

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste Instituut
Infokorralduse eriala

Janek Haar

**Eesti- ja venekeelsete ajateenijate meediatarbimise seos väärinfo
tuvastamisega**

Lõputöö

Juhendaja: TÜ empiirilise sotsioloogia
professor Kairi Kasearu, PhD

Tartu 2021

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. MEEDIA OLULISUS ÜHISKONNAS	6
2. MÕISTETE RAAMISTIK JA VARASEMAD UURINGUD	9
2.1 Mõisted	9
2.2 Varasemad uuringud	12
3. UURIMUSPROBLEEMI TUTVUSTUS	14
3.1 Uurimuse taust	14
3.2 Uurimusküsimused.....	15
4. METOODIKA.....	16
4.1 Andmete kogumine	16
4.2 Uurimuse valim ja meetod	17
4.3 Töös kasutatavad tunnused	19
5. ANDMETE ANALÜÜS JA TULEMUSED	20
5.1 Valimi statistiline taust	20
5.2 Meediatarbimise profiil.....	21
5.3 Meedia usaldusväarsuse ja Kaitsevæ maine seosed.....	26
5.4 Valeinfo äratundmine.....	28
6. ARUTELU	33
KOKKUVÕTE	40
SUMMARY	41
KASUTATUD KIRJANDUS	43
LISAD	49
LISA 1 Küsitlusankeedi tutvustav osa ja uurimustöös kasutatud küsimuste plokid	49
LISA 2 Kanali usaldusväarsuse seos Kaitsevæ mainega	57
LISA 3 Uudiste usaldusväarsust tagavate tegurite tabel.....	58

SISSEJUHATUS

Eesti Vabariigis reguleerib kaitseväeteenistuskohustust Kaitseväeteenistuse seadus, millega sätestatakse kaitseväekohustuse subjektid ning määratakse Eesti Vabariigi kodaniku kohustus osaleda riigikaitstes. Kaitseväeteenistuse seaduse §3 lõige 3 määratlusega on kutsealused meessoost noored vanuses 17-27 eluaastat ning sama seaduse §5 lõige 2 võimaldab vabatahtlikuna kaitseväeteenistuses osaleda ka naissoost Eesti Vabariigi kodanikel (Kaitseväeteenistuse..., 2012).

Ajateenijad moodustavad sotsiaalse grupi, keda ajateenistuse jooksul õpetatakse jagama ühiseid väärtusi ja hoiakuid. Need saavad küll peamiselt alguse kodust ja ühiskonnast, aga Kaitsevägi kui organisatsioon saab nende kujunemist omalt poolt suunata. Palju on näiteid hoiakute ja väärtushinnangute lahususest, kus teadmatusest või teadlikult on juhtunud intsidente, mis heidavad halba valgust nii Kaitseväe mainele kui ka ajateenistusele ning mis tihti annavad alust valeuudiste levikuks või meedia manipulatsioonideks. Ilmekas oli juhtum, kus kaitseväelane poseeris sotsiaalmeedias vormis olles *Georgi* lindiga ning Kaitseväel oli vajadus teenistujale selgitada sümbolite ajaloolisi tähendusi. Seda juhtumit kajastas teiste hulgas ka ajaleht Postimees (Reisenbuk, 2017).

Probleem on tegelikult laiapõhjalisem, sest näiteks valeuudiste ja meediamanipulatsioonidega kaasnevatest ohtudest on uuringu põhjal Euroopa Liidus kõige vähem kriitiline just Eesti elanikkond. Sellise uuringu viis Euroopa Komisjoni tellimusel läbi Kantar TNS 2018. aasta alguses. Eesti inimesed puutuvad nende endi arvates valeuudistega kokku palju harvem kui keskmine eurooplane ning ligi kaks kolmandikku küsitletutest on veendunud, et suudavad valeuudised iseseisvalt ka tuvastada. Kokku küsitleti selle uuringu raames enam kui 26 000 inimest (Euroopa..., 2018).

Väga agressiivselt selles vallas opereerib Venemaa, kes intrigeerivaid olukordi ära kasutab, luues valeuudiseid näiteks sellest, kuidas Eesti Kaitseväes diskrimineeritakse ja kiusatakse taga venekeelseid ajateenijaid. Üks näide sellest pärineb 2018. aastast, kui ajateenija vigastas ennast relvast, sest soovis saada kehale ägedat armi. Meediakanal *Sputnik* levitas teavet sellest sündmusest aga kui põgenemiskatses, kus sõjaväepolitsei avast põgeniku pihta tule ning püüdis selle valeuudisega Kaitseväele tekitada mainekahju ja ühiskonna lõhestumist. Eesti

meedia ja ajaleht Postimees lükkasid uudise ümber ning vaidlus jõudis Pressinõukogusse, mis otsusega nr 823, 20. juunil 2018 andis selles vaidluses õiguse Postimehele (Eesti..., 2018).

Tänu info- ja kommunikatsioonitehnoloogia hüppelisele arengule ja suhteliselt odavale hinnale pääseb peaaegu igäüks meist ligi piiramatutele infovoogudele, et neid lisaks ise tõlgendada ja toota. Seda protsessi on nimetatud ka tehnoloogia demokratiseerumiseks (Nissen, 2015). Iga uus meediatehnoloogia toob kaasa ka uue laine inimesi, keda meedia varem ei huvitanud. Näiteks sotsiaalmeedia kommentaariumid on andnud hääle neile, kes varem avaldasid arvamust vaid sõprade seas. Trendid näitavad lisaks, et alguses usaldatakse uut meediakanalit üldiselt rohkem, hiljem muututakse skeptiliseks (Tankler ja Tisler, 2019).

Demokraatia peab võimaldama sõnavabadust ning infole vaba juurdepääsu, mistõttu on ka Eesti Kaitseväes nutitelefonide ja interneti kasutamine valdavalt lubatud ning seda vaeosa põhiselt reguleerib sisemäärustik. Seega on ligipääs erinevatele meediakanalitele sõdurile isikupõhiselt tagatud. Selleks aga, et ajateenistuses ning Kaitseväes toimuv oleks meedias ja sotsiaalmeedias kajastatud eelkõige kontrollitud kujul, lõi Kaitsevägi 2010. aastal endale populaarsemates kanalitele nagu *Facebook* ja *YouTube* Sõdurilehe kasutajate sotsiaalmeedia fännilehed. 2015. aastal lisandus loetellu ka *Twitter*. Sellekohase põhjaliku ülevaate Kaitseväe eesmärkidest on avalikkusele ajalehes Postimees andnud Taavi Karotamm Kaitseväe Peastaabist (Karotamm, 2015).

Nüüdseks omavad sotsiaalmeediakontosid enamus Eesti Kaitseväe väeüksusi ja sarnased arengud on toimunud ka Kaitseliidus. 2019. aasta andmetel on näiteks 1. jalaväebrigaadi lehel 8300 jälgijat ning brigaadi kümnest allüksusest on seal esindatud seitse. 2. jalaväebrigaadi jälgijaid on 3200 ja Kuperjanovi jalaväepataljonil eraldi lausa 8800 (Baumeister, 2019: 39). Loomulikult ei saa nendel kontodel jagada sensitiivset teavet, aga need on head avaliku hoiakute kujundamiseks ning Kaitseliit teostab nende kanalite kaudu ka värbamisi.

Sotsiaalmeedia olulisusele ja mõjule on hakatud järjest rohkem tähelepanu pöörama. Ka Riigikantselei Valitsuskommunikatsiooni käsiraamat selgitab riigiasutuste sotsiaalmeedia kasutamist kommunikatsioonikanalina ja ametnike oskusvajadust suhelda eri keskkondades ning õpetab võrdlema nende mõjusid (Riigikantselei, 2018).

Selle lõputöö eesmärgiks on välja selgitada erineva etnilise taustaga ajateenijate usaldus ja usaldamatus nende poolt kasutatavate meediakanalite suhtes ja vaadelda nende allikate seoseid kaitsetahtega ning usaldusega Kaitseväe vastu. Samuti hinnata kutsealuste oskust kallutatud

meediat või valeuudiseid ära tunda ning uurida nende arvamust valeuudiste äratundmise õpetamisvajaduse osas Eesti Kaitseväes.

Uurimustöö tulemused annavad sisendi edaspidisesse Kaitseväe teenistuse juhtimisse ning aitavad selle korraldamises teha senisest paremaid ja efektiivsemaid otsuseid.

Uurimustöö struktuur koosneb kuuest peatükist ning lisadest. Peatükid sisaldavad omakorda teemade kaupa mitmeid alajaotusi. Esmalt annab lõputöö sissejuhatus ülevaate probleemi laiemast olemusest ja uurimuse eesmärgist ning seejärel on juttu meedia olulisusest ja mõjust ühiskonnale. Järgnevad lühikirjeldused mõningatest varasematest analoogsetest uuringutest ja ülevaade uurimustööd läbivatest mõistetest. Seejärel peatükk uurimusprobleemi püstitusest koos uurimusküsimustega ning järgneb töös kasutatava metoodika selgitus.

Andmete analüüsi peatükis on esitatud andmete analüüsimisel saadud tulemused tabelite, diagrammide ning põhjalike tekstiliste selgituste näol uurimusküsimustele vastamiseks. Sellele järgneb arutelu peatükk, mis hõlmab analüüside põhjal saadud järeldusi koos mõningate soovitusetega, millele on lisatud selgitavaid näiteid või kommentaare ning autori isiklik tõlgendus.

Lõputöö lõpeb uurimust kokkuvõtva peatükiga koos selle ingliskeelse tõlkega.

Uurimuse autor on ise staažikas kaitseleitlane, reservohvitser ning haldab Kaitseleitlase Tartu maleva allüksuse kahte sotsiaalmeediakontot. Samuti on autor erinevate Kaitseväe ja Kaitseleitlase infokanalite aktiivne jälgija ning sealse teabe võimendajaks. Tegevused Kaitseleitlases hõlmavad suures osas personalitoiminguid ja suhtlemistel teenistujatega võib kohata vabatahtlike väga erinevat sotsiaaldemograafilist tausta, milles omakorda väljendub kaitsetahe, patriotism ning ka üldine suhtumine organisatsiooni. Väga selgelt on võimalik siin lisaks eristada erinevate info- ja suhtluskeskkonna mõjusid, milles kaitseleitlased oma era- või tööelus viibivad ning need seosed näitavad autori isiklikele kogemustele toetudes kahjuks tihti agressiivset ja negatiivset vormi nii hoiakutele kui väärtushinnangutele. Üsna sageli satuvad Kaitseleitlase ridadesse värskelt ajateenistuse läbinud ajateenijad ning siit ka otsene ajend teha lõputööks uurimus just riigikaitse ning neid mõjutavate meediategurite teemal, mille raames uurida lisaks meediakanalite usaldusväarsust ning noorte valeuudiste äratundmise võimekusi.

1. MEEDIA OLULISUS ÜHISKONNAS

Meedial on suur osa tänases igapäevaelus ja see haarab üha suuremat rolli meie toimetustes. Elame maailmas, kus massimeedia mõju elanikkonnale on järsult kasvanud ning kõik sõjalised, majanduslikud, poliitilised ja kommunikatsioonialased tegevused sõltuvad suurel määral info- ja virtuaalkeskkonnast (Priimägi, 2015: 7).

Oma selge ja mõjuv roll hoiakute kujunemisel on meediatarbimise oskustel, mistõttu saab suhtumise ja hoiakutega manipuleerimine enamalt jaolt alguse mingi huvigrupi, institutsiooni või isegi riigi tasandilt. Propaganda- ja infosõda on piltlikult maailmavaadete kokkupõrge, kus muutuvad olulisteks teguriteks igapäevased uudised ja meedia sh poliitilised jutusaated ning võõra massikultuuri erinevad ilmingud (Potšeptsov, 2018: 36). Tartu Ülikooli kommunikatsiooniuuringute professor Triin Vihalemm Eesti Inimarengu aruandes 2016-2017 täiendab mõtet, et Eesti elanikkond elab ajaloolisest taustast tulenevalt suures osas kahes etnilises-keelises paralleelmaailmas, millel kummalgi on oma info ning –meediaruum, mis on liigagi sageli omavahel kriitilises vastuolus ja kus kattuvusi on väga vähe (Vihalemm, 2017).

Lisaks meediamaaastiku duaalsusele mõjutab ühiskonna meediatarbimise kuvandit ka meediapädevus ehk arusaamine meedia käitumisest ning sellega kaasnevatest võimalikest ohtudest.

Targa meediatarbimise aluseks on meedia kasutamise pädevus ehk meediakirjaoskus, mis annab aluse suhtuda meediakanalitesse allikakriitiliselt ning võimekuse tunda ära valeuudiseid ning meediamanipulatsioone. Avatud Ühiskonna Instituudi analüütiku Martin Lessenski (2019) raporti kohaselt on 2019. aasta Euroopa meediakirjaoskuse indeksi järgi Eesti selles pingereas viiendal kohal. Esikohal on Soome, millele järgnevad Taani, Holland ja Rootsi. Meile lähedalseisvad Balti regiooni riigid Läti ja Leedu asetsevad vastavalt kohtadel 17 ja 19.

Kui lisada meediatarbimise kõrvale andmed uurimuse valimi sihtgruppi kuuluvast Eesti kutsealuste demograafilisest taustast, siis Tartu Ülikooli ja Kaitseväge Akadeemia poolt on teostatud Kaitseväge inimvara uuring, mis käsitleb 17-27 aastaste meeste rahvastiku prognoosi kuni aastani 2025. See annab teada, et aastal 2022 saabub antud vanuserühma madalseis, misjärel kutsealuste arv suundub taas tõusule. Ka on aasta-aastalt vähenemas mittekodanike arv nooremates vanuserühmades 15-19-aastaste hulgas ning aastal 2020 oli see Statistikaameti andmetel 5% (Ajateenijate..., 2021).

Eestis elab Statistikaameti 2020. aasta andmetel kokku üle 400 000 mitte-eestlase, kellest etniline enamus ehk 327 802 on venelased. Venemaa kodanikke nende seas on lausa 83 529 ja määratlemata ja teadmata kodakondsusega kokku ligi 165 000 (Statistikaamet, 2021).

Välisministeeriumi poliitika planeerimise osakonna nõunik Riina Kaljurand (2015) tõstatab küsimuse, et alalises Vene inforuumis viibib venekeelsetest umbes 75% ning keegi ei tea millest nad tegelikult mõtlevad. Selgusetuks jääb ka küsimus, miks suur osa Eesti venekeelsest elanikkonnast jälgib Venemaa uudiseid. Mida sealt otsitakse ning kuidas see kujundab nende arusaamu ja meelsust?

Sama Eesti Inimarengu aruande 2016-2017 raames on uuritud ka võõrkeelse meedia tarbimist mõlema kodukeelega kasutajate seas. Näiteks 2014. aastal läbi viidud ankeetküsitluse põhjal eestlastest 81% ei jälgi üldse või jälgivad väga harva venekeelseid meediakanaleid. Võrdluseks venekeelsetest elanikest ei tarbi Eesti meediat üldse või teeb seda väga harva 51%. Oluline on aga lisada, et Eesti venekeelseid meediakanaleid jälgib regulaarselt koguni 89% vastanutest (Vihalemm, 2017).

Seppel (2015: 78) ütleb, et üldiselt on meediatarbimise allikates märgatavad ka põlvkondlikud erinevused. Televisioon ja raadio on oluline eeskätt vanemale põlvkonnale, nooremad eelistavad aga uudisteportaale ja sotsiaalmeediat. Väga palju on uuritud meediatarbimise harjumusi eesti- ja venekeelse kogukonna vahel, teistest rahvustest elanike arvestamisega eestikeelse meedia sihtrühmana ning selle võimalikku koostööd infosõja kontekstis. Nendes uuringutes on eksperdid ütelnud, et ehkki eestikeelse meedia osakaal muukeelsete seas järjest kasvab, ei kao neil siiski vajadus omakeelse meedia järele.

Taani Kuningliku Kaitsekolledži sõjaline analüütik ja uurija Thomas Elkjer Nissen (2015: 16), kes vastutab kübersõja, info- ja psühholoogilise valdkonna uurimuste eest on oma raamatus rõhutanud eraldi sotsiaalmeedia ohtlikule toimele. Noortele, kes oma vanuse poolest kuuluvad ka antud uurimustöö sihtgruppi, on üha suurenev osakaal sotsiaalmeedial. Nisseni arvates on sotsiaalmeedia negatiivsete ilmingute vastu kaitset leida üsna keeruline. Riiklikul tasandil võib sotsiaalmeedia kaudu läbi viidav õõnestustegevus aset leida isegi demokraatliku debati kattevarjus või muudes süütumates temades, mille taustal luuakse avalikule poliitikale vastuseisu ja kujundatakse kodanikuühiskonda. Sotsiaalmeediat saab samuti kasutada inimeste mobiliseerimiseks või poliitiliste tegevuste toetamiseks väga erinevatel viisidel.

Eestis on sotsiaalmeedia mõjusid põhjalikumalt uurinud NATO Küberkaitsekoostöö Keskuse (CCD COE - *Cooperative Cyber Defence Centre of Excellence*) teadur Piret Pernik (2018), kes on toonud esile, et venekeelse elanikkonna seas domineerivad sotsiaalmeedia allikad (nt *YouTube, Twitter, Facebook, ВКонтакте, Одноклассники*, jt) omavad meediatarbimises järjest suuremat osakaalu ning Eesti venekeelsed noored on siin infosõja kindlaks sihtmärgiks. Sotsiaalmeediat peavad kõige olulisemaks infoallikaks koguni 77% Eesti venekeelsetest 15-34-aastastest noortest ning juba 2014. aastal Tartu Ülikooli poolt tehtud uuringuandmed kinnitavad, et 15-19-aastaste noorte seas kasutab sotsiaalmeediat koguni 97% ning 20-29-aastaste seas 88% küsitletavatest.

2020. aasta uuringuandmed näitavad, et Eestis on sotsiaalmeedia kasutajate hulk 750 000 ehk 57% kogu populatsioonist ning võrreldes eelneva aastaga on kasutajate hulk kasvanud 4,2% (Mesipuu, 2020).

Uurimustöö sissejuhatuses on näiteid, kuidas Eesti Kaitsevägi ja Kaitseliit on avanud endi tegevuste avalikuks teavitamiseks sotsiaalmeedia kanaleid, et sellega tasakaalustada uudistevooge oma tegevustest. Siia kõrvale saab lisada aga hoopis positiivsema lähenemise, kus sotsiaalmeediat ei käsitleta vaenlasena, vaid hoopis liitlasena. Näiteks USA armee baasil on uuritud, kuidas uute tehnoloogiate ning sotsiaalmeediaplattformide laialdane levik on loonud võimaluse info liigutamiseks miljonitesse kodudesse ja töökohtadesse. See on maailmale avanud uue dimensiooni, sest info kiire vahetamine ei nõua enam füüsilist kokkusaamist ega püstita piire. Teadmine, et erasektoris on sotsiaalmeedia kasutamine hüppeliselt tõusnud, siis seda enam uuritakse sotsiaalmeedia mõjusid ka militaarmaailmas. Ka sõdurid moodustavad eraldi sotsiaalse grupi ja soov suhelda ning infot vahetada peab säilima ning muutma ajateenistust meeldivamaks. Armee peab olema uuendustele vastuvõtlik ning ehk isegi kohati eemalduma oma rangest hierarhilisest juhtimisfilosoofiast. Sotsiaalmeedia eeliseid tuleb osata ära kasutada ning otsida võimalusi, kuidas see saab olla kasulik nii armeele kui sõduritele (Walinski, 2015).

2. MÕISTETE RAAMISTIK JA VARASEMAD UURINGUD

2.1 Mõisted

Lisaks traditsioonilistele lahingutandritele nagu maa, õhk, vesi ja kosmos on sõjalistesse doktriinidesse lisandunud kindel viies dimensioon ehk infosfäär. Paljud sõjandusasjatundjad peavad seda tulevikusõdade peamiseks lahingutandriks (Mägi ja Vitsut, 2008: 31).

Et üheselt mõista uurimustööst läbikäivat terminoloogiat ja definitsioone, on vajadus selgitusi anda mõnede läbivatele teemaga seotud mõistetele. Kogu meediatarbimise ning valeuudiste äratundmise oskus taandub peamiselt allikakriitilisele mõtlemisvõimele ja hinnangutele olukorra kontekstis. Sõjaväelased on tunnistanud, et kõige vähem kaitstud koht lahinguväljal on sõduri aju – kõike muud saab soomusega kaitsta, aga mitte mõistust (Potšeptsov, 2018: 9).

Meediaalaste mõistetega on sageli keeruline, sest erinevad teadlased ja eksperdid on neid tõlgendanud erinevalt. See on ka mõistetav, sest valdkond on kõikehõlmav ning kindla spetsialiteediga või suunitlusega eksperdid lähtuvad tõlgendustel eelkõige oma erialast.

Uurimuses sagedasti esinev sõna propaganda tuleb ladinakeelsest sõnast ja selle lähteks on verb *pago* tähendab „sisse torkama/tungima”, koos eesliitega *pro* aga „sigitama/paljundama” ja kujundlikult „levitama”(Priimägi, 2015: 8). Siit ka tänapäevase levinud mõiste tõlgendus.

Kui definitsiooni veel laiendada, siis propaganda on psühholoogiline sõda ja infosõja üks vahenditest. Mõnede silmis on propaganda lausa pärisõdade põhjus või sellest veelgi hullem. Propaganda eesmärgiks on sundida meid mõtlema ja tegema asju viisidel, mida me poleks rakendanud, kui oleksime saanud ise otsuseid langetada (Taylor, 2011: 17).

Erinevatel viisidel on püütud propagandat ka tüpoloogiale allutada ning nii on Ukraina meediaekspert Georgi Potšeptsov näiteks pakkunud välja jaotused seda edastava kommunikatsiooniliigi põhjal, allika liigi järgi, sõnumi varjamise taseme poolest või teatud tegevuste stimuleerimisele või blokeerimisele suunatud tegevuste alusel (Priimägi, 2015: 102).

Antud uurimusteamaga haakub ka teine sagedane mõiste, milleks on infosõda. Üsna suures osas on ka infosõjaga seotud terminid täpsemalt määratlemata ning tihti räägitakse läbisegi propagandast, infosõjapidamisest, infooperatsioonidest ja kübersõjast, mis kokku moodustavad väärinfo levitamise kindlatele sihtgruppidele ja kindlatel eesmärkidel (Jantunen, 2018: 35).

Potšeptsov (2018: 34-35) väidab, et infosõda ja propaganda levitamine toimub eelkõige läbi meediakanalite. Oluline on vahet teha kahel levinud terminoloogial - infosõda ja infooperatsioone kui selliseid võib pidada eelkõige mineviku sõjaväelaste terminiks, sest seda saab suunata üksikteadvusele või sihtgruppidele, aga propaganda sihiks on siiski massiteadvus. Infosõjas tegeletakse ratsionaalse materjaliga, aga propagandasõdade puhul räägime emotsionaalsest alusest, millega kaasneb tavaliselt automaatreaktsioon. Neid erinevusi väljendab järgmine tabel:

Tabel 1. Infooperatsiooni ja propagandasõja võrdlus

T E G U R	Infooperatsioon	Propagandasõda
Kuulajaskond	Indiviid	Mass
Reaktsiooni tüüp	Ratsionaalne	Emotsionaalne
Maailmamudeli muutus	Minimaalne	Maksimaalne
Mõjuaeg	Lühiajaline	Pikaajaline

(Potšeptsov, 2018)

Mägi ja Vitsut (2008: 49) kirjutavad, et kommunikatsiooni selliselt kasutatakse kindlatel eesmärkidel ja plaanipäraselt, et mõjutada inimeste hoiakuid ning käitumist. Need peaksid eelnema, kaasnema ja järgnema igasugusele jõukasutamisele. See sisaldab nii poliitilisi, sõjalisi kui ideoloogilisi aktsioone selleks, et kujundada sihtmärkide emotsioone sellisel moel, mis aitab saavutada riikide (rahvuslikke) eesmärgi.

Selleks, et aru saada propaganda ja infosõja olemusest ning arendada suutlikkust nende äratundmisel, on oluline meediat ja selle põhimõtteid tunda. Meediapädevus on peamiseks isikupõhiseks vastumeetmeks, et infosõja ohvriks mitte langeda. Haridus- ja Teadusministeerium mõistab meediapädevuse all eelkõige oskusi, teadmisi ja hoiakuid, mis aitavad eri kanalites esitatud erinevat teavet kriitiliselt analüüsida ning kujundada sellele adekvaatseid hinnanguid (Haridus-..., 2020).

Tihti kasutatakse sünonüümina meediapädevuse asemel ka infokirjaoskust. Infokirjaoskust ehk infopädevust on aga Briti uurijad Bill Johnston ja Sheila Webber 2003. aastal defineeritud kui sobiliku infokäitumise kohandamist koos kriitilise arusaamisega informatsiooni arukast ja eetilist kasutamisest ühiskonnas, et ükskõik millise infokanali või meediumi kaudu saada informatsiooni, mis sobiks infovajaduse rahuldamiseks (Virkus jt, 2017: 153).

Selles uurimuses tuleb analüüsimisele ka meediatarbimise seos kaitsetahtega. Kaitsetahte mõiste iseenesest võib olla väga abstraktne ja subjektiivne ning puuduvad ka kindlad kriteeriumid, kuidas seda mõõta. Kaitseministeeriumi kantsler Kristjan Prikk on kaitsetaht defineerinud soovina osutada relvastatud vastupanu ja lisanud, et kaitsetahte on riigikaitse arendamise üks põhikomponentidest (Prikk, 2020).

Kindlasti ei saa antud uurimuse raames mööda ka hübriidsõja terminist, mis on kombinatsioon konventsionaalsete ning mittekonventsionaalsete vahendite kasutamisest, mille hulgas on suur osakaal diplomaatilistel surveavaldustel, infooperatsioonidel ja propagandal (Bunde ja Oroz, 2015: 34-35).

Mägi ja Vitsut (2008: 63-64) laiendavad, et vanima psühholoogilise sõja üheks meetodiks peetakse kuulujuttu. Läbi ajaloo on kuulujutte levitatud poliitilistel ja sõjalistel eesmärkide, et külvata vastase ridades paanikat, ebakindlust, segadust ja hirmu. Need on ajaloos olnud nii tõhusad, et põhjustanud riikides ebastabiilsust, langetanud riigijuhtide või –institutsioonide mainet või isegi kukutanud valitsusi. Kuulujuttude leviku olemus peitub inimlikul nõrkusel. Kuulujutud pole oma aktuaalsust kaotanud ka tänapäeval, aga selle mõiste on ümber defineeritud valeuudiseks või valeinformatsiooniks. Siit ka otsene vajadus valeuudiste äratundmiseks ja nende tunnuste või mõjude määramisoseks.

Valeuudiste ja väärinfo levimisest veelgi olulisem on see, kuivõrd inimesed peavad antud informatsiooni tõseks ja usutavaks. Üldiselt kehtib reegel, et inimesed usuvad informatsiooni ja lugusid, mida jagavad need kanalid ja inimesed, keda nad rohkem usaldavad (Sterret jt, 2018). Flome jt (2019) toovad esile, et väärinfo põhinevad operatsioonid on edukamad siis, kui inimestel puudub usk ja usaldus avalike institutsioonide suhtes. Seega saab väärinfo järjest laialdasema leviku siduda demokraatliku riigikorra legitiimsuse küsimusega (Bennett ja Livingston, 2018). Kodanike madal usaldus institutsioonide suhtes vähendab ametliku informatsiooni usutavust uudistes ning seega ollakse avatumad alternatiivsete infoallikate suhtes (Norri-Sederholm jt, 2020).

2.2 Varasemad uuringud

Riigikaitseteemalisi avaliku arvamuse küsitlusi on viidud Eestis läbi üle neljakümne korra ja nendega tehti algust juba 2000. aastal. Usaldus Kaitseväge ja Kaitsealiidu vastu ning küsitajate soov ja vajadus riiki kaitsta on järjest suurenenud. Ikka on vaatluse all eesti- ja mitteestikeelsete kogukondade võrdlused ning erinevuste analüüsid. Nende analüüside käigus on eranditult uuritud ka meediatarbimise mõju suhtumisele ja hoiakutele. Fookuses on olnud erinevate uudisteportaalide, ajalehtede ja võrguväljaannete külastusanalüüs, aga ka tele- ja raadiokanalite tarbimine (Kivirähk, 2017: 71).

Samamoodi Eesti ühiskonna lõikes varasemate uuringutega palju hinnatud valeuudistega kokkupuutumist ning selle äratundmist. Euroopa Komisjon tellitud Eurobaromeetri uuringu kohaselt on jõudnud tulemuseni, et Eesti inimesed on ühed enim meediat usaldavad inimesed Euroopa Liidus. Ilmnes, et Eestis kui ka Euroopa Liidus on siiski klassikaliste meediakanalite usaldusväärsus suurem kui veebipõhiste oma. Eesti elanikest pooled satuvad enda arvates valeuudiste peale vähemalt korra nädalas (54%) ning ligikaudu kaks kolmandikku vastajatest (64%) arvavad, et suudavad valeuudise ka tuvastada (Euroopa..., 2019).

Info ja hübriidsõdade strateegia on ajas kiiresti muutuv, mistõttu on erinevate uurimustulemuste omavaheline võrdlemine pigem raskendatud. Seetõttu vaatlleb autor järgnevalt võrdlusena ainult viimase 5 aasta jooksul tehtud uuringuid.

Näiteks psühholoogilistest operatsioonidest massiteabevahendite kasutamise teel, millega serveeritakse ja konstrueeritakse suurt Venemaa sõjalist võimekust on 2018. aastal valminud Tartu Ülikoolis põhjalik magistritöö. Töös uuritakse, millised on eriti eestikeelses veebiajakirjanduses esitatud Venemaa sõjalise suuruse ilmingud, kui adekvaatsed need on ning milliseid lingvistilisi vahendeid seal kasutatakse? Uurimuses antakse hinnang kvaliteetsele ajakirjandusele ning pööratakse tähelepanu nende kirjutiste võimalikele mõjudele ühiskonnas. Uurimuses tuuakse välja ajaloolised aspektid ning analüüsitakse, kes ja kuidas neid võimekusi edastab ja kuidas see mõjutab kodanike kaitsetahet? Ka antakse antud uurimuses praktilised soovituselised nii kaitseväelastele kui ajakirjanikele Venemaa sõjaliste võimekuste käsitlemisele meedias (Tamm, 2018). Selliste konstrueeritud võimekuste levitamise tekitatakse ühiskonnas mitmeid väärarvamusi ning üha olulisemat ja kontrollimatut osakaalu omab siin sotsiaalmeedia. Sotsiaalmeedia on populaarne ka ajateenijate seas ning selle kasutamisega kaasnevatest ohtudest ja võimalikust reguleerimisest Eesti Kaitseväes on Kõrgema Sõjakooli kadettide näitel

juttu Ivika Lehtsalu bakalaureusetöös 2017. aastal. Töös uuritakse sõjaväelaste sotsiaalmeedia kasutamise mustreid, põhjuseid ning tehakse selle kasutamisega seotud riskidest põhjalik võrdlus USA ja Eesti Kaitseväge raames (Lehtsalu, 2017).

Käesolev lõputöö käsitleb lisaks meediale ka Kaitseväge mainet ning selleteemalise uurimusega on tegelenud varasemalt sotsiaalteaduste magister Eteri Demus, kes analüüsis ajateenijate rahulolul ja sotsiaaldemograafilisi profiile, millega parandada ajateenistuse sisulist korraldust ja suhtumist kaitsepoliitikasse tulevikus. Demuse uurimuses võetakse sarnaselt käesolevale tööle samuti käsitlusele mõjude muutused ajateenistuse vältel (Demus, 2018).

Viimane selleteemaline põhjalik uurimus pärineb Tartu Ülikooli magistrant Hannus Luure poolt 2020. aastast, kus uuriti kaitsevaldkonna pildikeele arendamise võimalusi vastavalt noorte sihtgrupi meediatarbimise trendile (Luure, 2020). Ka selles uurimuses peetakse ajateenijate sihtrühmaga tegelemist riigikaitsevaldkonna seisukohalt kriitilise tähtsusega ettevõtmiseks.

Need uurimustööd on sihtgrupi või teemaarendusega tihedalt seotud ajateenistuse, Kaitseväge ning meediatarbimisega eri tasanditel ning andsid käesolevaks uurimuseks autorile suurt lisandväärtust ning sisendit.

Võrreldes eelnevate uurimustega on antud lõputöö fookuseks otsesed meediatarbimise seosed kodanike kaitsetahtele, analüüsides erinevaid Eestis tarbitavaid meediaallikaid eri kodukeelega vastajate lõikes. Sealjuures vaadelda allikate usaldusväarsuse ja mitteusaldusväarsuse tegureid, mis põhjustavad või pärsivad vastanute seas kindlate meediakanalite kasutamist ning milline on olukord ajateenijate seas vaeuudiste äratundmisel?

Enne analüüsi alustamist oleks hea võrrelda ka varasemaid näitajaid Eesti Kaitseväge mainele. Põhjalik statistiline analüüs kaitsetahtest ning ajateenistuse vajalikkusest viidi Anet Mürsoo (2018) poolt läbi 2018. aastal ajateenijate hulgas ning selle tulemused näitavad samuti rahvustevahelist erinevust. Nimelt 69% eestikeelsetest vastajatest pidas ajateenistust kindlasti vajalikuks, aga sama protsent venekeelsete hulgas oli vaid 52. Erinevused tulid välja ka vanuselisel ehk mida vanem oli vastaja, seda vajalikumaks ta kohustuslikku ajateenistust pidas. Üldine tulemus näitas, et hinnang ajateenistusele oli küll ühiskonnas positiivne, aga hinnang vähenes nende seas, kes ise või kelle eakaaslased ajateenistusega vahetult kokku puutusid. Hoiakud ja suhtumine muutus ka peale sõduri baaskursuse (SBK) läbimist, kus nähti soovi rohkem muuta oma hoiakuid vastavalt ühiskonnas kehtivatele tava- ja moraalnormidele.

3. UURIMUSPROBLEEMI TUTVUSTUS

3.1 Uurimuse taust

Meediaekspert Potšeptsov (2018: 7) ütleb, et maailm on meditatiseerunud ja inimeste sotsialiseerimine toimub järjest rohkem meedia vahendusel. Elame maailmas, kus massimeedia mõju elanikkonnale on järsult kasvanud ning kõik sõjalised, majanduslikud, poliitilised ja kommunikatsioonialased tegevused sõltuvad info- ja virtuaalkeskkonnast. Sealjuures on välja kujunenud hulk uusi ameteid, mis neid keskkondi ka teenindavad. Selliselt muutunud keskkonnas on ka kaitsetahte tähendus, olemus ja selle väljendusviisid oluliselt teisenenud.

2020. aastal viis Turu-uuringute AS Kaitseministeeriumi tellimusel läbi avaliku arvamuse küsitluse kaitsetahtest, kust selgus, et kaitsetegevuses oleks valmis osalema 63,4% eestlastest ning 45,6% mitteestlastest (sealjuures muudest rahvustest Eesti kodanikest 50,2%, Vene kodakondsusega isikutest 32,5% ja määratlemata kodakondsusega isikutest 37,9% (Kaitseministeeriumi..., 2020: 41).

Sama küsitlus otsis vastuseid ka riigikaitse hoiakutele seoses meediatarbimisega ning uuriti, millist riigikaitsealalist teavet sealt oodatakse? Kõige olulisemateks riigikaitse-alase teabe allikateks peetakse televisiooni (väga või pigem oluliseks peab 88,8%) ning raadiot (76,6%). Enam kui pooled elanikest peavad olulisteks teabekanaliteks siinkohal ka uudisteportaale (65,4%), vahetut suhtlust teiste inimestega (64,5%) või ajalehti (54,4%) (Kaitseministeeriumi..., 2020: 105).

Eesti ühiskonna integratsiooni monitooringust 2017 selgub, et meedia on oluline tegur identiteedi kujundamisel ning ka arusaamade ja hoiakute mõjutaja. Eestis, kus venekeelsed elanikud on korraga kohaliku venekeelse meedia, Venemaa meedia ja vähesemal määral eestikeelse meedia mõjuväljas – mis sageli esitavad vastukäivaid vaatekohti kohalike ja maailmasündmuste kohta –, on inimeste meediatarbimises tehtavatel valikutel eriti tugev roll hoiakute ja vaadete mõjutamisel (Seppel, 2017: 68).

Seppel (2017: 74) lisab, et Eestis elavate teiste rahvuste puhul tuleb välja ka meediakanalite usalduse seotus nii eesti keele oskuse kui ka kuuluvustundega. Eesti keele valdajate hinnangud eestikeelsetele kanalitele on süstemaatiliselt kõrgemad kui keelt kehvemini või üldse mitte valdajate puhul ning Venemaa meediaväljaannete puhul on olukord vastupidine: eesti keelt

üldse mitte või vähe valdajad on nende suhtes usaldavamad. Kohalike venekeelsete kanalite puhul eesti keele oskuse ja usalduse vahel seost ei ole.

Leppik ja Vihalemm (2017: 591) aga väidavad, et Eestikeelses avalikkuses on levinud seisukoht, et Eestimaa venekeelne elanikkond on Venemaa meedia mõju all. See pole päris täpne. Tarbides nii kohalikku vene- ja vähesel määral ka eestikeelset meediat rööbiti Venemaa ja ka lääne omaga, on Eesti venekeelse elanikkonna meediaelu hargmaine, s.t toimub mitmel maal, mitmes normide ja väärtuse süsteemis korraga. Hargmaisus tähendab seisundit, kus inimesed on seotud vähemalt kahe ühiskonnaga (enamasti enda ja/või oma lähedaste lähteriigi ning väljarännumaaga) perekondlike, tööalaste, hariduslike, poliitiliste, religioossete, meelelahutuslike jm (virtuaalsete) võrgustike kaudu.

Üldiselt on aga Eesti venekeelse elanikkonna meediaruum avardunud: uudisvood on mitmekesisemad ja omavahel kohati ka võistlevad, mis võimaldab saadud infot kõrvutada ning ka põhjalikumalt analüüsida. Samas, võrreldes eestlastega on venekeelse elanikkonna meediauudiste tarbimine sporaadilisem ja vähem rutiinne (Leppik ja Vihalemm, 2017: 594).

Siit tulenevalt tõstatub laiem küsimus, milline on tänapäeva noorte usaldus meediakanalite vastu ja kuidas see seostub kaitsetahtega? Lähtudes ühelt poolt Norri-Sederholmi jt (2020) seisukohast, et usalduse puudumine institutsioonide vastu vähendab ametliku informatsiooni usutavust uudistes ning teisalt eelpoolkirjeldatud vene ja eesti kodukeelega elanikkonna meediaruumi ja meediatarbimise praktikate erinevusest sõnastan alljärgnevad uurimusküsimused:

3.2 Uurimusküsimused

1. Milliseid infokanaleid peavad ajateenijad usaldusväärseteks ja milliseid mitte?
2. Milline on seos kanali usaldusväarsuse ja ajateenijate poolt tajutud Kaitseväe maine vahel eesti ja vene kodukeelega ajateenijate hulgas?
3. Kuidas hindavad ajateenijad oma oskusi kallutatud meediat ning valeinfot ära tunda?

4. METOODIKA

4.1 Andmete kogumine

Lõputöö empiirilised andmed on kogutud ajateenijate kompleksuuringu raames. Meediatarbimine ja vaenulikud infopettetegevusstrateegiad (VII plokk) lisati kompleksuuringu küsitluse projekti „Vaenulike infopettetegevusstrateegiatega ja -taktikate uuring infojulgeoleku teadlikkuse tõstmiseks (5.06.2020–31.05. 2021) tellimusel ning küsimuste väljatöötamine toimus selle projekti raames.

Kaitseväe inimvara kompleksuuringu planeerimisega sellisel kujul alustati Tartu Ülikooli ja Tervise Arengu Instituudi teadlastest moodustatud Strateegilise Jätkusuutlikkuse Kompetentsikeskuse (SJKK) ja Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste (KVÜÕA) koostööl 2015. aastal ning ankeedi koostamisse on panustanud ka Kaitseressursside Ameti (KRA) ja Kaitseministeeriumi spetsialistid (Kasearu, Murakas, Talves, Trumm ja Truusa, 2017).

Seega lõputööks ankeetküsimustiku koostamine ja selles kasutatav andmestik ei ole autori enda poolt teostatud. SJKK uurimisrühma küsitlused viisid väeosades andmete kogumise läbi elektroonilise ankeetküsitlusena *LimeSurvey* keskkonnas oktoobri põhikutse ajateenijate hulgas teenistuse kahe esimese nädala vältel 2020. aasta sügisel. Uuringule on väljastatud Tartu Ülikooli inimuuringu eetika komitee luba nr 319/M-12 (15.06.2020). Küsitlus toimus korraga viies asukohas: Võru, Jõhvi, Tapa, Tallinn ja Hämari ehk Eesti Kaitseväe 1. ja 2. jalaväebrigadi haldusalades ning ankeeti oli võimalik täita nii eesti kui vene keeles.

Küsimustele vastamine toimus väeosa ruumides või arvutiklassides gruppides sõltuvalt ruumide mahutavusest ja selleks kasutati kas väeosa enda vahendeid või küsitlajatele kaasa toodud tahvelarvutiteid. Enne ankeedi täitmist tutvustati kõigile ajateenijatele uuringut ning paluti osalemise nõusolekuks kinnitust. Uurimuse meetodika nägi ette ka võimalust soovi korral ankeedi täitmine igal ajal katkestada.

Ankeetküsitlus koosneb seitsmest plokist, mis sisaldab kokku 72 enamasti valikvastustega kinnist ja poolkinnist küsimust ning sinna juurde kuuluvast kahest kirjeldavast ja küsimusi toetavast ülesandest.

Antud uurimuses vajaminevate küsimuste plokid sai küsitlusankeedist eraldatud ja kasutamist leiavad eesmärgist tulenevalt nendest kolm (vt Lisa 1):

1. I plokk – Sotsiaaldemograafiline profiil
2. IV plokk – Hoiakud
3. VII plokk – Meediatarbimine ja vaenulikud infopettetegevusstrateegiad

Kokku on analüüsimiseks 1036 küsitlusankeeti. Ankeedis jäi küsitlevatele vabadus mingitele küsimustele vastamata jätta ning seetõttu vastajate arvud tunnuste lõikes varieeruvad.

Ankeetküsitlus on tegelikult kaheosaline ja see teostatakse ajateenijatele ajateenistuse alguses ning lõpus enne ajateenijate reservi asumist, et näha ja uurida selle perioodi jooksul toimunud muutusi vastanute hoiakutes ja suhtumises. Antud töös on kasutatud oktoobri põhikutse ajateenijate esimese küsitlusetapi andmeid.

Uuringus tagatakse vastaja konfidentsiaalsus ning vastamine on vabatahtlik ilma, et sellega kaasneksid ajateenijale mingid tagajärjed. Vastajate nimed on kodeeritud ehk nende vastuseid ei ole analüüsijal võimalik siduda kindla isikuga ning need koodid on vajalikud vaid ajateenistuse lõpuküsitlusega võrdluste sidumiseks ja täiendavate analüüside läbiviimiseks.

Uuringuks andmete kasutamiseks väljastati uurimustöö autorile Tartu Ülikooli kinnitusel Kaitseväe Akadeemia Rakendusuuringute osakonna koordinaator-analüütiku poolt nõutud andmestik vajalikes failiformaatides ning sellega kaasnes kirjalik allkirjastatud kokkulepe andmete sihipärase kasutamise ja hilisema hävitamiskohustuse osas.

Andmed on töötlemiseks edastatud Kaitseväe Akadeemia poolt *Sav* ja *Excel* formaadis.

4.2 Uurimuse valim ja meetod

Uurimuse tõenäosusliku valimi moodustasid 2020. aasta oktoobris teenistust alustanud põhikutse ajateenijad ja sellest moodustus antud aastakäigu kõikne valim, sest sinna kuuluvad kõik kogumi liikmed.

Uurimuse andmekogumise meetodiks on ankeetküsitlus ja andmete analüüsimise meetodiks on statistiline analüüs, mille abil saab vaadelda erinevaid muutujaid, andmete seoseid ja tunnuseid. Andmeid on sellises mahus võimalik analüüsida tabelarvutussüsteemis *Excel* või statistilise analüüsi programmides SPSS ja PSPP. *IBM SPSS Statistics* on sotsiaalteaduslike andmete analüüsitarkvara, mis võimaldab hallata andmeid ning viia läbi erinevaid statistilisi

analüüsi mugavas graafilises keskkonnas. SPSS on kasutajale tasuline programm, millega on võimalik piiratud ajal ja kujul tasuta prooviperioodil töötada. Alternatiivina on kasutatav ka vabavarana analoogne andmeanalüüsiprogramm PSPP.

Töötlemisel olev ankeet on integreeritud programmiga PSPP või SPSS ja see on ristlõikeandmestik, mis on levinuim ja andetöötuse lõppastmel sageli tehniliselt ainumõeldav andmetüüp. Tegemist on tavalise ristkülikukujulise andmetabeliga, kus mõõtmisandmed kajastavad indiviidide seisundit mõõtmise hetkel (Tooding, 2015: 13-16). Andmetabeli veergudel jooksevad tunnused ja ning rida esindab indiviidi ehk vastajat.

Andmete analüüsimiseks valis autor PSPP vabavara programmi, mis võimaldab antud mahus andmeanalüüsi ja mis pole seotud tasuta kasutamise piirangutega. PSPP programm suudab teisendada eri tüüpi faile sobivaks formaadiks. Samuti võimaldab see luua statistilisi diagramme, luua küsitlusandmetes vajalikke seoseid ning vajadusel erinevate tunnuste põhjal objektide ehk vastajate eraldamist enne analüüsi käivitamist näiteks keelekekasutajate, haridustaseme jne lõikes. Seejärel vajaminevate tunnuste nimekirja lisamist programmi akendesse, mida uurimuses võrrelda või statistiliselt töödelda. Võrreldavaid tunnuseid peab olema sealjuures vähemalt kaks.

Antud töös on rakendatud ühe- ja kahemõõtmelisi sagedusjaotuseid ning tulemused on esitatud nii tabelite kui erinevate joonistena.

Enne programmiga PSPP analüüsi algust peab autor vajalikuks töödeldavaid andmeid uurimustöö eesmärgist lähtuvalt pisut korrigeerida või nende kasutamist selgitada. Nimelt informatsiooni usaldusvääruse ning selle hankimise küsimustes on valikvastuste loetelus ka allikaid või kanaleid, mis ei sobitu ega toeta uurimuse tulemuste saavutamist. Sinna gruppi kuuluvad näiteks suhtluskanalid nagu *Skype*, *Messenger*, erinevad *blogid* või informatsioon oma ülemalt või tutvusringkonnalt. Need valikud jätab autor teadlikult analüüsist välja ning keskendub konkreetseid uudiseid tootvatele allikatele.

Ka sotsiaalmeedia erinevad väljaanded pole suures osas infot tootvateks allikateks, vaid tegelikult neid vahendavateks. Samas sotsiaalmeedia osakaal infomaailmas on tõusujoones ning need on paljudel juhtudel kasutajatele ainsaks info- ja suhtluskanaliks. Seetõttu peab autor vajalikuks need kanalid siiski analüüsi kaasata.

4.3 Töös kasutatavad tunnused

Tunnused on konkreetsed näitajad ja need peavad olema mõõdetavad ehk nende mõõtmistulemuseks peab olema arv. Selleks, et statistilise andmeanalüüsi programmiga töödelda ja analüüsida ankeedis sisalduvaid valikvastuseid on sealsed andmed, meediaallikad ja hinnangute sõnalised tunnused teisendatud eelnevalt arvulisteks vasteteks.

Küsitlusankeedi sotsiaaldemograafilise profiili plokist uurimusküsimuses kasutatavateks tunnusteks on vastaja emakeel, hinnang eesti keele oskusele ja küsitletava haridustase. Need tunnused mõjutavad uurimusküsimustes analüüsitavaid vastuseid ning kujundavad vastajatest erineva sotsiaaldemograafilise taustaga grupid. Sotsiaaldemograafiliste tunnuste vahel tekkinud seoseid saab rakendada kogu uurimuse vältel. Läbivaks võrdluseks kõikides uurimusküsimustes on vastajate etniline taust ning selle seos analüüsitavate tunnustega (nt meediakanalite usaldusväärsus).

Hoiakute plokist kasutust leidvateks tunnusteks on hinnang Kaitseväge mainele ning hinnang vastaja enda Kaitsevärke panustamise motiveeritusele.

Meediatarbimise ja vaenulike infopettetegevusstrateegiate plokist uurimustöös kasutatud tunnused on vastajate meediatarbimise aktiivsus enne ajateenistusse astumist, samuti hinnangud erinevatele usaldusväärsetele ja mitteusaldusväärsetele allikatele, hinnang infoallikate usaldusväärsete teguritele, hinnang valeinfo äratundmisele ning hinnang valeinfo äratundmise õpetamisvajadusele Kaitseväes.

5. ANDMETE ANALÜÜS JA TULEMUSED

5.1 Valimi statistiline taust

Kokku osales kõikes valimis 1036 küsitlevat ajateenijat, kellest 847 olid eestikeelsest ning 180 venekeelsest kogukonnast. Üheksa küsitlevat ei pidanud vajalikuks oma etnilist staatust siiski avaldada. Seega moodustavad küsitletutest 82% eesti- ning 17,4% venekeelsed. Samuti on valimist seitse küsitletut naisterahvad, kes kokku moodustavad 0,7% valimi koguarvust.

Venekeelsete vastajate eestikeelse meediatarbimise osakaal sõltub suuresti ka keeleoskusest. 186 vastajat koguvalimist pidasid muukeelsetena vajalikuks oma eesti keele oskust kommenteerida. 55 nendest ehk valimi 29,6% ei saa eesti keelest absoluutselt aru, 36 inimest saavad suures osas aru, aga ei räägi. Nende osakaal on 19,4%. 50 vastajat ehk 26,9% saavad igapäevase suhtlusega hakkama ning 45 kutsealust saavad aru ja räägivad vabalt eesti keelt. Nende osakaal vastanutest on 24,2%.

Vanuserühmadest moodustasid valdava osa 19-aastased noored, kelle koguarv on 542 ehk 52,4%. Järgmine suurus valimist on 20-aastased, keda kokku on 221 inimest ning kes moodustavad 21,3% ankeeditäitjatest. Teised vanuserühmad on kõik alla 10% taseme.

Analüüsi teostamiseks ei näe autor vajadust eristada küsitlevaid soo ega vanuseklassi põhjal. Küll aga võib hoiakuid ja suhtumist mõjutada elukeskkond, kust küsitlev pärineb ning kindlasti ka haridustase, mis peaks või võiks luua eeldusi ning oskusi veeuudiste ja neid levitavate kanalite tuvastamiseks.

Küsitlevatest 43,6% on pärit suurlinnadest, kus kontakte ja sotsialiseerumist on rohkem ning kus ka erineva meedia kättesaadavus on kindlasti laialdasem. Ülejäänud statistika näitab küsitluses osalejate elukohtadeks väikelinnu, aleveid, külasid ja vähemal määral eraldiseisvaid majapidamisi või talusid. Hajaasustatud piirkondades sõltub uudiste tarbimine ning erinevad valikuvõimalused kindlasti ka interneti kättesaadavusest.

Haridustasemelt moodustavad valimi põhiosa keskharidusega vastajad 48,6%, koguarvuna 504 inimest, järgnevad põhiharidusega 32,9% ehk 341 vastajat, kutseharidusega 17,2% 177 vastajaga ning kõrghariduse erinevate tasemete ja astmetega vastajaid on valimis kokku 1,3% ehk 13 inimest.

Veel parema sotsiaaldemograafilise ülevaate saamiseks valimist võib lisada, et 1036-st vastajast enne ajateenistust 454 inimest töötasid, 329 õppis, 110 tegi seda mõlemat ning 142 ei õppinud ega töötanud. Üks vastaja ei pidanud vajalikuks oma arvamust avaldada.

5.2 Meediatarbimise profiil

Selleks, et meediatarbimist antud uuringu raames analüüsida, peaks küsitluses esmalt vaatama vastanute üldist meediatarbimise aktiivsust koduse põhikeele lõikes enne ajateenistusse astumist. Selleks on ankeetküsitluses viie vastusevariandiga küsimus, millele valimist vastas 1009 isikut ehk 97,4% küsitletutest ja kus sooviti teada päevakajaliste uudiste jälgimise intensiivsust:

Tabel 2. Meediatarbimise aktiivsus

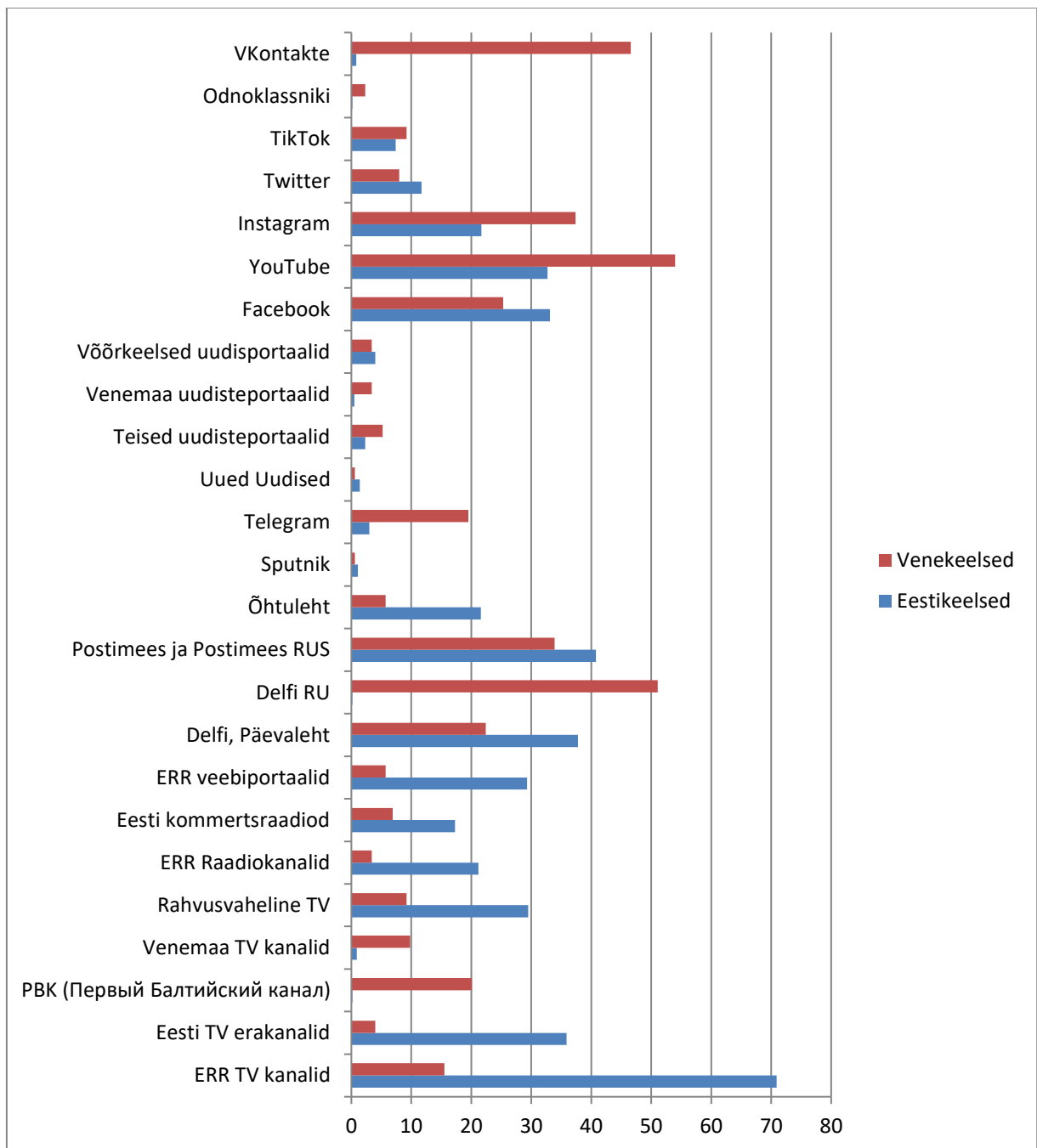
S A G E D U S	Eestikeelne vastaja	Venekeelne vastaja
Ei jälgi üldse	11,0 %	25,6 %
Jälgisin uudiseid harva	26,8 %	34,9 %
Küllaltki regulaarselt	29,7 %	24,4 %
Tavaliselt kord päevas	19,8 %	9,9 %
Mitu korda päevas	12,7 %	5,2 %

Tabelist selgub, et meediatarbimise osakaal eestikeelse vastajaskonna seas on kaks ja enam korda suurem kui venekeelsete hulgas. Rohkem kui veerand venekeelsetest vastanutest ei jälgi küsitlusandmete põhjal üldse meediat eestikeelsete 11% vastu ning ka tavaline ja kõige aktiivsem meediatarbimise näitaja on eestikeelsete vastajate seas üle kahe korra kõrgem.

Teisalt tuleks vaadelda eraldi eestikeelsete ja venekeelsete vastajate meediaallikate erisusi eesmärgiga leida ühisjooni, puutepunkte ning kardinaalseid lõhesid.

Selleks on ankeetküsitluses välja toodud loetelu erinevatest Eestis kättesaadavatest ning enimlevinud meediakanalitest. Loetelu sisaldab nii eesti- kui venekeelse meedia kui ka välismeedia peamisi allikaid, aga ka enimkasutatavat sotsiaalmeedianimistut. Samuti on ankeedis vastajale jäetud võimalus sinna omalt poolt lisada mõni vastaja jaoks oluline väljaanne või meediakanal, mida sellesse uurimusse ei kaasata.

Küsitluses on võimalus anda eraldi hinnang nii allikate ja kanalite usaldusväarsuse kui ka mitteusaldusväarsuse kohta, märkides loetelus küsijale sobivad valikud. Nende tulemuste põhjal saab luua valimi üldise statistilise ülevaate meediakanalite kasutusaktiivsusest eri keelekasutajate kaupa. Hea ülevaate tulemustest saab anda värvidega eristatud joonisel kodus räägitava põhikeele ning erinevate allikate lõikes, kus vertikaalis on tulbana loetelu allikates ning all horisontaalis vastanute protsentsnäitaja.



Joonis 1 Meediakanalite usaldusväarsuse joonis põhilise kodukeele lõikes (protsentsnäitaja, kes peavad allikat usaldusväärseks)

Meediakanalite usaldusväarsuse joonisel näeme eri keelekasutajate lõikes kohati kardinaalseid erinevusi aga ka teatud loogikat. Detailidesse vaadates on aga tarvis mõista mõningaid erisusi, mis võrdlustulemusi sellisel kujul selgitavad või vastupidiselt kahtluse alla seavad.

Kui pöörata tähelepanu sotsiaalmeediale, siis need on laiapõhjalised globaalsed platvormid, kus on esindatud nii peavoolu- kui alternatiivmeedia, rääkimata muudest allikatest. Sealt on võimalik väga erinevat infot ja uudiseid hankida liitudes erinevate gruppidega või asudes jälgima huvipakkuvaid teemasid. Sageli suruvad uudiseid, reklaame või muid pakkumisi isiklikesse uudistevoogudesse ka platvormide süsteemimootorid, mille tulemusena ei olda enam ise infosisendi kontrollijaks, vaid juba passiivseks tarbijaks või isegi ohvriks. Sotsiaalmeedia on algselt ellu kutsunud tutvumis- ja suhtlemiskeskondadena, aga globaalsed poliitilised ja majanduslikud huvid on selle formaati suuresti muutnud. Seetõttu autori arvates sotsiaalmeedia taolisel kujul pigem ei peegelda hoiakuid ega isiklikku usaldusväarsust meedia vastu, sest see võib olla pealesunnitud ja kaasnev produkt. Sotsiaalmeedia osakaalu uurimuses ei saa seetõttu pidada prioriteetseks, sest see sõltub liiga palju välistest teguritest ja sisenditest, mille kaudu omakorda annab sotsiaalmeedia kasutajat mõjutada. Samas eelnevatele argumentidele toetudes ei saa sotsiaalmeediat kindlasti jätta analüüsis ka tähelepanuta.

Loetelu erisustele rõhudes jääb sotsiaalmeedia osas siiski silma suhtlusportaal *Vkontakte*, mis domineerib tugevalt venekeelse kasutajaskonna seas samas, kui eestikeelne tarbijaskond on seal pea olematu. Saksamaal asuva turu- ja tarbijaandmete platvormi *Statista* 2021. aasta andmetel on portaalil üle maailma 77,3 miljonit kasutajat ning see number suureneb jõudsalt (Degenhard, 2021). Kuna antud sotsiaalmeediakanali ülesehituse ja spetsiifikaga pole antud uurimuse autor tuttav, siis kahjuks ei oska selle portaali populaarsust ka kuidagi kommenteerida. Küll aga tuleks mõjude ja huvide väljaselgitamiseks seda keskkonda täpsemalt edaspidi analüüsida.

Rääkides niinimetatud mediaintegratsioonist, siis võrdluse põhjal on üllatavalt kõrge usaldusväarsus mõlema keelekasutaja seas Postimehel ja selle venekeelsel väljaandel. Samas üsna ilmekad vastuolud on Delfi ja venekeelse Delfi usaldusväarsusel eri keelega vastajate vahel.

Põhjus võib aga peituda selles, et küsitluse koostajad on Postimehe eri keelsed versioonid ühte vastusevarianti asetanud, samas kui Delfi portaale analüüsitakse keelte kaupa eraldi.

Vaadeldes veel usaldusväärse meedia joonise iseärasusi, siis paratamatult jääb silma ka propagandakanal *Sputnik* oma suhteliselt olematute näitajatega. Kas põhjus võib olla portaali

sulgemises 2019. aasta detsembris seoses sanktsioonide ja portaali finantsülekannete külmutamisega Eesti välispankades, mis vähem kui aastaga on selle kanali usaldusväarsuse eriti venekeelsete vastajate seas devalveerinud või ongi selle portaali populaarsus olnud ülepingutatud müüt? Portaali sulgemisega seotud vaidlustest ning tagamaadest on olnud palju juttu ka Eesti peavoolumeedias (Nael, 2019). Siiski annab sinne valimi hinnang portaalile tagantjärele selge kuvandi, mis lubab arvata, et selle kanali sulgemine väidetavale sihtgrupile suurt mõju pole tegelikult avaldanud.

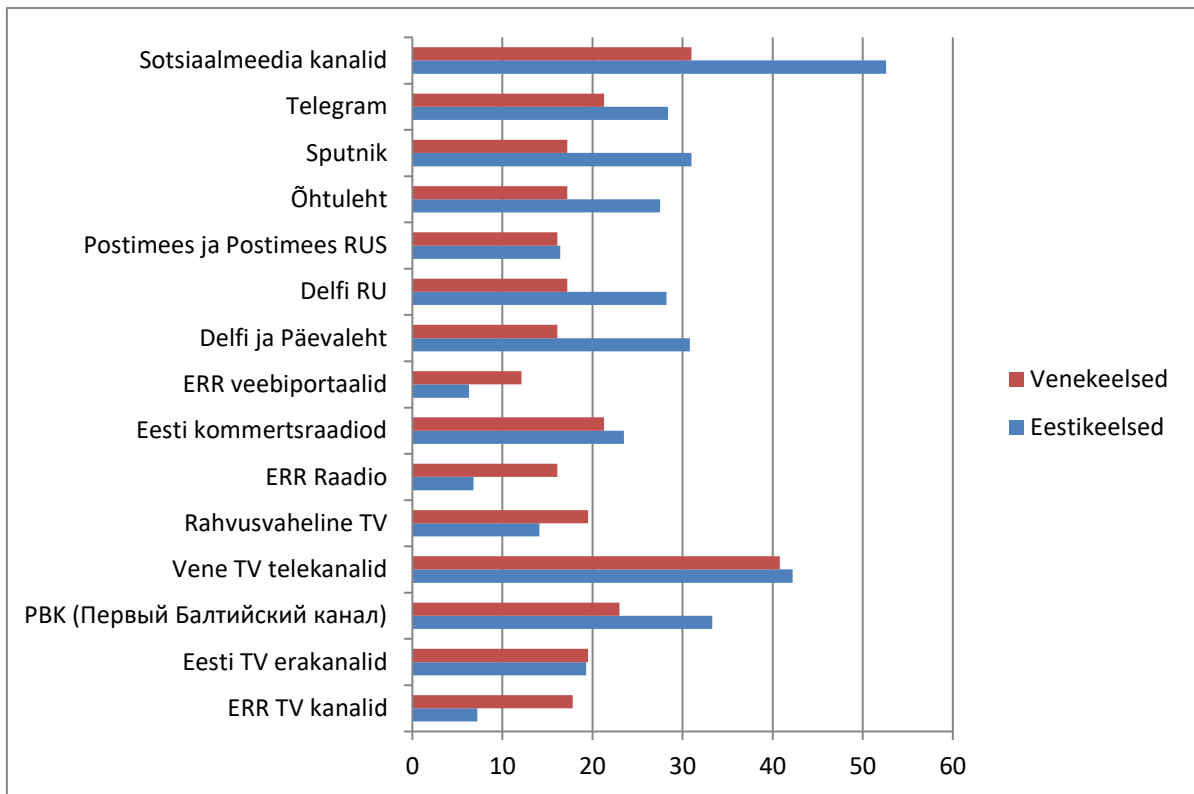
Tähelepanuväärne on seegi, et Venemaa meediakanalite usaldusväarsus jääb alla Eesti Rahvusringhäälingu televisioonikanalitele ning seda ka venekeelsete vastajate seas. See lubab uskuda, et jõujooned on mingil määral siiski kohaliku meedia kasuks, samas Eesti riigiteleviiooni usaldusväarsus venekeelsete hulgas võiks olla siiski tunduvalt suurem kui analüüsist selgunud 15,5%. Seda enam, et riigiteleviiooni alla kuulub ka venekeelseid uudiseid ja saateid tootev ETV+.

Märkimisväärne on ka joonisel näitaja, et Eesti alternatiivmeedia lipulaevaks reklaamitud Uute Uudiste usaldusväarsus mõlema keelekasutajate hulgas on samuti kaduvväike moodustades eestikeelsete seas vaid 1,4 ja venekeelsete hulgas 0,6% koguvalimist.

Muudes tulemustes suuri erisusi analüüsis ei esinenud. Keelekasutusest lähtuvalt on ülejäänud muutujad joonisel igati mõistetavad ning loogilised.

Nüüd aga eelmise joonise ja analüüsi jätk, mis annab vastupidiselt ülevaate Eestis kasutatavate meediakanalite mitteusaldusväarsusest eesti- ja venekeelsete vastajate hulgas.

Üldpildis on sellel joonisel kardinaalseid erinevusi eri keelte lõikes sootuks vähem, aga neid kõrvutades võime siiski teha mõningasi järeldusi.



Joonis 2 Meediakanalite mitteusaldusväärus põhilise kodukeele lõikes (protsentnäitaja, kes ei pea allikat usaldusväärseks)

Võrreldes näitajaid eelmise meediakanalite usaldusvääruse joonisega on märgata, et Venemaa propagandaportaali *Sputnik* suhtes väljendab mitteusaldusväärust kõnekas osa mõlema keelegrupi esindajatest ehk eestikeelseid 31% ja venekeelseid 17,2%. Äärmiselt madal usaldusväärus ning kõrge mitteusaldusväärus peaks jooniste võrdluste vahel hästi sobituma, aga pikalt mitteaktiivne allikas võib hinnangutes põhjustada siiski teatud anomaaliaid ja seetõttu ennatlikke järeldusi autor selle põhjal tegema ei ruttaks.

Tähelepanuväärne on ka tulemus, et mõlemad keelegrupid enam kui 40% näitavad ilmekat mitteusaldusväärust Venemaa telekanalite vastu, millede programmid sisaldavad lisaks muule ka päevauudiseid maailmast. Ka PBK (*Первый Балтийский канал*) usaldamatuse näitajad on kõnekad ning ületavad usaldusvääruse protsenti isegi venekeelsete vastajate seas.

Mitteusaldusväärsete allikate joonisel on ühise nimetaja alla koondatud aga kogu enamlevinud sotsiaalmeedia nimistu ja seega on antud kogu pakatile kriitiline hinnang. Eestikeelsetest ei pea sotsiaalmeediat usaldusväärseks lausa 52,6% ning venekeelsetest 31%. Kahjuks puudub siin selektsioon ning seda protsenti võivad mõjutada sotsiaalmeedia keskkonnad, millede

kasutusaktiivsus Eestis on väga madal või puudub hoopis. Erinevate sotsiaalmeediakanalite hinnangule ja keelekasutajate erisustele saab tähelepanu pöörata meedia usaldusväarsuse joonisel kus vaatluse all on eraldi seitse erinevat sotsiaalmeedia platvormi.

Selles analüüsis saime vastuse esimesele uurimusküsimusele 2020. aasta oktoobrikuu ajateenijate meediatarbimise aktiivsusest ning allikate usaldus- ja mitteusaldusväarsusest. Samamoodi kuidas jõujooned jaotuvad eesti- ja venekeelsete vastajate vahel ning millised allikad omavad integratsiooni mõistes ühisosa ning millised on omavahel selges vastuolus.

5.3 Meedia usaldusväarsuse ja Kaitseväe maine seosed

Kaitseväe mainet ühiskonnas hinnati küsitlusankeedis kümnepalliskaalal, kus 1 oli madalaim ning 10 kõrgeim hinnang. Küll aga ankeetküsitlus ei võimaldanud vaadelda nende hinnangute tagamaid ja põhjuseid, et milles konkreetselt nähakse Kaitseväe maine puudujääke või tugevust.

Tabel 3 Kaitseväe maine tabel

Maineskaala koht	Vastajate üldarv	Kõik vastajad	Eestikeelsete vastuste jaotus	Venekeelsete vastuste jaotus
1 (madal)	28	2,8 %	1,9 %	6,9 %
2	20	2,0 %	1,4 %	4,6 %
3	60	5,8 %	5,5 %	7,5 %
4	95	9,3 %	9,4 %	9,2 %
5	163	15,9 %	14,0 %	25,3 %
6	153	14,8 %	15,2 %	13,2 %
7	231	22,6 %	23,4 %	19,0 %
8	168	16,3 %	17,9 %	8,6 %
9	64	6,3 %	7,1 %	2,3 %
10 (kõrge)	43	4,1 %	4,3 %	3,4 %

Üldistades võib ütelda, et küsitletavate seas on Kaitseväe maine valdavalt üle keskmise. Positiivsed ja suurearvulised hinnangud kümnepallisel skaalal jäävad vahemikku 5-8 ning

moodustavad kokku osakaaluprotsendi 69. Väga madalad või väga kõrged hinnangud on tugevalt alla 10%. Mittevastanute protsent on selles küsimuses aga 1,8.

Küll aga on oluline hinnangutes vahet teha taas eestikeelsete ning venekeelsete vastajate lõikes, kus väga suur erinevus on just madalamates hinnangutes. Eestikeelsete tulemus ühtib aga suure osas üldise mainehinnanguga.

Järgnevalt on paslik võrdluseks välja tuua kutsealuste soov ise Kaitsevärke ning ajateenistusse panustamiseks ja ankeetküsimuse raames oli võimalik oma arvamust avaldada viiepallisel skaalal, kus kõige väiksem panustamissoov väljendub numbriga 1 ja suurim 5.

Suurim osakaal hõlmas 33,8% vastanutest, kes hindasid oma motiveeritust ise panustada mõõdukalt ning moodustasid vastanute koguarvuks 347 inimest. Küll aga oli üllatuslikult suur protsent mittemotiveeritud või vähe motiveeritud, kelle protsent jagunes vastavalt 17,3 ning 25. Siit saab järeldada, et vaatamata Kaitseväre üle keskmise kõrgele usaldusväärsele ei soovita nii intensiivselt ise sellesse oma panust anda. Soovimatust Eesti Kaitsevärke ja kaitsevõimesse panustada väljendub rohkem venekeelsete vastajate hulgas. Üldse mitte või vähesel määral panustajate protsent moodustas kokku venekeelsete hulgas lausa 67,2.

Tabel 4. Kaitsevärke panustamise motiveeritus

Hinnang motiveeritusele	Vastajate üldarv	Üldine keskmine	Eestikeelsed	Venekeelsed
Üldse mitte	178	17,3 %	13,0 %	37,9 %
Vähe	256	25,0 %	24,2 %	29,3 %
Mõõdukalt	347	33,8 %	35,5 %	25,3 %
Tugevalt	171	16,7 %	19,1 %	5,2 %
Väga tugevalt	74	7,2 %	8,2 %	2,3 %

Et leida vastust uurimustöö teisele küsimusele, mis puudutab meediakanalite ning Kaitseväre maine omavahelisi seoseid, peab analüüsima igat meediakanalit eraldi ning vastandama kanaleid eelistanud vastajad nende hinnangutega Kaitseväre mainele. Siis saame kanali lõikes ühe ja teise keelegrupi keskmise hinnangu Kaitsevärele nendest, kes on konkreetset allikat nimetanud usaldusväärseks.

Sellele küsimusele on kasutada ja võrdsustada kokku 847 eestikeelse ning 173 venekeelse vastaja tulemused.

Võrdlustabelis muutuja N näitab vastajate arvu, kes koguvalimist pidasid kanalit usaldusväärseks, M on vastajate keskmine hinnang Kaitseväe mainele kümnepallisüsteemis ning SD on standardhälve, mis näitab vastajate hajuvust keskmise näitaja ümber. Kui standardhälve on suur, siis vastajate vastused on enamasti üldisest keskmisest kaugel. Kui aga standardhälve on väike, siis on ka vastajate vastused antud üldise keskmise lähedal (vt Lisa 2).

Tabeli andmete analüüsist selgub, kui vene kodukeelega ajateenija peab kanalit usaldusväärseks, siis on hinnang Kaitseväe mainele sarnane eesti kodukeelega vastajatega.

Samamoodi on näha, et kui eestikeelsed vastajad on usaldanud mõnda Venemaa allikat nagu *Sputnik* või PBK, siis nende hinnang Kaitseväele on keskmisest kõrgem. Samas on oluline rõhutada, et tegemist on vastajate väga väikeste arvudega.

5.4 Valeinfo äratundmine

Antud küsimuse analüüsiks on uurimuses kasutada ajateenijate ankeetküsitluse plokk, mis käsitleb meediatarbimist ning vaenulikke infopettetegevuse strateegiaid.

Esmalt saab vaadelda, mis on ajateenijate jaoks uudise usaldusväärse indikaatoriteks ja seejärel hinnata nende arvamusi uskusele valeuudiseid ära tunda. Selleks on ankeedis küsijale ette antud viietasemeline valik, millest üheks on ka oskamatus tegurit hinnata. See analüüsi ei mõjuta ning seda tabelis väljendada pole vajadust. Samamoodi ei mõjuta eriliselt tulemust kahtlevad või neutraalsed vastusevalikud, seetõttu jätab autor analüüsiks vaid vastanute kindlad veendumused ja väljendused.

Järgmises korrigeeritud tabelis näeme, millised on valeuudiste äratundmise peamised näitajad või tegurid nii eesti- kui venekeelsete vastajate seas (vt Lisa 3).

Tabeli põhjal saab väita, et eestikeelsete vastajate seas muudab uudise enim usaldusväärseks, kui see sisaldab eksperdi arvamust ja uurimisandmeid või on allika kohta olemas vastajal isiklik varasem positiivne kogemus. Samamoodi mõjutab uudist neutraalne lähenemisstiil. Vähemal määral mõjub positiivselt uudist eri seisukohtade väljatoomine ning korrektne kirjakeel või kui selle on edastanud mõni riiklik institutsioon. Samamoodi annab lisandväärtust uudise usaldusväärsele sinna lisatud video.

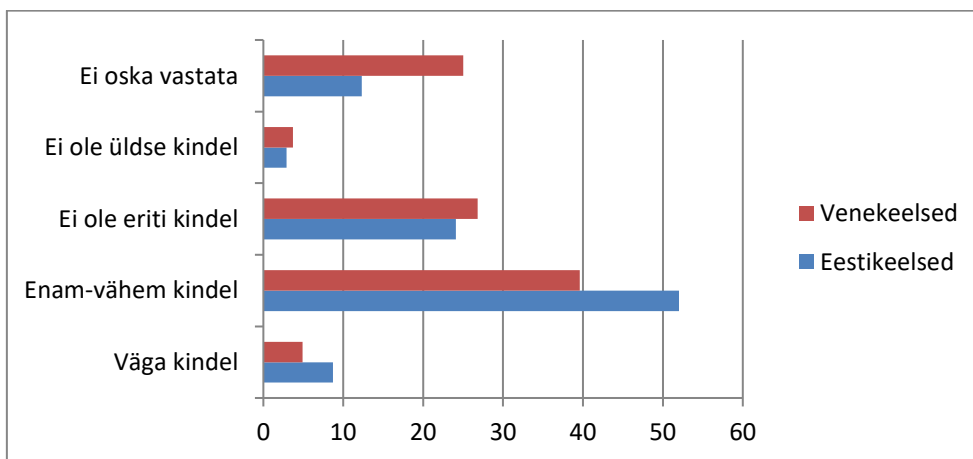
Uudiste usaldusvärsust aga kindlasti ei suurenda juurde lisatud fotod, joonised, graafikud, ega ka sõprade, tuttavate või mõne autoriteetse isiku soovitusel.

Venekeelsete vastajate arvamuste pingereas on uudis enim usaldusväärne siis, kui see sisaldab samuti uuringuandmeid, on välja antud mõne riigi institutsiooni poolt või täiendatud videoga.

Mõju uudisele omavad sarnaselt eestikeelsetele peamiselt samad tegurid, aga silma jäävad siiski mõned erisused. Nimelt grammatiliselt ja keeleliselt korrektne tekst ei ole uudise juures venekeelsetele vastajatele määravaks ning ka uudise autor ei pea just olema usaldusväärne. Samuti ei rõhuta uudise neutraalsele stiilivajadusele. Venekeelsed vastajad ei pea eriti oluliseks uudise juures ka eksperdi arvamust.

Grammatikale ja keelekorrektsusele vähese tähelepanu vajadus venekeelsete seas võib olla tingitud keeleoskuse tasemest ning võimalik, et see sihtgrupp pole piisavalt teadlik ka kohaliku meedia usaldusväärsetest autoritest. Siin on võimalik meediaintegratsiooni raames palju teavitustööd teha ja olukorda riigi- ja meediainstitutsioonide poolt parandada.

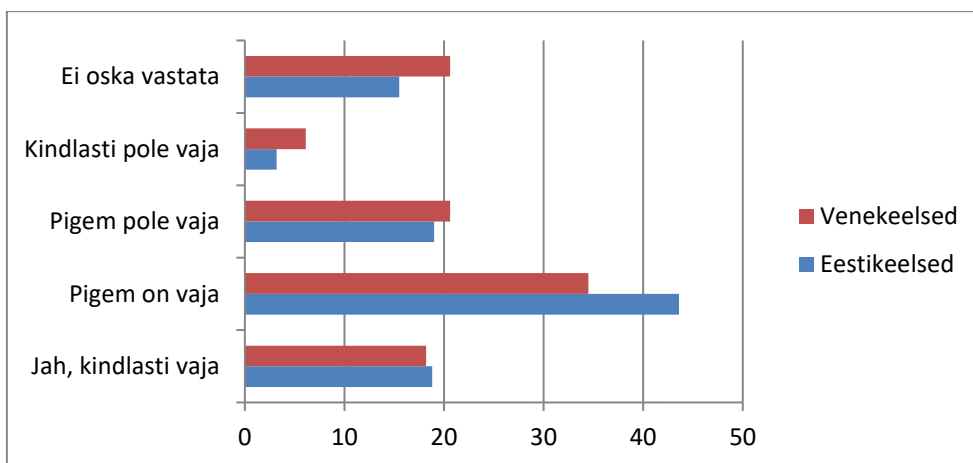
Kuidas ajateenijad aga hindavad oma võimekusi kallutatud infot või valeuudist ära tunda, näitavad järgmisel joonisel protsentnäitajad:



Joonis 3 Valeuudiste äratundmise hinnang põhilise kodukeele alusel

Joonis näitab, et väga kindlad valeuudiste äratundmises ei olda ning vaid pisut üle poole eestikeelsetest vastajatest arvab, et suudab neid tuvastada. Veerand vastajatest mõlema keelegrupi raames on aga kahtleval seisukohal.

Võrdluseks eelmisele joonisele oleks siin oluline lisada näitajad, kas ajateenijad peavad oluliseks, et Kaitsevägi neile valeuudiste äratundmist ajateenistuse jooksul õpetaks?



Joonis 4. Valeuudiste õpetamisevajadus Kaitseväes põhilise kodukeele lõikes

Kui neid jooniseid võrrelda, siis eestikeelsetest vastajatest ei ole valeuudise äratundmises kindlad või eriti kindlad kokku 27% juhtudest ning venekeelsete seas 30,5% vastanutest. Kaitseväes valeuudiste äratundmise õpetust peab väga vajalikuks või pigem vajalikuks vastavalt 62,4% ja 52,7%. Kui siia juurde lisada mõlemate keelekasutajate puhul vastanute osakaal, kes ei osanud valeuudiste äratundmist kommenteerida ehk 12,3% ning 25%, siis saab väikese muutujaga vähemalt venekeelsete vastajate hulgas vajaduse ning nõudluse suhte klappima.

Kuna venekeelsete vastajate hulgas näeb Kaitseväes valeuudiste õpetamisvajadust kokku 52,7% ning koguvajadust 20,6% lisaks ei osanud sellele küsimusele vastata, siis on siin kindlasti näha venekeelsete grupis suurt motiveeritust ennast rohkem meedia teemal harida ja seda tuleb Kaitseväel ning riigil kindlasti arvestada.

Siin oleks järgnevalt oluline vaadelda joonise 3 ja 4 omavahelisi seoseid, mis näitavad, kuidas ajateenijad, kes on andnud oma hinnangu valeuudiste äratundmisele, võiksid vajada sellealast õpetust Eesti Kaitseväes?

Tabel 5 Valeuudiste äratundmise ja selle õpetusvajaduse võrdlus

Valeuudiste äratundmine	Kas on tarvidus Kaitseväes väärinfo äratundmist õpetada?				
	Jah, kindlasti	Pigem jah	Pigem ei	Kindlasti mitte	Ei oska öelda
Väga kindel	48,1 %	12,7 %	21,5 %	7,6 %	10,1 %
Enam-vähem kindel	21,9 %	46,4 %	22,1 %	2,7 %	7,0 %
Ei ole eriti kindel	12,4%	51,7 %	21,5 %	2,5 %	12,0 %
Ei ole üldse kindel	10,0 %	56,7 %	13,3 %	13,3 %	6,7 %
Ei oska öelda	2,8 %	26,1 %	4,9 %	4,9 %	61,3 %

Tabelist võib näha, et ajateenijad, kes kindlasti näevad Kaitseväe rolli väärinfo äratundmise õpetamisel, on kokku 70% ulatuses väga kindlad või enam-vähem kindlad selles, et nad suudavad ka väärinfot tuvastada. Ka pigem õpetamist pooldavate vastanute hulk, kes on väga- või enam-vähem kindlad valeuudiste äratundmises, on kokku 59,1%.

Suur osakaal vastanutest on aga neid, kes ei oska valeuudiste äratundmist hinnata ja ei oska kommenteerida ka õpetamisvajadust. Nende osakaal on lausa 61,3%. Samas õpetamist sellest grupist peab kindlasti vajalikuks vaid 2,8% ja pigem vajalikuks 26,1%.

Kui analüüsiprogrammiga PSPP vaadata detailsemalt tabeli numbrite taha, siis on valeuudiste äratundmises väga kindlad 13,8% ja enam-vähem kindlad 55,2% venekeelsetest vastajatest ning 22,2% ja 59,5% eestikeelsetest. Küll aga ei oska valeuudiste äratundmist ega ka Kaitseväes selle õpetamisvajadust hinnata 67,6% vene- ning 50,8% eesti kodukeelega vastajatest.

Kas ja kuidas aga valeuudiste õpetamisvajadus on seotud küsitletavate haridustasemega, seda näitab erinevate kodukeelega ajateenijate lõikes järgmine tabel, kus sinise värvusega on eestikeelsed ning punasega venekeelsed vastajad. Eestikeelseid vastajaid oli kokku 815 ja venekeelseid 165 ajateenijat.

Tabel 6 Haridustaseme võrdlus väärinfo õpetamisvajadusega.

Haridustase	Kas on vajadust väärinfo äratundmist õpetada?				
	Jah, kindlasti	Pigem jah	Pigem ei	Kindlasti mitte	Ei oska öelda
Põhiharidus	18,5% 9,8%	37,0% 34,4%	17,3% 21,3%	2,4% 3,3%	24,8% 31,1%
Kutseharidus põhiharidusega	21,7% 9,1%	47,8% 45,5%	13,0% 9,1%	2,9% 0%	14,5% 36,4%
Keskharidus	19,1% 27,9%	44,0% 29,4%	22,5% 23,5%	3,6% 7,4%	10,9% 11,8%
Kutseharidus keskharidusega	10,4% 12,5%	65,7% 45,8%	10,4% 16,7%	3,0% 12,5%	10,4% 12,5%
Rakenduskõrgharidus	50,0% 0%	50,0% 0%	0% 0%	0% 0%	0% 0%
Kõrgharidus (bakalaureus)	50,0% 100%	12,5% 0%	25,0% 0%	0% 0%	12,5% 0%
Kõrgharidus (magister/doktor)	0% 0%	0% 0%	0% 0%	100,0% 0%	0% 0%

Tabeli näitajates on suurim osakaal vastajaid on keskharidusega (48,6%) ja nende hulgas eestikeelsed vastajad kas kindlasti või pigem kindlasti peavad õpetamist vajalikuks kokku 63,1% ja venekeelsetest 57,3%.

Teise suurusjärgu moodustavad valimist põhiharidusega vastajad kokku 32,9% ja nende vastavad näitajad eestlaste seas on 55,5% ja venekeelsete seas 44,2%.

Kõrgharidusega vastajad moodustasid valimist kokku vaid 1,3% ja selle haridustasemega vastanute näitajad ei ole antud tabeli lõikes määravateks.

Üsna suur protsent on nii eesti- kui venekeelsete vastajate hulgas neid, kes ei oska valeuudiste äratundmisõpetuse vajadust kommenteerida ja seda eriti põhiharidusega ning kutseharidus põhiharidusega vastajate baasil.

6. ARUTELU

Mida saame järeldada ning mille üle arutleda, kui oleme vaadelnud antud valimi raames ajateenijate meediatarbimist, ajateenijate poolt kasutatavate erinevate infokanalite usaldusväärset ja mitteusaldusväärset, meediatarbimise tegureid ning seoseid kaitsetahtega, vaeuudiste äratundmisoskust ja analüüsinud vajadust saada vaeuudiste äratundmisõpetusi Eesti Kaitseväes?

Esiteks saab erinevate kodukeeltega vastajate lõikes meediatarbimises leida nii ühisosa kui ka selgeid vastuolusid. Need näitajad kajastuvad omakorda kutsealuste kaitsetahte analüüsides ning suhtumises Eesti riigi kaitsevõimesse. Samamoodi tuleb analüüsides välja mitmeid tegureid, millele on oluline tähelepanu pöörata, et püstitatud eesmärkideni tulevikus jõuda.

Esimese uurimusküsimuse raames näeme meediatarbimise aktiivsusest, et üsna arvestatav osakaal küsitletutest ei jälgi üldse meediat või teeb seda väga harva. Nende vastused küsitlusankeedis antud teemal võivad seetõttu olla meelevaldsed ega pruugi kajastada tegelikke seisukohti, mida eesmärgipõhiselt analüüsida. Samamoodi on meediatarbimise seos riigikaitsega suuresti seotud vastaja poliitiliste vaadetega, aga tuleb ka arvestada, et kõik uuringus osalejad ei pea oma vastustes olema poliitiliselt motiveeritud, mistõttu osadesse analüüsi tulemustesse peaks suhtuma teatud ettevaatusega.

2017. aasta Eesti ühiskonna integratsiooni monitooring ütleb, et Eesti venekeelsetel elanikel ei ole tegelikult ühiseid autoriteetseid meediakanaleid. Nad usaldavad meediakanaleid eestlastest märksa vähem ning pildi ühiskonnas toimuvast panevad Eesti venekeelsed kokku mitme kanali infole toetudes (Seppel 2017: 72).

Oluline on ka märkida, et meedia usaldusväärse ja mitteusaldusväärse tabelid ei ole kindlasti omavahel pöördvõrdelises seoses ehk väljaande usaldusväärset vastaja kohta ei pea võrduma mitteusaldusväärse tabeli vastava muutuja suurusjärguga sama allika lõikes. Seega saame rääkida vaid statistilisest keskmisest ning sealjuures lähtuda vastajate vabadusest ka omi tegelikke valikuid ankeedis mitte avaldada.

Meediakanali usaldusväärset või mitteusaldusväärset sõltub kindlasti ka sellest, millise sisuga uudist või infot küsitletav sealt tegelikult otsib. Vastavalt otsitava ja leitava seosele, ootustele ja tulemustele kujuneb ning juurdub ka allika kasutamine ja süveneb usaldus või usaldamatus

selle vastu. Ka on lisas 3 välja toodud põhjalik tegurite loetelu, mis uudise tõsiseltvõetavust mõjutavad eri kodukeelega meediatarbijate arvates. Nende detailsete näitajate kaudu oleks ilmselt võimalik juba konkreetsemalt meedia usaldusväärust ka tõsta.

Teoreetiliselt võib siit omakorda järeldada, et infoallikate mitteusaldusväärus on seotud targa ning allikakriitilise mõtlemisega, aga mitteusaldusväärsete allikate analüüsi tuleks autori arvates suhtuda siiski pisut ettevaatlikumalt kui usaldusväärsete omasse. Kui usaldusväärust saab hinnata sisust tuletatud konkreetsete järelduste põhjal, siis mitteusaldusväärus võib olla seotud allika mittekasutamisest tulenevate eelarvamustega. Kõik võõras ja tundmatu on enamikul juhtudel automaatselt mitteusaldusväärne ning pole välistatud, et need inimlikud emotsioonid väljenduvad ka sellekohastes uurimustöö vastustes.

Usaldus meedia vastu on kindlasti seotud ka meediakriitilisusega - need vene keelt emakeelena kõnelevad inimesed, kes on Eesti ajakirjanduse suhtes kriitilisemad, usaldavad ka meediat vähem ning vastupidi. Üldiselt on venekeelne elanikkond tervikuna eestikeelse meedia suhtes umbusklik (Leppik ja Vihalemm, 2017: 605).

Sotsiaalvõrgustike tähtsus infokanalina aga järjest kasvab ning 2017. aasta monitooring näitab, et 15-34 aastastest noortest lausa 77% peab sotsiaalmeediat juba kõige olulisemaks infoallikaks (Seppel, 2017: 72). Tänapäeval on sotsiaalmeedia tähelepanuväärselt muutnud inimeste infokäitumise- ja kommunikatsioonimustreid ning mõjutab üha enam ka organisatsioone. Sotsiaalmeediat kasutatakse nii organisatsiooni sise- ja väliskommunikatsiooni soodustamiseks kui ka informatsiooni vahendamiseks (Virkus jt, 2017: 537).

Sotsiaalmeedia ohtude ja võimalustega on sunnitud tegelema paljude riikide armeed, millest oli juttu ka selle uurimustöö esimestes peatükkides. USA näitel on sotsiaalmeedia kasutamise ja reguleerimise teemat sõdurite hulgas uurinud major Ryan G. Walinski, kus läheneti sotsiaalmeedia võimalusele positiivsemalt ning rakendati neid sõdurite heaolu suurendamiseks (Walinski, 2015). Ka Eesti väeosades on järjest avatud ametlikke sotsiaalmeedia kanaleid, mis aitavad selle kaudu kasutajate seas levitada kontrollitud teemakohast infot (Karotamm, 2015). Need tegevused peaks sotsiaalmeedia infokvaliteeti oluliselt parandama, sest riikliku institutsiooni sotsiaalmeediakanalit võiks pidada siiski üsna usaldusväärseks võimaluseks adekvaatse informatsiooni hankimiseks eriti nooremale sihtgrupile.

Infooperatsioonidele suuresti panustav Venemaa aga on sotsiaalmeedia väärkasutusega sõdurite hulgas suures hädas, kus lisaks ajaveetmisele lekib läbi lohakate postituste avalikkusele ka

taktikalist infot. Küll on Venemaa ise siin võtnud lääneriikidest hoopis radikaalsema suuna ning soovib sõduritele sotsiaalmeedia hoopis keelata. Sellest andis teada Ekspress Meedia Tehnika ja teadusmaailma uudisteportaal Forte, mis vahendab Venemaa Riigiduuma eelnõu 2018. aastal (Mandri, 2018).

Ka Eestis on sarnaseid probleeme sotsiaalmeedia väärkasutusega esinenud ning nende ennetuseks ja vältimiseks võeti Riigikogu poolt 20. veebruaril 2019 vastu Kaitseväe korralduse seaduse muutmise seadus, millega sooviti anda Kaitseväele rohkem õigusi ajateenijate varjatud jälgimiseks ning isikuandmete käitlemiseks. Küll aga jättis Eesti Vabariigi president Kersti Kaljulaid 7. märtsil 2019 selle seaduse välja kuulutamata rõhudes vastuolule Põhiseadusega ning sõdurite eraelu puutumatusel (President, 2019).

Seega Eesti soovib jälgida nendes küsimuses liberaalsemat joont ning seetõttu on autori arvates oluline suunata repressioonide asemel fookus rohkem ajateenijate õpetamisele ning rohkele selgitustööle juba varases nooruses.

Teises uurimusküsimuses vaatluse all olev ajateenijate kaitsetahe on esmapilgul abstraktne mõiste, millele konkreetselt mõõdetavaid hinnanguid anda on pigem keeruline. Inimeste väljendusviisid ja arusaamad riigikaitseesse panustamisest on väga erinevad. Mõned ei ole selle teemaga varasemalt üldse kokku puutunud ning omal algatusel hangitud info on puudulik või kallutatud. Tõenäoliselt oleks vastused uurimuse tarbeks märksa objektiivsemad ajateenistuse lõpufaasis, kui ajateenijad on läbinud vajalikud õpped ning neil on tekkinud teatud kogemused, oskused ja selgemad riigikaitseteemalised hoiakud. Kas Kaitsevägi üksi läbi integratsiooniprogrammide ning meediaõpete üldse suudab kodanike kaitsetahet ajateenistuse jooksul suurendada või peaks sisend tulema kusagilt mujalt ja märksa varem?

Kaitsetahte ja meediatarbimise seoseid võib leida ka varasemast Kaitseministeeriumi poolt tellitud avalikust Turu-uuringute AS uuringust, kus enamik venekeelsetest vastajatest arvab, et Eestit ähvardavatest sõjalistest ohtudest on meedias liiga palju juttu. Samas ei ole teada, kas on muutunud hoiakud või sellesisuliste uudiste osakaal meedias (Kivirähk, 2018: 28). Kui midagi on liiga palju, siis see võib põhjustada teatud vastumeelsust. Võimalik, et teatud hulk inimesi ei tunneta probleemi, pole asjadega piisavalt kursis, ei ole sõjandusest ja poliitikast huvitatud või teadlikult soovivad tarbida teistsuguse sisuga igapäevameediat. Kõik see on mõistetav, aga kuidas sellest toota tulemit Kaitseväele või suunata ühiskonda selliselt, et ajateenijate meediakirjaoskus oleks kooskõlas Eesti Vabariigi riigikaitse põhimõtete ja -väärtustega?

Pealesunnitud olukorras, milleks ajateenistus kahtlemata paljudele on, võivad küsitletavale määravaks olla mitmed kõrvalmõjud ning tahe mitte sattuda valede vastuste tõttu soovimatu tähelepanu alla. Küsitluse tausta ja eesmärke teades võib küsitletav vastustega rahulikuma ajateenistuse nimel teadlikult manipuleerida. Sellise võimalusega tuleb taoliste ankeetküsitluste puhul alati arvestada.

Uurimusküsimus, mis käsitleb valeinfo äratundmist andis küll ülevaate nii eesti- kui venekeelsete vastajate personaalsetest arvamustest, aga ka neid näitajaid tuleb autori arvates hinnata suhtelisena. Kergeusklik vastaja on ju ise pigem kindel selles, et valeuudiste äratundmisega tal probleeme ei ole ning sellisel juhul väljendab ta oma valeveendumust ka küsitlusstatistikas. Sellise väära enesekindluse taustal ei peeta vajalikuks omandada ka Kaitseväge pakutavat õpetust valeuudiste äratundmise kohta. Kas valeuudiste äratundmist peaks hindama edaspidi kuidagi teisiti?

Selle lõputöö tabelis nr 2 oli välja toodud meediatarbimise aktiivsus, kust oli näha üsna suur osakaal mõlema keelega vastajatest, kes ei jälgi uudiseid üldse või teevad seda väga harva. Siit võib järeldada, et sama sihtgrupp avaldas oma arvamust ka joonisel 3, kus ei osatud anda vastust valeuudiste äratundmise oskustele või tabelis 6, kus ei osatud vastata küsimusele, kas Kaitseväge võiks seda õpetada või mitte?

Millistele näitajatele aga üldse peab uudis vastama, et seda käsitleda kui valeuudist või millised on uudise tõemääramise ühesed kriteeriumid antud uurimuse raames? Sageli on siin määravaks ümber uudise loodud kontekst. Osaval uudistekanalil on uudise sisu ja selle rõhuasetustega võimalik manipuleerida, muutes või ilustades näiteks fakte ning selle reguleerimiseks puuduvad kindlad kriteeriumid ja normid.

Eesti ajakirjanik ning Eesti Ajakirjanike Liidu juhatuse esimees Helle Tiikmaa (2018: 15) on Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi (EAAS) aastaraamatu kaudu avaldanud väljavõttet seltsi koosolekust Tallinnas Riigikogu konverentsisaalis 23. märtsil 2018. Seal ta ütleb, et Eestit iseloomustab meedia vähene seadusandlik reguleeritus. Massimeediaseadust või ajakirjandusseadust meil ei ole ning peale 1990-ndate aastate algust pole selle üle ka arutatud, kas seda vaja oleks. Põhiseaduses on kirjas, et meil ei ole tsensuuri, et on õigus saada informatsiooni ja õigus levitada oma ideid ja mõtteid. Siiski on kirjas ka see, et teataval määral võib seada sisse info levitamise piiranguid avaliku korra, kõlbluse ning teiste inimeste õiguste ja vabaduste, tervise, au ja hea nime kaitseks. Põhiseaduses kirjas olev ei saagi väga konkreetne

olla. Millega tegelikult ajakirjandust reguleeritakse? Ringhääling on reguleeritud oma seadusega, aga siiski mitte niivõrd sisuliselt kui formaadiliselt. Nii meediateenuste seadus kui ka rahvusringhäälingu seadus tegeleb põhiliselt televisiooni ja raadioga, aga internet on ikka omapäi.

Kuidas sellistel tingimustel hinnata uudiste usaldusväarsust, kehtestada hindamisstandardeid, hoida kontrolli või töötada välja vajalikud vastumeetmed valeinfo leviku vastu?

Tallinna Ülikooli teleajakirjanduse lektor ja Eesti Rahvusringhäälingu juhatuse nõunik Indrek Treufeldt (2012: 12) on Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamatus selgitanud ajakirjanduse kui vahendaja rolli, kus ta ütleb, et lihtne on nõuda, et ajakirjandus peab väljendama tõde, aga enamasti puuduvad mingidki vahendid, et tõde selgitada. Seda enam, et suur osa inimeste teadmistest maailma kohta on lakkamatu avaliku kommunikatsiooni tulemus. Me konstrueerime ka ise paljusid tegelikkuse nähtusi, nagu majanduskriis või julgeolekuvaakum. Suur osa meie tegelikkusest põhineb tekstilisel selgitusel, teatud maailmamudelil. Tekst ise pole tegelikkus.

Kvaliteetse uudise kriteeriumite üle on vaieldud palju ja pikalt. Eesti filoloog, keele- ja kirjandusteadlane ning meediaasjatundja Tiit Hennoste (2008: 29-36) on sellel teemal andnud välja uudiste käsiraamatu, kus uudist hinnatakse esmalt uudisväärtuste ning pseudoväärtuste pinnalt. Uudiseväärtuse taustaks on kaks olulist arusaama – uudis peab vastama lugeja küsimustele ja uudis peab lähtuma lugeja ning laiemalt ühiskonna huvidest. Allikas peab hoolega jälgima, et uudis levib selle tegeliku uudisväärtuse mitte pseudoväärtuste tõttu, milleks on näiteks omaniku või reklaaminõudjate mõju, allika surve jne.

Uurimus näitab, et kui vastaja on valinud oma infoallikaks kindla kanali või kanalid, siis on ka nende vastu usaldus üle keskmise. Samas on vastajate osakaal ikka suuresti peavoolu ehk rohkem kontrollitud meedia kasuks. Kui seda muuta atraktiivsemaks kõikidele sihtgruppidele, siis võiks teoreetiliselt selle osakaalu alternatiivmeedia ees veelgi suurendada.

Et paremini analüüsida uurimusprobleemide tagamaid, püstitada tegevusfookus ning välja töötada mõjusad strateegiad, tuleks paremini mõista meediatarbivate profiile erinevate kodukeelega kasutajate seas. Hetkel on numbrid vaid statistilised näitajad, mis ei väljenda emotsiooni ega ka vastaja tegelikke mõtteid. Kindlasti annaks parema tulemuse, kui tekiks võimalus küsitletavaid intervjuuerida, et süvitsi analüüsida kirja pandud vastuste põhjuseid või

väljendatud otsuste tagamaid. Selline lähenemine oleks tunduvalt töömahukam, aga kindlasti eesmärgipärasem ja andmetelt tulemuslikum.

Antud lõputöö tulem annab uurimusküsimuste kaudu hea ülevaate meediamaaolukorra hetkeseisust ajateenijate seas, aga mõjusid ja eesmärke tuleb hinnata siiski perspektiivis, et töötada välja muutusteks vajaminev põhjalik ja pikaajaline plaan. Analoogsete uuringutega on alustatud enam kui 20 aastat tagasi, millest on täpsemalt juttu uurimustöö punktis 2.2, siis antud uurimuse analüüsid ning andmestik on pigem osa pikemast ahelast, mille abil kutsealuste väljavaateid ja meediatarbimist saab edaspidi suunata.

Hetkel on meil olemas statistika usaldusväärsetest ja mitteusaldusväärsetest allikatest erinevate kodukeelega ajateenijatest meediatarbijatelt ning loetelu uudise usaldust või mitteusaldust põhjustavatest teguritest ehk korralik andmestik edasi töötamiseks ja süvaanalüüsiks. Tasuks mõtelda ka selles suunas, et usaldust ei saa peale sundida, vaid usaldus tuleb välja teenida. See tõdemus kehtib ka meediaväljaannete ning selle lugejaskonna suhetes.

Mis puudutab kaitsetahte seost meediatarbimisega, siis seda mõjutab autori arvates esmalt igäihe personaalne meediakirjaoskus, kus venekeelsetele vastajatele on määravaks lisaks eesti keele oskus. Õnneks on riiklikul tasemel selleks astunud konkreetsemaid samme ja ühiskonna sidususe ja turvalisuse säilitamise ning arendamise eesmärgil näeb Haridus- ja Teadusministeeriumi üldharidusprogramm 2020-2023 ette meediakirjaoskuse arendamist koolieelsetes lasteasutustes, põhikoolis kui ka gümnaasiumis (Haridus-..., 2020). Sellest tulenevalt võiks tulevikus ajateenijate meediatarbimist ja valeduudiseid analüüsiv küsimustik anda hoopis teadlikumaid vastuseid ja soodsamaid tulemusi riigikaitse seisukohalt.

Varajane ühiskonna harimine aitab paremini eestikeelset meediat tarbida ja selle osakaalu muukeelsete hulgas suurendada. Kindlasti oleks oluline ka Eestis välja antavat venekeelset meediat paremini sünkroniseerida nende allikate raames, mis toimetavad mõlemakeelsetena.

Uudiste ja info vastandlikkust võib kohata näiteks sama portaali või allika erikeelsetest väljaannetest nagu Delfi ja Postimees. Leppik ja Vihalemm (2017) on kirjutanud, et Eesti-Vene kontekstis on meedia mõjutusmehhanismid komplitseeritud, kuna teatud valdkondades on meedia esitatavad sõnumid vastandlikud. Ka Eesti venekeelse elanikkonna puhul sõltub Venemaa meediasisu vastuvõtt kohaliku auditooriumi elukogemusest, vajakajäämiste ja normaalsuste tunnetusest ning vastupidi. Venemaa meediasisu loob kohaliku elu tõlgenduseks teatavad raamid.

Ka valeuudiste äratundmise küsimustes ei piisa autori arvates ainult sellest, kui küsida ankeedi kaudu subjektiivset hinnangut valeuudiste äratundmise kohta hinnatavalt endalt. Olukorda aitaks täpsustada konkreetseid valeuudisteid ja valeinfot käsitlevad ülesanded või testid, mis näitaksid valimi tegelikku oskustaset nendes küsimustes. Võimalusel peaks seda osa ankeedis korrigeerima või täiendama.

Meedial on infoühiskonnas kandev roll, kus olulisel määral vahendatakse poliitilisi sõnumeid. Sellises infokülluses orienteerumine ja adekvaatse info välja filtreerimine on sageli ka kogunud infotarbijale keeruline väljakutse, rääkimata noortest inimestest.

Riik ja selle institutsioonid peavad tagama, et ühiskonna iga liige teaks ja oskaks leida vastuseid olulistele riiklikele või poliitilistele küsimustele ilma, et ta peaks lähtuma isiklikest eelarvamustest või otsima alternatiive mujalt. Erinevad sihtgrupid kasutavad erinevaid infokanaleid ja -allikaid ning sellest lähtuvalt peab teemale ka lähenema. Olgu selleks siis peavoolu-, sotsiaalmeedia või mõni muu tarbija jaoks oluline allikas.

Saadud andmete eesmärgipõhiseks kasutamiseks tuleks need kõrvutada varasemate analoogsete uuringutega, sooritada täiendavaid küsitlusi sihtgrupi sees ning tugineda ka teiste riikide praktikatele. Ka Eesti Vabariigi taasiseseisvumisest alates on tekkinud meil omal piisav oskusteave ja kogemus, mida jooksvalt seoses muutuvate oludega tuleb täiendada või reformida.

Kindlasti peaks Kaitsevägi panustama edaspidi nii küsitluste täiustamisesse kui ka desinformatsiooni äratundmise õpetamisesse vaatamata sellele, milliseid tulemusi annavad vastavasisulised ankeetküsitlused. Infooperatsioonide läbiviimise vahendid ja strateegiad muutuvad pidevalt ning seetõttu ei saa loota vaid personaalsele eneseharimisele. Ka kasutatavad infoallikad on pidevas muutumises ja neid lisandub või kaob meediamaastikult pidevalt. See sunnib omakorda meediaalasele õpetamisvajadusele nii Kaitseväes kui ka laiemalt kogu ühiskonnas.

KOKKUVÕTE

Uurimustöö eesmärgiks oli anda läbi püstitatud uurimusküsimuste ülevaade 2020. aasta oktoobrikuu ajateenijate meediatarbimisest erinevate allikate näidetel ja meediakanalite kasutamise mõjust suhtumisele riigikaitssesse ning seostele väärinfo tuvastamisega.

Töö jaoks küsitleti nii eesti- kui venekeelsed ajateenijad, kelle vastuseid teemakohastele ankeetküsimustele sai analüüsitud statistilise andmeanalüüsiprogrammiga PSPP. Selle uurimuse tulemused näitavad ajateenijate meediatarbimise hetkeseisu ja annavad sisendi võrdluste läbiviimiseks varasemate ning hilisemate analoogiliste uurimustöödega, et omakorda hinnata tulemusi ja mõjusid pikema perioodi jooksul.

Uurimusest selgus, milline on 2020. aasta ajateenijate meediatarbimise üldine aktiivsus ning millised allikad on erineva kodukeelega vastajate seas usaldusväärsed ja millised mitte. Samuti näitas uurimus, millised tegurid aitavad tarbija jaoks muuta uudist usaldusväärseks ning kuidas hinnati oma oskusi valeuudiste äratundmise osas. Ka sai vaadeldud valeuudiste äratundmise hinnangute seoseid võimaliku sooviga saada valeuudiste äratundmise õpet Eesti Kaitseväes.

Kõikide analüüsi tulemusel saadud andmete, nendevaheliste seoste ja võrdluste põhjal saab teha järeldusi, kuidas meediakanalid, Kaitsevägi, aga ka meediatarbija ise saaks oma meediatarbimise teadlikkust tõsta, mida võiks paremaks muuta ning kuidas tagada meedia kvaliteet ja usaldusväärsus eri keeltega kasutajate seas? Nendeks on näiteks eneseharimine, meediatarbimise õpetamine õppeasutustes sealhulgas ka Kaitseväes, pidev selgitustöö ühiskonnas ja loomulikult erinevate uuringuandmete põhjal meediakultuuri parandamine.

Uuringupiiranguks on, et see ei näita ajateenijate vastuste valikute põhjuseid ega kajasta ka vastajate selgitusi, seetõttu oleks mitmeid statistilisi tulemusi vajadus täpsustada läbi intervjuude või täiendavate küsimuste. Selline lisavõimalus annaks selgema ülevaate ning tekitaks parema võimaluse eesmärkide täimiseks nii Kaitseväele kui uudistetarbijale endale.

Kindlasti on meediatarbimise seoseid ühiskonna kaitsetahtega vajadus edasi uurida ning tulemustest lähtuvalt pehmete väärtuste kaudu soodustada kvaliteetmeedia tarbimist ja usaldamist eriti venekeelsete hulgas, sest riigi sõjalist võimekust ei taga ega näita kvaliteetne relvastus, vaid eelkõige kodanike motiveeritus oma riiki usaldada ning soov seda kaitsta.

SUMMARY

Estonian and Russian-speaking conscripts` media consumption and its association with identification of misinformation.

This study aimed to provide an overview of the media consumption of conscripts with examples from different sources and the effect of media use on attitudes towards the national defense and the connections with the detection of misinformation.

The study included both Estonian and Russian conscripts, whose answers to the relevant questionnaire questions were analyzed with the statistical data analysis program PSPP. The results showed that the current situation of media consumption amongst conscripts and provide input for comparison with earlier and later similar researches to assess the results and effects over a longer period.

The study revealed the general media consumption activity of this selection of conscripts in 2020 and which sources are reliable among respondents with different home languages and which are not. The study also showed which factors make news reliable for the consumer and how respondents rated their skills in recognition of false news. Also, the connections between recognition of the false news with the possible ambition to get training for it in the Estonian Defense Forces were examined.

Based on all the data obtained from the analysis, the connections, and comparisons, it can be concluded how the media, the Estonian Defense Forces, and the media consumer can raise awareness on media consumption itself. These findings enhance our understanding of what could be improved and how to ensure the quality and reliability of the media multilingual users' access. These include self-education, teaching media consumption in educational institutions including the Defense Forces, continuous explanatory work in society, and improving media culture on basis of various research data.

A limitation of this study is that it does not show the reasons or explanations why the conscripts made specific choices, therefore several statistical results would have to be specified through interviews or additional questions. Such an additional option would give a much clearer

overview and would create better opportunities to fulfill the aims for Defense Forces and news consumers themselves.

There is a need to further research to examine the connections between the media and the societies' desire to defend. Based on these results it is possible to promote the consumption and trust of quality media, particularly Russian speakers, through soft values because the military capabilities of the country are not guaranteed or demonstrated by the high-quality armament but by the motivated citizens to trust and defend their country.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Ajateenijate teenistuses edasijõudmine. Kompleksuuringu 2019-2020 ajateenijate küsitluse aruanne.* (2021). Strateegilise Jätkusuutlikkuse Kompetentsikeskus. Tartu Ülikool. Kasutatud 20.03.2021, <https://www.kvak.ee/files/2021/02/Kompleksuuringu-2019-2020-aruanne.pdf>
- Baumeister, K.-A. (2019). Sotsiaalmeedia kui peamine infoallikas. I. Mühling, H. Suurkask ja R. Jäärats (toim). *Kaitseväge aastaraamat 2019* (lk 39). Tallinn. Kaitseväge peastaabi strateegilise kommunikatsiooni osakond.
- Bennett, L. ja Livingston, S. (2018). The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication* 33, 2 (lk 122-139). Washington. University of Washington.
- Bunde, T. ja Oroz, A. (2015). HybridWarfare: WhoIsReady? *Munich Security Report 2015*. Kasutatud 21.02.2021, <https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/MunichSecurityReport2015.compressed.pdf>
- Degenhard, J. (2021). Vkontakte users in the World 2017-2025. *Statista*, 9. veebruar. Kasutatud 15.03.2021, <https://www.statista.com/forecasts/1146492/vkontakte-users-in-the-world>
- Demus, E. (2018). *Rahulolu ajateenistusega ja seda mõjutavad tegurid Eesti Kaitseväes*. Magistritöö. Tartu Ülikool, sotsioloogia õppekava.
- Eesti Meediaettevõtete Liidu kodulehekülg.* (2018). Kaebus nr 823 – Postimees ei rikkunud head ajakirjandustava. Kasutatud 17.03.2021, <https://meedialiit.ee/otsus-nr-823/>
- Euroopa Komisjoni Euroopa Liidu avatud andmete portaal.* (2018). Fake news and disinformation online. Kasutatud 20.03.2021, https://data.europa.eu/data/datasets/s2183_464_eng?locale=en
- Euroopa Komisjoni Euroopa Liidu avatud andmete portaal.* (2019). Standard Eurobarometer 91. Kasutatud 20.03.2021, https://data.europa.eu/data/datasets/s2253_91_5_std91_eng?locale=en

Flome, M., Blahur, A., Podavini A., Verile, M. (2019). *Understanding citizens' vulnerabilities to disinformation and data-drive propaganda: case study: the 2018 Italian general election, JRC technical report, European Commission, JRC116009: EUR 29741 EN*. Luxembourg. Publications Office of the European Union.

Haridus- ja Teadusministeeriumi kodulehekül. (2020). Kasutatud 05.02.2021, <https://www.hm.ee/et/tegevused/meediapadevus>

Haridus- ja Teadusministeeriumi kodulehekül. (2020). Kasutatud 27.02.2021, https://www.hm.ee/sites/default/files/4_uldhar_progr_2020-23_seletuskiri_dets19.docx.pdf

Hennoste, T. (2008). *Uudise käsiraamat*. Tartu. Tartu Ülikooli Kirjastus.

Jantunen, S. (2018). *Infosõda*. Tallinn. Kultuurileht.

Kaitseministeeriumi kodulehekül. (2020). Avalik arvamus riigikaitsest – aruanne Kaitseministeeriumile. Kasutatud 19.03.2021, https://www.kaitseministeerium.ee/sites/default/files/elfinder/article_files/avalik_arvamus_ja_riigikaitse_sygis_2020_.pdf

Kaitseväeteenistuse seadus (13.06.2012). *Riigi Teataja*. Kasutatud 06.03.2021, <https://www.riigiteataja.ee/akt/110072012001>

Kaljurand, R. (2015). Virtuaalne Venemaa Eestis: Vene meedia mõju Eestis elavale venekeelsele elanikkonnale. *Diplomaatia*, 13. november. Kasutatud 14.02.2021, <https://diplomaatia.ee/virtuaalne-venemaa-eestis-vene-meedia-moju-eestis-elavale-venekeelsele-elanikkonnale/>

Karotamm, T. (2015). Moodsas sõjas jõuavad lahingud taskutesse. *Postimees*, 26. detsember. Kasutatud 01.03.2021, <https://www.postimees.ee/3443819/moodsas-sojas-jouavad-lahingud-taskutesse>

Kasearu, K., Murakas, R., Talves, K., Trumm, A. ja Truusa, T-T. (2017). Ajateenijate kompleksuuring: metodoloogiline ülevaade. A. Trumm (toim), *Riigikaitse inimvara kaardistamine: uuringute tulemused – Artiklikogumik 2017* (lk 9). Tartu. Strateegilise Jätkusuutlikkuse Kompetentsikeskus.

- Kivirähk, J. (2017). *Avalik arvamus ja riigikaitse*. Kasutatud 2.02.2021, https://www.kaitseministeerium.ee/sites/default/files/elfinder/article_files/avalik_arvamus_ja_riigikaitse_marts_2017.pdf
- Kivirähk, J. (2018). *Avalik arvamus ja riigikaitse*. Kasutatud 21.03.2021, https://www.kaitseministeerium.ee/sites/default/files/elfinder/article_files/avalik_arvamus_ja_riigikaitse_oktoober_2018.pdf
- Lehtsalu, I. (2017). *Sotsiaalmeedia kasutamise ja kasutamise reguleerimine Eesti Kaitseväes: Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste Kõrgema Sõjakooli kadettide kogemuste näitel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.
- Leppik, M. ja Vihalemm, T. (2017). *Venekeelse elanikkonna hargmaisuus ja meediakasutus. Eesti ühiskond kiirenevas ajas: uuringu „Mina. Maailm. Meedia” 2002-2014 tulemused*. Tartu. Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Lessenski, M. (2019). *Media Literacy Index 2019*. Kasutatud 21.02.2021, https://osis.bg/wp-content/uploads/2019/11/MediaLiteracyIndex2019_-ENG.pdf
- Luure, H. (2020). *Kaitsevaldkonna pildikeele arendamise võimalused vastavalt noorte sihtgrupi meediatarbimise trendidele*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.
- Mandri, J.-M. (2018). Venemaa tahab sõduritel sotsiaalmeedia ära keelata, sest nutikauged soldatid tekitavad sõjaväele ja poliitikutele hulgaliselt peavalu. *Forte*, 14. september. Kasutatud 24.03.2021, <https://forte.delfi.ee/artikkel/83661651/venemaa-tahab-soduritel-sotsiaalmeedia-ara-keelata-sest-nutikauged-soldatid-tekitavad-sojavaele-ja-poliitikutele-hulgaliselt-peavalu>
- Mesipuu, B. (2020). Suur uuring- eestlaste interneti ja sotsiaalmeedia kasutus aastal 2020. *Milos reklaam*. Kasutatud 10.02.2021, <https://milos.ee/suur-uuring-eestlaste-interneti-ja-sotsiaalmeedia-kasutus-aastal-2020/>
- Mägi, H ja Vitsut, L. (2008). *Infosõda: visioonid ja tegelikkus*. Tallinn. Eesti Ekspress Kirjastuse AS.
- Müürsoo, A. (2018). Kui vajalikuks peavad ajateenijad ajateenistust? Mõjutegurid ja hinnangu muutus teenistuse jooksul. K. Kasearu ja A. Saumets (toim). *Sõjateadlane: ajateenistus Eesti Kaitseväes* (lk 54-55). Tartu. Eesti Ülikoolide Kirjastus.

- Nael, M. (2019). Sputnik peatas Eestis tegevuse. *Eesti Rahvusringhääling*, 31. detsember. Kasutatud 15.02.2021, <https://www.err.ee/1019225/sputnik-peatas-eestis-tegevuse>
- Nissen, T.E. (2015). *Sotsiaalmeedia kasutamine relvasüsteemina*. Tallinn. Postimees.
- Norri-Sederholm, T., Norvanto, E., Talvitie-Lamberg, K. ja Huhtinen A-M. (2020). Misinformation and disinformation in social media as the pulse of Finnish National Security. E. Moehlecke de Baseggio, O. Schneider ja T. Szvircev Tresch (toim), *Social Media and the Armed Forces* (lk 207-225). Switzerland. Springer International Publishing.
- Pernik, P. (2018). Vene infosõda võib sotsiaalmeedias sihikule võtta Eesti venekeelsed noored. *Rahvusvahelise Kaitseuringute Keskuse kodulehekülg*, 9. Aprill. Kasutatud 15.02.2021, <https://icds.ee/et/vene-infosoda-voib-sotsiaalmeedias-sihikule-votta-eesti-venekeelsed-noored/>
- Potšeptsov, G. (2018). *Propagandasõda 21. Sajandil*. Tallinn. Hea Lugu.
- Presidendikantselei kodulehekülg*. (2019). Vabariigi President jättis välja kuulutamata Kaitseväele täiendavaid varjatud jälgimise õigusi andva seaduse. Kasutatud 17.03.2021, <https://www.president.ee/et/meediakajastus/pressiteated/15044-vabariigi-president-jaettis-vaelja-kuulutamata-kaitsevaele-taeiendavaid-varjatud-jaelgimise-oigusi-andva-seaduse/index.html>
- Priimägi, L. (2015). *Propagandasõda teooria ja praktika*. Tallinn. Eesti Keele Sihtasutus.
- Prikk, K. (2020). Eesti julgeoleku tagavad NATO-sse kuulumine ja kaitsetahe. *Kaitseministeeriumi kodulehekülg*, 19. veebruar. Kasutatud 03.02.2021, <https://www.kaitseministeerium.ee/et/uudised/eesti-julgeoleku-tagavad-nato-sse-kuulumine-ja-kaitsetahe>
- Reisenbuk, K. (2017). EKV ajateenija poseeris 9. mail kaitseväe vormis Georgi lindiga. *Postimees*, 17. mai. Kasutatud 06.03.2021, https://www.postimees.ee/4115929/ekv-ajateenija-poseeris-9-mail-kaitsevae-vormis-georgi-lindiga?utm_source=pm&utm_medium=wallpost&utm_content=4115929&utm_campaign=fb_post&fbclid=IwAR1OKMGnXavJ1DdTOWuyZmDJKS3Stj0da_WtgoGZEtnpGHJ6dvuBSgBgap4

Riigikantselei kodulehekül. (2018). Valitsuskommunikatsiooni käsiraamat. Kasutatud 17.03.2021, <https://riigikantselei.ee/valitsuse-too-planeerimine-ja-korraldamine/valitsuskommunikatsioon>

Seppel, K. (2017). *Eesti ühiskonna integratsiooni monitooring 2017* 6, 69-73. Balti uuringute Instituut. Kasutatud 03.11.2020, <https://www.ibs.ee/wp-content/uploads/EIM2017.pdf>

Statistikaameti kodulehekül. (2021). Statistikaameti andmebaas. Kasutatud 10.04.2021, https://andmed.stat.ee/et/stat/rahvaloendus_rel2000_kodakondsus/RL218

Sterret, D., Malato, D., Benz, J., Kantor, L., Tompson, T., Rosenstiel, T., Sonderman, J., Loker, K. ja Swanson, E. (2018). *Who shared it? How Americans decide what news to trust on social media. NORC Working Paper Series: WP-2018-001*. Chicago. NORC at the University of Chicago.

Tamm, P. (2018). *Kuidas konstrueeritakse Eesti ajakirjanduses Venemaa sõjalist võimekust?* Magistritöö. Tartu Ülikool, kommunikatsioonijuhtimise õppekava.

Tankler, L. ja Tisler, E. (2019). *Kuidas riigid üksteist mõjutada üritavad*. M. Valk (toim). *Meedia ja mõjutamine* (lk 44). Tallinn. Maurus.

Taylor, P.M. (2011). *Mõttereelv*. Tallinn. Hea Lugu.

Tiikmaa, H. (2019). Ajakirjandus ja võim. I. Ude ja P. Vihalemm (toim), *Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2018* (lk 12-19). Tartu. Eesti Akadeemiline ajakirjanduse Selts.

Tooding, L-M. (2015). *Andmete analüüs ja tõlgendamine sotsiaalteadustes*. Tartu. Tartu Ülikooli Kirjastus.

Treufeldt, I. (2013). Ajakirjanduslikust faktiloomest ja selle analüüsimise võimalustest. I. Ude ja P. Vihalemm (toim). *Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2012* (lk 12-25). Tartu. Eesti Akadeemiline Ajakirjanduse Selts.

Walinski, R.G. (2015). *The U.S. military and socialmedia*. Air Command and Staff Coleege, Air University.

Vihalemm, T. (2017). Meedia roll rändes ja lõimumises. *Eesti inimarengu aruanne 2017*, 3-4.

Kasutatud 15. veebruar 2021,

https://2017.inimareng.ee/static_assets/pdf/EIA%202016%E2%80%9317%203.2.%20Meedia%20roll%20r%C3%A4ndes%20ja%20%C3%B5imumises.pdf

Virkus, S., Lepik, A., Uverskaja, E., Reimo, T., Metsar, S., Ruusalepp, R., Möldre, A. ja Laurits, M. (2017). *Infoteadused teoorias ja praktikas*. Tallinn. TLÜ Kirjastus.

LISAD

LISA 1 Küsitlusankeedi tutvustav osa ja uurimustöös kasutatud küsimuste plokid

AJATEENIJATE KÜSIMUSTIK – ajateenistusse astunud (küsitlemine 1. ajateenistuses viibimise kuu jooksul)

Küsitaja täidab:

1. Vastaja kood
2. Küsitluse läbiviimise koht:
 - 1) Võru
 - 2) Jõhvi
 - 3) Tapa
 - 4) Tallinn
 - 5) Ämari
3. Millises väeosas te teenite?
 - 1) 2. JvBr Kuperjanovi pataljon
 - 2) 1. JvBr Suurtükiväepataljon
 - 3) 1. JvBr Kalevi jalaväepataljon
 - 4) Toetuse väejuhatuse logistikapataljon
 - 5) Sõjaväepolitsei vahipataljon
 - 6) Staabi- ja sidepataljon

Hea vastaja!

Käesolev küsitlus on üks osa Kaitseväe inimressursi kompleksuuringust, mida viiakse läbi Kaitseväe ja Tartu Ülikooli koostöös. Ajateenijate seas korraldatakse küsitlust kahel korral: teenistuse alguses ja lõpus. Uuringu eesmärk on saada teavet ajateenistuses olevate inimeste arvamuste ja hoiakute kohta, et teha paremaid otsuseid teenistuse juhtimiseks ja korraldamiseks ning aastate lõikes näha muutust ajateenistuses olnud isikute arvamustes ja hoiakutes.

Küsimustiku täitmine võtab aega ligikaudu 30 minutit. Enamuse küsimuste puhul on välja pakutud võimalikud vastusevariandid, kus tuleb valida Teie jaoks sobivaim variant. Tabelite puhul vastake palun igal real. Lahtiste küsimuste puhul tuleb kirjutada sobiv vastus selleks ettenähtud kasti. Palun jälgige täpselt küsimuste juures olevaid juhiseid.

Teie osalemine uuringus jääb rangelt konfidentsiaalseks, mis tähendab, et Teie poolt antud vastuseid ei seostata Teie isikuga. Uuringus kasutatav kood on vajalik kahe küsitluslaine sidumiseks ja seda kasutatakse vaid küsitluse läbiviimise hetkel. Analüüsi käigus koodi ja nime omavahel ei seostata ning koodide nimekirjad hävitatakse peale ajateenistuse lõpu küsitluse toimumist ja andmete puhastamist.

Anonüümseid, vastajat mittetuvastavaid andmeid analüüsitakse Tartu Ülikooli teadlaste poolt ning uuringu tulemused esitatakse statistiliselt üldistatult. **Uuringu tulemused avaldatakse aruannetena ennekõike Kaitseministeeriumi valitsemisala siseseks kasutamiseks ning uuringutulemuste**

esitlemine väljaspool Kaitseministeeriumi valitsemisala toimub ainult kooskõlastatult Kaitseväe ja Kaitseministeeriumiga.

Uuringule on väljastatud Tartu Ülikooli inimuuringute eetika komitee luba nr319/M-12 (15.06.2020).

Uuringus osalemine on vabatahtlik ja Teil on õigus sellest igal hetkel loobuda, ilma, et sellega kaasneks probleeme Teile või Teie tegevusele ajateenistuses.

Teades eeltoodut palume Teid kinnitada oma nõusolek uuringus osalemiseks.

Nõustumiseks vajutage klahvile "Jah".

Jah

Ei

Ankeedi täitmiseks kuluva aja vähendamiseks on võimalus, et liidame uuringu andmestiku juurde vastaja kohta käivaid Kaitseministeeriumi valitsemisala siseselt kogutavaid, teenistust puudutavaid administratiivandmeid nagu Kaitseväe registritest pärinevad andmed ajateenistusest väljalangevuse, ÜFT/KVKT tulemuste ja teenistuskäigu kohta.

Olen nõus, et minu andmetele liidetakse minu kohta Kaitseministeeriumi valitsemisala siseselt kogutavaid teenistust puudutavaid administratiivandmeid.

Nõustumiseks vajutage klahvile "Jah".

Jah

Ei

I. plokk: Sotsiaaldemograafiline profiil

1. Kui vana Te olete?
2. Teie sugu:
 - 1) Mees
 - 2) Naine
3. Mis on Teie põhiline kodune keel?
 - 1) Eesti keel --> **suundub küsimusele 5**
 - 2) Vene keel
 - 3) Muu _____
4. Kui heaks Te hindate oma eesti keele oskust?
 - 1) Ei saa aru
 - 2) Saan aru, aga ei räägi
 - 3) Saan hakkama lihtsama igapäevase suhtlusega
 - 4) Saan aru ja räägin vabalt

5. Millises maakonnas Te enne ajateenistusse astumist püsivalt elasite?
- 1) Harjumaa
 - 2) Hiiumaa
 - 3) Ida-Virumaa
 - 4) Jõgevamaa
 - 5) Järvamaa
 - 6) Läänemaa
 - 7) Lääne-Virumaa
 - 8) Põlvamaa
 - 9) Raplamaa
 - 10) Saaremaa
 - 11) Tartumaa
 - 12) Pärnumaa
 - 13) Valgamaa
 - 14) Viljandimaa
 - 15) Võrumaa
 - 16) Elasin välismaal → **Suundub küsimusele 7**
6. Kas Teie elukohaks oli...?
- 1) Tallinn/Tartu/Narva
 - 2) Maakonnakeskus (va Tallinn/Tartu)
 - 3) Väikelinn/ alev
 - 4) Alevik/ suurem küla (asulas nt kool, postkontor, apteek, pangautomaat)
 - 5) Väiksem küla/ talu
7. Milline on Teie perekonnaseis, kas olete abielus/kooselus?
- 1) Jah
 - 2) Ei
 - 3) Ei, kuid ma olen püsisuhtes
8. Milline on Teie hetkel omandatud kõrgeim haridustase?
- 1) Põhiharidus
 - 2) Kutseharidus põhihariduse baasil
 - 3) Keskharidus
 - 4) Kutseharidus keskhariduse baasil
 - 5) Rakenduskõrgharidus
 - 6) Kõrgharidus (bakalaureusetase)
 - 7) Kõrgharidus (magistri-/doktorikraad)
9. Kas Te vahetult enne ajateenistusse astumist...?
- 1) Õppisite → **Suundub küsimusele 12**
 - 2) Töötasite → **Suundub küsimusele 10 ja 11**
 - 3) Õppisite ja töötasite samaaegselt → **Suundub küsimustele 10, 11 ja 12**
 - 4) Ei õppinud ega töötanud → **Suundub küsimusele 13**

IV. plokk: Hoiakud

41. Milline on Teie arvates Kaitseväe maine ühiskonnas? Vastamiseks kasutage 10-pallist skaalat, kus 1 tähendab, et Kaitseväe maine on madal ja 10, et see on kõrge.

Madal Kõrge
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

42. Kas oleksite nõus tulema teenistusse tegevväljasena pärast ajateenistust?

- 1) Oleksin kindlasti nõus
- 2) Oleksin tõenäoliselt nõus
- 3) Kaaluksin sellist võimalust sõltuvalt pakutavatest tingimustest
- 4) Tõenäoliselt ei oleks nõus
- 5) Kindlasti ei oleks nõus
- 88) Ei oska öelda

43. Palun hinnake 5-pallisel skaalal, kui võrd motiveerib Teid kaitseväge/ajateenistusse panustama:

	1-ei motiveeri üldse	2-motiveerib vähe	3-motiveerib mõõdukalt	4-motiveerib tugevalt	5-motiveerib väga tugevalt
Kohusetunne oma riigi ja rahva ees					
Hirm teiste (nt grupikaaslased, sõbrad, tuttavad, sugulased) hukkamõistu ees					
Võimalus ennast arendada					
Võimalus teha karjääri riigikaitse valdkonnas					
Minu soorituste ülemate poolne tunnustamine					
Minu väärtustamine ajateenistuse jooksul					
Kindlate, etteantud ülesannete täitmine					
Väljakutset ja põnevust pakkuvad tegevused					

44. Palun hinnake 10-pallisel skaalal järgmisi väidete paare. Kus Teie arvamus nimetatud skaalal paikneb?

Kõik minuga toimuv on minu enda teha

Ma ei suuda mõjutada, mis suunas mu elu kulgeb

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Olen peaaegu alati kindel, et mul õnnestub oma ellu viia								Pole mõtet asju pikalt ette planeerida, sest elu kulgeb omasoodu		plaanid
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Probleemide lahendamisel haaran tavaliselt ise initsiatiivi								Tavaliselt lasen teistel initsiatiivi haarata		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Mulle oluline, et teised teeksid seda, mida ma neile ütlen								Tavaliselt soovin leida lahendusi koostöös		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Käsu andja vastutab võimalike tagajärgede eest								Käsu elluviija vastutab võimalike tagajärgede ees		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Käsk on tingimusteta täitmiseks								Käsu täitmisest tuleb keelduda, kui see ei ole kooskõlas moraalinormide ja seadustega		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

VII. plokk: 2020 oktoobrikutse eri – meediatarbimine ja vaenulikud infopettetegevusstrateegiad

65. Kui sageli Te jälgisite enne ajateenistusse astumist erinevate meediakanalite poolt edastatavaid Eesti ja välismaa päevakajalisi uudiseid? Võtke arvesse kõiki infoallikaid – ajalehed, raadio, TV, internet.
- 1) Jälgisin uudiseid harva, ebaregulaarselt
 - 2) Küllaltki regulaarselt, aga mitte iga päev
 - 3) Tavaliselt kord päevas
 - 4) Mitu korda päevas
66. Kui Teil on vaja saada usaldusväärset informatsiooni ühiskonnaelus toimuva kohta, siis milliseid alljärgnevalt loetletud allikaid ja kanaleid kasutaksite?
- Palun valige kõik sobivad variandid.*
- 1) Eesti Rahvusringhäälingu telekanalid (ETV, ETV2, ETV+)
 - 2) Eesti era-telekanalid (Kanal 2, TV3, TV6, TV12)
 - 3) Pervõi Baltiiski Kanal (PBK)
 - 4) Venemaa telekanalid (Pervõi Kanal, NTV, Ren TV jt)

- 5) Rahvusvahelised uudistekanalid (BBC, CNN, Euronews, France24)
- 6) Eesti Rahvusringhäälingu raadiokanalid (Vikerraadio, Raadio 2, Raadio 4)
- 7) Kuku raadio
- 8) Eesti Rahvusringhäälingu veebiportaal (uudised.err.ee, novosti.err.ee)
- 9) Eesti Päevaleht/Delfi (delfi.ee,)
- 10) Venekeelne Delfi (rus.delfi.ee)
- 11) Postimees (postimees.ee, rus.postimees.ee)
- 12) Õhtuleht (õhtuleht.ee)
- 13) Sputnik
- 14) Telegram.ee
- 15) Uued Uudised
- 16) Teised Eesti uudisteportaalid ja/või ajalehtede võrguväljaanded, palun kirjutage_____
- 17) Venemaa uudisteportaalid ja/või ajalehtede võrguväljaanded, palun kirjutage_____
- 18) Teistes keeltes uudisteportaalid, ajalehtede võrguväljaanded, palun kirjutage_____
- 19) Facebook
- 20) Youtube
- 21) Instagram
- 22) Twitter
- 23) TikTok
- 24) Odnoklasniki
- 25) Vkontakte
- 26) Erinevad blogid
- 27) Erinevad otsesuhtlusrakendused (Snapchat, WhatsApp, Skype, Messenger, jms)
- 28) Sõprade ja tuttavate poolt jagatud informatsioon
- 29) Õpetajad koolis
- 30) Kaitseväge ülemad
- 31) Mõni muu kanal või infoallikas: _____

67. Millistest allikatest saadud informatsiooni Te eriti ei usaldaks?

Palun valige kõik sobivad variandid.

- 1) Eesti Rahvusringhäälingu telekanalid (ETV, ETV2, ETV+)
- 2) Eesti era-telekanalid (Kanal 2, TV3, TV6, TV12)
- 3) Pervõi Baltiiski Kanal (PBK)
- 4) Venemaa telekanalid (Pervõi Kanal, NTV, Ren TV jt)
- 5) Rahvusvahelised uudistekanalid (BBC, CNN, Euronews, France24)
- 6) Eesti Rahvusringhäälingu raadiokanalid (Vikerraadio, Raadio 2, Raadio 4)
- 7) Kuku raadio
- 8) Eesti Rahvusringhäälingu veebiportaal (uudised.err.ee, novosti.err.ee)
- 9) Eesti Päevaleht/Delfi (delfi.ee,)
- 10) Venekeelne Delfi (rus.delfi.ee)
- 11) Postimees (postimees.ee, rus.postimees.ee)
- 12) Õhtuleht (õhtuleht.ee)
- 13) Sputnik
- 14) Telegram.ee
- 15) Uued Uudised
- 16) Teised Eesti uudisteportaalid ja/või ajalehtede võrguväljaanded, palun kirjutage_____
- 17) Venemaa uudisteportaalid ja/või ajalehtede võrguväljaanded, palun kirjutage_____
- 18) Teistes keeltes uudisteportaalid, ajalehtede võrguväljaanded, palun kirjutage_____
- 19) Facebook

- 20) Youtube
- 21) Instagram
- 22) Twitter
- 23) TikTok
- 24) Odnoklasniki
- 25) Vkontakte
- 26) Erinevad blogid
- 27) Erinevad otsesuhtlusrakendused (Snapchat, WhatsApp, Skype, Messenger, jms)
- 28) Sõprade ja tuttavate poolt jagatud informatsioon
- 29) Õpetajad koolis
- 30) Kaitseväge ülemad
- 31) Mõni muu kanal või infoallikas: _____

68. Mis teeb Teie hinnangul uudise usaldusväärseks?

	See kindlasti	Mõningal määral ka see	See pigem mitte	See kindlasti mitte	Ei oska öelda
Uudise edastanud kanal/väljaanne on minu isikliku kogemuse põhjal usaldusväärne.	4	3	2	1	88
Uudis tugineb teadlaste/ekspertide arvamustele.	4	3	2	1	88
Uudistugineb uuringuandmetele.	4	3	2	1	88
Uudise autor (ajakirjanik) on minu isikliku kogemuse põhjal usaldusväärne.	4	3	2	1	88
Uudist kuulsin sõpradelt või tuttavatelt.	4	3	2	1	88
Uudise edastas autoriteetne isik.	4	3	2	1	88
Uudise edastas Eesti riigi institutsioon (valitsus, ministerium, amet).	4	3	2	1	88
Uudis on illustreeritud fotodega.	4	3	2	1	88
Uudisele on lisatud seda kinnitav videoklipp.	4	3	2	1	88
Uudises sisalduv info on esitatud joonise või graafikuna.	4	3	2	1	88
Välja on toodud arvulised andmed.	4	3	2	1	88
Uudis on kirjutatud grammatiliselt ja keeleliselt korrektset.	4	3	2	1	88
Uudises on esitatud tasakaalukalt erinevate osapoolte seisukohad.	4	3	2	1	88
Uudis on kirjutatud neutraalses stiilis.	4	3	2	1	88
Muu _____					

69. Kui tihti Te enne ajateenistust puutusite kokku uudise või informatsiooniga, mis näitas Teie arvates olukorda kallutatult või oli täiesti vale?

- 1) Iga päev või peaaegu iga päev
- 2) Vähemalt kord nädalas
- 3) Mitu korda kuus

- 4) Harva või ei puutunud kokku mitte kunagi
- 5) Ei oska öelda

70. Kui kindel Te olete, et suudate ära tunda uudise või informatsiooni, mis näitab olukorda kallutatult või on täiesti vale?

- 1) Väga kindel
- 2) Enam-vähem kindel
- 3) Ei ole eriti kindel
- 4) Ei ole üldse kindel
- 5) Ei oska öelda

71. Kas Teie arvates oleks vaja, et ajateenistuses õpetataks Teile oskusi väärinfo ja infoga mõjutamise äratundmiseks?

- 1) Jah, kindlasti
- 2) Pigem jah
- 3) Pigem ei
- 4) Kindlasti mitte
- 5) Ei oska öelda

72. Kuivõrd Teie arvates püüavad alljärgnevad riigid/organisatsioonid levitada Eestis valeinfot?

	Jah, kindlasti	Pigem jah	Pigem ei	Kindlasti mitte	Ei oska öelda
Hiina	4	3	2	1	88
USA	4	3	2	1	88
Venemaa Föderatsioon	4	3	2	1	88
NATO	4	3	2	1	88
Euroopa Liit	4	3	2	1	88
Erakonnad	4	3	2	1	88
Pangad	4	3	2	1	88

LISA 2 Kanali usaldusväarsuse seos Kaitsevæe mainega

USALDUSVÄÄRNE UUDISTEKANAL	Eestikeelsete keskmine hinne Kaitsevæele			Venekeelsete keskmine hinne Kaitsevæele		
	N	M	SD	N	M	SD
Keskmiised naitajad	842	6,33	1,96	173	5,38	2,16
ERR TV kanalid	598	6,42	1,89	27	5,93	1,66
Eesti TV erakanalid	302	6,6	2	7	6,14	1,21
PBK	2	7	0	35	5,26	2
Venemaa TV kanalid	8	6,25	1,83	17	4,94	2,33
Rahvusvaheline TV	249	6,48	1,87	16	5	1,53
Delfi, Pæevaleht	319	6,38	1,98	39	6	2
Delfi RU	2	6	1,4	89	5,38	2,2
Postimees, Postimees RU	344	6,37	1,97	59	6	1,82
Õhtuleht	182	6,64	2	10	6,2	1,81
Sputnik	9	6,89	1,17	1	5	*
<i>Telegram</i>	25	6	1,53	34	5,47	1,93
Uued Uudised	12	6,25	2	1	5	*
ERR veebiportaalid	222	6,29	1,83	10	5,1	1,29
Venemaa portaalid	4	7,5	0,58	6	4,83	1,33
ERR raadio	179	6,33	1,87	6	5,67	1,37
Eesti kommertsraadiod	146	6,53	1,97	12	5,42	2,1
<i>Facebook</i>	279	6,47	2	44	5,34	1,99
<i>YouTube</i>	276	6,38	2	94	5,33	2,22
<i>Vkontakte</i>	7	6	1,53	81	5,54	2,24
<i>Twitter</i>	99	6,26	1,77	14	4,93	1,69
<i>TikTok</i>	62	6,19	2,47	16	5,19	1,56
<i>Instagram</i>	183	6,38	2	65	5,31	1,98

LISA 3 Uudiste usaldusväarsust tagavate tegurite tabel

T E G U R	A R V A M U S	Eestikeelsed	Venekeelsed
Isiklik positiivne kogemus	Ei mõjuta	1,8%	13,1%
	Kindlasti mõjutab	37,0%	10,7%
Tugineb eksperdi arvamusel	Ei mõjuta	1,8%	10,1%
	Kindlasti mõjutab	42,7%	12,5%
Tugineb uuringuandmetele	Ei mõjuta	1,8%	6,6%
	Kindlasti mõjutab	45,5%	19,8%
Autori usaldusväarsus	Ei mõjuta	5,1%	19,0%
	Kindlasti mõjutab	22,3%	9,5%
Sõbrad/tuttavad soovivad	Ei mõjuta	10,2%	16,2%
	Kindlasti mõjutab	3,2%	4,8%
Autoriteetse isiku soovitus	Ei mõjuta	9,4%	17,4%
	Kindlasti mõjutab	11,4%	7,2%
Riigi institutsioon allikaks	Ei mõjuta	4,6%	10,2%
	Kindlasti mõjutab	31,8%	15,0%
Uudis fotodega täiendatud	Ei mõjuta	23,6%	16,7%
	Kindlasti mõjutab	5,0%	6,5%
Uudis on videoga täiendatud	Ei mõjuta	7,6%	8,3%
	Kindlasti mõjutab	21,7%	17,9%
Joonis või graafik lisatud	Ei mõjuta	9,2%	15,7%
	Kindlasti mõjutab	6,5%	4,2%
Juures arvulised andmed	Ei mõjuta	4,8%	14,3%
	Kindlasti mõjutab	18,9%	6,0%
Grammatiliselt korrektne	Ei mõjuta	4,3%	19,8%
	Kindlasti mõjutab	33,3%	9,6%
Sisaldab eri seisukohti	Ei mõjuta	1,9%	10,2%
	Kindlasti mõjutab	35,8%	16,3%
Uudise neutraalne stiil	Ei mõjuta	3,1%	12,5%
	Kindlasti mõjutab	37,2%	16,1%

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, _____ JANEK HAAR _____,

(autori nimi)

1. Annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minuloodud teose

EESTI- JA VENEKEELSETE AJATEENIJATE MEEDIATARBIMISE SEOS VÄÄRINFO TUVASTAMISEGA

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on TÜ empiirilise sotsioloogia professor KAIRI KASEARU,

(juhendaja nimi)

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons litsentsiga CC BY NC ND 3.0, 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.

Janek Haar

22.05.2021