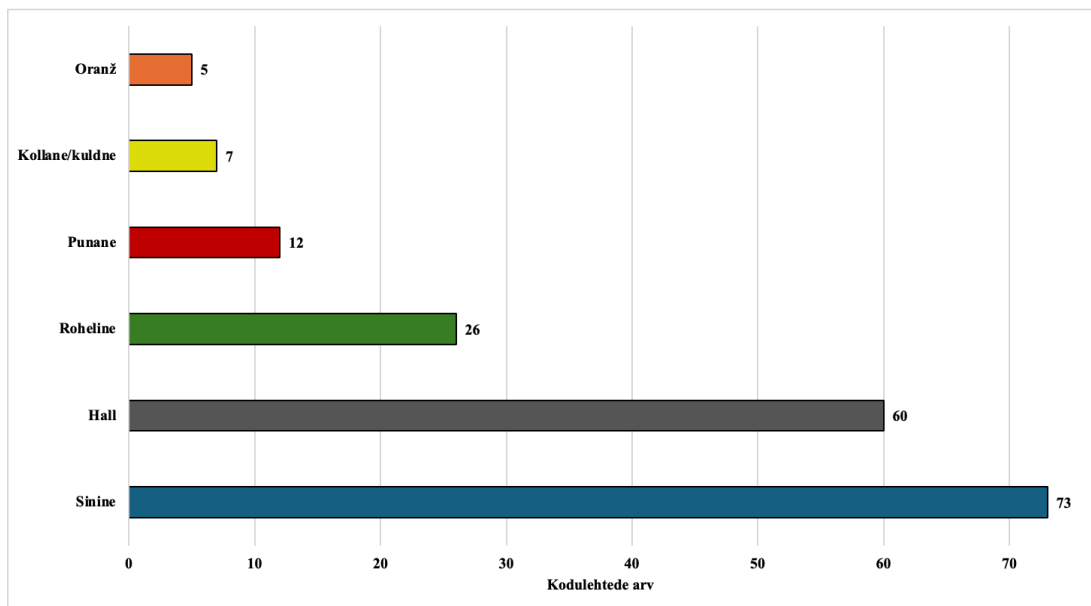
Joonis 2. Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel paiknevad sotsiaalmeedia suunised sotsiaalmeedia platvormide lõikes.

Potentsiaalseks probleemiks võib osutada ka väär enesepresentatsioon. Kodulehel võib enesepresentatsiooniga eksida vappi (8), logo (56) ja tunnuslauset (66) mitte kasutades või kasutades neid varjatud kujul (vt Joonis 3). Eksida võib ka kaanefotol kuvatuga, tutvustava statistika (19) või kontaktide kodulehele mitte lisamisega (1).



Joonis 3. Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel paiknev sümbolika nende asetuse prominentsuse lõikes.

Ka kodulehe ülesehitus võib kasutamisel potentsiaalseid probleeme tekitada. Kui kodulehe rubriigid on ebaproportsionaalselt paigutatud ja sobimatute toonidega (37), tüpograafiline materjal on kirju (50), uudiste rubriigis kuvatakse liigselt erineva disainiga kuulutusi ja illustratiivne materjal on ebakvaliteetne, muutub kasutajakogemus halvemaks. Joonisel 4 kujutasin kodulehtedel kasutatavaid põhivärve.



Joonis 4. Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtede avalehtedel paiknevad põhivärvid nende kasutussageduse lõikes kasutussageduse järgi kasvavas järjekorras.

Analüüsisist selgus ka see, et kalender võib häirida teiste rubriikide kasutatavust, värvipalett ei pruugi toetada omavalitsuse enesepresentatsiooni ja ebahühtlane valgete alade kasutus on visuaalses kommunikatsioonis müraks. Ka animeeritud pildigalleriid võivad kodulehe kasutamist raskendada, kui sinna lisatud fotod on suuruselt erinevad, sest nihutab kasutaja jaoks ekraanikuva iga teatud aja tagant edasi-tagasi. Siinkohal tuleb aga taas rõhutada, et selline probleem võib tuleneda ka brauseriakna suurusest – uuringu käigus vaadeldi Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtede avalehti täisekraanil.

5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Antud peatüki eesmärgiks on võtta kokku uurimistulemused. Olen otsustanud seda teha teoreetilisele raamistikule toetudes uurimisküsimustele vastates. Selline käsitlus annab põhjaliku ülevaate Eesti kohalike omavalitsuste visuaalse kommunikatsiooni hetkeolukorrast.

1) Informatiivsete, sümboolsete ja kujunduslike elementide kasutamine Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel

Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel kasutatakse informatiivseid elemente ennekõike huvigruppidele olulise teabe edastamiseks. Uuringust selgus millistele huvigruppidele on elementide kasutusega teabele ligipääs võimaldatud. Kuna riigikantselei (2021) andmetel peaks kommunikatsioonikanal edastama teavet huvigrupile omases keeles, saame uurimistulemustest järeldada, et Eesti KOV-ide kodulehtedel on teabele juurdepääs võimaldatud eesti, inglise, vene ja rootsi keelt kõnelevatele inimestele. Lawrencei ja Tavakoli (2007) ligipääsetavuse käsitluse järgi on Eesti KOV-ide kodulehtedel erivajadustega küll arvestatud, kuid mitte piisavalt.

Huvigruppide määratlemine on oluline samm sihtotstarbelise kommunikatsiooni arendamisel. Käesoleva töö tulemused sarnanevad enim Kuźniari ja Szopiński (2016) otsete ja kaudsete huvigruppide jaotusele. Kodulehtede menüüpunktide põhjal võib järeldada, et Eesti KOV-ide otsesteks huvigruppideks on kohalikud elanikud, samas kui kaudsete hulka kuuluvad külastajad, turistid, ettevõtjad ja tööotsijad.

Sotsiaalmeedia kasutamine täidab olulist rolli nii teabe jagamisel kui ka huvigruppidega suhtlemisel. Kuźniar ja Szopiński (2016) rõhutavad, et huvigrupid ei ole enam pelgalt passiivsed teabe tarbijad, vaid ootavad interaktiivsust. Lisaks sellele on sotsiaalmeedia rakendamine eriti oluline kriisikommunikatsioonis (Yates ja Paquette, 2011; Graham jt, 2015; Love jt, 2023; Lerouge jt, 2023). Eestis kasutavad KOV-id sotsiaalmeedia platvormidest enim *Facebooki*, kuid üksikuid omavalitsusi võib kohata ka teistel platvormidel. Vaatamata sellele on omavalitsuste peamisteks kommunikatsioonikanaliteks nende kodulehed, sest nad on seadustest tulenevalt kohustatud neid kasutama (ATS, 2010; KOKS, 2023).

Efektiivse kommunikatsiooni tagamiseks on oluline, et huvigrupid leiaksid vajaliku info kiiresti ja mugavalt (Goldbeck jt, 2010). Selle toetamiseks kasutatakse mitmesuguseid abivahendeid, nagu otsinguribasid, uudiste ja statistika rubriike ning informatsiooni valdkondlikku jaotust. Need täidavad ühtaegu nii informatiivseid kui ka kujunduslikke eesmärke, aidates kodulehe külastajal paremini navigeerida ning toetades kodulehe visuaalset struktuuri.

Sümboolsed elemendid, nagu vapid ja tunnuslaused, aitavad edastada kohalikke väärtusi ja traditsioone (Monnet, 2011). Uuringust selgus, et kõik Eesti kohalikud omavalitsused kasutavad neid elemente oma kodulehel. Eriti levinud on vappide kasutamine, samas kui OVP-le rajatud kodulehtedel on logo kasutamine keelatud (OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal, 2024). Karkin ja Janssen (2014) toovad esile, et sümboolsed elemendid võivad tugevdada kasutaja emotsionaalset sidet kohaliku omavalitsusega ja kujundada kuuluvustunnet.

Kodulehe värvilahendus on osa omavalitsuse enesepresentatsioonist ja kannab sageli sümboolset tähendust. Analüüsi tulemused näitavad, et omavalitsused eelistavad valdavalt rahulikke toone, nagu sinine ja hall, mis võivad sümboliseerida ametlikkust ja usaldusväärsust. Samas esineb ka erksamate toonide kasutust, millel võib olla seos näiteks loodussõbralikkuse (roheline) või identiteediga. Värvivalikud aitavad luua autoriteetsust ja tugevdada enesepresentatsiooni (Machlow, 2001). OVP-d kasutavad omavalitsused on suisa kohustatud värvi sümboolse elemendina kasutama (OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal, 2024).

Omavalitsused saavad oma identiteeti väljendada ka kodulehe kaanefotode kaudu. Need peaksid olema visuaalselt kvaliteetsed ja sisuliselt kooskõlas muu veebilehe sisuga (Beaird, 2020; Thorlacius, 2010). Eesti KOV-ide kodulehtede kaanefotodel kujutatakse enim loodust, droonivaateid asulatest ning piirkondlikku arhitektuuri, mis kannavad sümboolset tähendust ja tugevdavad piirkondlikku identiteeti. Lisaks sümboolsusele täidavad kaanefotod ka esteetilist ja kujunduslikku eesmärki.

Kujunduslikud elemendid on olulised visuaalse terviklikkuse saavutamiseks. Teoreetilise raamistiku põhjal mõjutavad kodulehe üldist visuaali eelkõige illustratiivne ja tüpograafiline materjal ning nende paigutus. Uuring näitas, et illustratiivse materjalina kasutatakse peamiselt fotosid, kuid nende kvaliteet on sageli ebapiisav, rikkudes Santose jt (2024) ja Agnolucci jt (2024) tehnilisi kvaliteedikriteeriume. Täielikult ebakvaliteetseid lehekülgi ei esinenud, kuid arenguruumi on märgatavalt.

Tüpopraafiliste elementide kasutus on samuti mitmetel juhtudel problemaatiline. Vähem kui pooltel kodulehtedel järgitakse Beairdi jt (2020), Inali jt (2022) ja OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjali (2024) soovitusi. Levinud vead hõlmavad liigsete fonditüüpide kasutamist, ebapiisavat kontrasti teksti ja tausta vahel ning läbivalt suurtähtede kasutust. Need probleemid mõjutavad negatiivselt lehe loetavust ja kasutajakogemust.

Lisakategooriana käsitleti uuringus valgete alade kasutust, mis mängib rolli visuaalse tasakaalu ja sisu eristatavuse loomisel. Tulemustest ilmnnes, et valgete alade kasutamine varieerub oluliselt – esineb nii ühtlaseid, enam-vähem ühtlaseid kui ka ebahütlaseid paigutusi. Seetõttu võib järeldada, et kõikidel platvormidel on potentsiaal saavutada visuaalne tasakaal osiste läbimõeldud paigutamiseega.

Sündmuskalenderid ja uudiste rubriike saab käsitleda nii informatiivsete, sümboolsete, kui ka kujunduslike elementidena. Kodulehed saavad neid osiseid kasutades Lee-Geilleri ja Lee (2019) ning Owen ja Humphrey (2009) sõnastatud rolle täita, sest need omavad kodulehtedel tihti silmapaistvat paigutust. Uudistele lisatud illustratiivne ja tüpopraafiline materjal mõjutavad uudiste rubriigi visuaalset terviklikkust. Uursin töös, millistest elementidest uudiste rubriigid koosnevad, et nende kvaliteeti hinnata. Enamasti kuvatakse Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtede avalehtedel tekstist, fotodest ja kuulutustest koosnevaid uudised.

Informatiivseid, sümboolseid ja kujunduslikke elemente, nagu sündmuskalendrid ja uudisterubriigid, saab käsitleda mitme funktsiooni täitjatena. Nad täidavad samaaegselt nii info edastamise kui ka kohaliku identiteedi väljendamise rolli, kujundades kasutajakogemust (Lee-Geiller ja Lee, 2019; Owen ja Humphrey, 2009). Uuring näitas, et uudisterubriigid sisaldavad enamasti tekste, fotosid ja kuulutusi. Visuaalse terviklikkuse saavutamiseks on oluline, et nende elementide kasutus oleks kooskõlas nii tüpopraafiliste kui illustratiivsete standarditega (Bonnardel jt, 2011).

Eesti kohalike omavalitsuse kodulehtedel kasutatakse informatiivseid, sümboolseid ja kujunduslikke elemente mitmete funktsioonide täitmiseks – alates kohustusliku teabe jagamisest kuni omavalitsuse enesepresentatsioonini. Kuigi potentsiaal kahesuunaliseks kommunikatsiooniks ja jagatud valitsuseks (Chun jt, 2010) on olemas, pärsib teatud kujunduslike ja informatiivsete elementide puudulik või ebahütlane kasutamine (nt sotsiaalmeedia suunised, ebahütlased valged alad) optimaalse kommunikatsiooniruumi loomist.

2) Kodulehe kasutusest tulenevad silmatorkavad potentsiaalsed probleemid

Kohalike omavalitsuste kodulehtede kasutamisel ilmneb ühe peamise probleemina kahesuunalise kommunikatsiooni puudumine või selle vähene rakendamine. Ehkki sotsiaalmeedia loob platvormi tagasiside andmiseks ja aruteluks, on KOV-ide ametlikud kodulehed e-riigi arengu kontekstis endiselt peamiselt ühesuunalised kommunikatsioonikanalid. Chun jt (2010) klassifikatsiooni järgi asuvad KOV-id e-riigi kolmandas faasis, kus suhtlus piirdub peamiselt informatsiooni avaldamisega.

McNutti (2008) hinnangul võib probleemiks olla ka KOV-ide suutmatus või tahtmatus sotsiaalmeediat suhtluskanalina kasutada. Selle tulemusena jääb huvigruppide kaasatus madalaks (Kuźniar ja Szopiński, 2016). Kuźniari ja Szopiński (2016) uuringust selgus, et vaid väike osa elanikkonnast tunneb huvi KOV-i sotsiaalmeedia sisu vastu. Selle võimalikuks põhjuseks võib olla sobimatu sõnumi seadmine või valede kanalite valik (Geaber, 1992). Sotsiaalmeedia on ka omavalitsuste kriisikommunikatsioonis tõhus vahend (Yates ja Paquette, 2011; Graham jt, 2015; Lovei jt, 2023). Mainekahju oht (McNutt, 2008) või puuduv ressurss sotsiaalmeedia haldamiseks võivad selle efektiivset rakendamist pärssida.

Lisaks kommunikatsioonile võib ka kodulehe visuaalne ja funktsionaalne ülesehitus takistada tõhusat teabevahetust. Näiteks võivad ebahühtlane valgete alade kasutamine vähendada loetavust ja muuta veebikeskkonna visuaalselt koormavaks. Samuti võib kodulehe ligipääsetavust vähendada see, kui kujunduses ei arvestata erinevate seadmete akna suurustega, mille tulemuseks on info moonutatud kuvamine. Visuaalselt liiga kirevaid fondid ja värvilahendused muudavad samuti kasutajamugavuse halvemaks (Beaird jt, 2020). Ligi poolte uuritud kodulehtede rubriigid ja sektsioonid on visuaalselt valguvad, mis võib tekitada segadust ja kodulehel navigeerimist raskendada (Cooper jt, 2014; Lima ja Gresse von Wangenheim, 2021).

Kujunduse kvaliteeti mõjutab negatiivselt ka madalakvaliteediliste fotode kasutamine, mis muudab veebilehe visuaalselt väsitavaks ja vähem professionaalseks (Beaird jt, 2020; Thorlacius, 2010). Samuti on leitud, et emotsionaalne ja identiteediline seos omavalitsusega jääb nõrgaks, kui kodulehtedel puuduvad selgelt eristuvad logod, motod või muud visuaalsed identifikaatorid (Karkin ja Janssen, 2014). Sellised elemendid aitaksid luua kasutajale meeldejäáva esmamulje ja tugevdada sidet kohaliku omavalitsusega.

KOKKUVÕTE

Käesolev bakalaureusetöö uuris visuaalse kommunikatsiooni rolli Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel, keskendudes avalehtede visuaalsele ülesehitusele ja elementide kasutusele. Töö peamine teaduslik panus seisneb arusaamas, et visuaalne ühtsus, ligipääsetavus ja läbimõeldud disain ei ole pelgalt esteetilised väärtused, vaid mõjutavad ka informatsiooni tarbimise tõhusust ning huvigruppide haaratust.

Töö tulemused näitavad, et enamik omavalitsusi ei kasuta ära kodulehe kahesuunalise kommunikatsioonikanali potentsiaali. Standardiseeritud kontentanalüüsi tulemused võivad aidata nii kohalikel omavalitsustel kui ka portaalidel (nt KOVTP-l) kodulehti teadlikumalt arendada, lähtudes näiteks huvigruppide vajadustest. Suuniste kasutusest saab järeldada, et omavalitsused kasutavad sotsiaalmeediat, kuid selle kommunikatsiooni tõhususe hindamiseks tuleks viia läbi jätkuuring.

Kodulehtedel on mitmeid kitsaskohti, sealhulgas tüpograafilise ja illustratiivse ühtsuse puudumine, mis võib vähendada kodulehtede usaldusväärsust ja loetavust. Samuti halvendab kasutajakogemust kujunduslike ja informatiivsete elementide ebaühtlane või puudulik kasutus. Valgete alade ebaühtlane kasutus, liigne fondikasutus ja personaliseeritud rubriikide üksluisus pärsivad kodulehtede visuaalset terviklikust ja kommunikatsiooni tõhusust.

Kuigi kodulehed on seadusest tulenevalt esmased teavituskanalid, jääb sisuline kaasamine neis sageli minimaalseks. Kodulehtede arendamisel tuleks mõelda ka sellele, kuidas kujunduse abil tugevdada nii kasutajakogemust kui ka kohalikku identiteeti. Hästi kujundatud koduleht ei ole pelgalt teabekandja, vaid peaks toimima ka osalus- ja suhtluskeskkonnana.

Töö eripära seisneb selles, et sarnaseid visuaalse kommunikatsiooni analüüse on Eesti kontekstis tehud vähe ja see loob potentsiaalseid jätku-uuringute võimalusi. Koostatud teoreetilist raamistikku saab rakendada ka rahvusvahelist avaliku sektori kodulehtede analüüsimisel. Töö valiidsust ja praktilist väärtust võiks tulevikus täiendada ka kvalitatiivse lähenemisega, kaasates näiteks IT-spetsialiste. Nende kogemused võivad vastata küsimustele, millele see töö vastata ei suutnud.

SUMMARY

This bachelor's thesis examined the role of visual communication on the websites of Estonian local governments, with a focus on the visual structure of the homepages and the use of design elements. The main academic contribution of the thesis lies in the understanding that visual coherence, accessibility, and thoughtful design are not merely aesthetic features but factors that directly influence the efficiency of information consumption and stakeholder engagement.

The results show that most municipalities do not fully utilize the potential of their websites as two-way communication channels. The findings from the standardized content analysis may help both local governments and platform providers (e.g., KOVTP) to develop their websites more consciously, based on the needs of stakeholders. References to social media suggests that municipalities use it, but to assess its communication effectiveness, further research is needed.

Several shortcomings were identified, including a lack of typographic and illustrative consistency, which may undermine the reliability and readability of websites. User experience is also negatively affected by inconsistent or insufficient use of design and informational elements. The uneven use of white space, excessive font variation, and the uniformity of personalized sections impair the visual integrity and communication effectiveness of these websites.

Although websites serve as the primary official communication channels as mandated by law, meaningful stakeholder engagement remains limited. When developing municipal websites, attention should also be given to how design can enhance both user experience and the sense of local identity. A well-designed website should not merely function as an information carrier but also as a participatory and interactive communication space.

The distinctiveness of this thesis lies in the fact that similar analyses of visual communication in the Estonian context are rare, which opens several avenues for future research. The theoretical framework developed in this study can also be applied to the analysis of international public sector websites. The validity and practical value of the research could be further enhanced by a qualitative approach in the future, for example, by involving IT specialists. Their experience could help answer questions that this study was unable to resolve.

KASUTATUD KIRJANDUS

Achilleos, A. (2015). *Ethical web design : An audit of municipality websites in Europe*. Magistritöö. Uppsala Ülikool, pedagoogika õppekava.

Agnolucci, L., Galteri, L., & Bertini, M. (2024). Quality-aware image-text alignment for real-world image quality assessment. *arXiv preprint*, 5(6). doi: 10.48550/arXiv.2403.11176

Alibašić, H. (2018). Identifying the internal and external stakeholders, the level of organizational and community engagement, and the target champions. *Sustainability and Resilience Planning for Local Governments: The Quadruple Bottom Line Strategy*, 33-43.

Al-Shbail, T. ja Aman, A. (2018). E-government and accountability: How to mitigate the disorders and dysfunctions of accountability relationships. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 12(2), 155-190. doi: 10.1108/TG-09-2017-0057/FULL/PDF

Armstrong, C., L. (2011). Providing a clearer view: An examination of transparency on local government websites. *Government Information Quarterly*, 28(1), 11-16. doi:10.1016/J.GIQ.2010.07.006

ATS (01.01.2010). *Riigi Teataja I*. Kasutatud 12.10.2024, <https://www.riigiteataja.ee/akt/13256729>

Bailey, R. (2019). *How Colors Affect Human Behavior*. Kasutatud 12.04.2025, <https://www.thoughtco.com/color-psychology-and-human-behavior-4151666>

Bauer, M. (2000). Classical content analysis: A review. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Eds.). *Qualitative researching with text, image, and sound: A practical handbook* (lk 131–151). London: Sage.

Beaird, J., George, J. ja Walker, A. (2020). *The Principles of Beautiful Web Design, 4th Edition*. Fitzroy: SitePoint.

Bekkers, V. ja Moody, R. (2011). Visual events and electronic government: What do pictures mean in digital government for citizen relations? *Government Information Quarterly*, 28(4), 457-465. doi: 10.1016/J.GIQ.2010.10.006

- Berelson, B. (1954). Content Analysis. G. Lindzey (Toim), *Handbook of Social Psychology. Vol. 1: Theory and Method* (lk 488–522). Cambridge: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Bonnardel, N., Piolat, A. ja Le Bigot, L. (2011). The impact of colour on Website appeal and users' cognitive processes. *Displays*, 32, 69-80. doi: 10.1016/j.displa.2010.12.002.
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S. ja Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29(2), 123-132. doi: 10.1016/J.GIQ.2011.10.001
- Cegarra-Navarro, J-G., Pachon, J. R., Cegarra, J. L. (2012). E-government and citizen's engagement with local affairs through e-websites: The case of Spanish municipalities. *International Journal of Information Management*, 32(5), 469-478. doi: 10.1016/J.IJINFOMGT.2012.02.008
- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., ja Noessel, C. (2014). *About face: The essentials of interaction design*. Indianapolis: John Wiley & Sons.
- Csontos, B. ja Heckl, I. (2021). Accessibility, usability, and security evaluation of Hungarian government websites. *Universal Access in the Information Society*, 20(1), 139-156. doi: 10.1007/S10209-020-00716-9/FIGURES/6
- Denhardt, R. B., Denhardt, J. V. ja Blanc, T. A. (2014: 371). *Public Administration: An Action Orientation*. Ameerika Ühendriik: Wadsworth Cengage Learning.
- Ebbers, W. E., Jansen, M. G. ja van Deursen, A. J. (2016). Impact of the digital divide on e-government: expanding from channel choice to channel usage. *Government Information Quarterly*, 33(4), 685-692. doi: 10.1016/J.GIQ.2016.08.007
- ELVL kodulehekülg. (2024). *Veebilehed - OVP*. Kasutatud 29.12.2024, <https://www.elvl.ee/tegevussuunad-ja-valdkonnad/ikt-koordineerimine/veebilehed-ovp>
- ELVL kodulehekülg. (2025). *Elanike arv kohalike omavalitsuste kaupa*. Kasutatud 15.02.2025, <https://www.elvl.ee/elanike-arv>
- Evans-Cowley, J. S. (2006). The Accessibility of Municipal Government Websites. *Journal of E-Government*, 2(2), 75-90. doi: 10.1300/J399v02n02_05
- Fan, B. ja Luo, J. (2014). Benchmarking scale of e-government stage in Chinese municipalities from government chief information officers' perspective. *Information Systems and e-Business Management*, 12(2), 259-284. doi: 10.1007/S10257-013-0225-0/TABLES/12

- Friedman, A. L. ja Miles, S., (2006). Who are stakeholders?. Friedman, A. L. ja Miles, S. (toim), *Stakeholders* (lk 13–15). Oxford University Press.
- Flynn, N. (1990). Service design and customer orientation. N. Flynn (toim), *4th edition Public Sector Management* (lk 189–205). Pearson Education Limited.
- Golbeck, J., Grimes, J. M. ja Rogers, A. (2010). Twitter use by the U.S. Congress. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(8), 1612-1621. doi:10.1002/asi.21344
- Graham, M. W., Avery, E. J. ja Park, S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. *Public Relations Review*, 41(3), 386-394. doi: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.02.001>.
- Hauranmäki, A. ja Oksanen, K. (2018). Digital Platforms for Restructuring the Public Sector. *Translational Systems Sciences*, 11(1), 91-108. doi: 10.1007/978-981-10-8956-5_5
- Hofmann, S., Beverungen, D., Räckers, M. ja Becker, J. (2013). What makes local governments' online communications successful? Insights from a multi-method analysis of Facebook. *Government Information Quarterly*, 30(4), 387-396. doi: 10.1016/J.GIQ.2013.05.013
- Holmes, D. (2001). *eGov: E-business strategies for government*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Ibrahim, N. (2018). Persuasive visual design model for website design. Doktoritöö. Murdoch University, filosoofia õppekava.
- Inal, Y., Mishra, D. ja Torkildsby, A. B. (2022). An Analysis of Web Content Accessibility of Municipality Websites for People with Disabilities in Norway: Web Accessibility of Norwegian Municipality Websites. *NordiCHI '22: Nordic Human-Computer Interaction Conference*, 65. artikkel. doi: 10.1145/3546155.3547272
- Jonauskaite, D., Wicker, J., Mohr, C., Dael, N., Havelka, J., Papadatou-Pastou, M., ... ja Oberfeld, D. (2019). A machine learning approach to quantify the specificity of colour–emotion associations and their cultural differences. *Royal Society open science*, 6(9), 190741. doi: <https://doi.org/10.1098/rsos.190741>
- Kalmus, V. (2015). Standardiseeritud kontentanalüüs. Kasutatud 27.12.24, <http://samm.ut.ee/kontentanalyyis>

- Karkin, N. ja Janssen, M. (2014). Evaluating websites from public value perspective: A review of Turkish local government websites. *International Journal of Information Management*, 34(3), 351-363. doi: 10.1016/J.IJINFOMGT.2013.11.004
- Kataster kodulehekülg. (2024). *Statistika*. Kasutatud 15.02.2025, <https://kataster.ee/avaandmed/statistika>
- KOKS (01.07.2023). *Riigi Teataja I*. Kasutatud 03.01.2025, <https://www.riigiteataja.ee/akt/KOKS>
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. California: Sage.
- Kuźniar, W. ja Szopiński, W. (2016). The use of social media by local government units to communicate with stakeholders. *Social inequalities and Economic Growth*, 45(1), 247-254. doi: 10.15584/nsawg.2016.1.25
- Lawrence, D. ja Tavakol, S. (2007). *Balanced Website Design: Optimising Aesthetics, Usability and Purpose*. London: Springer.
- Lee-Geiller, S. ja Lee, T. (2019). Using government websites to enhance democratic E-governance: A conceptual model for evaluation. *Government Information Quarterly*, 36(2), 208-225. doi: 10.1016/J.GIQ.2019.01.003
- Lerouge, R., Diaz Lema, M. ja Arnaboldi, M. (2023). The role played by government communication on the level of public fear in social media: An investigation into the Covid-19 crisis in Italy. *Government Information Quarterly*, 40(2). doi: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101798>.
- Lima, A. L. de S., & Gresse von Wangenheim, C. (2021). Assessing the Visual Esthetics of User Interfaces: A Ten-Year Systematic Mapping. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 38(2), 144–164. <https://doi.org/10.1080/10447318.2021.1926118>
- Liu, Q., Tan, C. C., Wu, J. ja Wang, G. (2012). Efficient information retrieval for ranked queries in cost-effective cloud environments. *IEEE INFOCOM*, 2581-2585. doi: 10.1109/INFCOM.2012.6195657
- Liu, Z. (2020). The Dynamic Effect of Visual Communication in Web Design and its Technical Realization. *Computer-Aided Design & Applications*, 17(S2), 78-88. doi: 10.14733/cadaps.2020.S2.78-88

- Love, R., Darics, E. ja Palmieri, R. (2023). Engaging the public: English local government organisations' social media communications during the COVID-19 pandemic. *Applied Corpus Linguistics*, 3(3). doi: <https://doi.org/10.1016/j.acorp.2023.100060>.
- Machalow, R. (2001). Government information on the web. *Reference Librarian*, 35(74), 165-175. doi: 10.1300/J120V35N74_10
- Marques, P., Bernardo, M., Presas, P. and Simon, A. (2020). Corporate social responsibility in a local subsidiary: internal and external stakeholders' power. *EuroMed Journal of Business*, 15(3), 377-393. doi: <https://doi.org/10.1108/EMJB-01-2019-0013>
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung/ Forum: Qualitative Social Research*, 1(2). doi: 10.17169/FQS-1.2.1089
- McMillan, S. J. (2000). The Microscope and the Moving Target: The Challenge of Applying Content Analysis to the World Wide Web. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(1), 80-98. doi: 10.1177/107769900007700107
- Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327-334. doi: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.015>
- Meyer, D. Z. ja Avery, L. M. (2008). Excel as a Qualitative Data Analysis Tool. *Field Methods*, 21(1), 91-112. doi: 10.1177/1525822X08323985
- Monnet, J. (2011). The symbolism of place: A geography of relationships between space, power and identity. *Cybergeo: European Journal of Geography*. doi: 10.4000/CYBERGEO.24747
- Moon, M. J. (2002). The evolution of e-government among municipalities: Rhetoric or reality? *Public Administration Review*, 62(4), 424-433. doi: 10.1111/0033-3352.00196
- Moon, M. J. ja Norris, D. F. (2005). Does managerial orientation matter? The adoption of reinventing government and e-government at the municipal level. *Info Systems Journal*, 15(1), 43-60. doi: 10.1111/j.1365-2575.2005.00185.x
- Noorbehbahani, F. (2017). Analyzing Users' Preferred Color On Websites Based On Demographic Features. *3th International Conference on Web Research*. Doi: 10.1109/ICWR.2017.7959320.

- Osborne, S., P. (2020). Public Service Logic - Creating Value for Public Service Users, Citizens, and Society Through Public Service Delivery. *Routledge Critical Studies in Public Management*. Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9781003009153>
- OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal (2024). Kasutatud 02.05.2025, <https://www.elvl.ee/sites/default/files/documents/2024-01/Sisutoimetajate%20juhendmaterjal%20-%20Rethink.pdf>
- Owen, R. ja Humphrey, P. (2009). The structure of online marketing communication channels. *Journal of Management and Marketing Research*, 4(1), 54-62. Kasutatud 15.12.2024, https://www.halklailiskiler.com/pdf/The-structure-of-online-marketing-communication-channels_1306308797.pdf
- Papsdorf, C. (2015). How the Internet automates communication. *Information, Communication & Society*, 18(9), 991-1005. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1008539
- Pravossoudovitch, K., Cury, F., Young, S. G., ja Elliot, A. J. (2014). Is red the colour of danger? Testing an implicit red–danger association. *Ergonomics*, 57(4), 503-510. doi: <https://doi.org/10.1080/00140139.2014.889220>
- Punsongserm, R., & Suvakunta, P. (2024). Enhancing Accessibility through Typography in Thai Government Mobile Applications: Identifying Issues and Recommending Inclusive Guidelines for Typefaces, Type Sizes, and Color Contrast. *Archives of Design Research*, 37(2), 25-57. doi: 10.15187/adr.2024.05.37.2.25
- Regionaal- ja põllumajandusministeeriumi kodulehekülg. (2023). *Kohalikud omavalitsused*. Kasutatud 15.02.2025, [https://agri.ee/regionaalareng-uhistransport/kohalikud-omavalitsused#eesti-haldusjaotuse-](https://agri.ee/regionaalareng-uhistransport/kohalikud-omavalitsused#eesti-haldusjaotuse)
- Reinecke, K., Yeh, T., Miratrix, L., Mardiko, R., Zhao, Y., Liu, J. ja Gajos, K. (2013). Predicting Users' First Impressions of Website Aesthetics With a Quantification of Perceived Visual Complexity and Colorfulness. *CHI '13: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2049-2058. doi: 10.1145/2470654.2481281
- RIA (2013). *Avaliku sektori veebilehtede vastavus WCAG 2.0 nõuetele 2013. aastal*. Kasutatud 14.05.2025, <https://www.ria.ee/sites/default/files/documents/2022-11/Avaliku-sektori-veebilehtede-vastavus-WCAG-2.0-nouetele-2013.pdf>

- Riigi Infosüsteemi Haldussüsteemi kodulehekülg. (2020). *KOHALIKU OMAVALITSUSE TEENUSPORTAAL (KOVTP)*. Kasutatud 06.01.2025, <https://www.riha.ee/Infos%C3%BCsteemid/Vaata/KOVTP>
- Riigikantselei kodulehekülg. (2021). *Asjakohased kommunikatsioonikanalid ja -formaadid*. Kasutatud 12.12.2024, <https://www.riigikantselei.ee/valitsuse-too-planeerimine-ja-korraldamine/valitsuskommunikatsioon/suhtluskanalid>
- Riigiportaal. (2024). *Kohalikud omavalitsused*. Kasutatud 25.12.2024, <https://www.eesti.ee/eraisik/et/artikkel/eesti-vabariik/kohalikud-omavalitsused>
- Rowley, J. (2011). e-Government stakeholders—Who are they and what do they want? *International Journal of Information Management*, 31(1), 53-62. doi: 10.1016/J.IJINFOMGT.2010.05.005
- Santos, I., Casal, M. A., Correia, J., Torrente-Patiño, Á., Machado, P., ja Romero, J. (2024). Towards Robust Evaluation of Aesthetic and Photographic Quality Metrics: Insights from a Comprehensive Dataset. *Complexity*, 2024(1), 8223586. doi: <https://doi.org/10.1155/2024/8223586>
- Sapat, A. (2004). Devolution and Innovation: The Adoption of State Environmental Policy Innovations by Administrative Agencies. *Public Administration Review*, 64(2), 141-151. doi: 10.1111/j.1540-6210.2004.00356.x
- Shi, Y. (2007). The accessibility of Chinese local government Web sites: An exploratory study. *Government Information Quarterly*, 24(2), 377-403. doi: 10.1016/J.GIQ.2006.05.004
- Singh, N. ja Srivastava, S. K. (2011). Impact of Colors on the Psychology of Marketing – A Comprehensive over View. *Management and Labour Studies*, 36(2), 199-209. <https://doi.org/10.1177/0258042X1103600206>
- Singleton, R., Jr., Straits, B. C., Straits, M. M., ja McAllister, R. J. (1988). *Approaches to social research*. Oxford: Oxford University Press.
- Siseministeerium. (2004). *Praktilisi nõuandeid: kodanike ja kodanikeühenduste kaasamine kohaliku omavalitsuse töösse*. Tallinn: Siseministeerium.
- Syarief, A., Budiwaspada, A., Irfansyah, I. ja Mustikadara, I. (2009). Design Issues and Information Contents of provincial Government Websites of Indonesia: A Content Analysis on

- Visual Messages. *ITB Journal of Visual Art and Design*, 3(2), 103-114. doi: 10.5614/ITBJ.VAD.2009.3.2.1
- Šifta, M. (2016). Graphic symbols and local identity: the case of use and perception of municipal emblems in the Liberec Region (Czechia). *Geografisk Tidsskrift - Danish Journal of Geography*, 116(2), 147-158. doi: 10.1080/00167223.2016.1188021
- Thorlacius, L. (2010). Visual Communication in Web Design – Analyzing Visual Communication in Web Design. J. Hunsinger, L. Klastrup, M. Allen (toim), *International Handbook of Internet Research* (lk 455-476). Holland: Springer.
- Tooming, M. (2019). Enamik riigiasutuste veebilehtedest ei vasta nõuetele. *ERR*, 9. august. Kasutatud 26.12.2024, <https://www.err.ee/969040/enamik-riigiasutuste-veebilehtedest-ei-vasta-nouetele>
- Viita-Neuhaus, A. (2024). MAHAVISATUD RAHA } Omavalitsustele tehtud uus ja kallis veebikeskkond seisab jõude. *Postimees*, 18. oktoober. Kasutatud 17.12.2024, <https://www.postimees.ee/8117288/mahavisatud-raha-omavalitsustele-tehtud-uus-ja-kallis-veebi-keskkond-seisab-joude>
- Wang, T., Shu, S., ja Mo, L. (2014). Blue or red? The effects of colour on the emotions of Chinese people. *Asian Journal of Social Psychology*, 17(2), 152-158. doi: <https://doi.org/10.1111/ajsp.12050>
- Weber, R. P. (2004). Content Analysis. C. Seale (toim), *Social Research Methods: A reader* (lk 117-124). London: Routledge.
- Yates, D. ja Paquette, S. (2011). Emergency Knowledge Management on Social Media Technologies: A Case Study of the 2010 Haitian Earthquake. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 31(1), 6-13. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2010.10.001
- Yavuz, N. ja Welch, E. (2014). Factors affecting openness of local government websites: Examining the differences across planning, finance and police departments. *Government Information Quarterly*, 31(4), 574-583. doi: 10.1016/J.GIQ.2014.07.004
- Youngblood, N. E. ja Mackiewicz, J. (2012). A usability analysis of municipal government website home pages in Alabama. *Government Information Quarterly*, 29(4), 582-588. doi: 10.1016/J.GIQ.2011.12.010

LISAD

Lisa 1. Kodeerimisjuhend

Kontentanalüüsi kodeerimisjuhend: Visuaalne kommunikatsioon Eesti kohalike omavalitsuste kodulehtedel

A. KOHALIKU OMAVALITSUSE ÜLDINFORMATSIOON			
Alakategooria	Nr	Kood	Allikas
A1 – Kohaliku omavalitsuse maakondlik kuuluvus	1	Harjumaa	Regionaal- ja põllumajandusministeeriumi kodulehekülg (2023)
	2	Hiiumaa	
	3	Ida-Virumaa	
	4	Jõgevamaa	
	5	Järvamaa	
	6	Läänemaa	
	7	Lääne-Virumaa	
	8	Põlvamaa	
	9	Pärnumaa	
	10	Raplamaa	
	11	Saaremaa	
	12	Tartumaa	
	13	Valgamaa	
	14	Viljandimaa	
	15	Võrumaa	
A2 – Kohaliku omavalitsuse tüüp	1	Linnavalitsus	Regionaal- ja põllumajandusministeeriumi kodulehekülg (2023)
	2	Vallavalitsus	
A3 – Kohaliku omavalitsuse pindala	1	Alla 400 km ²	Kataster kodulehekülg (2024)
	2	400 – 700 km ²	
	3	Üle 700 km ²	
A4 – Kohaliku omavalitsuse elanike arv	1	Alla 5 000 elaniku	ELVL kodulehekülg (2025)
	2	5 000 – 11 000 elanikku	
	3	Üle 11 000 elaniku	

B. KOHALIKU OMAVALITSUSE KODULEHE LIGIPÄÄSETAVUS			
Alakategooria	Nr	Kood	Allikas
B1 – Keelte valik kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel	1	Vene keele valik	Riigikantselei (2022)
	2	Inglise keele valik	
	3	Muu keele valik	
	4	Keele valimise võimalus puudub	
B2 – Abivahendid kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel	1	Otsinguriba	Hauranmäki ja Oksanen (2018) Goldbeck (2010) Shi (2007)
	2	Uudised	
	3	Statistika	
	4	Valdkonnad	
	5	Abivahendid puuduvad	
B3 – Sotsiaalmeedia suunised kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel	1	Facebook	Bonsón jt (2012) Hofman jt (2013) Kuźniar ja Szopiński (2016)
	2	X	
	3	Instagram	
	4	Youtube	
	5	LinkedIn	
	6	Muu	
	7	Sotsiaalmeedia suunised puuduvad	
B4 – Erivajadustega arvestamine kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel	1	Selge arvestamine	Evans-Cowley (2006) Achilleos (2015)
	2	Selge arvestus puudub	
B5 – Huvigruppidele suunatud rubriigid kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel	1	Külastajale	Kuźniar ja Szopiński (2016), Owen ja Humphrey (2009)
	2	Turism	
	3	Ettevõtjale	
	4	Tööpakkumised	
	5	Elanikule	
	6	Muu	

C. KOHALIKU OMAVALITSUSE IDENTITEET KODULEHE AVALEHEL			
Alakategooria	Nr	Kood	Allikas
C1 – Vapi asetus kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel	1	Silmapaistev	Monnet (2011) Šifta (2016) Karkin ja Janssen (2014)
	2	Varjatud	
	3	Vapp puudub avalehelt	
C2 – Logo asetus kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel	1	Silmapaistev	Monnet (2011) Šifta (2016) Karkin ja Janssen (2014)
	2	Varjatud	
	3	Logo puudub avalehelt	
C3 – Tunnuslause asetus kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel	1	Silmapaistev	Monnet (2011) Šifta (2016) Karkin ja Janssen (2014)
	2	Varjatud	
	3	Tunnuslause puudub avalehelt	
C4 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehe kaanefotol kuvatu	1	Arhidektuur	Monnet (2011) Šifta (2016) Karkin ja Janssen (2014)
	2	Loodus (loomad, taimed, vesi)	
	3	Droonifoto asulast	
	4	Inimesed	
	5	Muu	
	6	Kaanefoto puudub avalehelt	
C5 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel paiknev statistiline informatsioon	1	Rahvaarv	Goldbeck (2010)
	2	Pindala	
	3	Koolide arv	
	4	Lasteaedade arv	
	5	Huvikoolide arv	
	6	Omavalitsuse suurim asula	
	7	Statistika puudub avalehelt	
C6 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel paiknev kontaktinformatsioon	1	Integreeritud tagasiside	Chun jt (2010) Yavuz ja Welch (2014)
	2	E-mail	
	3	Telefoni number	
	4	Omavalitsuse aadress	
	5	Eraldi lahtrina	
	6	Puudub avalehelt	

D. KOHALIKU OMAVALITSUSE KODULEHE DISAIN			
Alakategooria	Nr	Kood	Allikas
D1 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehe illustratiivne terviklikkus	1	Eristatav / sarnased	Bonnardel (2011); Cooper jt (2014); Lima ja Gresse von Wangenheim (2021)
	2	Valguv / kirju	
D2 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehe tüpograafiline materjal	1	Ühtlane	Beird (2020); Punsongserm jt (2024); Lawrence ja Tavakol (2007)
	2	Kirju	
D3 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehel paiknev uudiste rubriik	1	Tekst	Beird (2020) Lawrence ja Tavakol (2007)
	2	Tekst ja foto	
	3	Tekst ja kuulutus	
	4	Tekst, foto ja kuulutus	
	5	Uudiste rubriik puudub	
D4 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe portaal	1	KOVTP	ELVL kodulehekülg (2024) Tooming (2019) Viita-Neuhaus (2024)
	2	OVP	
	3	Muu	
D5 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehe illustratiivne materjal	1	Kõik fotod kvaliteetsed	Santos jt (2024) Agnolucci jt (2024)
	2	Leidub ka ebakvaliteetseid	
	3	Fotod puuduvad	
	4	Animeeritud pildigallerii	
	5	Videod	
	6	Veateade foto asemel	
D6 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehe sündmuskalendri paigutus	1	Avalehel	Beird (2020) Punsongserm jt (2024) Lawrence ja Tavakol (2007)
	2	Menüüs	
	3	Puudub	
D7 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe avalehe värvipalett	1	Sinine	Singh ja Srivastava (2011); Bailey (2019); Noorbehbahan (2017); Kondratova ja Goldfarb (2007); Jonauskaite jt (2019); Wang jt (2014); Pravossoudovitch jt (2014); OVP Sisu tootmise ja toimetamise juhendmaterjal (2024)
	2	Punane	
	3	Kollane / kuldne	
	4	Roheline	
	5	Oranž	
	6	Hall	
D8 – Kohaliku omavalitsuse kodulehe valgete alade kasutus	1	Ühtlane kasutus	Beird (2020)
	2	Enam-vähem ühtlane kasutus	
	3	Ebaühtlane kasutus	

Lisa 2. Lihtlitsents lõputöö elektrooniliseks avaldamiseks

Mina, Kevin Vahemets ,
(*autori nimi*)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose

Visuaalne kommunikatsioon Eesti kohalike omavalitsuste
kodulehtedel

(*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja(d) on Mari-Liis Tikerperi ja Kertu-Kätlin Käis ,
(*juhendaja nimi*)

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada Tartu Ülikooli digitaalarhiivi kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;

2. annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;
3. olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;
4. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Kevin Vahemets

22.04.2025