

Tartu Ülikool

Sotsiaal- ja haridusteaduskond

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

Erinevad põlvkonnad teleauditooriumina 2011. aastal

Bakalaureusetöö

Eva Maria Põldmäe

Juhendaja prof. Peeter Vihalemm (knd)

Tartu

2012

Sisukord

Sissejuhatus.....	4
1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad.....	6
1.1. Auditooriumi definitsioon	6
1.2. Auditooriumiuuringute suunad	7
1.2.1. Strukturaalne suund.....	7
1.2.2. Biheivioristlik suund	7
1.2.3. Sotsiaalkultuuriline suund	8
1.3. Meediavaliku integreeritud mudel	9
1.4. Põlvkondade teooria	11
1.5. Inimese elukaar	13
1.5.1. Noorus (12–20 aastat).....	13
1.5.2. Noor täiskasvanud (20–40 aastat).....	14
1.5.3. Keskiga (40–60/65 aastat)	15
1.5.4. Küpsuse periood (60/65 aastat –...).....	16
1.6. Viimaseid televaatamise uuringuid Eestis	16
1.7. Televaatamise erinevused põlvkondade vahel Austraalia näitel.....	18
1.8. Uurimisküsimused.....	19
2. Meetod ja valim.....	20
2.1. Valim	20
2.2. Meetod.....	21
3. Tulemused.....	23
3.1. Põlvkondade televaatamise üldised tendentsid	23
3.2. 2008. ja 2011. aasta televaatamise üldtendentside võrdlus	29
3.3. Saadete vaatamissageduse faktoranalüüs	32
3.4. Klasteranalüüs saadete vaatamissageduse põhjal.....	33
3.4.1. Saadete vaatamissagedused klastrites	33

3.4.2.	Klastrite sotsiaaldemograafilised tunnused	36
3.4.3.	Teiste meedialiikide kasutamise sagedus ja mitmekülgsus klastrites	37
3.4.4.	Klastrite üldkirjeldused	39
3.5.	Põlvkondade klasteranalüüs	41
3.5.1.	Saadete faktoranalüüs nooremas põlvkonnas	41
3.5.2.	Noorema põlvkonna vaatajatüübid	42
3.5.3.	Saadete vaatamissageduse faktoranalüüs keskmises põlvkonnas	44
3.5.4.	Keskmise põlvkonna vaatajatüübid	45
3.5.5.	Vanema põlvkonna faktoranalüüs	47
3.5.6.	Vanema põlvkonna vaatajatüübid	48
4.	Järeldused ja diskussioon	51
4.1.	Järeldused	51
4.2.	Diskussioon	61
	Kokkuvõte	64
	Summary	66
	Kasutatud allikad	68
	Lisad	69

Sissejuhatus

Käesolev bakalaureusetöö käsitleb teleauditooriumi erinevate põlvkondade perspektiivist. Töö eesmärgiks on teada saada, millised on erinevad põlvkonnad teleauditooriumina. Uuritakse nii seda, millised on televaatamise üldtendentsid põlvkondades erinevate kanalite, saadete ning indeksi põhjal, võrreldakse 2008. ja 2011. aasta televaatamise üldiseid jooni ning tuuakse välja olulisimad muutused. Samuti koostatakse eestlaste vaatajatüübid lähtuvalt saadete ja saateliikide vaatamissagedusest. Lisaks sellele koostatakse eraldi ka iga põlvkonna vaatajatüübid ning võrreldakse selle põhjal põlvkondade sarnasusi ja erinevusi.

Bakalaureusetöö põhineb 2008. ja 2011. aasta „Mina. Maailm. Meedia“ andmetele ning uurimisrühma poolt tehtud andmeanalüüsile. Uuritud on eestikeelsele ankeedile vastanute andmeid, keda 2008. aastal oli kokku 1035 ning 2011. aastal 1068.

Üldtendentse kirjeldades on erinevaid põlvkondi analüüsitud ja võrreldud kvantitatiivsel meetodil erinevate kanalite ja saateliikide põhjal. Võrreldud on sagedaste vaatajate osakaalu. Sagedased vaatajad on antud töö kontekstis need, kes vaatavad kanalit paar korda nädalas või enam, või need, kes vaatavad mõne saate puhul kõiki või peaaegu kõiki saateid. Vaatajatüüpe koostades on tehtud faktor- ning klasteranalüüs saadete ja saateliikide vaatamissageduse alusel.

Olulisteks mõisteteks selles töös on põlvkond ja vanuserühm. Põlvkonda defineerib Mannheim kui enam-vähem ühel ajal sündinud inimeste rühma, kes on koos läbi elanud olulise ajaloolise sündmuse, mis vormib nende sotsiaalse teadvuse. Vanuserühmad on antud töö kontekstis ühe põlvkonna kaks gruppi, noorem ja vanem, mis aitavad näha ka erinevuste olemasolu põlvkonnas sees.

Töö koosneb neljast osast. Esimeses osas antakse ülevaade auditooriumi mõistest, uuringusuundadest ja auditooriumi moodustumisest, samuti lühike ülevaade Mannheimi põlvkondade teooriast ja põlvkonna mõistest tema käsitlemise järgi. Ühtlasi antakse ülevaade ka varasematest sarnastest empiirilistest uuringutest Salme Rannu ja Sten Mahovi tööde näitel ning välismaistest uuringutest Austraalia näitel.

Teises osas on lähemalt seletatud meetodit ja valimit ning välja toodud valimis olnud vastajate sotsiaaldemograafilised tunnused.

Kolmas peatükk esitab „Mina. Maailm. Meedia“ 2008. a 2011. aasta tulemustest vajalikud andmed, mille põhjal põlvkondi võrreldakse, ja neljas osa toob välja küsimus-vastus stiilis järeldused ning ka üldiseid tähelepanekuid tehtud andmeanalüüsist.

Töö lõpeb kokkuvõtte, kasutatud kirjanduse ja lisadega, kus on välja toodud nii konkreetsemaid jooniseid ning tabeleid põlvkondade televaatamisega seonduvatest tunnustest.

1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

1.1. Auditooriumi definitsioon

Auditoorium on vastuvõtjate kogum massikommunikatsiooni lihtsas järjestikulisel mudelis allikas-kanal-sõnum-vastuvõtja-mõju. Kuid enamik massimeediumide auditooriume on jälgitavad vaid osaliselt ja kaudsete meetodite abil, mistõttu on see mõiste abstraktne. (McQuail 2003: 321). Auditooriumid võivad tekkida ühiskonna, meedia ning meedia sisu baasil. Mõiste erinevad tüübid on auditoorium kui grupp või avalikkus, auditoorium kui ootuste süsteem, meediumi auditoorium ja kanali või sisu poolt määratletud auditoorium (McQuail 2003: 332-336).

Veel defineerib McQuail, et „auditoorium on sotsiaalse konteksti produkt (millega kaasnevad sarnased kultuurilised huvid, arusaamad ja infovajadus) ning samas ka vastus teatud meediakorralduse skeemile”. (McQuail 2003: 322)

Seega võib auditooriumi defineerida mitmest erinevast aspektist (McQuail 1997: 2):

- koha kaudu – näiteks kohaliku meedia puhul;
- inimeste kaudu – näiteks konkreetse vanuserühma, soo vms eelistuste järgi;
- meediumi või kanali kaudu – nii tehnoloogia kui organisatsiooni aspektist;
- sisu kaudu – žanride, stiilide, ainetiku järgi;
- aja kaudu – näiteks päevased vaatajad, *prime time*’i auditoorium.

Auditooriumi all mõistetakse ka lihtsalt mõne meediakanali, esinemise või sisu kuulajaid, vaatajaid või lugejaid. Mõistet kasutavad ühtviisi nii meediateoreetikud, -praktikud kui ka kõik ülejäänud inimesed oma igapäevaelus. Lai kasutuspind annab niivõrd keerulise mõiste puhul võimaluse vääriti ja erinevalt mõistmiseks kui ka teoreetilisteks konfliktideks.

Auditooriumi kontseptsiooni teebki keeruliseks see, et vaid ühte sõna kasutatakse kompleksse ja mitmekülgse reaalsuse tähistamiseks. (McQuail 1997: 1)

1.2. Auditooriumiuuringute suunad

Auditooriumi puhul vaieldakse enamasti selle üle, kas auditooriumit peaks käsitlema sotsiaalse grupina või isoleeritud üksikisikute massina, ja selle üle, kas auditoorium aktiivne või passiivne. Kuna auditoorium on niivõrd vaieldav kategooria, on ka uuringute eesmärgid olnud mitmekesised. (McQuail 2003: 326)

McQuail toob välja kolm peamist uuringute suunda: strukturealne, biheivioristlik ja sotsiaalkultuuriline.

1.2.1. Strukturealne suund

Strukturealne suund on kõige varasem ja lihtsamat laadi, kus uuringud lähtusid meediatööstuse vajadustest, sest taheti teada saada usaldusväärseid hinnanguid teatud näitajate kohta. Eriti näiteks raadioauditooriumide suuruse kohta. Andmeid kasutati eelkõige reklaamimüügi jaoks. Vajati ka auditooriumi sotsiaaldemograafilisi andmeid, mis andis tõuke reklaami- ja turu-uuringute tekkele. (McQuail 2003: 327)

Strukturealne lähenemine keskendub auditooriumi koosseisu kirjeldamisele, esitades arvnäitajaid ning seostades neid ühiskonnaga. Lähenemise peamiseks eelduseks on väide, et

...meediat kujundavad suurel määral teatavad suhteliselt konstantsed sotsiaalse struktuuri ja meediastruktuuri elemendid. Sotsiaalne struktuur osutab elementidele, nagu näiteks koht elutsükli jne, millel on kindlasti määrav mõju üldisele maailmavaatele ja käitumisele ühiskonnas. Meediastruktuur viitab kanalite, valikuvõimaluste ja sisu suhteliselt konstantsele jadale, mis on kättesaadav mingil kindlal ajal ja kindlas kohas. Meediasüsteem vastab auditooriumipoolsele survele ja tagasisidele, et säilitada pakkumise ja nõudmise vahel stabiilne isereguleeruv tasakaal. (McQuail 2003: 344)

1.2.2. Biheivioristlik suund

Biheivioristliku suuna peamiseks eesmärgiks on valikute ning valikute ja reaktsioonide mõjutamine ning ennustamine. Suuna varasemad uuringud vaatlesid põhiliselt meedia mõju

lastele ja noortele. Nendes uuringutes nähti auditooriumi kaitsetuna mõjutuste ees, mis tähendas, et mõju mudelit nähti ühesuunalise protsessina, milles auditoorium oli meediastiimulite passiivne vastuvõtja. (McQuail 2003: 327)

Teine biheivioristlike uuringute põhitüüp nägi auditooriumi vastupidiselt aga aktiivsena: auditoorium oli see, kes kasutas meediat ning auditooriumiliikmed olid motiveeritud meediakasutajad. Üheks selliseks uuringuks on näiteks Katzi, Blumleri ja Gurevitchi uuring, millest sai tasude ja tarvete teooria.

Katz jt (1974) käsitlevad oma tasude ja tarvete lähenemises auditooriumi aktiivse ja iseteadlikuna. Tasude ja tarvete lähenemine keskendub meediavalikule ja vajadustele, mis pärinevad inimese sotsiaalsest ja psühholoogilisest taustast. Vajadused genereerivad ootusi massimeedia või muude allikate suhtes, mis viivad erineva meediakasutuse (või teiste tegevustega tegelemisele), andes tulemuseks vajaduse rahuldamise ja teised tagajärjed (Katz et al 1974).

Nende hinnangul on suur osa massimeedia kasutusest eesmärgipärane vastupidiselt nt Bogarti (1965) teesile, milles ta väidab, et suur osa massimeedia kasutusest toimub lihtsalt pigem ajaveetmise kui mingisuguse mõttelise tegevuse eesmärgil ning kasutus sõltub pigem juhusest ja selle asjaoludest kui psühholoogilisest vajadusest ja motivatsioonist. (Katz et al 1974)

Samuti väidab tasude ja tarvete lähenemine, et suur osa oma vajaduse tasustamisel konkreetse meediakanali või –sisu valikuga on auditooriumi liikmel endal. See tähendab, et meedia ei kasuta mitte inimest, vaid inimene ise kasutab meediat. Meedia efektid ei mõjuta inimest niivõrd, kui inimene ise valib sisu ja kanali, millest saadut ta oma tegevustes kasutab. (Katz et al 1974)

1.2.3. Sotsiaalkultuuriline suund

Kultuurilise suuna eesmärgiks on vastuvõetud sisu tähenduse ja kasutamise konteksti mõistmine. Kultuuriuuringute traditsioon paikneb sotsiaal- ja haridusteaduste vahelisel alal ning on peaaegu alati seotud populaarse kultuuri uurimisega. Selles rõhutatakse, et meediakasutus kajastab mingil määral sotsiaalkultuurilist konteksti, mille kaudu antakse tähendus kultuuritoodetele ja igapäeva elu kogemustele. (McQuail 2003: 328)

McQuail (2003: 328) toob välja kultuurilise auditooriumiuuringute suuna kuus põhilist iseloomustavat omadust:

- 1) Meediateksti tajudes auditoorium tõlgendab seda – tekstist konstrueeritakse tähendused ja naudingud.
- 2) Kesksseteks huviobjektideks on meediakasutuse protsess ja selle avaldumisviis konkreetses tekstis.
- 3) Meediakasutus sõltub olukorrast ja on orienteeritud sotsiaalsete ülesannete täitmisele, mis arenevad välja osalemisest tõlgendatavates kogukondades.
- 4) Konkreetsete meediažanride auditooriumides on sageli mitmeid eraldiseisvaid tõlgendavaid kogukondi, millel on paljuski ühised diskursuse vormid ja samad meedia mõtestamise raamistikud.
- 5) Auditooriumid pole kunagi passiivsed ega nende liikmed võrdsed, sest nad erinevad kogemuste ja aktiivsuse poolest.
- 6) Metoodika on kvalitatiivne ja süvitsi minev, sageli etnograafiline, mis võtab arvesse nii sisu, vastuvõtu akti kui konteksti.

Antud töö analüüs lähtub aga struktuurse suuna traditsioonidest (ptk 1.2.1.) – auditooriumi koosseisu kirjeldatakse arvnäitajate alusel, erinevaid gruppe võrreldakse sotsiaaldemograafiliste tunnuste alusel (vanuse ja põlvkonna alusel) ja lähtuvalt meediakasutuse tunnustest, gruppi on uuritud küsitluse põhjal ning saadud andmeid on statistiliselt analüüsitud.

1.3. Meediavaliku integreeritud mudel

McQuail on oma raamatus „McQuaili massikommunikatsiooni teooria“ (2003: 350-353) välja pakkunud mudeli, mis aitab mõista auditooriumi moodustumise järjestikust protsessi. Tegurid, mis auditooriumi moodustumist mõjutavad, on nii auditooriumi- kui meediapoolsed.

Auditooriumipoolsed tegurid on:

1. Sotsiaalne taust ja miljöö – mis peegelduvad peamiselt sotsiaalses klassis, hariduslikus, religiooses, kultuurilises, poliitilises ja perekondlikus keskkonnas.

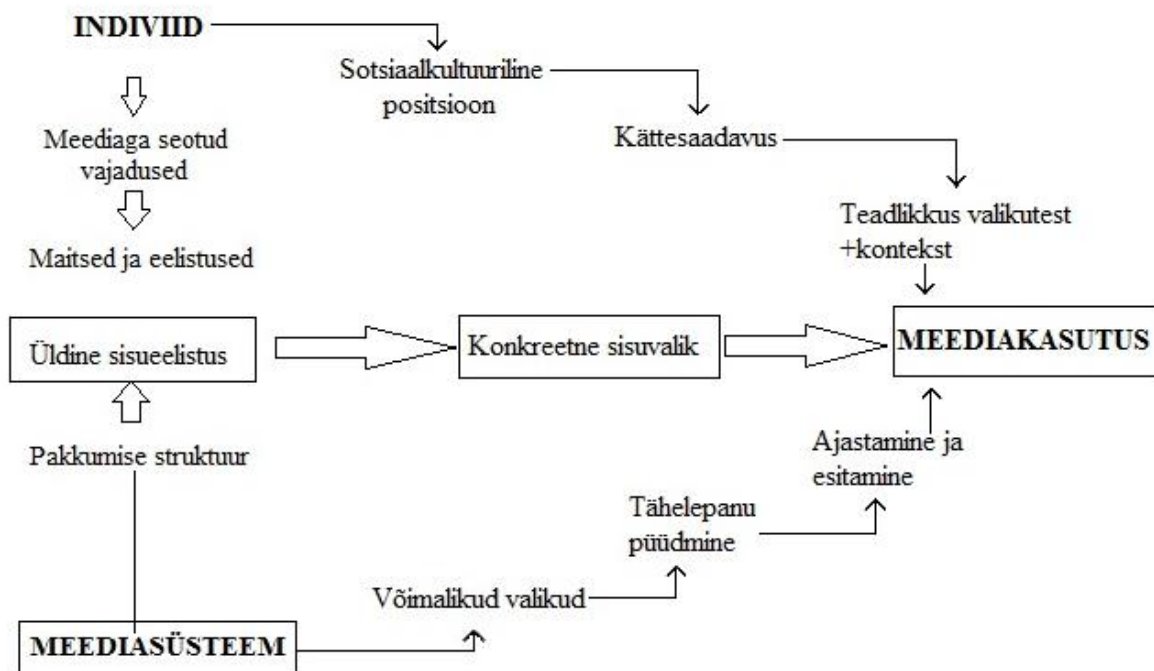
2. Isiklikud tunnused – vanus, sugu, perekonnaseis, õpingute ja töö staatus, sissetuleku tase ja elustiil, kui see on oluline.
3. Meediaga seotud vajadused – hüvede nagu seltskond, meelelahutus, informatsioon jne. Konkreetne tasakaal sõltub isiklikust taustast ja tingimustest.
4. Isiklikud maitSED ja eelistused – teatavate žanride, formaatide või konkreetsete sisuartiklite suhtes.
5. Üldised harjumused meediatarbimises vabal ajal – kuna meediakasutus sõltub ruumiliste ja ajaliste tingimustega, siis on selle all mõeldud ka viibimist vastuvõtuks sobivas kohas (nt kodus). Samuti teatavat majanduslikku potentsiaali (nt osta kinopilet).
6. Teadlikkus – teadlikkus võimalikest valikutest, nende kohta omatava info hulk ja liik.
7. Spetsiifiline kasutuskontekst – varieerub olenevalt meediumist, kuid viitab üldiselt konkreetsele sotsiaalsele, psühholoogilisele ja füüsilisele keskkonnale. Oluline on, kellega ollakse koos (kas üksi või sõbrad, perekond, teised) ja kus asutakse (kodus, tööl, reisil jne).
8. Juhus – vähendab võimalust tõeliselt seletada valiku tegemist ja auditooriumi moodustamist.

Meediapoolsed tegurid on:

1. Meediasüsteem – eelistusi ja valikuid mõjutavad meediasüsteemi elemendid (hulk, katvus ja kättesaadavate meediumide tüübid) ja erinevate kanalite iseloomulikud tunnused.
2. Pakkumise struktuur – mida meedia mingis ühiskonnas pakub ja mis avaldab pikaajalist mõju auditooriumi ootustele.
3. Hetkel kättesaadav sisu – konkreetSED vormid ja žanrid, mida pakutakse potentsiaalsele auditooriumile konkreetSEL ajal ja konkreetsetes kohas.
4. Tähelepanu püüdmine – hõlmab reklaami ja imago loomist meedia enda poolt ja ka mõnede meediatoodete intensiivset turundust.

5. Ajastus ja esitus – meedia valikut ja kasutust mõjutavad konkreetsed ajastamise, planeerimise, paigutuse ja kujunduse, tekstide sisu ja vormi iseärasused vastavalt auditooriumi hõivamise konkureerivatele strateegiatele.

Joonisel 1 on McQuaili meediavaliku protsessi integreeritud mudel, mis on mõjutatud Websteri ja Wakshlagi (1983) telesaate valiku mudelist. McQuaili mudel kujutab valiku tegemise üldist protsessi, milles nii auditooriumi- kui meediapoolseid mõjusid näidatakse järjestikku.



Joonis 1. McQuaili meediavaliku protsessi integreeritud mudel.

Üldiselt ütleb McQuail aga, et auditooriumi moodustumine on niivõrd keeruline protsess, mis välistab igasuguse lihtsa seletuse. Auditooriumil on alati motiivid ja orientatsioonid segunenud ning mõnikord ei ole üldse mingeid motiive. Näiva segaduse sees esinevad ka mõned selgemad juhud, kus inimeste ja meedia kokkupuude viib vastastikuse rahulduseni ning kontakt kujuneb püsivaks. (McQuail 2003: 352-353)

1.4. Põlvkondade teooria

Inimese isikliku ajaga kaasneb ka sotsiaalne aeg, mis sisuliselt on sotsiaalselt jagatud raamistik mõistmaks ühiskondlikke arenguid. Need raamistikud võivad erineda eri sotsiaalsetes gruppides. Üheks selliseks sotsiaalseks grupiks on põlvkond. Põlvkondi on võimalik mitut moodi defineerida, kuid üheks põhiliseks omaduseks on seda seostada aja ja kronoloogilise teadvusega. (Lovell 2007:8, ref Nugin 2010: 342)

Pilcher (1993: 481) kirjutab, et kõnekeeles kasutatakse laialt sõna põlvkond või generatsioon, millega tähistatakse ühiskonna üksteisest erinevaid vanuserühmi. Inimesi ja gruppe jaotatakse põlvkondadesse ajaloolise aja alusel. Näiteks on laialt levinud väljendid „minu generatsioon“, „paar põlvkonda tagasi“, „uus generatsioon“ jne.

Mannheimi põlvkonnateooria järgi (1923) on inimesed märkimisväärselt mõjutatud sotsiaalajaloolistest keskkonnast ja eriti tähendusrikastest sündmustest, mis valitsevad inimeste noorusajal. Ta defineerib põlvkonda kui enam-vähem ühevanuste inimeste gruppi, kes on kogenud tähenduslikku ajaloolist sündmust mingi aja jooksul. (Pilcher 1993: 483)

Põlvkonnad tekivad noores eas, st nooruses mõjutanud sündmused on olulisimad, mis muudavad ühe põlvkonna sarnaseks. Pelgalt inimeste sünnist samaaegselt ei piisa, oluline on, et toimuks see teatav märkimisväärne sündmus. Põlvkonda kuulumiseks, peavad kõik liikmed selles sündmuses osalema ja sellest mõjutatud olema. Need kogemused ja muljed liituvad ning saavad põlvkonna suhtumiseks maailmasse, vaatenurgaks sellele. Kõik hilisemad sündmused saavad tähenduse tänu neile kogemustele ja muljetele ning maailma nähakse nendest kogemustest lähtuvalt ja neile vastavalt või hoopis vastupidiselt (st kas nõustutakse defineerima ülejäänud maailma kogetu põhjal või hoopis vastandatakse end neile). (Pilcher 1993: 483)

Ühe põlvkonna n-ö küpseks saades võib generatsiooni sees märgata kindlat viisi käitumist, tundeid ja mõtteid. Mannheim toob välja aga, et mitte igal generatsioonil ei arene välja erilist ja eristuvat teadvust, ühismälu. See, kas ühismälu tekib või mitte, sõltub ühiskondlike muutuste ja protsesside kiirusest. Üleminek ühelt põlvkonnalt teisele on alati ühtlasem vahepealse või nn puhvergeneratsiooni tõttu. (Pilcher 1993: 483)

Nugin (2010: 343) toob välja, et erinevad kaasaegsed teoreetikud arvavad, et põlvkondade inimesed teadvustavad enam oma generatsioonilist identiteeti kui kuulumist teistesse sotsiaalsetesse gruppidesse. Generatsioonilise teadvuse tõus võib olla põhjustatud kiiretest ja laiaulatuslikest ühiskonna muutustest (Eisenstadt 1988, ref Nugin 2010: 344). Kultuurilisi

teadmisi ja väärtusi pärandatakse põlvest põlve, et aidata nooremaid ühiskonda sotsialiseerida. Kuid ühiskonna muutuste tõttu valitsevas uues sotsiaalses kontekstis osutuvad need teadmised ja väärtused teoreetikute hinnangul väärtusetuks. See võib põhjustada põlvkondadevahelisi konflikte nii, et nooremad põlvkonnad on ära lõigatud oma minevikust ja eraldatud olevikust. Seetõttu on põlvkondade uurimine teadlaste jaoks antud hetkel ka põnev ning oluline. (Nugin 2010: 344)

1.5. Inimese elukaar

Psühholoogilistele elukaareuuringutele pani aluse Charlotte Bühler. Ta jagab inimese elu viide peamisesse järku (Bühler, ref Tulva 1994: 10):

0–15 – indiviid ei suuda oma tegevust kuigi palju individuaalselt muuta;

15–25 – indiviid on kogeiv, otsiv ja iseseisev;

25–45/50 – indiviid on sihikindel, tema tegevus on suunatud ja eesmärgipärane;

50–65/70 – indiviid on iseenda ja minevikutegevuste suhtes kriitiline;

65– ... – indiviidi eesmärgid täienevad, esineb ka ebaõnnestumisi või kibedust.

Tulva (1994) on andnud ülevaate inimese arengust eri vanusejärgkudes. Siinkohal on alustatud inimese elukaare kirjeldamist alates nooruse perioodist, 12 – 20-aastased, mis ühildub ka töö valimi noorima vanusega.

1.5.1. Noorus (12–20 aastat)

Nooruse võib jagada kolmeks etapiks:

- Varane etapp (12–16 aastat), mida iseloomustab inimsuhete kriis, protest vanemate ja teiste autoriteetide vastu, see on tõeline bioloogiline murdeiga, luuakse uusi sõprussuhteid eakaaslastega.
- Kesketapp (16–19 aastat) – identiteedikriis, selgitatakse endale minakogemust, katsetatakse piire, sel perioodil on sügavad inimsuhted.

- Nooruse lõpetapp (19–20/25 aastat) – ideoloogiline kriis, selginemisetapp, alustatakse iseseisvat elu, mõeldakse oma kohale maailmas. (Tulva 1994: 45-46)

Nooruse arenguetapid Havighursti järgi (1972 ref Tulva 1994: 46-47) on

uue ja küpsema suhte saavutamine mõlema sugupoolega, maskuliinse/feminiinse rolli leidmine, füüsilise välimuse tunnustamine ja oma keha otstarbekamalt kasutama õppimine, tundeelus iseseisvuse saavutamine vanemate ja teiste täiskasvanute suhtes, abieluks ja perekonnaeluks valmistumine, majanduslike asjade eest vastutuse võtmine, maailmavaate arendamine, mille järgi elu suunatakse, püüdmise sotsiaalselt vastutavalt käituda.

Nooruses areneb kognitiivne mõtlemisvõime, õpitakse kasutama ja mõistma loogilisi ja täiesti abstraktseid mõttekujundeid. Teadvuse laienemise ja arenemisega saab võimalikuks ka ideaalide teke. Sageli leiab ideaalidest tekkiv sisemine kirg huvi välisobjektide vastu: poptähed, Hollywoodi näitlejad ja nüüdisaja sangarid või möödunud aegade rüütlid ja ajaloolised isikud (Tulva 1994: 47).

1.5.2. Noor täiskasvanud (20–40 aastat)

20–40 aasta perioodi nimetab Tulva (1994: 51) teekonnaks täisikka ning nooreks täiskasvanuks. See periood on täis sotsiaalset ja ühiskondlikku tegevust perekonnas, tööelus, sõprade ja harrastuste seas. Inimene otsib maailmas kohta, kus tema võimed rakenduksid kõige paremini. Täisea arenguülesanded Havighursti järgi (1972 ref Tulva 1994: 51-52) on

elukaaslase valimine, abielus elama õppimine, perekonna loomine, laste kasvatamine, kodu hoidmine, palgatöö alustamine, ühiskondliku vastutuse võtmine, niisuguste sotsiaalsete rühmade leidmine, kuhu tuntakse kuuluvat.

Noore täiskasvanu elu võib kirjeldada peamiselt kohtamiste kaudu. Tutvutakse uute inimeste, kultuuride, hoiakute, väärtuste, ideoloogiate ja iseendaga. Peamised küsimused, mis noorel täiskasvanul tekivad on:

- mida ma suudan oma elus;
- kas tulen ilma perekonna toeta toime;
- kas oskan valida õige elukutse;
- miks ma nii tunnen ja reageerin;
- kes ma õieti olen;
- miks ma ei suuda oma eluga midagi teha (Tulva 1994:52).

Sel perioodil on inimesed julged ja kogemustele suunatud, tahetakse elu elada vabalt, otse ja iseseisvalt ilma vanemate põlvkondade reeglite ja piiranguteta. Soovitakse reisida, iseseisva elu kogemust ja ellu n-ö sisse elada, elatakse elu võrdlemisi enesekeskselt. Peamised vourused on spontaansus, ehedus ning ausus enda ja teiste vastu.

Kolmanda aastakümne keskel hakatakse aga sageli rahunema, õpingud ja ülikooliaja muretus hakkavad jääma seljataha. Indiviid märkab, et ei jaksa enam osaleda nii paljudes asjades. Vähenevad ka spontaansus ja enesekesksus. See iga on kõige aktiivsem töö- ja perekonnaelu aeg, mil näidatakse, mida suudetakse ja kuidas suudetakse realiseerida neid andeid ja koolitusi, mida on eluajal saadud ja omandatud. 30ndate lõpus hakkab inimene aga mõtlema, kas see on see, mida oma elust tegelikult taheti. Indiviid on oma individuaalsuse ja kollektiivsuse, vabaduse ja vastutuse risturve all. Lahendusviisid on erinevad: mõni võib muuta oma elu täielikult, mõnele on muutus vaikum ja järkjärgulisem.

1.5.3. Keskiga (40–60/65 aastat)

40. eluaasta pöördepunkti nimetatakse pea kõigis elukaareteooriates elu tähtsaimaks verstopostiks. See on uute tunnete, mõttemallide ja elusuundade aeg. Seni on inimene otsinud oma kohta ning ehitanud üles põhistruktuuri, nüüd on aga individuaalsuse aeg, st oma jõudude ja võimete väljendamist ning oma ühiskondliku ja sotsiaalse panuse andmist. Teisest küljest on ka kibestumise oht, mil saadakse aru, et elus on palju nurjumisi ja ebaõnnestumisi. (Tulva 1994: 71)

40–50-aastane inimene lakkab Gouldi järgi (ref Tulva 1994: 74) uskumast illusiooni igavesest rahust ja turvalisusest. Satutakse silmitsi elu lõppemisega ja oma füüsilise ja psüühilise piiratusega ning mõistetakse, et ei olda enam noor.

50ndates leitakse end sageli olevat kollektiivi vanim e seniorliige, tuntakse tärkavat vastutusrikkuse tundeid. Inimene märkab, et välised saavutused ei ole elu ainus väärtus, ning elust saab midagi hingelisemat, kus õpitakse kannatlikkust, alandlikkust ja usaldust. Sel perioodil inimesed rahunevad, keskenduvad olulistele asjadele ja jätavad liigse rühmamise. (Tulva 1994: 75-76)

1.5.4. Küpsuse periood (60/65 aastat –...)

Küpsuseas minnakse ühiskondlikelt majanduse ja tööelu väärtustelt üle sisemistele väärtustele. Sageli luuakse uued suhted iseenda, abikaasa, perekonna ja lähisugulastega. Hinnatakse ka vahetõrge raha ja selle omamisega ning vahetõrge sõltuvuses ja iseseisvana olemisega. Kui teistes etappides on olemas nii minevik kui tulevik, siis küpsusetapis näib inimestele, et minevik on kuhjuv ning tulevik ebamäärane või olematu. Sel perioodil muutub oluliseks ka ealise diskrimineerimise küsimus: vananeva inimese rõhumine, tema individuaalsuse ja õiguste unustamine või halvustamine. (Tulva 1994: 82-83)

1.6. Viimaseid televaatamise uuringuid Eestis

Rannu (2010) liigitas oma magistritöös vastupidiselt Eestis peamiselt kasutusel olevale nn reitingute diskursusele vaatajaid elulaadi, väärtuste ja huvide alusel. Lisaks neile tunnustele vaadeldi ka vastajate muud meediakasutust. Nende tunnuste põhjal leiti kaheksa vaatajatüüpi, kes eristuvad üksteisest saatevaliku orientatsiooni (ratsionaalne vs elamuslik), vaatamissageduse ja saate-eeslituste põhjal. Rannu (2010: 98-102) poolt toodud vaatajatüüpideks on:

- Meelelahutusele orienteeritud, kodukeskne suurarbija – üliaktiivne vaataja, kes vaatab peaaegu kõiki saatetüüpe, peamiselt eelistab aga mängulist programmi (mängud, konkursid, *reality show*'d). Kanalitest vaatab ETV-d, Kanal 2 ja TV3 võrdse regulaarsusega, väiksematest kanalitest jälgib enam ETV2. Rühmas on enim üle 40-aastaseid vastajaid.
- Eesti lugudele orienteeritud, maalähedane traditsionalist – samuti väga aktiivne vaataja ning mitmekülgsed eelistustega, eriti vaatab aga uudiseid ja kodumaised sarju. Regulaarselt vaatab Kanal 2, TV3 ja ETV-d, väiksematest kanalitest eelistab pigem ETV2. Selles rühmas on enim pigem vanemaalisi.
- Avalikule sfäärile orienteeritud senior - väga sagedane televaataja, kes eelistab enam ratsionaalset programmi. Vaatab enam uudiseid ning „Pealtnägijat“ ja arutelu- ning päevakajasaateid. Kõige sagedamini vaatab ETV-d, väiksematest kanalitest ETV2. Kõige enam on selles rühmas üle 60-aastaseid.

- Elamustele orienteeritud, välismaise programmi vaataja – sagedane vaataja, kes eelistab pigem sarju ja seriaale. Uudistest vaatab sagedamini „Reporterit“ ning kanalitest Kanal 2 ja TV3. Väiksematest kanalitest eelistab enim Kanal 11. Selles rühmas on pigem nooremad vaatajad.
- Tasakaalukas vaatleja – mõõdukas vaataja, kes eelistab pigem elamuslikku programmi. Saadetest vaatab kõige sagedamini „Pealtnägijat“. Enamikku programmist vaatab üpris juhuslikult. Rohkem vaatab Kanal 2 ja ETV-d, väiksematest kanalitest ETV2. Selles rühmas on paljud vanuses 30–50 aastat.
- Seltsielukeskne põnevuseotsija – kasin televaataja, kellel on peamiselt kriminaalse alatooniga elamuslikud saate-eelistused (krimi- ja olmereportaažid, välismaised põnevussarjad). Vaatab üsna regulaarselt Kanal 2, väiksematest kanalitest TV6. Rühmas on pigem nooremad vaatajad.
- Uude meediasse kalduv intellektuaal – harv televaataja, kes eelistab ratsionaalset programmi. See vaataja jälgib peaaegu kõiki saateid ebaregulaarselt, veidi sagedamini aga uudiseid ja „Pealtnägijat“. Kanalitest vaatab pigem ETV-d ja väiksematest kanalitest ETV2. Rühmas on palju inimesi vanuses 20–59.
- Eksikülaline internetist – juhuslik televaataja, kes vaatamise korral eelistab pigem elamuslikku programmi (krimi- ja olemereportaažid, uudised, mängud jt). Eesti telekanaleid jälgib üldiselt ebaregulaarselt, veidi regulaarsemalt TV3, väiksematest kanalitest TV6. Rühmas on enim 20–29-aastaseid noori.

Mahov (2011) uuris oma bakalaureusetöös lähemalt 20–29-aastaste sotsiaalteaduste üliõpilaste televaatamist kvalitatiivselt meetodil ning ka ERR-i „Meediateemalisest arvamusuuringust 2010“ saadud tulemusi, mis puudutasid üliõpilasi. Arvamusuuringu põhjal eelistavad üliõpilased jälgida igapäevaselt kõige enam TV3, väiksematest kanalitest TV6. Teemadest huvitavad neid filmid, perekond, suhted, psühholoogia ja kodu, keskkond ja muusika. Kõige vähem pakub huvi astroloogia. Vaadatuimad saateliigid ERR-i arvamusuuringu järgi olid välismaised põnevussarjad, üldhuviajakirja ning uudised.

Tööst selgub, et pooled intervjueeritustest vaatavad telerit iga päev või peaaegu iga päev ning enamasti on nendeks need üliõpilased, kes elavad vanematekodus või elukaaslasega. Perekondlik staatus mõjutab uuritud üliõpilasi üpris suurel määral: sageli lähtutakse telesaadete valikul vanemate, elukaaslase või lapse soovidega. Teemadest huvitavad neid

enam päevakajalised sündmused, poliitika ning meelelahutus. Saateliikidest jälgisid intervjueeritavad vestlus- ning poliitikasaateid.

Seega erinesid Mahovi valitud n-õ sotsiaalselt tundlikumad ja ühiskonnast enam huvi tundvad üliõpilased küsitluses osalenutest üpris suurel määral. Televaatamisel mängis intervjueeritavate jaoks rolli perekondlik staatus, kus mitmete puhul määras vaadatavat programmi nt elukaaslane, vanem või laps. Ühe peamise kõrvaltunnusena jälgitud internetikasutus ei mänginud intervjueeritute sõnul kuigi suurt rolli telerivaatamisel: üldiselt vaadatakse saateid ikkagi teleri vahendusel, vaid harva kasutatakse internetist vaatamise võimalust. Ainus, mis võib muuta telerivaatamist, on asjaolu, et suurem osa infost saadaksegi interneti vahendusel, mistõttu teleri vaatamine tagaplaanile jääda võib. (Mahov 2011)

1.7. Televaatamise erinevused põlvkondade vahel Austraalia näitel

2011. aastal Austraalia valitsuse koosseisu kuuluva üksuse The Australian Communications and Media Authority (ACMA) poolt läbi viidud *online*-uuring „Digital Australians“ näitas, et noored täiskasvanud on enam orienteeritud *online*-meedia kasutamisele kui vanemaealised. Traditsioonilist meediat kasutavad noored ja vanad pea ühtviisi, kuid erinevus on meediumidele kulutatavas ajas.

Pea kõigis vanuserühmades (18–29; 30–44; 45–54; 55+) olid televaatajate osakaalud enam-vähem võrdsed. Kahes nooremas vanuserühmas olid osakaalud vastavalt 67% ja 68% ning kahes vanemas vanuserühmas ühtviisi 63%. Erinevus ilmnis aga selles, et nooremad vanuserühmad on vanematest hulga agaramad televisiooni vaatama ka interneti vahendusel.

2010. aastal tehtud uuringu OzTam põhjal järeldus aga, et noored veedavad oluliselt vähem aega telerit vaadates kui vanemad vanuserühmad. Noorte televisioonile pühendatud aeg päevas on Austraalias vähenenud aegamisi juba kaks aastakümnet. Televisiooni vaatamine on uuringu kohaselt eriti oluline aga 55–64-aastastele, kes vaatavad telerit 3 tundi ja 39 minutit päevas.

Uudiste saamise osas selgus *online*-uuringus, et kõige populaarsem uudiste allikas on siiski traditsiooniline meedia (televisioon, raadio, paberväljaanded) (68% vastanutest). Poolte jaoks neist (49%) oli televisioon peamiseks uudiste allikaks. Internetti uudiste hankimiseks

kasutasid uuringu tulemusena enam noored kui vanad: 37% 18–29-aastastest ning 13% üle 55-aastastest. (ACMA kodulehekülg 2012)

1.8. Uurimisküsimused

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks on teada saada, millised on eestlaste televaatamise üldjooned ning vaatamiseelistused 2011. aastal ning millised on muutused 2008. ja 2011. aasta vahel. Samuti on soov teada saada, millised on põlvkondadevahelised sarnasused, erinevused ja nende peamised tunnusjooned. Eesmärgist tulenevalt on püstitatud uurimisküsimused.

- 1) Milline on noorema, keskealise ja vanema põlvkonna televaatamise üldtendentsid?
 - Milliseid saateliike ja kanaleid erinevad põlvkonnad vaatavad sageli, harva või üldse mitte?
- 2) Millised on erinevused ja sarnasused põlvkondade vahel?
 - Mis eristab kolme põlvkonda, mis on sarnast ja miks?
- 3) Millised on põlvkondade televaatamise peamised muutused 2008. ja 2011. aasta andmetes?
- 4) Millised vaatajatüübid esinevad eestlaste seas saadete ja saateliikide vaatamissageduse alusel?
 - Mis vaatajatüüpe peamiselt iseloomustab?
- 5) Millised vaatajatüübid esinevad kolmes põlvkonnas saadete ja saateliikide vaatamissageduse alusel?
 - Mis on põlvkondade vaatajatüüpide sarnasused ja erinevused?

Esimese küsimuse eesmärgiks on kirjeldada, millised on eri põlvkondade telerivaatamise eelistused ning leida põhjuseid, miks on need just sellised. Teise küsimusega soovitakse teada saada, kuidas erinevad põlvkonnad omavahel võrrelduna. Kolmanda küsimuse eesmärgiks on uurida muutuseid, mis on televaatamises toimunud kolme aasta jooksul. Neljanda küsimuse eesmärgiks on leida ühiste tunnustega vaatajaid eestlaste seas, et luua üldistatud mudel erinevatest vaatajatest. Sama eesmärk on ka viiendal uurimisküsimusel, kuid selle uurimisküsimuse juures on oluline leida tüübid konkreetsetes põlvkondades ning näha eri generatsioonide sarnasusi ja erinevusi.

2. Meetod ja valim

2.1. Valim

„Mina. Maailm. Meedia 2011“ sotsioloogilise küsitluse viis sotsiaal- ja turu-uuringute firma Saar Poll läbi ajavahemikul 16.09 – 25.10.2011. Küsimustik oli kahes osas: esimese osa täitis respondent ise kirjalikult, teine osa viidi läbi suulise intervjuuna. Eraldi olid eesti- ja venekeelsed ankeedid, mis teatud küsimuste poolest erinesid (nt meediatarbimise osas konkreetsete saadete vaatamine).

Küsitluse üldkogumi moodustasid Eestis elavad inimesed, keda Statistikaameti andmetel 1.01.2012 seisuga oli 924 966. „Mina. Maailm. Meedia 2011“ valim oli koostatud proportsionaalse juhuvalimi meetodi alusel ning respondente oli kokku 1580. Antud töös on analüüsitud vaid eestikeelsele ankeedile vastanuid, keda oli kokku 1068. Tabelis 1 on välja toodud eestikeelsele ankeedile vastanute sotsiaaldemograafilised tunnused.

Tabel 1. Valimi sotsiaaldemograafiline koosseis

Sotsiaaldemograafilised karakteristikud		Vastajad (N=1065)	%
Vanus	15-19	92	9%
	20-29	226	21%
	30-44	277	26%
	45-54	158	15%
	55-64	147	14%
	65-74	121	11%
	75-79	46	4%
Sugu	Mees	496	46%
	Naine	572	54%
Haridustase	Alla keskhariduse	243	23%
	Keskharidus	554	52%
	Kõrgharidus	270	25%
Elukoht	Tallinn	222	21%
	Tartu, Pärnu	128	12%
	Narva, Kohtla-Järve, Sillamäe	16	1%
	Teised linnad	221	21%
	Maapiirkonnad	481	45%

Sissetulek ühe pereliikme kohta kuus	Kuni 160 eurot	199	19%
	161-250 eurot	184	17%
	251-400 eurot	310	29%
	401-600 eurot	222	21%
	Üle 600 eurot	140	13%
	Vastamata	12	1%

2.2. Meetod

Antud bakalaureusetöös on analüüsitud kvantitatiivsel meetodil „Mina. Maailm. Meedia 2011“ küsitluse andmeid, mis on seotud meediakasutusega. Põlvkondade ja vanuserühmade kirjeldamisel on kasutatud nii „Mina. Maailm. Meedia“ uurimisrühma poolt tehtud koontunnuseid (indekseid) kui ka autori poolt koostatud faktor- ja klasteranalüüsi erinevate saadete ja saateliikide vaatamissageduse põhjal.

Televaatamise kirjeldamisel on põlvkonnad jagatud kolmeks: noorem põlvkond, 15–29-aastased; keskealine põlvkond, 30–54-aastased, ning vanem põlvkond, 55–79-aastased. Selline jaotus osutub kohati aga liiga üldiseks, kuna põlvkondade sees esinevad samuti märkimisväärsed erinevused. Seetõttu on põlvkonnad jagatud veel ka kaheks vanuserühmaks. Noorem põlvkond jaguneb 15–19-aastasteks noorteks ja 20–29-aastasteks noorteks, keskealine põlvkond 30–44-aastasteks nooremateks keskealisteks ja 45–54-aastasteks vanemateks keskealisteks ning vanem põlvkond 55–64-aastasteks vanemaealisteks, 65–74-aastasteks pensionärideks ja 75–79-aastasteks pensionärideks.

Vanuserühmade moodustamisel on eelkõige lähtutud „Mina. Maailm. Meedia“ uuringute traditsioonist.

Töös on analüüsitud erinevaid generatsioone ja vanuserühmasid esmalt üldtunnuste põhjal, milleks on vaatajate mitmekülgse ning sagedase vaatamise indeksid, teatud telekanalite ja žanride vaatamissagedus. Üldisemate tunnuste kirjeldamisel – televaatamise sagedus ja mitmekülgsus, Eesti telekanalite vaatamise aktiivsus ja mitmekülgsus ning saateliikide vaatamine (teleuudised, meelelahutus ning arutus- ja doksaated) – on kasutatud „Mina. Maailm. Meedia“ uurimisrühma poolt koostatud indekseid. Kanalite vaatamise võrdlusel on kasutatud nii algtunnuseid kui indekseid.

Põlvkondi üldtunnuste põhjal iseloomustades on töös vaadeldud vastajate keskmisest suuremaid näitajaid. See tähendab, et sagedased vaatajad (regulaarsed vaatajad) on kas:

- need, kellel vastava indeksi väärtus oli üle kõigi vastajate keskmise;
- need, kes vastasid ankeedis konkreetse telekanali puhul 'vaatan iga päev' või 'vaatan mitu korda nädalas'.
- need, kes vastasid ankeedis saate puhul 'vaatan alati, kui saan' või 'pidevalt, kuigi mitte iga saadet'

Mõningal juhul on iseloomustatud ainult väga suure sagedusega vaatajad, sellisel juhul on see vastava tunnuse ees eraldi välja toodud.

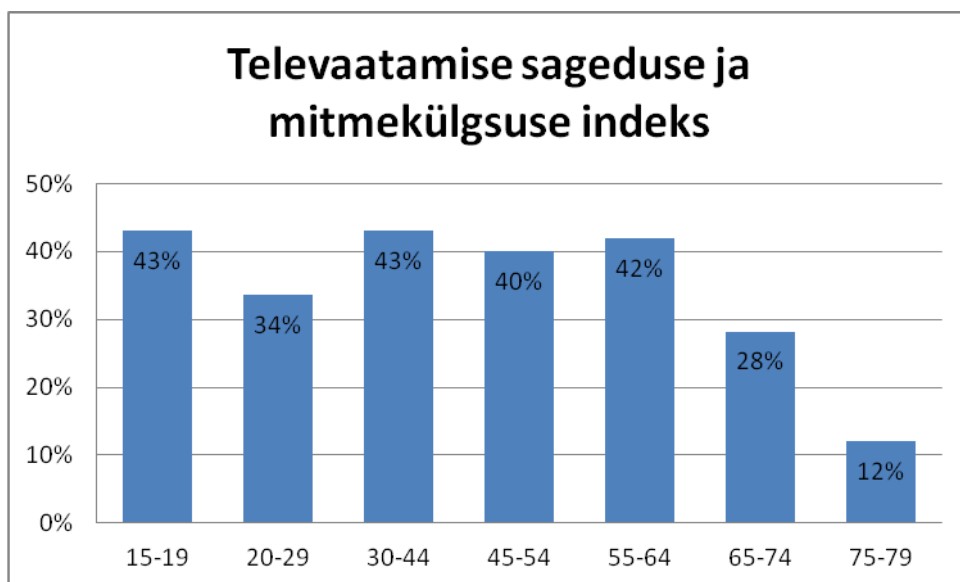
Peale üldtunnuste põhjal iseloomustamise on kogu valimit ning põlvkondi eraldi kirjeldatud faktor- ning klasteranalüüsi põhjal. Nende aluseks on võetud 37 erineva saate ja saateliigi vaatamissagedused. Saadete vaatamissageduste skaala oli nominaalne (alates vastusevariandist 'vaatan alati, kui saan' kuni variandini 'ei jälgi üldse'). Esmalt tehti nende saadete põhjal faktoranalüüs, et näha, millised saated ja saateliigid on konkreetse rühma jaoks tugevamini seotud, et osata hiljem klasteranalüüsis paremini vaatajatüüpe hinnata ja nimetada. Seejärel tehti klasteranalüüs ning leiti iga klatri keskmised vaatamissagedused (vt nt tabel 3). Need saated, mille vaatamissagedus antud klastris (vaatajarühmas) oli 5-pallisel skaalal 0,5 palli kõigi vaatajate keskmisest kõrgem, iseloomustasid vaatamiseelistusi antud klastris tugevamini.

Kõigi vastajate klasteranalüüsi põhjal osutus sobivaimaks 7-klastriline lahend ning eri põlvkondade klasteranalüüsides 6-klastrilised lahendid. Kõik klastrid eristuvad üksteisest rohkem või vähem saadete vaatamissageduse ning vaadatavate saadete alusel. Andmete analüüsil on kasutatud statistilise andmeanalüüsi paketti SPSS ning tabelarvutusprogrammi MS Excelit.

3. Tulemused

3.1. Põlvkondade televaatamise üldised tendentsid

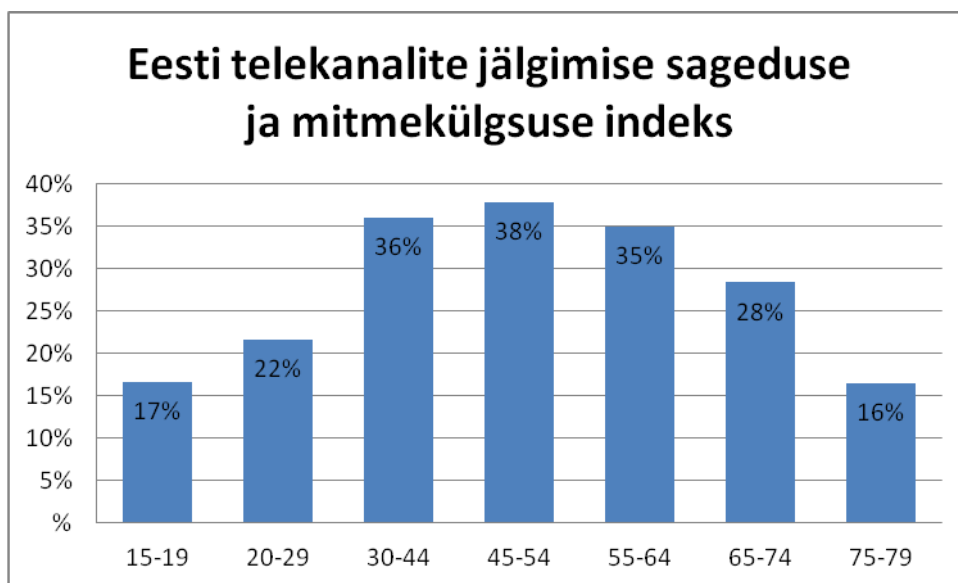
Televaatamise sageduse ja mitmekülgsuse indeksi puhul on arvesse võetud nii erinevate kanalite jälgimise mitmekesisust kui ka nende jälgimise sagedust (vt kõigi indeksite täpset koosseisu Lisa 1). Kõige suurem sagedaste ja mitmekülgsete vaatajate osakaal (st need, kes vaatavad erinevaid telekanaleid sageli ja väga sageli) on 15–19-aastaste noorte ja 30–44-aastaste keskealiste hulgas (mõlemas 43%) (vt joonis 2). Enamikus vanuserühmades on sagedasi ja mitmekülgsed vaatajaid ligi 40%. Enam eristuvad aga 20–29-aastased noored ja 65–74-aastased pensionärid ning 75–79-aastased pensionärid, kus aktiivsete televaatajate osakaalud on madalamad (vastavalt 34%, 28% ja 12%). Aktiivsete televaatajate osakaal vanemates vanuserühmades on küll madalaim, kui kui vaadata televaatamisele kulutatud aega, siis jälgisid 2011. aasta novembris kõige enam telerit 65–74-aastased (päevas 6 tundi ja 8 minutit) (Emor 2012). Seega on antud indeksi madal näitaja tingitud eelkõige pensionäride suhteliselt ühekülgsest televaatamisest. Seda saab järeldada ka joonise 5 ja 6 põhjal, kus vanem põlvkond jälgib ülekaalukalt ETV-d ning oluliselt vähem teisi kanaleid.



Joonis 2. Televaatamise sageduse ja mitmekülgsuse indeks. Sagedaste ja mitmekülgsete vaatajate osakaalud eri vanuserühmades. Allikas: Mina. Maailm. Meedia 2011

Eesti telekanalite jälgimise indeksi alla on koondatud kanalid ETV, ETV2, Kanal 2, TV3, Tallinna TV ja muud eestikeelsed kanalid (TV6, Kanal 11 jt).

Eesti telekanalite jälgimise puhul on näha, et regulaarsete vaatajate osakaal on suurim keskmises põlvkonnas ning osakaalud on väiksemad nooremas (20%) ja vanemas põlvkonnas (30%) (vt joonis 3). Eesti telekanalite regulaarsete jälgijate madalaim osakaal põlvkonniti on küll nooremas põlvkonnas, kuid vanuserühmiti on aktiivsete jälgijate osakaal madalaim vanimas vanuserühmas 75–79 (16%). Kuna indeksi alla on koondatud mitmeid erinevaid telekanaleid, mängib selle kujunemisel olulist rolli ka kanalite jälgimise mitmekesisus. Võib arvata, et vanemad inimesed jälgivad suhteliselt vähe uusi telekanaleid ning eelistavad ETV-d. Küllalt sageli vaatavad ka Kanal 2 ja TV3 (vt jooniselt 5 ja 6). Antud indeksi puhul on näha, et vanem põlvkond ei ole kuigivõrd homogeenne ning aktiivsete jälgijate osakaalud langevad vanusega järsult. Vanuserühmade kaupa vaadates sarnaneb vanema põlvkonna noorim vanuserühm (55–64) Eesti telekanalite jälgimise osakaalult enam keskmisele põlvkonnale kui vanema põlvkonna teistele vanuserühmadele.



Joonis 3. Eesti telekanalite jälgimise sageduse ja mitmekülgsuse indeks. Sagedaste ja mitmekülgsuste vaatajate osakaalud eri vanuserühmades. Allikas: Mina. Maailm. Meedia 2011

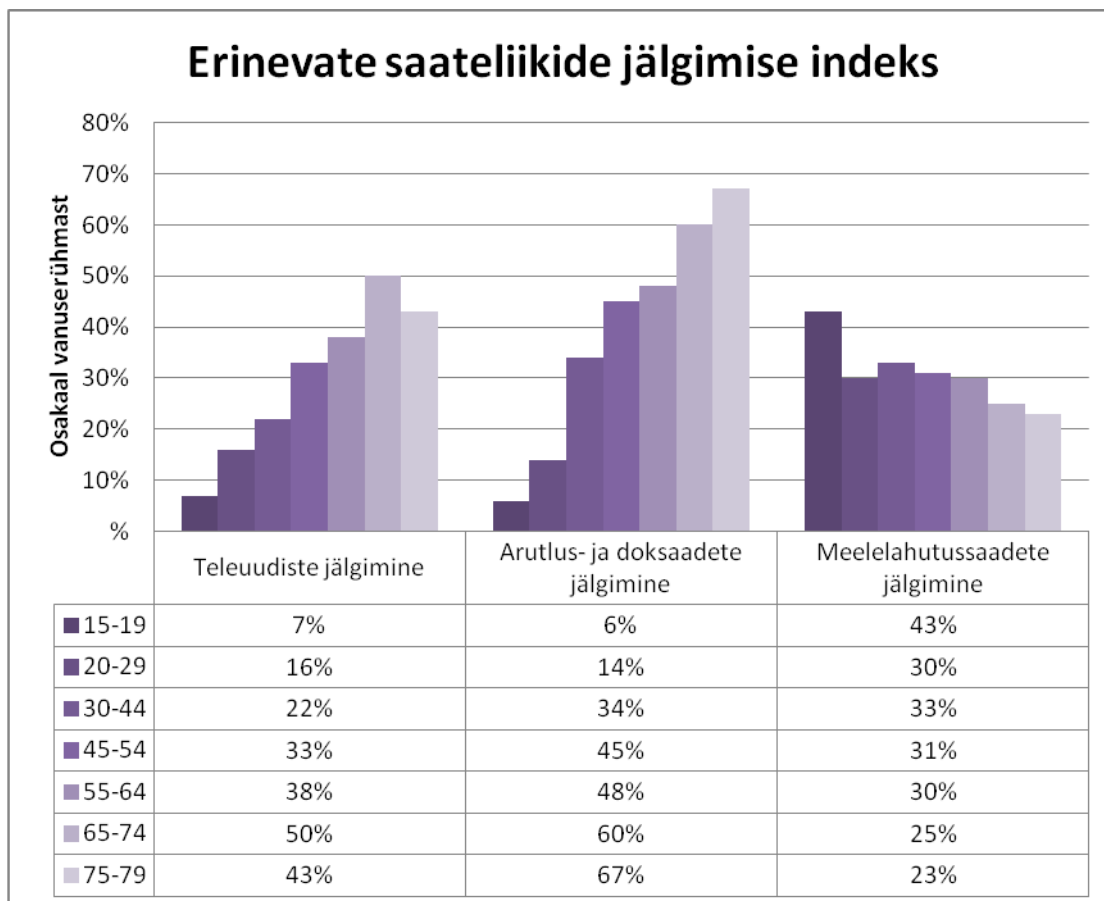
Teleuudiste vaatamise indeksi alla on koondatud rahvusvaheliste uudistekanalite (Euronews, CNN, BBC) ja Eesti kolme suurema telekanali uudistesaadete jälgimine. Arutlus- ja

doksaadete indeks koosneb ETV dokumentaal- ja arutlussaadete jälgimisest ning meelelahutussaadete jälgimise indeksi alla on arvatud Eesti kanalite kodu- ja välismaised saated, seriaalid ja *reality show*'d ning filmid.

Kõige suurem regulaarsete uudiste vaatajate osakaal on 65–74-aastaste vanuserühmas (50%) ning väikseim noorimas vanuserühmas (7%) (vt joonis 4). Uudiste vaatamise puhul kasvab sagedaste vaatajate osakaal koos vanusega. Regulaarsete vaatajate osakaal kasvab ka vanuserühmaga kuni 75–79-aastasteni, kelle hulgas see eelmise vanuserühmaga võrreldes langeb 50%-lt 43%-le.

Ka arutus- ja doksaadete puhul kasvavad sagedaste vaatajate osakaalud koos vanusega. Väikseim vaatajate osakaal on noorimas vanuserühmas (6%) ja suurim vanimas vanuserühmas (67%). Keskealine põlvkond on arutus- ja doksaadete vaatamiselt teiste põlvkondadega võrreldes keskmine: sagedaste vaatajate osakaalud jäävad kahe äärmise põlvkonna vahepeale (nooremas vanuserühmas 34% ja vanemas 45%). Arutus- ja doksaadete jälgimise puhul sarnaneb vanemaealiste vanuserühm 55–64 enam keskealisele põlvkonnale: 55–64-aastaste seas on vanuserühmast sagedasi vaatajaid 48% ja 45–54-aastaste seas 45%.

Suurim meelelahutussaadete jälgijate osakaal on noorimas vanuserühmas 15–19 (43%) ning väikseim vanimas vanuserühmas 75–79 (23%). Vanimale vanuserühmale sarnaneb 65–74-aastaste sagedaste vaatajate osakaal, 25%. Teised vanuserühmad on meelelahutussaadete vaatamise osakaalult suhteliselt sarnased (~30%).



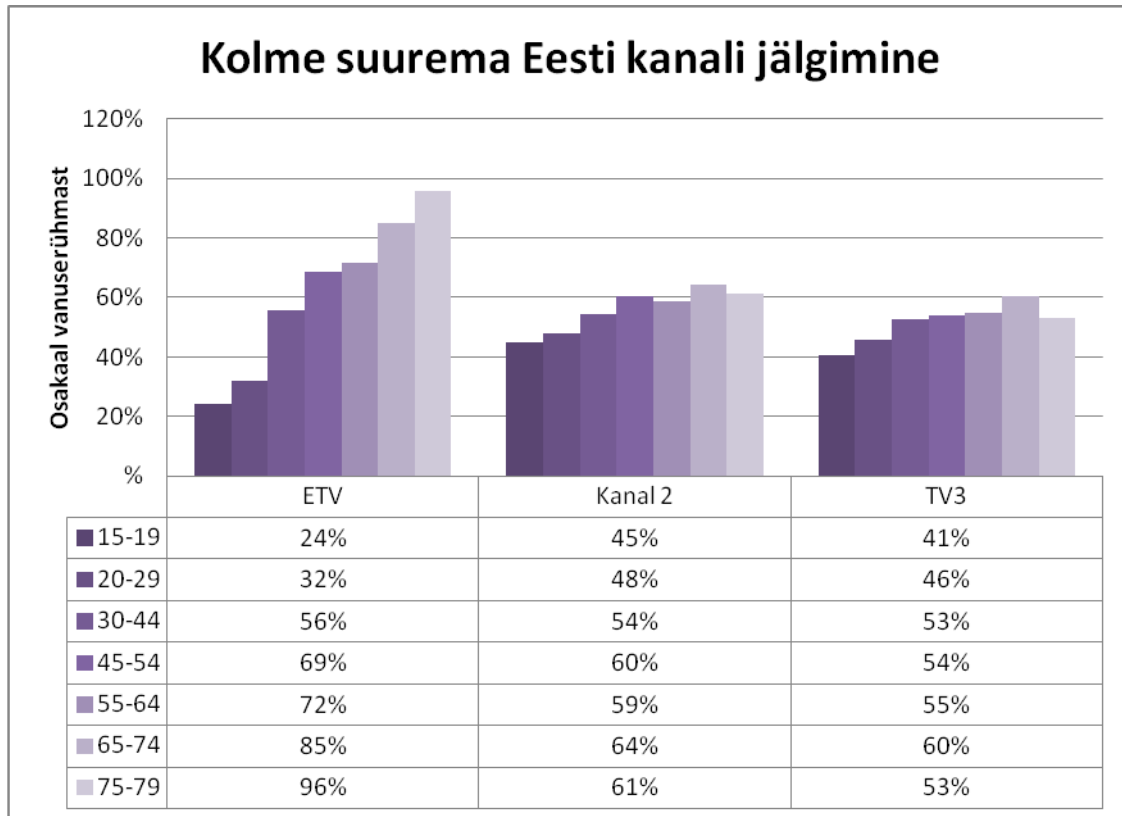
Joonis 4. Erinevate saateliikide jälgimise indeks. Saateliikide sagedaste vaatajate osakaalud eri vanuserühmades. Allikas: Mina. Maailm. Meedia 2011

ETV, Kanal 2 ja TV3 jälgimisel on iseloomustamiseks võetud nende inimeste osakaalud, kes vaatavad kanaleid iga päev, st väga sagedasti. See näitab vaataja väga suurt seotust antud telekanaliga ning samuti tulevad tendentsid eri kanalite ja vanuserühmade puhul selgemini välja, kuna neid, kes vaatavad kanaleid iga päev ja mitu korda nädalas, on vanuserühmades suhteliselt võrdselt.

ETV väga sagedaste vaatajate osakaale vaadates võib öelda, et vanuse kasvades kasvab ka regulaarsete vaatajate osakaal (vt joonis 5). Kõige väiksem regulaarsete vaatajate protsent on 15–19-aastaste hulgas (24%) ja suurim vanimas vanuserühmas (96%). Ka ETV vaatamise puhul võib täheldada, et vanema põlvkonna noorim vanuserühm (55–64) sarnaneb enam keskmise põlvkonna vanemale vanuserühmale (45–54) kui vanemale põlvkonnale.

Kanal 2 ja TV3 puhul on regulaarsete vaatajate osakaalud homogeensemad. Osakaalude kasv või langus iga järgneva vanuserühma vahel ei ole kuigi suur. Siiski kasvab väga sagedaste

vaatajate osakaal põlvkonnaga ning erinevuse tendentsid tulevad veidi konkreetsemalt välja. Kanal 2 puhul on nooremas põlvkonnas väga sagedaste vaatajate osakaal 48%, keskmises 57% ja vanemas 62%. TV3-l on vastavad osakaalud 45%, 53% ja 57%.



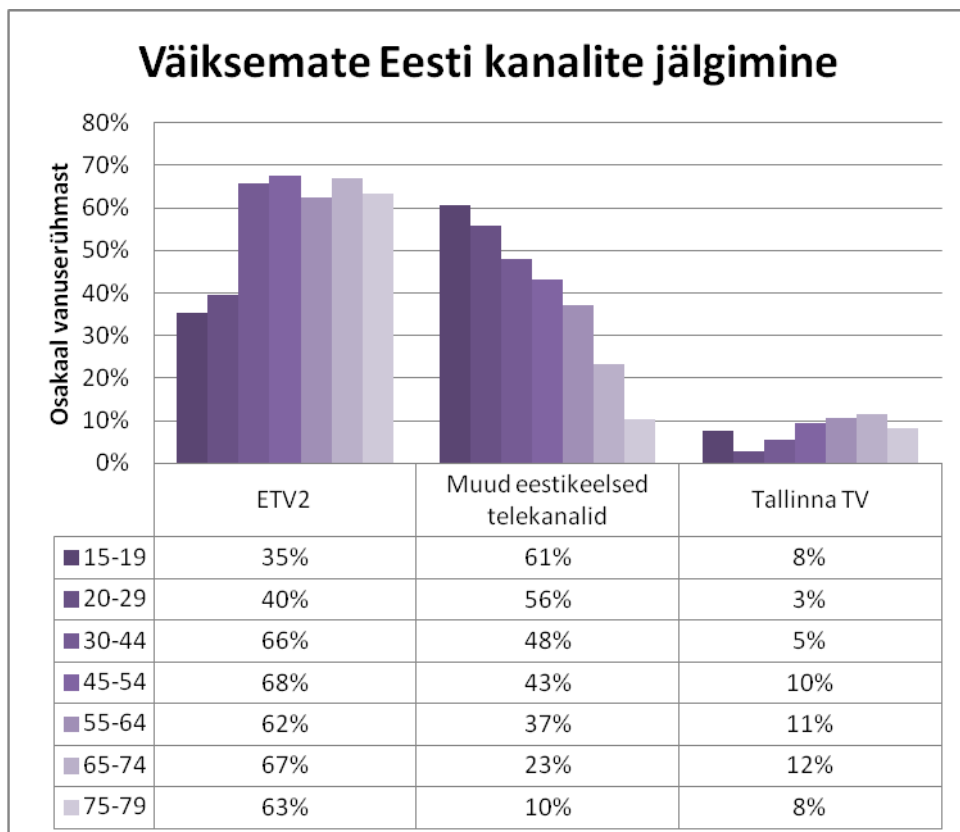
Joonis 5. Kolme suurema Eesti telekanali vaatamine. Väga sagedaste vaatajate osakaalud eri põlvkondades. Allikas: *Mina. Maailm. Meedia 2011*

Muude eestikeelsete kanalite jälgimise all on mõeldud eestikeelseid väiksemaid telekanaleid nagu näiteks TV6 ja Kanal 11, sinna alla ei kuulu aga rahvusvahelise firma Fox International Channels kanalid Fox Life jt, kes näidatavate saadete, sarjade ja filmide puhul kasutavad eestikeelseid subtiitreid.

Kõige väiksem ETV2 regulaarsete vaatajate osakaal on noorimas vanuserühmas 15–19 (35%) ja suurim keskmise põlvkonna vanemas vanuserühmas 45–54 (68%). Keskmises ja vanemas põlvkonnas on sagedaste vaatajate protsent sarnane, vastavalt 67% ja 64%.

Väiksemate eestikeelsete kanalite puhul langeb sagedaste vaatajate osakaal vanusega. Kõige suurem regulaarsete vaatajate osakaal on noorimas vanuserühmas (61%) ja madalaim vanimas vanuserühmas (10%). Keskmises põlvkonnas on vaatajate osakaalud nooremas vanuserühmas 48% ja vanemas 43%.

Tallinna TV vaatajate osakaalud on võrreldes teiste uute kanalitega kõige väiksemad. Suurim sagedaste vaatajate osakaal on vanuserühmas 65–74 (12%) ja väikseim 20–29-aastaste seas (3%). Regulaarsete vaatajate osakaal kasvab koos vanusega: nooremas põlvkonnas on sagedasi vaatajaid 4%, keskmises 7% ja vanimas 11%. Üldiselt on aga kõigis põlvkondades vaatajate osakaalud suhteliselt madalad võrreldes teiste kanalitega.



Joonis 6. Väiksemate Eesti telekanalite jälgimine. Sagedaste vaatajate osakaalud eri vanuserühmades. Allikas: Mina. Maailm. Meedia 2011

Kokkuvõtvalt võib eespool toodud indekseid põhjal öelda, et noorem põlvkond paistab enim silma sagedaste meelelahutussaadete ja väiksemate Eesti telekanalite vaatajate osakaalu poolest. Samuti on nooremas põlvkonnas võrdlemisi suur osakaal üleüldse sagedasi ja mitmekülgseid vaatajaid, st erinevate kanalite regulaarseid jälgijaid. Samal ajal on nooremas põlvkonnas sagedaste vaatajate osakaalud madalamad uudiste ja arutlus- ning doksaadete puhul.

Kui 2008. aasta „Mina. Maailm. Meedia“ uuringu põhjal jäi keskmine põlvkond noorema ja vanema põlvkonna vahepeale ning ei tõusnud kuigivõrd esile konkreetsete tunnuste poolest

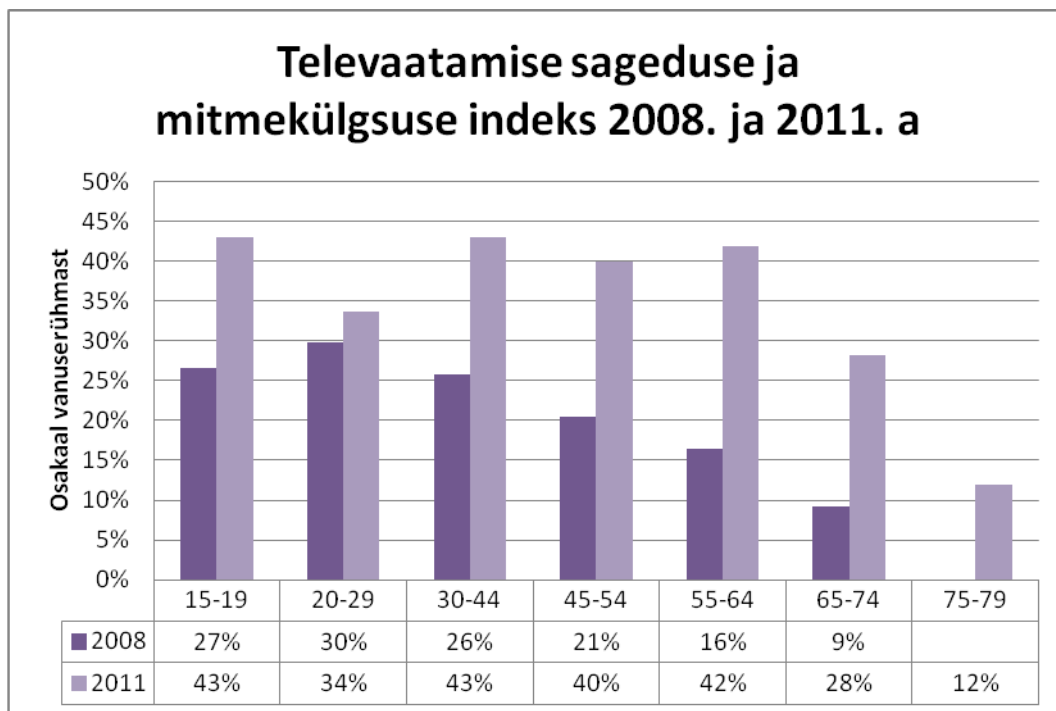
(Põldmäe 2012), siis 2011. aasta tulemuste põhjal on keskmise põlvkonna osakaalud mitme näitaja puhul kõrgeimad. Keskmises põlvkonnas on suurim sagedaste ja mitmekülgsede vaatajate osakaal. Konkreetseid telekanaleid välja tuues on keskmises põlvkonnas suurimad Kanal 2, TV3 ja ETV2 regulaarsete vaatajate osakaalud.

Vanem põlvkond on peaaegu kõigi näitajate puhul ühes äärmuse otsas. Vanemas põlvkonnas on suurimad uudiste, arutlus- ja doksaadete, kõigi kolme suurema Eesti telekanali ja Tallinna TV sagedaste vaatajate osakaalud. Kõige väiksemad regulaarsete vaatajate osakaalud võrreldes teiste põlvkondadega on aga meelelahutussaadete ja uute Eesti telekanalite vaatamise puhul. Ühtlasi on vanemas põlvkonnas kõige vähem sagedasi ja mitmekülgsed televaatajaid.

3.2. 2008. ja 2011. aasta televaatamise üldtendentside võrdlus

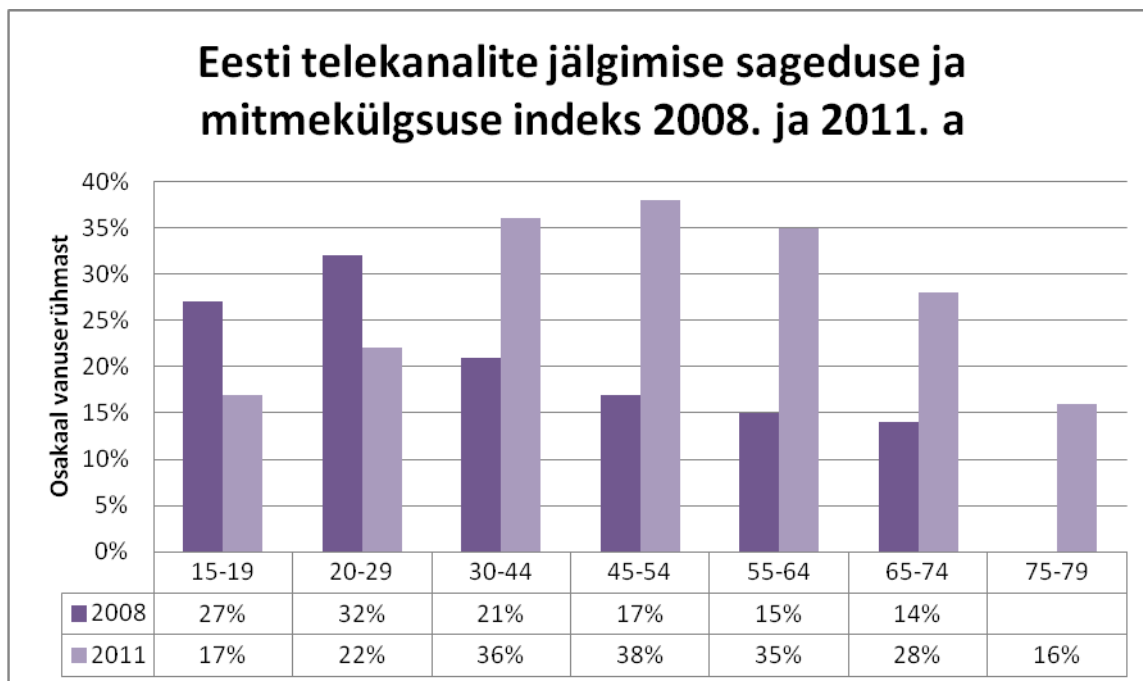
2008. ja 2011. aasta „Mina. Maailm. Meedia“ tulemusi võrreldes on välja toodud näitajad, mille puhul muutus oli märkimisväärne. Teisi näitajaid on põgusalt ja üldiselt kommenteeritud alapeatüki lõpus.

2008. aastal vähenesid sagedaste ja mitmekülgsede vaatajate osakaalud koos vanusega, st suurim mitmekülgsede ja sagedaste vaatajate osakaal oli noorimas põlvkonnas ning aktiivsete vaatajate osakaalud olid madalamad keskmises ja vanemas põlvkonnas (vt joonis 7). 2011. aastal oli suurim osakaal sagedasi ja mitmekülgsed vaatajaid keskmises põlvkonnas, väikseim vanimas. Seega on keskmises põlvkonnas märkimisväärselt tõusnud nii televaatamise sagedus kui ka vaadatavate telekanalite amplituud. Kuid oluline on ka see, et sagedaste ja mitmekülgsede vaatajate osakaalud on üleüldse tõusnud kõigis põlvkondades. Enim on see tõusnud vanuserühmas 55–64 (16%-lt 42%-ni) ning vähim 20–29-aastaste hulgas (30%-lt 34%-ni).



Joonis 7. Televaatamise sageduse ja mitmekülgse indeks. Sagedaste ja mitmekülgsete vaatajate võrdlus 2008. ja 2011. aasta vahel. Allikas: *Mina. Maailm. Meedia*

2008. aastal langesid Eesti telekanalite jälgimise indeksi puhul sagedaste vaatajate osakaalud koos vanusega. 2011. aastal oli suurim sagedaste Eesti telekanalite vaatajate osakaal aga keskmises põlvkonnas, väikseim noorimas (vt joonis 8). Kõigis põlvkondades peale noorima on sagedaste vaatajate osakaalud kasvanud. Kõige märkimisväärsem ongi Eesti telekanalite jälgimise puhul n-ö jõuvahekordade muutus: nooremas põlvkonnas, kus 2008. aastal oli sagedaste vaatajate osakaal suurim, on 2011. a nende osakaal hoopis väiksem.



Joonis 8. Eesti telekanalite jälgimise sageduse ja mitmekülgsuse indeks. Sagedaste ja mitmekülgsuste vaatajate võrdlus 2008. ja 2011. aasta vahel. Allikas: Mina. Maailm. Meedia

Eri saateliikide jälgimise puhul on üldtendentsid jäänud enam-vähem samaks. Erinevus 2008. ja 2011. aasta vahel on peamiselt vaid see, et teleuudiste puhul on regulaarsete vaatajate osakaalud nooremas ja keskmises põlvkonnas langenud ning vanemas põlvkonnas tõusnud, arutlus- ja doksaadete sagedaste jälgijate osakaalud on kõigis põlvkondades tõusnud, mõlemal aastal aga sagedaste vaatajate osakaal kasvab koos vanusega. Meelelahutussaadete puhul on regulaarsete vaatajate osakaalud nooremas põlvkonnas veidi langenud ning teistes põlvkondades tõusnud (vt 2008. andmeid Lisad 2 joonis 1), st erinevused eri põlvkondade vahel ei ole 2011. aastal enam nii suured kui 2008. aastal.

ETV jälgimise puhul on jäänud samaks üldtendents, et vanusega kasvab ka igapäevaste vaatajate osakaal. Peamine muutus on vaid see, et väga sagedaste vaatajate osakaal nooremas põlvkonnas on vähenenud (vt Lisad 3 joonis 2).

Nii nagu 2011. aastal, on ka 2008. aastal Kanal 2 kõigi vanuserühmade väga sagedaste vaatajate osakaalud suhteliselt homogeensed. Kanal 2 puhul on aga kõikides vanuserühmades toimunud ligi 15–20% väga sagedaste vaatajate osakaalu vähenemine. Sama suur osakaalude langus kõigis vanuserühmades on toimunud ka TV3 väga sagedaste vaatajate osas (vt 2008. andmeid Lisad 3 joonis 2).

Kui 2008. aastal olid suhteliselt värskest turule tulnud väiksemate eestikeelsete eratelekanalite sagedaste vaatajate osakaalud suhteliselt väiksed ning tähelepanuväärsemateks näitajateks olid hoopis neid kanalite üldse mitte vaatavate inimeste osakaalud, siis 2011. aastal on näha, et need kanalid on oma koha leidnud, kuna üldse mitte jälgijate osakaalud on võrdlemisi madalad ning jälgijate osakaalud on tõusnud.

3.3. Saadete vaatamissageduse faktoranalüüs

Et välja selgitada erinevaid vaatajatüüpe 2011. aastal klasteranalüüsi meetodil, on esmalt tehtud faktoranalüüs, et selgitada, millised saated on olulised vaatamiseelistuste kirjeldamisel ning millised saated ja saateliigid on omavahel seotud. Faktoranalüüsi aluseks on „Mina. Maailm. Meedia 2011“ küsitluses toodud 37 erinevat saadet ja saatetüüpi.

Faktoranalüüsi peakomponentide meetodil ilmneb <1 omaväärtusega kaheksa faktorit, mille kirjeldusvõime on 63,5%. Peatelgede meetodil varimaks pööramisega tehtud analüüsis koosneb esimene faktor ETV arutlussaadetest ning ajaloosaatest „Eesti aja lood“. Teises faktoris on eesti- ja välismaised seriaalid ja seebikad ning meelelahutussaated, ETV *talk show*'d „Mida teie arvate?“ ja „Tähelaev“ ehk n-ö veidi kergema ja emotsionaalsema sisuga saated (nõrgema faktorlaadungiga kuuluvad sinna ka armastusfilmid). Kolmandas faktoris on peaaesjalikult erinevad filmžanrid ning ka välismaised krimiseriaalid ja *reality show*'d ning lastesaated. Neljandasse faktorisse kuuluvad erinevad kultuuri-, dokumentaal- ja loodussaated ning –filmid. Viiendas faktoris on ETV ja TV3 uudistesasaated, ETV *infotainment*-saated „Terevisioon“ ja „Ringvaade“ ja üldhuviajakiri „Pealtnägija“. Kuuendas faktoris on Kanal 2 veidi enam meelelahutusliku suunitlusega uudistesasaade „Reporter“, krimisaated ning „Võsareporter“, mis neid kahte eelmist mõnes mõttes ühendab – eluliste ja sageli kriminaalsete juhtumiste esitamine kergemas ja meelelahutuslikumas võtmes. Seitsmendas faktoris on poliitika- ja päevakajasündmusi huumorivõtmes käsitlevad saated „Ärapanija“ ning „Pehmed ja karvased“. Kaheksandas faktoris on TV3 *talk show* „Kolmeraudne“ ning madala faktorlaadungiga spordisaated. Kahel saateliigil, spordisaated ja lastesaated, on faktorlaadung <0.3, mistõttu need faktorite koosseisust välja jäävad. Samuti jäetakse välja suhteliselt madala faktorlaadungiga „Kolmeraudne“, mistõttu jääb alles seitse faktorit.

Seitse faktorit üldistatult on järgmised (vt täpset koosseisu lisatabel 1):

F1 – ETV arutlussaadet (esimesel kohal „Vabariigi kodanikud“, faktorlaadung 0,847)

F2 – meelelahutuslikuma sisuga saated ja seriaalid (esimesel kohal Eesti pereseriaalid ja seebikad, faktorlaadung 0,749)

F3 – filmid, *reality show*'d, välismaised krimisarjad (esimesel kohal komöödiad, faktorlaadung 0,714)

F4 – loodus- ja kultuurisaated ning –filmid (esimesel kohal „Osoon“, faktorlaadung 0,626)

F5 – uudised ja *infotainment* (esimesel kohal „Ringvaade“, faktorlaadung 0,627)

F6 – informatiivsed ja kriminaalsaadet (esimesel kohal politseisaated, faktorlaadung 0,665)

F7 – huumori- ja satiirisaated (esimesel kohal „Ärapanija“, faktorlaadung 0,681)

3.4. Klasteranalüüs saadete vaatamissageduse põhjal

Vaatamissageduse klasteranalüüsil K-keskmiste meetodil osutus kõige paremini tõlgendatavaks ja sobivaimaks 7-klastriline lahend. Klasterite suurus jäi vahemikku 124–196 vastanut (vt tabel 2).

Tabel 2. Saadete vaatamissageduse klasterite suurus

		Protsent vastanutest	Kaalumata	Kaalutud
Klaster	1	12,9%	140,000	136,665
	2	18,1%	196,000	192,011
	3	12,7%	137,000	132,416
	4	15,1%	163,000	166,424
	5	16,4%	177,000	171,325
	6	13,4%	145,000	147,425
	7	11,5%	124,000	121,301
Kokku		100,0%	1082,000	1067,568

3.4.1. Saadete vaatamissagedused klasterites

Tabelis 3 on välja toodud saadete keskmised vaatamissagedused klastris. Punasega on märgitud saated, mille keskmine vaatamissagedus on klasteri keskmisest kõrgem ($\geq +0,5$) ning sinisega need, mille keskmine vaatamissagedus on klasteri keskmisest madalam ($\leq -0,5$).

Tabel 3. Erinevate saadete vaatamissageduste keskmised klastrites

Erinevate saadete vaatamissageduste keskmised klastrites								
Klaster	1	2	3	4	5	6	7	Kõigi vastajate keskmine vaatamissagedus
Klasteri suurus (% kõigist vastajatest)	12,9%	18,1%	12,7%	15,1%	16,4%	13,4%	11,5%	
Kõigi saadete keskmine vaatamissagedus antud klasteris (5-pallisel skaalal)	3,67	2,71	2,77	1,94	3,10	2,91	2,11	
Aktuaalne kaamera	4,66	4,05	4,30	2,41	4,65	3,09	4,14	3,90
Seitsmesed uudised	4,32	3,90	3,05	2,46	4,00	3,36	3,25	3,48
Reporter	4,45	4,12	2,71	2,85	3,88	4,01	3,07	3,58
Ringvaade	3,93	3,00	3,11	1,75	3,71	2,62	2,86	3,00
Terevisioon	3,62	2,53	2,59	1,50	3,03	2,26	2,37	2,56
Pealtnägija	4,49	3,73	3,60	2,20	4,32	3,14	3,24	3,53
Vabariigi kodanikud	3,63	1,89	3,31	1,14	3,80	1,39	2,39	2,51
Foorum	3,62	1,81	3,13	1,16	3,62	1,43	2,17	2,42
Välisilm	3,44	1,65	3,37	1,21	3,38	1,32	2,21	2,37
Eesti aja lood	3,41	1,96	2,84	1,20	3,24	1,56	2,02	2,32
Kahekõne	3,24	1,78	2,77	1,14	3,21	1,45	1,94	2,22
Mida teie arvate?	3,42	1,95	1,86	1,26	2,72	2,17	1,83	2,17
Tähelaev	3,77	2,29	2,48	1,27	3,24	2,35	2,03	2,49
Kolmeraudne	2,99	1,84	2,07	1,43	2,76	2,24	1,56	2,13
Ärapanija	3,65	2,96	1,98	2,23	3,27	3,14	2,06	2,76
Pehmed ja karvased	3,37	2,38	1,66	1,55	3,08	2,20	1,65	2,27
Võsareporter	3,86	3,72	1,67	2,37	2,98	3,83	1,99	2,92
Spordisaated-, ülekanded	3,26	3,03	3,02	2,10	3,05	2,69	2,28	2,78
Lastesaated, multifilmid	2,27	1,86	1,81	1,73	1,73	2,60	1,38	1,91
OP, Mi jt kultuurisaated	2,66	1,54	3,01	1,24	2,54	1,65	1,71	2,05
Teatriõhtud, telelavastused	3,55	2,49	3,17	1,47	3,15	2,33	2,07	2,60
Dokkaader, dokfilmid	3,60	2,60	3,67	2,05	3,05	2,76	2,09	2,83
Osoon	3,69	2,49	3,44	1,39	3,48	1,94	2,27	2,67
Telemängud (Sõnasõda jt)	3,76	2,98	2,10	2,09	2,78	3,82	1,54	2,72
Politseisaated (Krimiuudised, Raport, Krimi jt)	3,80	3,38	1,97	2,39	2,96	3,73	1,90	2,88
Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna, Pilvede all jt)	4,28	3,38	2,49	2,01	3,52	3,96	2,12	3,11
Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	3,36	2,13	1,61	1,88	2,27	3,68	1,69	2,37
Eesti meelelahutussaated (Tantsud tähtedega, Eesti otsib superstaari jt)	4,44	3,54	2,56	2,47	3,64	4,34	2,34	3,33
Eesti krimisarjad (Kelgukoerad, Ohtlik lend jt)	4,41	3,23	2,73	2,50	3,31	4,23	1,75	3,16
Välismaised krimisarjad (C.S.I., Kurjuse kannul, Mõrvad Midsomeris, Poirot jt)	3,73	2,94	3,04	2,60	2,48	3,86	1,66	2,90
Välismaised reality-show'd (Ameerika supermodell jt)	2,37	1,50	1,62	1,86	1,54	3,15	1,20	1,89

Põnevusfilmid	3,64	3,30	3,07	2,94	2,35	3,90	1,83	3,00
Armastusfilmid	3,68	2,56	2,71	2,19	2,21	3,81	1,67	2,69
Komöödiad	3,86	3,25	3,15	2,95	2,48	4,04	1,73	3,07
Draamad, psühholoogilised filmid	3,50	2,49	3,43	2,26	2,53	3,56	1,70	2,78
Ajaloolised filmid	3,92	2,96	3,74	2,35	3,20	3,18	2,06	3,06
Loodussaated, loodusfilmid	4,23	3,15	3,67	2,34	3,59	3,05	2,34	3,20

1. klastris on valdavalt väga sagedased ja regulaarsed vaatajad, selles rühmas on kõige kõrgem kõigi saadete keskmine vaatamissagedus. Peaaegu kõiki saateid vaadatakse keskmisest enam. Ainsad saated, mis on võrreldes teiste rühmadega keskmise vaatamissagedusega, on spordi- ja lastesaated ning välismaised *reality show*'d. Keskmisest madalama sagedusega vaadatavaid saateid selles rühmas ei ole.

2. klastris on vaatamissagedus võrreldes teiste rühmadega keskmine, st suurema osa saadete vaatamissagedus ei eristu kõigi vastajate keskmisest. Sagedamini vaadatakse selles klastris uudistesaadet „Reporter“, olme- ja krimireportaaži „Võsareporter“ ning politseisaateid. Harvemini vaadatakse aga arutus- ja kultuurisaateid.

3. klastris vaadatakse keskmisest enam arutus- ja dokumentaalsaateid ning kultuurisaateid („OP!“, „Mi“ jt ning teatrilavastusi). Samuti jälgitakse sagedamini draamasid, ajaloolisi ja psühholoogilisi filme. Keskmisest vähem vaadatakse rühmas huumori- ja satiirisaateid, krimisaateid ning erinevaid meelelahutuslikke žanre (sarjad, mängud, saated), „Võsareporterit“ ja „Reporterit“.

Kõige väiksem keskmine vaatamissagedus on 4. klastris. Kõige enam on selle rühma liikmed erinevate saadete puhul vastanud, et ei jälgi saateid üldse (vt moodide tabelit lisatabelist 2). Peaaegu kõiki saateid vaadatakse keskmisest harvemini ning keskmisest sagedamini ei vaadata ühtegi saadet. Võrdluses kõigi vastajatega vaadatakse keskmise sagedusega erinevaid filme (komöödiad, põnevusfilmid), politseisaateid, lastesaateid ja mitmeid sarju.

5. klastris on keskmisest sagedasemad vaatajad. Rühmas vaadatakse sageli uudiseid („Aktuaalne kaamera“ ja „Seitsmesed uudised“), *infotainment*-saateid „Ringvaadet“ ja „Pealtnägijat“ ning ETV arutus- ja dokumentaalsaateid (nt „Vabariigi kodanikud“, „Eesti aja lood“). Sagedamini vaadatakse ka *talk show*'sid „Kolmeraudne“, „Tähelaev“ ja „Mida Teie arvate?“, teatrilavastusi ning huumori- ja satiirisaateid („Ärapanija“, „Pehmed ja karvased“). Seega üldistavalt võib öelda, et enam jälgitakse pigem mittelavastuslikke (v.a „Pehmed ja karvased“ ja teatrilavastused) päevakajalisi teemasid käsitlevaid saateid. Ebaregulaarsemalt

vaadatakse selles rühmas komöödiaid ja põnevusfilme. Meelelahutuslikke saateid ja sarju vaadatakse rühmas keskmise sagedusega.

6. klastris on keskmisest kõrgem vaatamissagedus meelelahutuslike saadete puhul: erinevad filmid (draamad, komöödiad, põnevus- ja armastusfilmid), kodu- ja välismaised sarjad, telemängud, välismaised *reality show*'d ja meelelahutussaated. Ka uudistest ja olmereportaazidest vaadatakse keskmisest sagedamini pigem meelelahutuslikuma suunaga „Reporterit“ ja „Võsareporterit“. Ühtlasi vaadatakse keskmisest sagedamini lastesaateid. Harvemini jälgitakse selles rühmas erinevaid arutus- ja dokumentaalsaateid ning „Aktuaalset kaamerat“.

7. klastris on keskmine vaatamissagedus küllaltki madal. Kõigi vastajatega võrreldes vaadatakse harvemini erinevaid meelelahutuslikke žanre, aga ka dokumentaalsaateid, spordisaateid, „Reporterit“ ja „Võsareporterit“. Keskmisest sagedamini ei vaadata ühtegi saadet, keskmiselt aga arutlussaateid, *infotainment*-saateid ja uudiseid („Aktuaalne kaamera“, „Seitsmesed uudised“).

3.4.2. Klasterite sotsiaaldemograafilised tunnused

Sotsiaaldemograafiliste tunnuste järgi (vt lisatabelist 3) on 1. klastris enim noori ja nooremaid keskealisi (20 – 29-aastaseid 28%, 30–44-aastaseid 29%). Rühma liikmed elavad peamiselt maapiirkondades (45%), on peamiselt keskharidusega (54%) ja pigem mehed (80%). Sissetulekud jaotuvad selles rühmas suhteliselt võrdselt, enim on inimesi, kelle sissetulek on kuni 160 eurot (24%).

2. klastris on kõige enam vanema põlvkonna vaatajaid – 55–64- ja 65–74-aastaseid vaatajaid on mõlemaid 23%, noorema põlvkonna esindajaid väga vähe (kokku 4%). Elukohaks on peamiselt maapiirkonnad (48%), vaatajad on peamiselt keskharidusega (54%) ning pigem mehed (60%). Kõige enam on selles rühmas inimesi sissetulekuga 251–400 eurot (40%).

3. klasteri vaatajad on pigem keskealsed, kõige enam on 30–44-aastaseid vaatajaid (31%), ka siin klastris noori vähe (15–19-aastaseid vaid 0,6%, 20–29-aastaseid 15%). Elukohaks on pigem maapiirkonnad (36%) ja Tallinn (32%), hariduselt kesk- (50%) ja kõrgharidusega (43%), veidi enam on rühmas naisi (54%) ning sissetulekuks on 251–500 eurot (30%).

4. klastris on kõige enam noorema põlvkonna esindajaid, enim 20–29-aastaseid noori (40%). Enam elavad selle klatri liikmed pigem maapiirkondades (32%) või Tallinnas (27%), on kesk- (42%) või kõrgharitud (36%). Sooliselt jaotuvad klatri liikmed enam-vähem võrdselt, veidi enam on mehi (53%), sissetulek 401–600 eurot (27%).

5. klastris on enam nii keskmise kui vanema põlvkonna esindajaid, enim 65–74-aastaseid vaatajaid (24%). Liikmed elavad peamiselt maapiirkondades (52%), on enamjaolt keskharidusega (49%) ja pigem naised (73%). Kõige enam on selles rühmas inimesi sissetulekuga 251–400 eurot (37%).

6. klastris on enim keskealisi vaatajaid, enim 30–44-aastaseid (28%). Elukohaks pigem maapiirkonnad (51%), enam on keskharitudid (57%) ning vaatajad on pigem naised (67%). Kõige enam on selles rühmas inimesi sissetulekuga 251–400 eurot (37%).

7. klaster eristub erinevate sotsiaaldemograafiliste tunnuste poolest veidi konkreetsemalt. Selles rühmas on kõige enam 20–29-aastaseid noori (38%). Enam on 7. klatri maapiirkondade elanikke (56%), keskharitudid (57%) ning naised (76%). Kõige enam on selles rühmas inimesi sissetulekuga 251–400 eurot (25%).

3.4.3. Teiste meedialiikide kasutamise sagedus ja mitmekülgsus klastrites

Tabelis 4 on välja toodud kõigi teiste meedialiikide sagedased ja mitmekülgsed kasutajad klastrites. Võrdluseks on toodud ka sagedased ja mitmekülgsed televaatajad.

Tabel 4. Erinevate meedialiikide kasutuse indeksid

Klaster	1	2	3	4	5	6	7
Intensiivse ja mitmekülgsse kirjandushuviga vastajad	16%	28%	25%	16%	55%	41%	46%
Ajalehtede aktiivsed ja mitmekülgsed lugejad	26%	37%	28%	36%	54%	58%	49%
Võrguväljaannete aktiivsed ja mitmekülgsed kasutajad	32%	45%	36%	22%	60%	45%	38%

Raadio aktiivsed ja mitmekülgsed kuulajad	15%	26%	20%	30%	45%	46%	40%
Sotsiaalmeedia sagedased ja mitmekülgsed kasutajad	56%	28%	45%	12%	21%	21%	19%
Teleri sagedased ja mitmekülgsed vaatajad	35%	51%	23%	19%	36%	47%	48%

Märkus. Tabelis on esitatud indeksite sagedaste ja mitmekülgsete vastajate osakaalud, st need, kes vaatavad/loevad/kuulavad erinevaid kanaleid ning teevad seda sageli ja väga sageli.

1. klaster, kes klasteranalüüsi põhjal oli kõige sagedasem ja regulaarsem vaatajarühm, on võrreldes teiste klastritega ka kõige aktiivsem ja mitmekülgsem sotsiaalmeedia kasutaja (56% rühmast). Raadiokuulamise aktiivsus (15%) ja kirjandushuvi intensiivsus (16%) on selles rühmas suhteliselt madalad.

2. klastris on kõige enam sagedasi ja mitmekülgseid võrguväljaannete ja portaalide jälgijaid (45%) ning televaatajaid (51%). Võrreldes teiste klastritega on 2. klaster kõige sagedasem ja mitmekülgsem televaataja.

3. klastris tõusevad enam esile sotsiaalmeedia kasutajad (45%). Teiste sagedaste ja mitmekülgsete meedialiikide kasutajate osakaal jääb 20–36% vahemikku.

4. klaster on võrreldes teistega peaaegu kõigi meediumide kasutamises kõige vähem aktiivne ja mitmekülgne (ka televaatamises). Erinevatest meedialiikidest on selles rühmas sagedasi ja mitmekülgseid ajalehtede lugejaid (36%) ning raadiokuulajaid (30%). Sotsiaalmeedia sagedasi ja mitmekülgseid kasutajaid on selles rühmas suhteliselt vähe – 12%.

5. klastris on aga enim võrguväljaannete ja portaalide mitmekülgseid jälgijaid (60%). Samuti on võrdlemisi palju ka intensiivse ja mitmekülgse kirjandushuviga vastajaid (55%) ning ajalehtede lugejaid (54%).

5. ja 6. klastris on võrdlemisi palju erinevate meedialiikide aktiivseid kasutajaid. 6. klastris tõuseb enam esile ajalehtede aktiivne ja mitmekülgne lugemine (58%), kõige väiksem osakaal klastrist on aga aktiivsed ja mitmekülgsed sotsiaalmeedia kasutajad (21%).

7. klastris tõusevad enam esile intensiivse ja mitmekülgse kirjandushuviga vastajad (46%), sagedased ja mitmekülgsed ajalehtede lugejad (49%), raadiokuulajad (40%) ja televaatajad (48%).

Kokkuvõtvalt võib öelda, erinevate meedialiikide sagedase ja mitmekülgse kasutamise poolest tõuseb kõige enam võrreldes teiste rühmadega esile 5. klaster.

Nii tõuseb 5. klaster esile kirjandushuvi puhul: üle poole rühmast on intensiivse ja mitmekülgse huviga (55%). Ajalehtede lugemise puhul tõusevad enam esile 5. ja 6. klaster, kus on sagedasi ja mitmekülgseid lugejaid samuti üle poole (vastavalt 58% ja 54%). Võrguväljaannete ja portaalide jälgimisel on samuti suurim osakaal sagedasi ja mitmekülgseid jälgijaid 5. klastris (60%). Sagedaste ja mitmekülgsete raadiokuulajate osakaalud on suurimad 6. ja 5. rühmas (vastavalt 46% ja 45%). Sotsiaalmeedia kasutamine on pea kõigis klastrites võrdlemisi madal. Kõrgem on see 1. klastris (56% rühmast) ning enam eristub ka 3. klaster (45%). Suurim osakaal sagedasi ja mitmekülgseid telerivaatajaid on 2. klastris (51%).

3.4.4. Klasterite üldkirjeldused

Võttes arvesse eelnevaid tunnuseid, mille põhjal klastreid kirjeldati, võiks rühmasid kokkuvõtvalt iseloomustada järgmiselt:

1.klaster – sagedane ja mitmekülgne televaataja

Selles klastris on valdavalt väga sagedased ja regulaarsed vaatajad ning võrreldes teiste rühmadega on selles klastris kõrgeim kõigi saadete keskmine vaatamissagedus. Peaaegu kõiki küsimustikus esitatud saateid vaadatakse keskmisest enam (v.a keskmise sagedusega vaadatavad spordi- ja lastesaated ning välismaised *reality show*'d). Rühmas on kõige enam noori ja nooremaid keskealisi, ning pigem on rühma liikmed mehed (80%). Teistest meedialiikidest on selle rühma liikmed ka kõige aktiivsemad ja mitmekülgsemad sotsiaalmeedia kasutajad, raadiokuulamise ja kirjandushuvi aktiivsus ja mitmekülgsus on aga võrdlemisi madal.

2. klaster – mõõdukas elamuslike infosaadete vaataja

2. klastris on vaatamissagedus võrreldes teiste rühmadega keskmine, st suurema osa saadete vaatamissagedus ei eristu kõigi vastajate keskmisest. Sagedamini vaadatakse selles klastris informatiivseid saateid, millel on ka lisafunktsioon või žanr. Keskmisest enam vaadatakse meelelahutusliku suunaga uudistesaadet „Reporter“, olme- ja krimireportaaži „Võsareporter“, mis samuti on ühtaegu nii informatiivne kui ka meelelahutuslik ning krimiuudiseid esitavaid

politseisaateid. Selles rühmas on enim vanema põlvkonna vaatajaid ning väga vähe noori. Ühtlasi on 2. klaster liikmed ka võrdlemisi aktiivsed ja mitmekülgsed võrguväljaannete ja portaalide jälgijad.

3. klaster – arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja

Selles rühmas vaadatakse keskmisest sagedamini vaid erinevaid arutus-, kultuuri- ja dokumentaalsaateid, harva aga meelelahutuslikke ja politseisaateid, Kanal 2 „Võsareporterit“ ja „Reporterit“. Kõige enam on selles rühmas keskealisi vaatajaid ning vähe noorema põlvkonna esindajaid (peaaegu üldse ei ole rühmas 15–19-aastaseid vaatajaid). Teiste meedialiikide kasutuses ei tõuse võrreldes teiste rühmadega midagi konkreetselt esile, klasterisiselt võrreldes on enim sagedasi ja mitmekülgsed sotsiaalmeedia kasutajaid.

4. klaster – ebaregulaarne meediatarbija

Selles rühmas on saadete keskmine vaatamissagedus madalaim ning enamus selle rühma liikmetest on vastanud suurema osa saadete puhul, et ei jälgi saateid üldse. Vaatamissageduste alusel saateid võrreldes vaadatakse peaaegu kõiki saateid keskmisest harvemini (v.a keskmise vaatamissagedusega on mõned filmid, sarjad politsei- ja lastesaated). Selle rühma liikmete seas on enim noorema põlvkonna vastajaid. Võrreldes teiste klasteritega on 4. klaster peaaegu kõigi meediumide kasutamises kõige vähem aktiivne ja mitmekülgne (ka televaatamises). Sotsiaalmeedia sagedasi ja mitmekülgsed kasutajaid on selles rühmas võrreldes teiste klasteritega kõige vähem.

5. klaster – mitmekülgne info- ja kultuuritarbija

5. klasteris on keskmisest sagedasemad vaatajad. Selle klasteri liikmete enam vaadatavaid saateid iseloomustab informatiivse funktsiooni olemasolu saadetes: uudised, *infotainment*-saated, arutus- ja dokumentaalsaadet, *talk show*'d, poliitilistel ja päevakajalistel sündmustel põhinevad satiirisaated. Ühtlasi vaadatakse keskmisest enam kultuurisaateid „OP!“, „Mi“ jt ning teatrilavastusi. Selle rühma liikmed on ka kõige intensiivsema ja mitmekülgsema kirjandushuviga. Kõrge on aktiivsete ja mitmekülgsete ajalehtede ja paberväljaannete lugejate osakaal, võrguväljaannete ja portaalide mitmekülgsete kasutajate osakaal on aga suurim. Enim on selles rühmas keskmise ja vanema põlvkonna esindajaid.

6. klaster – meelelahutusliku programmi vaataja

Selles klastris on keskmisest kõrgem vaatamissagedus meelelahutuslike saadete puhul: erinevad filmid (draamad, komöödiad, põnevus- ja armastusfilmid), kodu- ja välismaised sarjad, telemängud, välismaised *reality show*'d ja meelelahutussaated. Ka uudistest ja olmereportaažidest vaadatakse keskmisest sagedamini pigem meelelahutuslikuma suunaga „Reporterit“ ja „Võsareporterit“. Informatiivseid saateid teleri vahendusel vaadatakse väga harva. Keskmisest harvemini vaadatakse erinevaid arutus- ja dokumentaalsaateid ning uudistesaadet „Aktuaalne kaamera“. Infot saadakse tõenäoliselt enam ajalehtedest, kuna selle rühma liikmed on võrreldes teiste klastritega aktiivseimad ja mitmekülgseimad ajalehtede ja paberväljaannete lugejad. Ühtlasi on 6. klastris ka kõige suurem osakaal raadio sagedasi ja mitmekülgseid kuulajaid. Kõige enam on 6. rühmas maapiirkondades elavaid keskealisi vastajaid, kes on pigem naised.

7. klaster – ebaregulaarne infotarbija

Kui 2. klatri vastajate puhul, kes olid samuti väga ebaregulaarsed televaatajad, ilmnes, et peaaegu üldse ei vaadata uudiseid, arutus- ja dokumentaalsaateid ning keskmiselt vaadatakse mõningaid meelelahutuslikke žanre, siis 7. klaster on mõnes mõttes 2. rühma vastand. Üldiselt vaadatakse telerit samuti võrdlemisi harva, kuid keskmiselt jälgitakse siiski kahte uudistesaadet, *infotainment*-saateid ja mõningaid arutlussaateid. Kui 2. klastris olid ka teiste meediumide aktiivsete ja mitmekülgsete osakaalud madalad, siis 7. rühmas on suur osakaal ajalehtede ja paberväljaannete sagedasi ja mitmekülgseid jälgijaid ning intensiivse kirjandushuviga lugejaid. Enim on selles rühmas 20–29-aastaseid noori ning 30–44-aastaseid keskealisi.

3.5. Põlvkondade klasteranalüüs

Järgnevalt on tehtud klaster- ja faktoranalüüsid põlvkondade kaupa, et leida erinevusi ja sarnasusi põlvkondade vaatajatüüpide vahel.

3.5.1. Saadete faktoranalüüs nooremas põlvkonnas

Et paremini aru saada, milliste saadete vahel on tugevam seos nooremas põlvkonnas, tehti faktoranalüüs peateltede meetodil varimaks pööramisega. Ilmnes seitse faktorit, mille omaväärtus on >1 ning mille summaarne kirjeldusvõime on 62,4%.

Esimesse faktorisse kuuluvad erinevad meelelahutuslikud žanrid (sarjad, saated, mängud, *reality show*'d, „Reporter“, „Võsareporter“ ja politseisaated (vt lisatabel 4). Teises faktoris on ETV arutlus- dokumentaal- ja loodussaated. Kolmandasse faktorisse kuuluvad erinevad filmižanrid (ka dokumentaalfilmid) ning välismaised krimisarjad. Neljandas faktoris on ETV uudised ja *infotainment*-saated. Viiendasse faktorisse kuuluvad huumori- ja satiirisaated „Ärapanija“ ja „Pehmed ja karvased“ ning *talk show* „Kolmeraudne“. Kuuendas faktoris on kultuurisaated ning elustiili *talk show* „Mida teie arvate?“. Seitsmendasse faktorisse kuuluvad loodussaated ja spordiülekanded. Ainsana oli oma faktorilaadung <0,3-st lastesaadete puhul, mida seega faktorkoosseisus ei arvestata.

3.5.2. Noorema põlvkonna vaatajatüübid

Noorema põlvkonna puhul on valitud 6-klastriline lahend (vt tabel 5) mitmekülgsema tõlgenduse tõttu (esinevad ka klastrid, kus meelelahutussaadete vaatamine ei tõuse niivõrd esile). Enam klastreid valides tulid lahendisse aga rühmad, kus oli vaid üks ja/või kaks liiget.

Tabel 5. Saadete vaatamissageduste keskmised noorema põlvkonna klastrites

Klastri nr	1	2	3	4	5	6	Kõigi vastajate keskmine vaatamissagedus
Klastri suurus (% kõigist vastajatest)	19%	19%	22%	14%	7%	20%	
Kõigi saadete keskmine vaatamissagedus antud klastris (5-pallisel skaalal)	2,61	2,99	2,26	2,35	3,42	1,74	
Aktuaalne kaamera	3,60	3,24	2,19	3,97	4,31	2,54	3,31
Seitsmesed uudised	3,43	3,47	2,74	2,88	4,40	2,31	3,20
Reporter	3,68	4,12	3,56	2,24	4,06	2,27	3,32
Ringvaade	3,05	2,76	1,73	2,91	3,73	2,01	2,70
Terevisioon	2,44	2,36	1,53	2,45	3,19	1,64	2,27
Pealtnägija	3,55	3,08	2,29	3,54	4,14	2,28	3,15
Vabariigi kodanikud	1,81	1,37	1,04	2,97	3,83	1,22	2,04
Foorum	1,60	1,47	1,13	2,86	3,39	1,17	1,94
Välisilm	1,73	1,33	1,09	3,04	3,48	1,24	1,98
Eesti aja lood	1,89	1,77	1,16	2,12	3,42	1,18	1,92
Kahekõne	1,78	1,55	1,11	2,26	3,24	1,22	1,86

Mida teie arvate?	1,68	2,20	1,33	1,62	2,81	1,17	1,80
Tähelaev	1,87	2,29	1,33	1,97	3,78	1,25	2,08
Kolmeraudne	2,05	2,35	1,60	1,92	3,33	1,42	2,11
Ärapanija	3,00	3,18	2,57	2,29	3,07	2,17	2,72
Pehmed ja karvased	2,08	2,36	1,79	1,45	2,88	1,28	1,97
Võsareporter	3,08	4,18	2,96	1,42	2,99	1,84	2,74
Sportisaated-, ülekanded	3,61	2,92	2,08	2,84	3,61	2,00	2,84
Lastesaated, multifilmid	1,52	2,64	2,43	1,61	2,92	1,56	2,11
OP, Mi jt kultuurisaated	1,48	1,66	1,18	2,39	2,81	1,30	1,80
Teatriõhtud, telelavastused	1,84	2,30	1,41	2,27	3,03	1,52	2,06
Dokkaader, dokfilmid	3,02	2,87	2,34	3,35	3,54	1,91	2,84
Osoon	2,23	2,18	1,45	2,44	3,54	1,37	2,20
Telemängud (Sõnasõda jt)	2,80	3,92	2,81	1,53	3,27	1,62	2,66
Politseisaated (Krimiuudised, Raport, Krimi jt)	3,13	3,92	2,89	1,54	3,12	1,80	2,74
Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna, Pilvede all jt)	2,38	4,10	2,97	1,66	3,30	1,35	2,63
Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	1,75	3,88	2,90	1,57	2,56	1,39	2,34
Eesti meelelahutussaated (Tantsud tähtedega, Eesti otsib superstaari jt)	3,08	4,41	3,45	1,93	3,63	1,95	3,08
Eesti krimisarjad (Kelgukoerad, Ohtlik lend jt)	3,20	4,42	3,24	1,83	3,67	1,79	3,02
Välismaised krimisarjad (C.S.I., Kurjuse kannul, Mõrvad Midsomeris, Poirot jt)	3,11	4,12	3,10	2,17	3,13	2,18	2,97
Välismaised reality-show'd (Ameerika supermodell jt)	1,78	3,41	2,67	1,50	2,33	1,70	2,23
Põnevusfilmid	3,80	3,82	3,32	2,66	3,73	2,39	3,29
Armastusfilmid	2,57	3,75	2,92	2,13	3,10	1,77	2,71
Komöödiad	3,63	4,10	3,61	2,77	3,65	2,34	3,35
Draamad, psühholoogilised filmid	2,90	3,26	2,65	2,84	3,41	1,95	2,83
Ajaloolised filmid	3,42	3,03	2,53	3,16	4,02	2,02	3,03
Loodussaated, loodusfilmid	3,10	2,85	2,48	2,87	4,18	2,17	2,94

1. klaster – mõõdukas vaataja. Selles klasteris ei eristu peaaegu ükski saade ei sagedamini või harvemini vaadatavuse poolest. Sagedamini vaadatavatest eristuvad vaid põnevusfilmid ja spordisaated, harvemini vaadatavatest välismaised pereseriaalid ja lastesaated. Faktoranalüüsi järgi kuuluvad põnevusfilmid lisatunnusena spordi- ja loodussaadete faktorisse ning üldistatult võib öelda, et rühmas vaadatakse veidi enam elamusliku sisuga saateid (vaadates soovitakse põnevust ja kaasaelamist).

2. klaster – sagedane meelelahutuse vaataja. Selles klasteris vaadatakse palju erinevaid sarju ja seriaale ning muid meelelahutussaateid. Samuti kriminaalsema alatooniga saateid nagu politseisaated ja „Võsareporter“. Uudistest eelistatakse meelelahutuslikuma sisuga „Reporterit“. Keskmisest sagedamini vaadatakse ka lastesaateid ja põnevusfilme.

3. klaster – mõõdukas meelelahutuse vaataja. Neid vaatajaid on nooremas põlvkonnas kõige enam (22%). Selles klastris on keskmine saadete vaatamissagedus suhteliselt madal. Keskmisest kõrgema vaatamissageduse põhjal ei eristu ükski saade. Väga madala vaatamissageduse poolest tõusevad esile aga kõik ETV saated (v.a „Mida Teie arvate?“, mille vaatamissagedus on küll madal, kuid võrreldes kõigiga keskmine) ning lisaks „Kolmeraudne“ ja spordiülekanded. Keskmiselt vaadatakse paljusid erinevaid meelelahutuslikke žanre: telemängud, Eesti ja välismaised seriaalid, meelelahutussaated, erinevad filmid; olmereportaazidest kriminaalse alatooniga saateid „Võsareporterit“ ja teisi politseisaateid. Uudistest vaadatakse keskmiselt meelelahutuslikuma sisuga „Reporterit“ ning ka „Seitsmeseid uudiseid“. Seega kui telerit vaadatakse, eelistatakse kommertstelekanalilt pakutavat programmi.

4. klaster – arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja. Arutlussaadetest vaadatakse sagedamini ETV „Vabariigi kodanikke“, „Foorumit“ ja „Välisilma“, uudistest „Aktuaalset kaamerat“. Sagedamini jälgitakse ka kultuurisaateid ning dokumentaalsaateid. Keskmisest harvemini vaadatakse selles rühmas „Reporterit“, „Võsareporterit“, „Pehmeid ja karvaseid“, lastesaateid ja erinevaid meelelahutuslikke saateid (nt erinevad pereseriaalid, välismaa *reality*’d jt).

5. klaster – väga sagedane kõigetarbija. Selles rühmas on keskmine vaatamissagedus klastritest kõrgeim. Keskmisest enam vaadatakse peaaegu kõiki saateid, keskmisest harvem aga mitte ühtki. Keskmise sagedusega vaadatakse vaid „Ärapanijat“, „Võsareporterit“, politseisaateid ning välismaiseid sarju ja filme.

6. klaster – väga ebaregulaarsed vaataja. Selles klastris on võrreldes teistega kõige madalam keskmine vaatamissagedus. Keskmisest harvemini vaadatakse kõiki saateid.

3.5.3. Saadete vaatamissageduse faktoranalüüs keskmises põlvkonnas

Keskmises põlvkonnas ilmnes üheksa faktorit (vt lisatabel 6). Keskmise põlvkonna vaatamissageduste faktormatriksis on esimeses faktoris ETV arutus- ja dokumentaalsaadet. Teise faktorisse kuuluvad erinevad meelelahutuse žanrid (Eesti ja välismaa pereseriaalid, Eesti krimisarjad, telemängud, *talk show* „Mida teie arvate?“, välismaa *reality*’d, armastusfilmid). Kolmandasse faktorisse kuuluvad erinevad filmižanrid ning välismaa

krimisarjad. Neljandas faktoris on kriminaalse alatooniga saated (politseisaated ja „Võsareporter“) ning uudistesaade „Reporter“. Viiendasse faktorisse kuuluvad kultuuri- ja loodussaated, dokumentaalsaated ja -filmid ning lastesaated, mille faktorilaadung on alla 0,3. Kuuendas faktoris on ETV infosaated (uudised ja *infotainment*) ning jutusaade „Tähelaev“. Seitsmendas faktoris on huumori- ja satiirisaated ning kaheksandas faktoris „Kolmeraudne“ ning spordisaated. Viimasesse faktorisse kuulub vaid TV3 „Seitsmesed uudised“. Kuna „Seitsmestel uudistel“ on oluline faktorilaadung (0,310) ka kuuendas faktoris, liigitatakse see töös edaspidi selle alla.

3.5.4. Keskmise põlvkonna vaatajatüübid

Ka keskmise põlvkonna puhul osutus paremini tõlgendatavaks 6-klastriline lahend (vt tabel 6).

Tabel 6. Saadete vaatamissageduste keskmised keskmise põlvkonna klastrites

Klastri nr	1	2	3	4	5	6	Kõigi vastajate keskmine vaatamissagedus
Klastri suurus (% kõigist vastajatest)	17%	14%	13%	23%	18%	15%	
Kõigi saadete keskmine vaatamissagedus antud klastris (5-pallisel skaalal)	3,37	2,63	2,61	2,73	3,29	1,97	
Aktuaalne kaamera	4,73	3,32	3,94	4,40	4,08	3,00	3,91
Seitsmesed uudised	4,08	3,15	3,83	3,31	4,08	2,64	3,52
Reporter	3,89	3,98	4,20	3,21	4,39	2,67	3,72
Ringvaade	3,96	2,73	2,42	3,24	3,49	2,26	3,02
Terevisioon	3,45	2,18	1,77	2,60	3,14	2,08	2,54
Pealtnägija	4,37	3,34	3,36	3,68	4,06	2,55	3,56
Vabariigi kodanikud	3,77	1,50	1,63	3,26	2,44	1,67	2,38
Foorum	3,76	1,48	1,66	3,12	2,20	1,48	2,28
Välisilm	3,59	1,28	1,67	3,30	2,21	1,49	2,26
Eesti aja lood	3,11	1,41	1,94	2,93	2,35	1,47	2,20
Kahekõne	3,37	1,37	1,66	2,65	2,29	1,27	2,10
Mida teie arvate?	3,02	2,13	1,53	1,82	2,94	1,45	2,15
Tähelaev	3,43	2,40	1,80	2,51	3,31	1,58	2,51
Kolmeraudne	3,28	1,58	2,05	2,04	2,68	1,29	2,15
Ärapanija	3,40	2,36	3,36	2,30	3,51	1,79	2,78
Pehmed ja karvased	2,85	1,82	2,55	1,79	2,84	1,65	2,25
Võsareporter	2,64	3,63	3,86	2,13	4,13	1,82	3,03
Spordisaated-, ülekanded	3,27	1,84	3,44	3,04	3,05	1,85	2,75
Lastesaated, multifilmid	2,13	2,18	1,72	1,79	2,40	1,92	2,03

OP, Mi jt kultuurisaated	3,02	1,43	1,74	2,50	2,17	1,57	2,07
Teatriõhtud, telelavastused	3,36	2,42	2,17	2,72	3,19	1,93	2,63
Dokkaader, dokfilmid	3,61	2,16	2,64	3,36	3,14	1,94	2,81
Osoon	3,65	1,79	2,22	3,42	2,92	1,89	2,65
Telemängud (Sõnasõda jt)	3,15	3,37	2,68	2,24	3,68	1,94	2,85
Politseisaated (Krimiuudised, Raport, Krimi jt)	2,78	3,51	3,39	2,28	3,89	2,07	2,99
Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna, Pilvede all jt)	3,56	4,21	2,09	2,59	4,20	1,96	3,10
Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	2,20	3,58	1,70	1,64	2,96	1,60	2,28
Eesti meelelahutussaated (Tantsud tähtedega, Eesti otsib superstaari jt)	3,84	4,28	3,08	2,57	4,29	2,18	3,37
Eesti krimisarjad (Kelgukoerad, Ohtlik lend jt)	3,92	3,89	2,78	2,55	4,21	2,19	3,26
Välismaised krimisarjad (C.S.I., Kurjuse kannul, Mõrvad Midsomeris, Poirot jt)	3,51	2,89	3,10	2,59	3,70	2,40	3,03
Välismaised reality-show'd (Ameerika supermodell jt)	2,09	2,38	1,63	1,41	2,34	1,44	1,88
Põnevusfilmid	3,15	3,22	3,73	2,91	3,64	2,53	3,20
Armastusfilmid	2,97	3,35	2,46	2,34	3,35	2,09	2,76
Komöödiad	3,27	3,53	3,38	2,76	3,75	2,44	3,19
Draamad, psühholoogilised filmid	3,20	2,76	2,95	2,88	3,29	2,07	2,86
Ajaloolised filmid	3,59	2,31	3,30	3,37	3,62	2,24	3,07
Loodussaated, loodusfilmid	3,76	2,56	3,29	3,59	3,74	2,40	3,22

1. klaster – sagedane informatiivsete saadete vaataja. Selles rühmas on kõige kõrgem keskmine vaatamissagedus. Kõigi vastajate keskmisest vaadatakse enam erinevaid saateid, millel on ühiseks jooneks informeeriva funktsiooni olemasolu. Lisaks informeerivale funktsioonile on mõnedel saadetel aga ka teisi funktsioone (nt kultuurifunktsioon telelavastuste puhul, meelelahutuslik funktsioon „Ringvaate“ puhul jt). Keskmisest sagedamini vaadatakse selles rühmas erinevaid info-, arutus-, dokumentaal-, kultuuri- ja satiirisaateid. Lisaks informatiivsetele saadetele vaadatakse meelelahutuslikematest saadetest sageli Eesti krimisarju. Keskmisest harvemini ei vaadata ühtki saadet, suurem osa meelelahutuslike saadete (erinevad sarjad, saated, mängud) vaatamine on keskmine.

2. klaster – meelelahutuse vaataja. Seda klastrit iseloomustab erinevate meelelahutusžanride vaatamine: telemängud, kodu- ja välismaised sarjad, tõsielusaated, armastusfilmid. Kõrgeim keskmine vaatamissagedus klastris on Eesti meelelahutussaadete puhul. Samuti vaadatakse sagedamini ka „Reporterit“, „Võsareporterit“ ja politseisaateid. Harvemini jälgitakse aga arutlussaateid ja dokumentaalfilme ning ETV *infotainment*-saateid.

3. klaster – mõõdukas juhuvaataja. Selle rühma liikmed vaatavad keskmiselt sagedamini suhteliselt erinevat liiki saateid – „Ärapanijat“, „Võsareporterit“, spordiülekandeid ja põnevusfilme. Siiski on ühiseks pigem elamusliku sisuga saadete vaatamine, st saadetest otsitakse põnevust ja elamust: näiteks nalja („Ärapanija“) või pinget (spordiülekanded). Suuremat osa saateid vaadatakse selles rühmas pigem keskmise sagedusega. Keskmisest vähem vaadatakse arutus- ja *infotainment*-saateid ja seebiseriaale.

4. klaster – arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja. Neid vaatajaid on keskmises põlvkonnas kõige enam (23%). Selle rühma vaatajad jälgivad keskmisest enam kõiki küsimustikus esitatud arutus- ja dokumentaalsaateid: „Vabariigi kodanikud“, „Välisilm“, „Foorum“, „Eesti aja lood“, „Kahekõne“, dokfilmid, „Osoon“, ajaloolised ja loodusfilmid. Harvemini vaatavad selle rühma liikmed erinevaid meelelahutussaateid „Võsareporterit“ ja „Reporterit“.

5. klaster – mitmekülgne televaataja. Selle rühma televaatajad jälgivad sagedamini nii info- kui meelelahutussaateid, nii huumori- ja satiirisaateid kui loodus- ja ajaloolisi filme. Keskmisest harvemini vaadatavaid saateid selles rühmas esile ei kerki. Keskmiselt vaadatakse vaid arutus- ning mõningaid meelelahutussaateid (nt *reality show*'sid).

6. klaster – väga ebaregulaarne vaataja. Selles rühmas on keskmine vaatamissagedus kõige madalam. Paaegu kõiki saateid vaadatakse keskmisest harvemini. Vaid välismaised tõsielusaateid, lastesaateid ja „Terevisiooni“ vaadatakse keskmiselt, sellegipoolest on nende saadete puhul vaatamissagedus väga madal.

3.5.5. Vanema põlvkonna faktoranalüüs

Tehes saadete vaatamissageduse faktoranalüüsi vanemas põlvkonnas, ilmneb kaheksa faktorit (vt lisatabel 8). Esimesse faktorisse kuuluvad arutlussaated, „Eesti aja lood“, *infotainment*-saated „Terevisioon“ ja „Pealtnägija“, „Aktuaalne kaamera“ ning madala faktorlaadungiga ka spordiülekanded. Ehk esimeses faktoris on esindatud ETV päevakajasaated. Teises faktoris on erinevad filmižanrid (draamad, põnevus-, armastus-, ajaloolised) ja välismaised krimisarjad ja *reality*'d. Kolmandas faktoris on erinevad meelelahutuslikud žanrid: kodu- ja välismaised sarjad, telemängud, jutusaated, Eesti meelelahutussaated. Neljandasse faktorisse kuuluvad erakanalite uudistesaaetad ning „Võsareporter“ ja politseisaated. Viiendas faktoris on loodus-

ja dokumentaalsaadet ja –filmid. Kuuendas faktoris on kohati erineva iseloomuga saated nagu kultuurisaated, „Ringvaade“ ja lastesaated. Seitsmendas faktoris on huumori- ja satiirisaated ning kaheksanda faktori moodustab vaid „Ärapanija“.

Vanema põlvkonna puhul on faktoranalüüsis oluliselt märgata kanali mõju, kus saade eetris on: ühte rühma koonduvad ETV päevakajasaated, teise erakanalite omad (F1 vs F4).

3.5.6. Vanema põlvkonna vaatajatüübid

Ka vanema põlvkonna puhul osutus sobivaimaks vaatajatüüpide 6-klastriline lahend (vt tabel 7)..

Tabel 7. Saadete vaatamissageduste keskmised vanema põlvkonna klastrites

Klastri nr	1	2	3	4	5	6	Kõigi vastajate keskmine vaatamissagedus
Klastri suurus (% kõigist vastajatest)	9%	23%	18%	16%	16%	18%	
Kõigi saadete keskmine vaatamissagedus antud klastris (5-pallisel skaalal)	2,87	3,75	2,88	2,67	3,30	1,93	
Aktuaalne kaamera	4,69	4,8	4,14	4,59	4,74	3,77	4,46
Seitsmesed uudised	3,53	4,28	4	4,21	4,25	2,82	3,85
Reporter	3,25	4,43	4,09	4,33	3,95	2,74	3,80
Ringvaade	3,32	3,97	2,82	3,37	3,7	2,16	3,22
Terevisioon	2,39	3,81	2,49	3,14	3,49	1,66	2,83
Pealtnägija	4,09	4,59	3,66	4,02	4,52	2,46	3,89
Vabariigi kodanikud	3,72	4,07	1,69	2,45	4,09	2,17	3,03
Foorum	3,67	4,1	1,59	2,48	3,95	1,82	2,94
Välisilm	3,43	3,73	1,52	2,07	3,71	1,9	2,73
Eesti aja lood	3,39	3,75	2,04	1,94	3,66	1,86	2,77
Kahekõne	3,17	3,58	1,64	1,95	3,56	1,86	2,63
Mida teie arvate?	2,21	3,69	2,47	2,07	3,18	1,85	2,58
Tähelaev	2,87	3,97	2,36	2,58	3,6	1,94	2,89
Kolmeraudne	1,9	2,88	1,83	1,82	3,25	1,22	2,15
Ärapanija	2,15	3,63	2,79	3,06	3,93	1,67	2,87
Pehmed ja karvased	2,15	3,43	2,35	2,89	3,96	1,68	2,74
Võsareporter	2,19	3,75	3,76	3,91	3,61	1,68	3,15
Sportsaadet-, ülekanded	2,92	3,39	2,91	2,52	3,06	2	2,80
Lastesaated, multifilmid	1,47	2,01	2,01	1,39	1,59	1,17	1,61
OP, Mi jt kultuurisaated	2,7	2,69	1,59	1,43	2,81	1,75	2,16
Teatriõhtud, telelavastused	3,45	3,79	2,72	2,86	3,29	2,16	3,05
Dokkaader, dokfilmid	3,14	3,59	2,34	2,3	3,13	1,76	2,71

Osoon	3,8	3,96	2,3	2,54	3,5	2,03	3,02
Telemängud (Sõnasõda jt)	1,99	3,85	3,44	2,64	3,09	1,32	2,72
Politseisaated (Krimiuudised, Raport, Krimi jt)	2,5	3,83	3,46	3,23	3,26	1,74	3,00
Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna, Pilvede all jt)	3,01	4,4	4,17	3,86	3,87	2,6	3,65
Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	2,12	3,5	3,17	1,96	2,42	1,89	2,51
Eesti meelelahutussaated (Tantsud tähtedega, Eesti otsib superstaari jt)	3,12	4,61	4,02	3,57	3,87	2,46	3,61
Eesti krimisarjad (Kelgukoerad, Ohtlik lend jt)	2,76	4,38	3,57	3,28	3,36	1,87	3,20
Välismaised krimisarjad (C.S.I., Kurjuse kannul, Mõrvad Midsomeris, Poirot jt)	2,52	3,56	3,46	2,18	2,33	1,61	2,61
Välismaised reality-show'd (Ameerika supermodell jt)	1,3	2,16	1,86	1,2	1,37	1,04	1,49
Põnevusfilmid	2,18	3,48	3,65	2,22	2,2	1,51	2,54
Armastusfilmid	2,24	3,75	3,55	1,9	2,07	1,66	2,53
Komöödiad	2,43	3,62	3,73	2,1	2,43	1,69	2,67
Draamad, psühholoogilised filmid	2,94	3,53	3,04	1,79	2,39	1,48	2,53
Ajaloolised filmid	3,58	4,02	3,16	2,14	3,17	2,03	3,02
Loodussaated, loodusfilmid	3,87	4,34	3,33	2,68	3,63	2,48	3,39

1. klaster – arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja. Selles rühmas vaadatakse keskmisest sagedamini ETV erinevaid arutlussaateid, „Osooni“, ajaloolisi filme ning kultuurisaateid. Harvemini jälgitakse „Reporterit“, „Võsareporterit“, huumori- ja satiirisarju, politseisaateid, Eesti seebiseriaale ning telemänge.

2. klaster – väga sagedane kõigetarbija. Neid vaatajaid on vanemas põlvkonnas kõige enam (23%). 2. klastris on keskmine vaatamissagedus võrreldes teiste klastritega kõige kõrgem. Rühma liikmed vaatavad keskmisest sagedamini enam-vähem kõiki saateid. Keskmise sagedusega vaadatakse vaid „Aktuaalset kaamerat“, „Seitsmeseid uudiseid“ ja lastesaateid. Keskmisest harvemini vaadatavaid saateid selles klastris ei esine.

3. klaster – meelelahutuse vaataja. Selgemini tulevad meelelahutusžanride vaatamise vallas välja lavastusliku sisuga saadete vaatamine (erinevad sarjad ja filmid). Mittelavastuslikest saadetest vaadatakse sagedamini vaid telemänge ja „Võsareporterit“. Keskmisest harvemini jälgivad selle rühma liikmed arutus- ja kultuurisaateid.

4. klaster – Kanal 2 info eelistaja. Selles klastri eristav joon on see, et keskmisest vaadatakse sagedamini vaid Kanal 2 „Reporterit“ ja „Võsareporterit“. Harvemini jälgitakse aga ETV arutlussaateid, välismaised pereseriaale ning erinevaid filmižanre. Ülejäänud programmi jälgitakse keskmiselt.

5. klaster – informatiivsete saadete vaataja. Ühtviisi jälgivad selle klasteri liikmed nii päevakajalisi arutlussaateid, kui ka „Ärapanijat“ ning „Pehmeid ja karvaseid“, mis suures osas samu päevakajalisi teemasid huumorivõtmes käsitlevad. Samuti jälgitakse keskmisest enam ka „Terevisiooni“, „Pealtnägijat“, kultuuri- ja jutusaateid. Seega on kõigi nende saadete ühiseks jooneks informatiivse funktsiooni olemasolu, kuid lisaks on mitmetel saadetel ka muu funktsioon (nt meelelahutuslik funktsioon, „Pehmete ja karvaste“ puhul, hinnangulis-normatiivne funktsioon „Vabariigi kodanike“ puhul jt). Ülejäänud programmi jälgitakse selles rühmas keskmiselt.

6. klaster – väga ebaregulaarne televaataja. Selles on keskmine vaatamissagedus võrdlemisi madal, seega suurem osa saateid vaadatakse väga harva ja suurem osa vastajatest ei vaata analüüsitavaid saateid üldse (nt välismaiste *reality show*'de keskmine vaatamissagedus on 1,04 ning mood 1).

4. Järeldused ja diskussioon

4.1. Järeldused

Töös on esitatud järeldused uurimisküsimus-vastus stiilis. Peatüki lõpus on esitatud ka üldisemaid järeldusi, mis selgusid läbi viidud andmeanalüüsist.

Milline on noorema, keskealise ja vanema põlvkonna televaatamise üldtendentsid?

Erinevate saateliikide jälgimisel on näha, et kõige enam sagedasi vaatajaid nooremas põlvkonnas on meelelahutussaadete puhul ning kõige vähem arutus- ja doksaadete vaatajaid. Teleuudiste sagedasi vaatajaid on nooremas põlvkonnas vaid veidi enam kui arutus- ja doksaadete vaatajaid, mõlemad näitajad on aga ühtviisi madalad (~13%), eriti kõige nooremas vanuserühmas. Telekanalite jälgimisel nooremas põlvkonnas on suurim hulk TV3 ja Kanal 2 sagedasi jälgijaid (TV3 sagedasi jälgijaid vaid 1% rohkem). Väiksematest Eesti telekanalitest on suurim hulk muude eestikeelsete kanalite sagedasi vaatajaid (Kanal 11, TV6 jt).

Keskmisses põlvkonnas on kõige enam arutus- ja dokumentaalsaadete (38%) sagedasi vaatajaid ning kõige vähem teleuudiste vaatajaid (26%). Sagedaste vaatajate erinevused eri saateliikide vahel pole aga kuigivõrd suured, seega võib öelda, et keskmine põlvkond eelistab küll arutus- ja dokumentaalsaateid, kuid vaatab pea sama sagedusega ka teisi saateliike. Telekanalite jälgimisel on keskmisses põlvkonnas suurim hulk ETV sagedasi jälgijaid, kuid TV3 ja Kanal 2 sagedaste vaatajate osakaaludega on vahe vaid 1 – 2%, seega on keskealine põlvkond kõigi Eesti kolme suurema telekanali sage vaataja. Väiksematest Eesti telekanalitest on suurim osakaal ETV2 sagedasi vaatajaid.

Vanimas põlvkonnas on enim arutus- ja dokumentaalsaadete regulaarseid vaatajaid ning vähim meelelahutussaadete vaatajaid. Telekanalite jälgimisel on vanemas põlvkonnas suurim hulk ETV sagedasi jälgijaid, võrreldes keskmise põlvkonnaga on vahe TV3 ja Kanal 2 sagedaste vaatajate osakaaludega veidi suurem, kuid mitte siiski kuigi suur (~7%). Väiksematest Eesti telekanalitest on suurim hulk ETV2 sagedasi vaatajaid.

Millised on erinevused ja sarnasused põlvkondade vahel üldindeksite põhjal?

Kõige sagedasemad ja mitmekülgsemad vaatajad, st need, kes vaatavad mitmeid erinevaid kanaleid sageli, on 30–44-aastased ja 15–19-aastased ning kõige madalam on see näitaja kõige vanemas vanuserühmas (75–79).

Kui vaadata tendentse telekanalite vaatamise põhjal, siis Eesti telekanalite kõige sagedasemad ja mitmekülgsemad vaatajad on keskealise põlvkonna liikmed ning kõige väiksem on see näitaja noorimas põlvkonnas. Nooremas põlvkonnas tuleneb indeksi madal näitaja tõenäoliselt madalamast televaatamise sagedusest (vt joonis 5 ja 6), kus on näha, et kolme suurema Eesti telekanali ja ETV2 puhul on kõige väiksem osakaal sagedasi vaatajaid. Kõige vanema vanuserühma madal osakaal Eesti telekanalite jälgimisel (16%) on aga tingitud ühekülgsest vaatamisest. Jooniselt 5 ja 6 ning Emori meediaindeksite põhjal on näha, et vanemad vanuserühmad vaatavad telerit võrreldes teistega päevas hulga kauem. Konkreetsete telekanalite jälgimisel on näha, et väga suur osakaal sagedasi vaatajaid on peamiselt ETV jälgimisel, teiste kanalite puhul on osakaalud hulga väiksemad.

Üheks suurimaks erinevuseks põlvkondade vahel ongi see, et noorem põlvkond vaatab mitmeid erinevaid telekanaleid, kuid ei ole niivõrd sagedane ühe konkreetse kanali vaataja kui näiteks vanem põlvkond. Vanemas põlvkonnas on aga selgeks kanalieelistuseks ETV, kus on sagedaste vaatajate osakaal 96%. Keskmises põlvkonnas on aga suurimad Kanal 2 ja TV3 sagedaste vaatajate osakaalud, väiksemate telekanalite puhul ETV2 sagedaste vaatajate osakaal.

Uudiste ning arutus- ja dokumentaalsaadete vaatamise puhul on selgelt näha kolme põlvkonna erinevust: koos vanusega tõuseb nende saateliikide sagedaste vaatajate osakaal. Arutus- ja dokumentaalsaadete puhul on vaatajate osakaalu tõus järsem kui uudiste puhul.

Kui vaadata meelelahutussaadete sagedaste vaatajate osakaale põlvkonniti, ei erine need kuigivõrd palju (kõik on ~30%). Suuremad erinevused tulevad välja vanuserühmiti, kus kõige suurem sagedaste vaatajate osakaal on kõige nooremas vanuserühmas ning väikseim vanimas vanuserühmas.

Millised on põlvkondade televaatamise peamised muutused 2008. ja 2011. aasta andmetes?

2008. aastal vähenesid sagedaste ja mitmekülgsete vaatajate osakaalud põlvkonnaga ning suurim mitmekülgsete ja aktiivsete vaatajate osakaal oli noorimas põlvkonnas. 2011. aastal oli suurim osakaal sagedasi ja mitmekülgseid vaatajaid keskmises põlvkonnas, väikseim vanimas. Seega on tõusnud keskmise põlvkonna aktiivsus televaatamisel ning ka mitmete erinevate kanalite jälgimine. Kuid oluline on ka see, et kõigis põlvkondades on sagedaste ja mitmekülgsete vaatajate osakaalud üldiselt tõusnud. Enim on see tõusnud vanuserühmas 55–64 (16%-lt 42%-ni) ning vähim 20–29-aastaste hulgas (30%-lt 34%-ni).

Teine suurem muutus toimus Eesti telekanalite jälgimises. Kui 2008. aastal langesid Eesti telekanalite sagedaste ja mitmekesiste vaatajate osakaalud põlvkonnaga, siis 2011. aastal oli suurim sagedaste Eesti telekanalite vaatajate osakaal aga keskmises põlvkonnas, väikseim noorimas. Kõigis põlvkondades peale noorima on sagedaste vaatajate osakaalud kasvanud. Kõige märkimisväärsem ongi Eesti telekanalite jälgimise puhul n-ö jõuvahekordade muutus: nooremas põlvkonnas, kus 2008. aastal oli sagedaste vaatajate osakaal suurim, on 2011. a nende vaatajate osakaal võrreldes teiste põlvkondadega hoopis väiksem.

Eri saateliikide jälgimise puhul on üldtendentsid jäänud enam-vähem samaks. Erinevus 2008. ja 2011. aasta vahel on peamiselt vaid see, et teleuudiste puhul on regulaarsete vaatajate osakaalud nooremas ja keskmises põlvkonnas langenud ning vanemas põlvkonnas tõusnud, arutlus- ja doksaadete sagedaste jälgijate osakaalud on kõigis põlvkondades tõusnud. Meelelahutussaadete puhul on sagedaste vaatajate osakaalud nooremas põlvkonnas veidi langenud ning teistes põlvkondades tõusnud ning erinevused põlvkondade vahel on väga väikesed, vanuserühmade vahel aga suuremad.

Millised vaatajatüübid esinevad eestlaste seas saadete ja saateliikide vaatamissageduse alusel?

Sagedane ja mitmekülgne televaataja (1. klaster, 13%). Klasteri liikmed on valdavalt väga sagedased ja regulaarsed vaatajad ning võrreldes teiste rühmadega on selles klasteris kõrgeim kõigi saadete keskmine vaatamissagedus. Peaaegu kõiki küsimustikus esitatud saateid vaadatakse keskmisest enam. Rühmas on kõige enam noori ja nooremaid keskealisi, ning pigem on rühma liikmed mehed (80%). Teistest meedialiikidest on selle rühma liikmed ka kõige aktiivsemad ja mitmekülgsemad sotsiaalmeedia kasutajad, raadiokuulamise ja kirjandushuvi aktiivsus ja mitmekülgsus on aga võrdlemisi madal.

Mõõdukas elamuslike infosaadete vaataja (2. klaster, 18%). 2. klasteris on vaatamissagedus võrreldes teiste rühmadega keskmine. Sagedamini vaadatakse selles rühmas informatiivseid saateid, millel on ka lisafunktsioon või žanr. Keskmisest enam vaadatakse meelelahutusliku suunaga uudistesaadet „Reporter“, olme- ja krimireportaaži „Võsareporter“, mis samuti on ühtaegu nii informatiivne kui ka meelelahutuslik, ning krimiuudiseid esitavaid politseisaateid. Selles rühmas on enim vanema põlvkonna vaatajaid ning väga vähe noori. Ühtlasi on 2. klasteri liikmed ka võrdlemisi aktiivsed ja mitmekülgsed võrguväljaannete ja portaalide jälgijad.

Arutlus- ja dokumentaalsaadete vaataja (3. klaster, 13%). Selles rühmas vaadatakse keskmisest sagedamini vaid erinevaid arutlus-, kultuuri- ja dokumentaalsaateid. Keskmisest harvemini jälgitakse meelelahutuslikke ja politseisaateid, Kanal 2 „Võsareporterit“ ja „Reporterit“. Kõige enam on selles rühmas keskealisi vaatajaid ning vähe noorema põlvkonna esindajaid (15–19-aastased vaatajaid pole peaaegu üldse). Teiste meedialiikide kasutuses ei tõuse võrreldes teiste rühmadega midagi konkreetsemalt esile, klasterisiselt võrreldes on enim sotsiaalmeedia sagedasi ja mitmekülgseid kasutajaid.

Ebaregulaarne meediatarbija (4. klaster, 15%). Selles rühmas on saadete keskmine vaatamissagedus madalaim ning enamus selle rühma liikmetest on vastanud suurema osa saadete puhul, et ei jälgi neid üldse. Vaatamissageduste alusel saateid võrreldes vaadatakse peaaegu kõiki saateid keskmisest harvemini. Selle rühma liikmete seas on enim noorema põlvkonna vastajaid. Võrreldes teiste klasteritega on 4. klaster peaaegu kõigi meediumide kasutamises kõige vähem aktiivne ja mitmekülgne (ka televaatamises).

Mitmekülgne info- ja kultuuritarbija (5. klaster, 16%). 5. klasteris on keskmisest sagedasemad vaatajad. Selle klasteri liikmete enam vaadatavaid saateid iseloomustab informatiivse funktsiooni olemasolu: uudised, *infotainment*-saated, arutlus- ja dokumentaalsaadet, *talk show*'d, poliitilistel ja päevakajalistel sündmustel põhinevad satiirisaated. Ühtlasi vaadatakse keskmisest enam kultuurisaateid „OP!“, „Mi“ jt ning teatrilavastusi. Rühma liikmed on ka kõige intensiivsema ja mitmekülgsema kirjandushuviga. Kõrge on aktiivsete ja mitmekülgsete ajalehtede ja paberväljaannete lugejate osakaal, võrguväljaannete ja portaalide mitmekülgsete kasutajate osakaal on aga suurim. Enim on selles rühmas keskmise ja vanema põlvkonna esindajaid.

Meelelahutusliku programmi vaataja (6. klaster, 13%). Selles klasteris on keskmisest kõrgem vaatamissagedus meelelahutuslike saadete puhul: erinevad filmid, kodu- ja

välismaised sarjad, telemängud, välismaised *reality show*'d ja meelelahutussaated. Ka uudistest ja olmereportaažidest vaadatakse keskmisest sagedamini pigem meelelahutuslikuma suunaga „Reporterit“ ja „Võsareporterit“. Informatiivseid saateid teleri vahendusel vaadatakse väga harva. Keskmisest harvemini vaadatakse erinevaid arutus- ja dokumentaalsaateid ning uudistesaadet „Aktuaalne kaamera“. Infot saadakse tõenäoliselt enam ajalehtedest, kuna selle rühma liikmed on võrreldes teiste klastritega aktiivseimad ja mitmekülgeimad ajalehtede ja paberväljaannete lugejad. Ühtlasi on 6. klastris ka kõige suurem osakaal raadio sagedasi ja mitmekülgeid kuulajaid. Kõige enam on 6. rühmas maapiirkondades elavaid keskealisi vastajaid, kes on pigem naised.

Ebaregulaarne infotarbija (7. klaster, 12%). Kui 2. klatri vastajate puhul, kes olid samuti väga ebaregulaarsed televaatajad, ilmnis, et peaaegu üldse ei vaadata uudiseid, arutus- ja dokumentaalsaateid ning keskmiselt vaadatakse mõningaid meelelahutuslikke žanre, siis 7. klaster on mõnes mõttes 2. rühma vastand. Üldiselt vaadatakse telerit samuti võrdlemisi harva, kuid keskmiselt jälgitakse siiski kahte uudistesaadet, *infotainment*-saateid ja mõningaid arutlussaateid. Kui 2. klastris olid ka teiste meediumide aktiivsete ja mitmekülgete osakaalud madalad, siis 7. rühmas on suur osakaal ajalehtede ja paberväljaannete sagedasi ja mitmekülgeid jälgijaid ning intensiivse kirjandushuviga lugejaid. Enim on selles rühmas 20–29-aastaseid noori ning 30–44-aastaseid keskealisi.

Millised vaatajatüübid esinevad kolmes põlvkonnas saadete ja saateliikide vaatamissageduse alusel? Millised on sarnasused ja erinevused?

Noorema põlvkonna vaatajatüüpideks klasteranalüüsi põhjal on mõõdukas vaataja (19%), sagedane meelelahutuse vaataja (19%), mõõdukas meelelahutuse vaataja (22%), arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja (14%), väga sagedane kõigetarbija (7%) ja väga ebaregulaarne vaataja (20%).

Keskmise põlvkonna vaatajatüüpideks on sagedane informatiivsete saadete vaataja (17%), meelelahutuse vaataja (14%), mõõdukas juhuvaataja (13%), arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja (23%), mitmekülgne televaataja (18%) ja väga ebaregulaarne vaataja (15%).

Vanemas põlvkonnas on vaatajatüüpideks arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja (9%), väga sagedane kõigetarbija (23%), meelelahutuse vaataja (18%), Kanal 2 info eelistaja (16%), informatiivsete saadete vaataja (16%) ja väga ebaregulaarne televaataja (18%).

Kui vaadata kõigi põlvkondade vaatajatüüpe, jääb silma, et kõigis generatsioonides on vaatajatüüp, kes ei jälgi telesaateid peaaegu üldse (väga ebaregulaarne televaataja). Samuti on kõigis põlvkondades olemas laia vaatajaprofiiliga vaatajatüüp (vanemas ja nooremas väga sagedane kõigetarbija ning keskmises mitmekülgne televaataja). Žanril põhinevatest tüüpidest on igas generatsioonis ka meelelahutuse ning arutus- ja dokumentaalsaadete vaatajad. Erinevate meelelahutusega seotud vaatajatüüpide esiletõus on tõenäoliselt ka seetõttu, et erinevaid žanre ja saateid meelelahutuse vallast oli võrreldes teiste saateliikidega nimekirjas enam ning see valdkond on ka eri vormide ja liikide poolest rikkalikum (filmid, sarjad, saated, mängud, sport jt).

Kui võrrelda kolme generatsiooni, siis nooremas põlvkonnas on meelelahutusel põhinevaid vaatajatüüpe kaks. Esineb nii sagedasi meelelahutuse vaatajaid, kui ka neid, kes jälgivad neid keskmiselt. Ka mõõduka vaataja tüüp põhineb pigem meelelahutuslikel saadatel. Üldiselt iseloomustab nooremat põlvkonda võrreldes teistega madalamad keskmised vaatamissagedused. Kõige enam ongi nooremas põlvkonnas mõõdukaid meelelahutuse vaatajaid (22%) ning kõige vähem (vaid 7%) on neid vaatajaid, kes vaatavad kõige sagedamini ja pea kõiki saateid (väga sagedane kõigetarbija). Noorte elukaare teooria ütleb, et sel perioodil hakkavad tekkima ideaalid ning sageli otsitakse neid Hollywoodi näitlejate, popstaaride ja muude kuulsuste hulgast. See võib anda mõningast selgitust, miks noorem põlvkond on hulga enam meelelahutusžanride jälgija. Näiteks kui vaadata filmide ja seriaalide kogu keskmist vaatamissagedust, on need nooremas põlvkonnas ühed kõrgemad (kõrgeim komöödiate keskmine vaatamissagedus). Sama asjaolu tõestab ka üldindeksite puhul selgunud orienteeritus meelelahutuslikele saadetele (eriti 15–19 vanuserühmas).

Keskmine ja vanem põlvkond on vaatajatüüpidelt sarnasemad. Lisaks žanridel põhinevatele arutus- ja dokumentaalsaadete ning meelelahutuse vaatajatüüpidele on mõlemas generatsioonis ka informatiivsete saadete vaatajatüüp. Peab mainima aga, et keskmises põlvkonnas on informatiivsete saadete vaatajatüüp mitmekülgsema amplituudiga kui vanema põlvkonna oma.

Kõige enam keskmise põlvkonna liikmeid kuulub aga arutus- ja dokumentaalsaadete vaatajatüüpi. Tuues paralleele jällegi elukaareteooriaga, siis keskeas inimesed on need, kes on lõpetanud oma õpingud, maha rahunenud ning käes on aktiivseim töö- ja perekonnaeluaeg. Soovitakse anda oma panust ühiskonda. See võib põhjendada ka keskealiste kõrgemat huvi

arutlussaadete vastu, mis ühiskondlike protsesse käsitlevad ning arutlevad teemadel, mis neile kui kõige aktiivsematele töötajatele lähedased on.

Lisaks žanridel põhinevatele vaatajatüüpidele eristub vanemas põlvkonnas vaatajarühm ka kanali põhjal – Kanal 2 info eelistaja. Selle rühma liikmed vaatavad sagedamini Kanal 2 kahte küsimustikus toodud informatiivsemat saadet „Reporterit“ ja „Võsareporterit“. Kanalitel põhinevaks vaatajatübiks võib laias laastus lugeda ka noorema põlvkonna mõõduka meelelahutuse vaataja tüüpi, kus väga harva vaadatakse ETV programmi (keskmiselt vaadatakse vaid *talk show*'d „Mida Teie arvate?“) ning keskmiselt eratelekanalilt pakutavat.

Üldiste klastrite ja kogu põlvkonna vaatamissageduste keskmiste alusel on kõige sagedasemad vaatajad vanemas põlvkonnas ning ebaregulaarsemad nooremas põlvkonnas. Vaadates seda, milliseid saateid erinevate põlvkondade klastrites vaadatakse, võib öelda, et kõige mitmekülgsemad klastrite poolest on vanema põlvkonna vaatajad. Kõige enam on vanemas põlvkonnas väga sagedasi kõigetarbijaid e neid, kes vaatavad peaaegu kõiki saateid keskmisest enam. Samuti tuleb vanemas generatsioonis lisaks peamistele info-, meelelahutus- ja arutlussaadete põhjal eristuvatele klastritele esile ka üks kanalil põhinev klaster, mida teistes põlvkondades nii selgelt ei eristu.

Millised on sarnasused ja erinevused Salme Rannu (2010) leitud vaatajatüüpide vahel?

Antud töös ja Salme Rannu magistritöös „Teleauditooriumi jagunemine vaatajahuvide, elulaadi ja väärtuste alusel“ (2010) leitud vaatajatüüpide vahel võib leida nii sarnasusi ja erinevusi. Rannu vaatajatüübid on koostatud ka läbi lisadimensioonide väärtused ja huvid, mistõttu täielikult need tüübid kattuda ei saagi. Siiski võib leida järgmiseid sarnasusi (esimesena esitatud Rannu, teisena käesoleva uurimistöõ autori vaatajatüüp):

Eesti lugudele orienteeritud, maalähedane traditsionalist/sagedane ja mitmekülgne televaataja – sarnaselt väidavad need vastajad end vaatavat peaaegu kõiki saateid väga sagedasti. Ühtviisi on mõlema vaatajatüübi eelistused väga mitmekülgsed, sagedamini jälgitakse uudiseid ja „Pealtnägijat“ ning Eesti meelelahutusprogrammi (sarjad ja saated). Erinev on aga nende rühmade vanuseline koosseis: Rannu vaatajatüübis on suurem osa üle 50-aastaseid vastajaid, antud uurimistöös on enim aga hoopis noori ja nooremaid keskealisi.

Meelelahutusele orienteeritud, kodukeskne suurtarbija/meelelahutusliku programmi vaataja – mõlema tüübi sarnasuseks on meelelahutusliku programmi vaatamine. Erinevus nende tüüpide vahel on aga see, et Rannu leitud tüüp eelistab esmalt elamuslikku programmi (mängud, konkursid, tõsielusaated), antud töös leitud tüüp eelistab esmalt aga kodumaiseid krimisarju ning meelelahutussaateid. Samuti kui Rannu tüüp väidab end regulaarselt vaatavat peaaegu kõiki saatetüüpe, siis meelelahutusliku programmi vaatajatüübis tulevad regulaarselt vaadatavatest saadetest selgelt välja vaid meelelahutuslikud. Sarnaselt on selle vaatajatüübi liikmed valdavalt keskealised.

Avalikule sfäärile orienteeritud senior/mitmekülgne info- ja kultuuritarbija – neid tüüpe iseloomustab pigem ratsionaalse programmi eelistamine – info-, arutus- ja dokumentaalsaated, kultuurisaated. Rannu vaatajatüüp on veidi mitmekülgsem: kui antud töös ilmnes väga selgelt pigem informatiivsete päevakajasaadete sagedane vaatamine, siis Rannu tüüp eelistab ka mõningaid meelelahutuslikemaid saateid (pereseriaalidest „Õnne 13“). Ühtviisi on kummaski tüübis enim vanemaealisi vaatajaid.

Tasakaalukas vaatleja/mõõdukas elamuslike infosaadete vaataja – mõlemad vaatajatüübid on pigem mõõdukad televaatajad, eelistavad elamuslikke infosaateid. Kui esimesel tüübil on lisaks „Reporterile“ tugevaks eelistuseks ka „Aktuaalne kaamera“ ning tugevaimaks „Pealtnägija“, siis teisel tüübil on peale „Reporterit“ eelistusteks vaid „Võsareporter“ ja politseisaated. Erineb jällegi vanuseline koosseis: esimese puhul on enim keskealisi vaatajaid, teisel vanemaealisi.

Seltsielukeskne põnevuseotsija/ebaregulaarne meediatarbija – mõlemad tüübid on kasinad televaatajad ning kui vaatavad, siis pigem elamuslikku programmi (sarjad, filmid). Kui vaatajatüübis ebaregulaarne meediatarbija on kõigi meediumide aktiivseid kasutajaid väge vähe, siis seltsielukeskne põnevuseotsija on aktiivsem interneti kasutamises. Mõlemas vaatajatüübis on enim noorema põlvkonna esindajaid.

Uude meediasse kalduv intellektuaal/ebaregulaarne infotarbija – mõlemad tüübid on suhteliselt harvad televaatajad ning vaatavad enamust saadetest ebaregulaarselt. Keskmiselt vaadatakse pigem ratsionaalset programmi (uudised, mõned arutlussaadet). Kui esimest tüüpi iseloomustab aktiivne internetikasutus, siis teise tüübi kohta seda öelda ei saa. Pigem on ebaregulaarse infotarbija vaatajarühmas enam sagedasi ja mitmekülgseid paberväljaannete ja raamatute lugejaid. Mõlemas tüübis on enim noori ja keskealisi.

Rannu eksikülaline Internetist ja elamustele orienteeritud, välismaise programmi vaataja ning antud töös leitud arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja vaatajatüübid ei kattunud omavahel. Arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja võiks enim olla sarnane ka avalikule sfäärile orienteeritud seenioriga, kes mõlemad ühtviisi vaatavad pigem ratsionaalset programmi.

Huvitavaim erinevus vaatajatüüpide võrdlemisel ilmnes aga selles, et mitme sarnase tüübi puhul erinesid vanuselised koosseisud.

Üldiseid järeldusi

Üldindeksite alusel vanuserühmi võrreldes ilmes, et sageli sarnanes mõne põlvkonna vanuserühm teise põlvkonna vanuserühmaga enam, kui enda põlvkonna teise vanuserühmaga. Näiteks Eesti telekanalite jälgimise indeksi puhul, kus vanema põlvkonna vanuserühm 55–64 sarnaneb enam keskmisele põlvkonnale kui vanemale (vt joonis 3). Keskmise põlvkonna puhul võib tuua näite põlvkonna jagunemisest teleuudiste vaatamise osas (vt joonis 4), kus 30–44-aastaste sagedaste vaatajate osakaal on pigem sarnasem 20–29-aastastega; ning 45–54-aastaste osakaal 55–64-aastaste omaga.

Kui vaadata noorema põlvkonna klasteranalüüsi (vt tabel 5), siis üheks oluliseks erinevuseks põlvkonna sees on uudiste vaatamine. Põlvkonna kolm klastrit ei eelista ühtegi uudistesaadet, ühes neist vaadatakse kõiki uudistesaadet keskmisest harvemini (6. klaster). 2. klaster eelistab enam meelelahutuslikumat „Reporterit“ ning 4. klaster „Aktuaalset kaamerat“. Vaid ühes klastris (5. klaster) ilmneb kõikide uudistesaadet keskmisest sagedasem vaatamine.

Meelelahutussaadete vaatamise osas on nooremas põlvkonnas neli erinevat suunda. Kahes klastris (3. klaster, arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja, ja 6. klaster, väga ebaregulaarne vaataja) vaadatakse meelelahutussaateid väga harva, 2. klastris (sagedane meelelahutuse vaataja) jälgitakse kõiki meelelahutussaateid keskmisest sagedamini, 3. klastris (mõõdukas meelelahutuse vaataja) vaadatakse kõiki saateid keskmise sagedusega, ning 1. ja 5. klastris (mõõdukas ja väga sagedane kõigetarbijaja) tõusevad esile konkreetset saateelistused, mida vaadatakse keskmisest sagedamini (nt põnevusfilmid 1. klastris).

Kanalite alusel võrreldes, milles saated eetris on, võib öelda, et ilmnevad selgemad erinevused vaid ühe kanali osas, mille eraldiseisvaid saateid oli ka enim välja toodud. Küsimustikus esitatud ETV kõiki saateid vaatab vaid 5. klaster, 4. klaster vaatab vaid väga valikuliselt (paar

arutlussaadet ja uudised). Ülejäänud rühmad vaatavad ETV-d keskmisest harvemini või keskmiselt.

Üldiselt jätab noorema põlvkonna klasteranalüüs võrreldes teiste põlvkondadega suhteliselt passiivse ja mõnes mõttes ka kaootilise mulje, kuna väga selgepiirilisi ja konkreetseid eelistusi mitmetes klastrites ei esine.

Keskmisses põlvkonnas pole aga ühtki klastrit, mis eelistaks kõiki uudistesaadet, vaadatakse kas „Aktuaalset kaamerat“ ja „Seitsmeseid uudiseid“ või „Seitsmeseid uudiseid“ ja „Reporterit“ (vt tabel 6).

ETV vaatamise osas jaguneb keskmise põlvkonna klasterkoosseis kaheks: kolm klastrit vaatavad peaaegu kõiki saateid väga harva või keskmiselt ning kolmel klastril ilmneb selge eelistus ETV saadete osas. Kuid ka need, kes vaatavad keskmisest sagedamini ETV programmi, eristuvad üksteisest: 1. klaster, kes jälgib kõiki saateid, 4. klaster, kes jälgib arutus- ja dokumentaalsaadet, 5. klaster, kes jälgib sagedamini ETV meelelahutuslikumat programmi.

Meelelahutuslike saadete eelistamise puhul võib välja tuua asjaolu, et nende eelistamine või mitte-eelistamine on suhteliselt spetsiifiline. Üheski klastris ei vaadata keskmisest sagedamini absoluutselt kõiki meelelahutuslikke žanre. Näiteks 2. klaster, meelelahutuse vaataja, ei eelista komöödiaid, põnevusfilme ja välismaiseid krimisarju ning 1. klaster, sagedane informatiivsete saadete vaataja, vaatab meelelahutusest sagedamini vaid põnevusfilme.

Kui vanema põlvkonna klastreid analüüsida samadest aspektidest kui nooremat ja keskmistki, siis uudiste vaatamise osas näib vanem põlvkond esmapilgul olevat suhteliselt keskmise vaatamissagedusega (vt tabel 6). Vaid kahes klastris ilmneb selge „Reporterit“ eelistus. Kui aga vaadata vaatamissageduste väärtust, siis „Aktuaalse kaamera“ puhul on viie klatri puhul see üle 4,1 ehk väga kõrge (max 5).

ETV vaatamise osas jagunevad klastrid selgelt kaheks: need, kes vaatavad keskmiselt sagedamini mitmeid või kõiki saateid, ning need, kes vaatavad keskmiselt harvemini ETV saateid.

Meelelahutussaadete vaatamise osas ilmnevad samuti suhteliselt selged tendentsid. Kahes klastris vaadatakse keskmisest sagedamini mitmeid meelelahutuslikke saateid (2. klaster, väga sagedane kõigetarbija ja 3. klaster, meelelahutuse vaataja). 1., 4. ja 5. klastris ei esine selged

eelistusi, meelelahutussaateid vaadatakse enamjaolt keskmiselt. Samuti on olemas klaster, kus vaadatakse pea kõiki meelelahutussaateid keskmisest harvemini (6. klaster, väga ebaregulaarne televaataja).

4.2. Diskussioon

Käesolevast tööst nähtub, et erinevused põlvkondade vahel televaatamisel tulevad välja. Üldindeksite põhjal tehtud analüüsist selgub, et olulisimad erinevused põlvkondade vahel esinevad erinevate žanride jälgimise vahel ning eri kanalite ja nende jälgimise sageduse vahel. Klasteranalüüsi põhjal ilmnevad erinevad seosed eelkõige žanride alusel.

Noorem põlvkond vaatab sagedamini meelelahutussaateid ja vähem ühiskonnaalaseid arutlussaateid ning uudiseid, vanem ja keskmine põlvkond aga vastupidi. Põlvkondi omavahel võrreldes on näha, et vanemas põlvkonnas on võrreldes teiste generatsioonidega suurem osakaal arutlussaateid vaatavaid inimesi ning nooremas põlvkonnas suurem osakaal meelelahutussaateid vaatavaid inimesi. Keskmise põlvkonna puhul tuleb välja, et seal on ühtviisi vanema põlvkonnaga suur arutlussaateid vaatavate inimeste osakaal.

Kanalite jälgimise puhul on suureks erinevuseks generatsioonide vahel aga see, et vanemas põlvkonnas tuleb selgelt välja ühe konkreetse kanali ETV eelistamine, noorem põlvkond vaatab aga mitmeid erinevaid kanaleid ning eelistab pigem eratelekanaleid. Keskmises põlvkonnas on aga väga sagedaste vaatajate osakaal kolme suurema telekanali puhul peaaegu võrdne.

Üldindeksite põhjal välja toodud muutustest 2008–2011. aasta vahel on üheks huvipakkuvaimaks sagedaste ja mitmekülgsete vaatajate muutused põlvkonniti. Kui 2008. aastal oli suurim osakaal sagedasi ja mitmekülgseid televaatajaid noorimas põlvkonnas, siis 2011. oli suurim osakaal keskmise põlvkonna hulgas. Noorema põlvkonna sagedaste ja mitmekülgsete televaatajate langemine teisele kohale võib tõenäoliselt olla tingitud internetist, mis võimaldavad noortel jälgida nii Eesti telekanalilt pakutavaid saateid, kuid vaadata ka muud huvipakkuvat välismaalt (sarjad, filmid, YouTube'i videod jt). Asjaolu, et kasvanud on kõigi põlvkondade aktiivsete ja mitmekülgsete vaatajate osakaalud võib aga olla tingitud nii sellest, et kasvanud on nii telekanalite hulk kui ka see, et arendatud on väiksemate telekanalite programmipakkumist, mistõttu neid sagedamini vaadatakse.

Teiseks põnevaks muutuseks võib pidada keskmise põlvkonna eelistuste muutused generatsiooni sees. Kui 2008. aastal oli keskmises põlvkonnas suurim uudistevaatajate osakaal, siis 2011. aastal oli nende osakaal väikseim. Üheks põhjuseks, miks see nii võib olla, on tõenäoliselt see, et teiste žanride vaatamise osakaal on oluliselt tõusnud ning kõiki žanre vaatab keskmine põlvkond enam-vähem võrdselt. Kas teiste žanride vaatamise osakaal on tõusnud seetõttu, et on kasvanud ka säärase programmi pakkumine, ei ole selle töö eesmärgiks selgitada. Arutlussaadete vaatamise osakaalu tõus võib olla tingitud aga näiteks sellest, et 2011. aasta oli valimiste aasta, mil tõenäoliselt suurema tähelepanuga seda laadi saateid jälgiti. Üheks põhjuseks võib arvata ka seda, et 2011. aastaks, mil inimesed kogu ühiskonda mõjutavast majanduskriisist juba teadlikud olid, jälgisid nad muutuste mõistmiseks enam programmi, mis pakuks ühiskonna probleemidele tõlgendusi ja seletusi.

Klasteranalüüsi puhul tuleb aga välja, et kõigis põlvkondades on olemas meelelahutuse ning arutlus- ja dokumentaalsaadete vaatajate tüübid. Nagu tuli välja üldindeksite analüüsist, et nooremas põlvkonnas on kõige vähem sagedasi ja mitmekülgseid Eesti telekanalite vaatajaid, ilmneb ka klasteranalüüsist, et võrreldes teiste põlvkondadega, on Eesti telekanalitel eetris olevate saadete keskmised vaatamissagedused selles generatsioonis madalamad.

Võrreldes käesolevas uurimistöös leitud vaatajatüüpe Salme Rannu (2010) magistristöös leitud tüüpidega, võib nende vahel leida mitmeid sarnasusi. Laias laastus sarnanevad antud töö kuus tüüpi Rannu leitud tüüpidega. Huvitaval kombel on aga mitmete tüüpide puhul vanuseline koosseis erinev. See võib olla tingitud nii erinevast konkreetsete saadete loetelust kui ka mõningasest metoodika erinevusest. Samuti erines Rannu toodud vaatajatüüpidega ka see, et kui Rannu leitud ebaregulaarsed vaatajatüübid kasutasid pigem aktiivsemalt mõnd muud meediumi, näiteks interneti (nt vaatajatüüp eksikülaline internetist), siis antud töös ilmnes pigem tendents, et kui ollakse ebaregulaarne televaataja, kasutatakse ka muid meediume suhteliselt passiivselt. Kui aga ollakse juba aktiivne televaataja, esines ka muude meediumide kasutamises aktiivsemate kasutajate kõrgema osakaal.

Tulevikuperspektiiviks antud uurimisvaldkonnas võiks olla põlvkondade spetsiifilisem kirjeldus ning muu meediakasutuse kaardistamine ning võrdlus. Samuti kasutada ning tõlgendada efektiivsemalt ka faktoranalüüsi tulemusi: miks on põlvkondades suuremas seoses just sellised saated. Oluline oleks minna edasi põlvkondade kirjeldamisega kvantitatiivsel meetodil ka läbi muude tunnuste, et kirjeldada vaatajatüüpe täiuslikumalt. Ühtlasi uurida põlvkondade televaatamist ka kvalitatiivsel meetodil.

Kuna tegu on inimeste subjektiivse hinnanguga võiks tulevikus kõrvutada neid tulemusi ka reaalsete telemõõdiku andmetega, et teada saada hinnangu ja n-ö reaalse vaatamise vahet, tunnetusliku seotuse ja reaalse käitumise erinevusi. Samuti oleks oluline läbi viia samalaadne analüüs venekeelsete vastajatega.

Ühtlasi võiks enam luua seoseid põlvkonnateooriaga, kus igale põlvkonnale leida konkreetsed mõjuavaldanud sündmused, mis ka tema meediakasutust võiks mõjutada (st efektiivsemalt rakendada Mannheimi teooriat). See aga nõuab ka sügavamat nii ajaloolise kui psühholoogilise käsitluse sissetoomist, st mis on konkreetse põlvkonna jaoks võinud olla niivõrd mõjuvõimsad sündmused, et on mõjutanud generatsiooni käitumist meediakasutusest lähtuvalt.

Kokkuvõte

Bakalaureusetöös analüüsiti uuringu „Mina. Maailm. Meedia 2011“ andmeid, et selgitada, millised on erinevad põlvkonnad teleauditooriumina ja millised on põlvkondadevahelised erinevused ja sarnasused.

Üldindeksite põhjal ilmnas, et nooremas põlvkonnas on enim sagedasi meelelahutussaadete vaatajaid, keskmises ning vanimas arutlussaadete vaatajaid. Omavahel põlvkondi võrreldes tuli samuti välja, et suurim osakaal meelelahutussaadete vaatajaid on nooremas põlvkonnas, kuid see on enam-vähem võrdne keskmise ja vanema põlvkonnaga. Meelelahutussaadete kõige aktiivsem vaataja on noorim vanuserühm (15–19), kus regulaarsete vaatajate osakaal võrreldes teistega on märgatavalt suurem. Arutus- ja uudistesaadete puhul on suurim regulaarsete vaatajate osakaal vanemas põlvkonnas.

Kanaleid uurides vaadati nooremas põlvkonnas igapäevaselt enim Kanal 2, keskmises ja vanemas ETV-d. Väiksemate kanalite lõikes oli noorte seas enim muude eestikeelsete kanalite (TV6, Kanal 11 jt) regulaarseid vaatajaid, vanemas ja keskmises põlvkonnas ETV2 regulaarseid vaatajaid.

2008. ning 2011. aasta andmeid võrreldes osutus huvipakkuvamaks see, et märgatavalt oli kasvanud kõigi põlvkondade sagedane ja mitmekülgne televaatamine. Teiseks olulisemaks muutuseks oli see, et kui 2008. aastal olid nooremate vanuserühmade Eesti telekanalite sagedase ja mitmekülgse televaatamise osakaalud suurimad, siis 2011. aastal olid need võrreldes teistega hoopis väikseimad. Kõige suurem osakaal sagedasi ja mitmekülgseid Eesti telekanalite vaatajaid oli keskmises põlvkonnas.

Telesaadete ja saateliikide vaatamissageduse alusel tehtud klasteranalüüsil koostati seitse vaatajatüüpi, kelleks on:

- sagedane ja mitmekülgne televaataja;
- mõõdukas elamuslike infosaadete vaataja;
- arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja;
- ebaregulaarne meediatarbija;

- mitmekülgne info- ja kultuuritarbija;
- meelelahutusliku programmi vaataja;
- ebaregulaarne infotarbija.

Kõiki kolme põlvkonda aga eraldi vaadeldes, selgusid igas põlvkonnas kuus vaatajatüüpi. Noorema põlvkonna vaatajatüüpideks klasteranalüüsi põhjal on mõõdukas vaataja, sagedane meelelahutuse vaataja, mõõdukas meelelahutuse vaataja, arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja, väga sagedane kõigetarbija ja väga ebaregulaarne vaataja.

Keskmise põlvkonna vaatajatüüpideks on sagedane informatiivsete saadete vaataja, meelelahutuse vaataja, mõõdukas juhuvaataja, arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja, mitmekülgne televaataja ja väga ebaregulaarne vaataja.

Vanemas põlvkonnas on vaatajatüüpideks arutus- ja dokumentaalsaadete vaataja, väga sagedane kõigetarbija, meelelahutuse vaataja, Kanal 2 info eelistaja, informatiivsete saadete vaataja ja väga ebaregulaarne televaataja.

Kui võrrelda kolme generatsiooni, siis nooremas põlvkonnas esineb pigem meelelahutusel põhinevaid vaatajatüüpe. Esineb nii sagedasi meelelahutuse vaatajaid, kui ka neid, kes jälgivad neid keskmiselt. Üldiselt iseloomustab nooremat põlvkonda võrreldes teistega madalamad keskmised vaatamissagedused.

Keskmine ja vanem põlvkond on aga vaatajatüüpidelt sarnasemad. Lisaks žanridel põhinevatele arutus- ja dokumentaalsaadete ning meelelahutuse vaatajatüüpidele on mõlemas generatsioonis ka informatiivsete saadete vaatajatüüp. Vanemas põlvkonnas eristub ka kanali põhjal vaatajatüüp – Kanal 2 info eelistaja.

Üldiselt võib öelda, et kõik põlvkonnad eristuvad teatud tunnuse põhjal. Veidi enam ja ühekülgsemate eelistuste poolest tuleb esile noorem põlvkond, mis on selgemalt kontsentreerunud meelelahutuslikuma programmi vaatamisele ning vähesele arutus- ja dokumentaalsaadete vaatamisele. Nooremate suhteliselt ühekülgseid huvid ja eristumine oluliselt kahest vanemast põlvkonnast annavad põhjust uurida põhjalikumalt noorte meediakasutust ja eelistusi ka tulevikus.

Summary

The aim of the Bachelor's thesis „Different Generations as TV audiences in 2011“ is to explore the main preferences, similarities and differences amongst three Estonian generations regarding media use, particularly TV viewing.

The method for analysing the three generations is quantitative. The empirical material has been collected via a nationwide sociological survey „Mina. Maailm. Meedia 2011“ („Me. The World. The Media 2011“).

Firstly, the selection was analysed based on different TV viewing indexes. It came forth that the main tendencies to describe the younger generation are that there are more frequent entertainment programme viewers and less TV news, talk show and documentary viewers. On the other hand, middle-aged and older generations have the highest percentage of frequent talk show and documentary viewers.

Secondly, the data was analysed based on cluster analysis. As a result, 7 viewer types were distinguished based on the viewing frequency of 37 different TV shows. The types are profiled as social-demographic groups and have also been analysed in relation to other mediums (print, radio, Internet, books). The following viewer types among all Estonians were found:

- frequent and versatile TV viewer (13%);
- moderate experience oriented TV viewer (18%);
- talk show and documentary viewer (13%);
- irregular media user (15%);
- versatile information and cultural programme viewer (16%);
- entertainment viewer (13%);
- irregular news seeker (12%).

Thirdly, the same analysis was conducted among each generation. 6 viewer types came forth in each generation. The distinguished viewer types in the younger generation were as follows: frequent entertainment viewer, moderate entertainment viewer, talk show and documentary viewer, very frequent heavy-user and very irregular viewer.

In the middle-aged generation the viewer types were frequent information programme viewer, entertainment viewer, moderate random viewer, talk show and documentary viewer, versatile viewer and very irregular viewer.

In the older generation, the detected viewer types were talk show and documentary viewer, very frequent heavy-user, entertainment viewer, Kanal 2 information programme viewer, information programme viewer and very irregular viewer.

In general, all three generations differ from each other with distinct characteristics. The differences found in these viewer types, especially differences between the younger generation, middle-aged and older generations; make this field of studies an important subject for further and more consummate quantitative, as well as, qualitative research.

Kasutatud allikad

Eesti Statistikaameti kodulehekülg (2012). Statistika andmebaas, URL (kasutatud aprill 2012)
<http://pub.stat.ee/>

Emor (2012). *Emori meediatarbimise indeksid 2011*. TNS Emor

Generational Differences (2011). The Australian Communications and Media Authority (ACMA) kodulehekülg, URL (kasutatud mai 2012)
http://www.acma.gov.au/webwr/assets/main/lib410130/Digital_Australians-Generational_differences.pdf

Katz, E. & J. G. Blumler & M. Gurevich (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. Blumler, J.G. & E. Katz (eds). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. London: Sage, pp.19-31.

McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage

McQuail, D. (2003). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Nugin, R. (2010). Social Time as the Basis of Generational Consciousness. *Trames*. 14(64/59), 4: 342 – 366

Pilcher, J. (1993). *Mannheim's sociology of generations: an undervalued legacy*, URL (kasutatud jaanuar 2012)
<http://www.history.ucsb.edu/faculty/marcuse/classes/201/articles/94PilcherMannheimSocGenBJS.pdf>

Põldmäe, E. M. (2012). *Erinevad põlvkonnad teleauditooriumina 2008*. Seminaritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

Rannu, S. (2010). Teleauditooriumi jagunemine vaatajahuvide, elulaadi ja väärtuste alusel. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Tulva, T. (1994). *Sotsiaaltöö küsimusi. Inimese elukaar*. Tallinn: Bit.

Lisad

Lisa 1. Summaindeksite koosseis

1) Televaatamise sagedus ja mitmekülgsus

Kui sageli Te jälgite järgmisi telekanaleid?

Skaala: 5 – iga päev; 4 – mitu korda nädalas; 3 – mõnel korral kuus; 2 – kord kuus või harvemini; 1 – ei jälgi üldse

		Iga päev	Mitu korda nädalas	Mõnel korral kuus	Kord kuus või harvemini	Ei jälgi üldse
499	ETV	5	4	3	2	1
500	ETV2	5	4	3	2	1
501	Kanal 2	5	4	3	2	1
502	TV3	5	4	3	2	1
503	Tallinna TV	5	4	3	2	1
504	Muud eestikeelsed kanalid (TV6, Kanal 11 jt)	5	4	3	2	1
505	Pervõi Baltiiski Kanal (PBK)	5	4	3	2	1
506	Teised Venemaa kanalid	5	4	3	2	1
507	Rahvusvahelised populaarteaduslikud kanalid (Discovery, Viasat History)	5	4	3	2	1
508	Loodussaadete kanalid (National Geographic, Animal Planet jt)	5	4	3	2	1
509	Spordikanalid (Eurosport jt)	5	4	3	2	1
510	Filmi- ja seriaalikanalid (Fox Life, Fox Crime, TV1000, Silver jt)	5	4	3	2	1
511	Muusikakanalid (MTV, Mezzo)	5	4	3	2	1
512	Soome kanalid	5	4	3	2	1
513	Saksa kanalid	5	4	3	2	1
514	Rahvusvahelised uudistekanalid (Euronews, CNN, BBC)	5	4	3	2	1

Punktid indeksisse: 5=4p, 4=3p, 3=2p, 2=1p; max 76

Indeksi lühendamine:

0, 1-11= 1 väga vähene

12-17=2 vähene

18-26=3 keskmine

27-35=4 suur

36-64=5 väga suur

2) Eesti telekanalite jälgimine

Kui sageli Te jälgite järgmisi telekanaleid?

Skaala: 5 – iga päev; 4 – mitu korda nädalas; 3 – mõnel korral kuus; 2 – kord kuus või harvemini; 1 – ei jälgigi üldse

		Iga päev	Mitu korda nädalas	Mõnel korral kuus	Kord kuus või harvemini	Ei jälgigi üldse
499	ETV	5	4	3	2	1
500	ETV2	5	4	3	2	1
501	Kanal 2	5	4	3	2	1
502	TV3	5	4	3	2	1
503	Tallinna TV	5	4	3	2	1
504	Muud eestikeelsed kanalid (TV6, Kanal 11 jt)	5	4	3	2	1

Punktid indeksisse: : 5=4p, 4=3p, 3=2p, 2=1p; max 24

Indeksi lühendamine:

0, 1-9=1 väga vähe

10-13=2 vähe

14-17=3 keskmiselt

18, 19=4 palju

20-24=5 väga palju

3) Teleuudiste jälgimine

Kui sageli Te jälgite järgmisi telekanaleid?

Skaala: 5 – iga päev; 4 – mitu korda nädalas; 3 – mõnel korral kuus; 2 – kord kuus või harvemini; 1 – ei jälgi üldse

		Iga päev	Mitu korda nädalas	Mõnel korral kuus	Kord kuus või harvemini	Ei jälgi üldse
514	Rahvusvahelised uudistekanalid (Euronews, CNN, BBC)	5	4	3	2	1

Kui sageli Te jälgite järgmisi telesaateid, programme?

Skaala: 5 – vaatan alati, kui saan; 4 – pidevalt, kuigi mitte iga saadet; 3 – juhuslikult, vahetevahel; 2 – väga harva; 1 – ei jälgi üldse

		Vaatan alati, kui saan	Pidevalt, kuigi mitte iga saadet	Juhuslikult, vahetevahel	Väga harva	Ei jälgi üldse
732	„Aktuaalne kaamera“	5	4	3	2	1
733	„Seitsmesed uudised“	5	4	3	2	1
734	„Reporter“	5	4	3	2	1

Punktid indeksisse: 5=4p, 4=3p, 3=2p, 2=1p; max 16

Indeksi lühendamine:

0, 1-5=1 väga vähe

6,7=2 vähe

8, 9, 10=3 keskmiselt

11, 12=4 palju

13-16=5 väga palju

4) Arutlus- ja doksaadete jälgimine

Kui sageli Te jälgite järgmisi telesaateid, programme?

Skaala: 5 – vaatan alati, kui saan; 4 – pidevalt, kuigi mitte iga saadet; 3 – juhuslikult, vahetevahel; 2 – väga harva; 1 – ei jälgi üldse

		Vaatan alati, kui saan	Pidevalt, kuigi mitte iga saadet	Juhuslikult, vahetevahel	Väga harva	Ei jälgi üldse
737	„Pealtnägija“	5	4	3	2	1
738	„Vabariigi kodanikud“	5	4	3	2	1
739	„Foorum“	5	4	3	2	1
740	„Välisilm“	5	4	3	2	1
741	„Eesti aja lood“	5	4	3	2	1
742	„Kahekõne“	5	4	3	2	1
751	„OP“, „Mi“ jt kultuurisaated	5	4	3	2	1
753	Dokkaader, dokfilmid	5	4	3	2	1
768	Loodussaated, loodusfilmid.	5	4	3	2	1

Punktid indeksisse: 5=4p, 4=3p, 3=2p, 2=1p; max 36

Indeksi lühendamine:

0, 1-4=1 väga vähe

5-9=2 vähe

10-17=3 keskmiselt

18-24=4 palju

25-36=5 väga palju

5) Meelelahutussaadete jälgimine

Kui sageli Te jälgite järgmisi telesaateid, programme?

Skaala: 5 – vaatan alati, kui saan; 4 – pidevalt, kuigi mitte iga saadet; 3 – juhuslikult, vahetevahel; 2 – väga harva; 1 – ei jälgi üldse

		Vaatan alati, kui saan	Pidevalt, kuigi mitte iga saadet	Juhuslikult, vahetevahel	Väga harva	Ei jälgi üldse
757	Eesti pereseriaalid ja seebikad („Õnne 13, „Kodu keset linna“, „Pilvede all“ jt)	5	4	3	2	1

758	välismaised pereseriaalid ja seebikad („Kodus ja võõrsil“ jt)	5	4	3	2	1
759	Eesti meelelahutussaated („Tantsud tähtedega“, „Eesti otsib superstaari“ jt)	5	4	3	2	1
760	Eesti krimisarjad („Kelgukoerad“, „Ohtlik lend“ jt)	5	4	3	2	1
761	Välismaised krimisarjad („C.S.I. kriminalistid“, „Kurjuse kannul“, „Mõrvad Midsomeris“, „Poirot“ jt)	5	4	3	2	1
762	Välismaised <i>reality show</i> d („Ameerika supermodell“ jt)	5	4	3	2	1
763	Põnevusfilmid	5	4	3	2	1
764	Armastusfilmid	5	4	3	2	1
765	Komöödiad	5	4	3	2	1

Punktid indeksisse: 5=4p, 4=3p, 3=2p, 2=1p; max 36

Indeksi lühendamine:

0, 1-7=1 väga vähe

8-13=2 vähe

14-20=3 keskmiselt

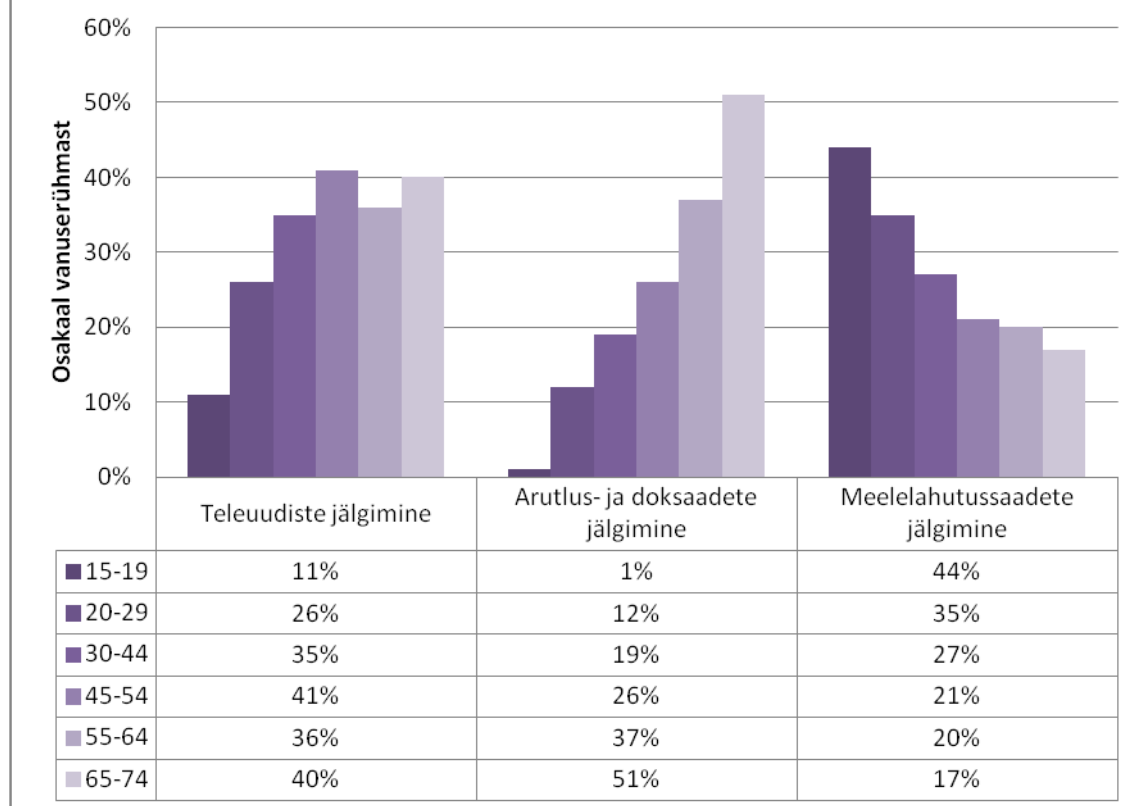
21-25=4 palju

26-35=5 väga palju

Lisa 2. Erinevate saateliikide jälgimise indeks 2008. a

Erinevate saateliikide jälgimise indeks 2008.

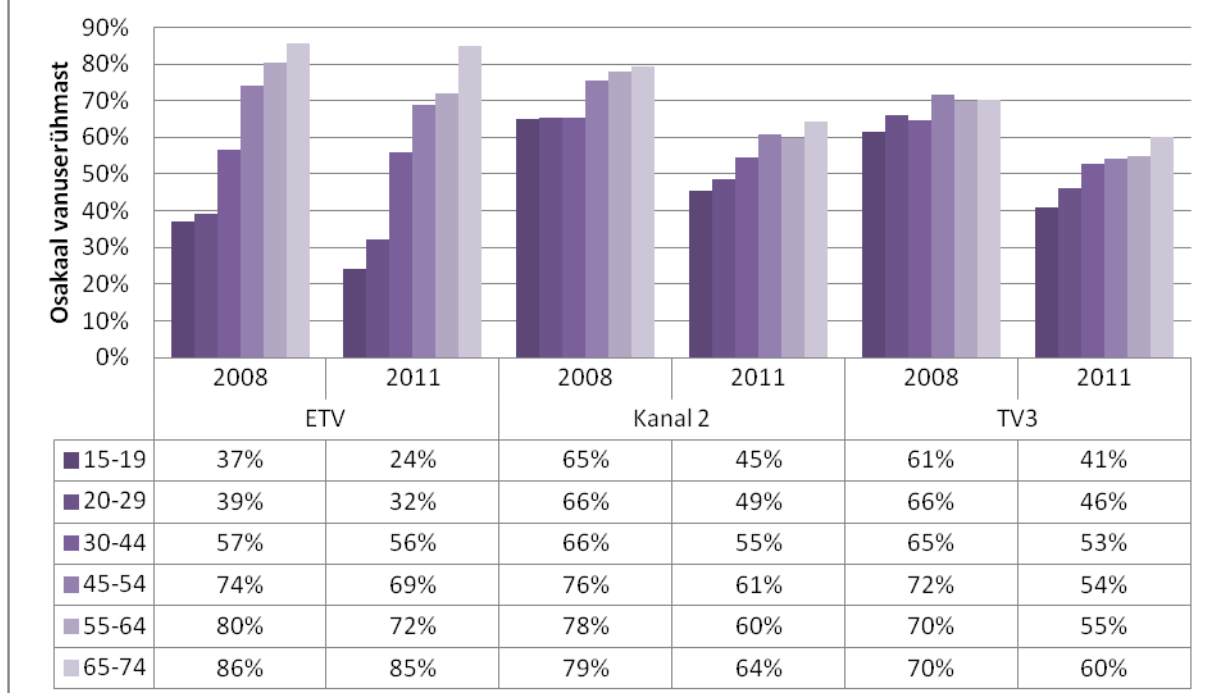
a



Joonis 1. Erinevate saateliikide jälgimise indeks eri vanuserühmades 2008. a. Allikas: *Mina. Maailm. Meedia 2008*

Lisa 3. Eesti kolme suurema telekanali jälgimine 2008. ja 2011. aastal

Eesti kolme suurema telekanali jälgimine 2008. ja 2011. a



Joonis 2. Eesti kolme suurema telekanali igapäevaste vaatajate osakaalud 2008. ja 2011. a.

Lisatabel 1. Saadete vaatamise faktorite koosseis ja faktorlaadungid

	Rotated Factor Matrix ^a KÕIK EESTLASED							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Foorum	,847	,056	-,056	,167	,219	-,028	,095	,067
Vabariigi kodanikud	,825	,038	-,055	,200	,271	-,089	,092	,039
Välisilm	,796	-,059	,002	,266	,191	-,050	,083	,047
Kahekõne	,598	,116	-,080	,284	,326	-,088	,082	,184
Eesti aja lood	,541	,085	-,028	,415	,217	,061	,092	-,025
Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna, Pilvede all jt)	,068	,749	,031	,117	,132	,175	,010	-,034
Eesti meelelahutussaadet (Tantsud tähtedega, Eesti otsib superstaari jt)	,018	,686	,186	,046	,152	,182	,018	,059
Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	,007	,632	,227	-,127	,011	,077	,061	-,118
Eesti krimisarjad (Kelgukoerad, Ohtlik lend jt)	-,002	,564	,255	,156	,012	,274	,046	,284

Mida teie arvate?	,224	,486	-,004	,137	,295	-,059	,154	,023
Telemängud (Sõnasõda jt)	-,036	,477	,248	,073	,088	,329	,147	,213
Tähelaev	,227	,428	-,039	,317	,376	-,079	,105	,224
Komöödiad	-,115	,143	,714	,061	,010	,158	,085	-,015
Draamad, psühholoogilised filmid	,171	,108	,713	,219	,017	-,067	,035	-,055
Põnevusfilmid	-,073	-,057	,684	,050	-,051	,325	,045	,176
Armastusfilmid	-,057	,424	,631	,042	,151	-,007	,001	-,169
Välismaised krimisarjad (C.S.I., Kurjuse kannul, Mõrvad Midsomeris, Poirot jt)	,000	,151	,530	,034	,001	,147	,016	,295
Välismaised reality-show'd (Ameerika supermodell jt)	-,136	,339	,462	-,160	-,051	-,076	,097	,075
Lastesaated, multifilmid	-,181	,191	,264	,140	,082	-,044	,095	-,007
Osoon	,359	,065	-,033	,626	,214	,050	,063	,060
Loodussaated, loodusfilmid	,274	,042	,257	,595	,106	,189	-,013	,007
Teatriõhtud, telelavastused	,140	,301	,015	,517	,311	-,132	,063	,007
Dokkaader, dokfilmid	,234	-,031	,300	,496	,088	,000	,075	,130
Ajaloolised filmid	,289	-,056	,482	,491	,029	,128	-,006	-,002
OP, Mi jt kultuurisaated	,251	,133	,071	,465	,196	-,397	,130	,084
Ringvaade	,279	,106	,055	,156	,627	,046	,012	,089
Aktuaalne kaamera	,393	-,011	-,068	,314	,595	,090	,030	-,065
Seitsmesed uudised	,135	,148	,024	,099	,536	,311	,178	,003
Terevisioon	,228	,170	,041	,074	,516	,004	,078	,058
Pealtnägija	,412	,101	,070	,154	,458	,213	,055	,073
Politseisaated (Krimiuudised, Raport, Krimi jt)	-,010	,254	,203	,054	,086	,665	,135	,120
Võsareporter	-,075	,345	,107	-,039	,094	,600	,321	-,049
Reporter	-,033	,279	,085	,011	,368	,568	,215	-,035
Ärapanija	,120	,049	,162	,002	,083	,275	,681	,145
Pehmed ja karvased	,196	,158	,047	,174	,153	,169	,544	,025
Kolmeraudne	,260	,184	,112	,066	,217	-,030	,306	,467
Sportisaated-, ülekanded	,204	-,121	,120	,192	,061	,226	,081	,284

Lisatabel 2. Vaatamissageduste mood klastrites

Klaster	1	2	3	4	5	6	7
	Mood	Mood	Mood	Mood	Mood	Mood	Mood
Aktuaalne kaamera	3	5	5	3	5	5	3
Seitsmesed uudised	3	4	3	3	4	5	3
Reporter	4	4	3	3	4	5	4
Ringvaade	3	3	3	1	3	3	2
Terevisioon	1	3	1	1	3	3	1
Pealtnägija	3	5	4	2	4	5	3

Vabariigi kodanikud	1	4	3	1	1	3	1
Foorum	1	3	3	1	2	3	1
Välisilm	1	4	4	1	1	3	1
Eesti aja lood	1	3	3	1	1	3	1
Kahekõne	1	3	3	1	1	3	1
Mida teie arvate?	1	3	1	1	2	3	1
Tähelaev	1	3	2	1	3	4	1
Kolmeraudne	1	3	1	1	1	3	1
Ärapanija	3	4	1	1	1	4	3
Pehmed ja karvased	1	3	1	1	1	3	1
Võsareporter	4	3	1	1	4	4	3
Sportisaated-, ülekanded	5	5	3	1	1	4	1
Lastesaated, multifilmid	1	1	1	1	1	1	1
OP, Mi jt kultuurisaated	1	2	3	1	1	2	1
Teatriõhtud, telelavastused	1	3	3	1	3	4	1
Dokkaader, dokfilmid	3	3	3	1	2	4	3
Osoon	1	4	4	1	1	4	1
Telemängud (Sõnasõda jt)	3	3	2	1	3	4	4
Politseisaated (Krimiuudised, Raport, Krimi jt)	3	3	1	1	3	4	3
Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna, Pilvede all jt)	1	4	3	1	5	5	4
Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	1	1	1	1	2	4	4
Eesti meelelahutussaated (Tantsud tähtedega, Eesti otsib superstaari jt)	3	4	3	1	5	5	5
Eesti krimisarjad (Kelgukoerad, Ohtlik lend jt)	3	4	3	1	3	5	5
Välismaised krimisarjad (C.S.I., Kurjuse kannul, Mõrvad Midsomeris, Poirot jt)	4	3	3	1	1	4	4
Välismaised reality-show'd (Ameerika supermodell jt)	1	1	1	1	1	3	3
Põnevusfilmid	4	2	3	1	3	4	4
Armastusfilmid	2	3	3	1	3	3	4
Komöödiad	3	3	3	3	1	4	4
Draamad, psühholoogilised filmid	3	3	3	1	1	4	3
Ajaloolised filmid	3	3	3	1	1	4	3
Loodussaated, loodusfilmid	3	4	3	1	3	4	3

Lisatabel 3. Klasterite sotsiaaldemograafiline koosseis (%)

Klaster		1	2	3	4	5	6	7
Vanus	15-19	14,1	,7	,6	15,1	2,7	5,1	19,2
	20-29	28,2	3,2	14,7	40,2	8,7	9,3	37,7
	30-44	29,0	21,1	30,7	24,1	22,0	28,0	25,2
	45-54	17,9	13,5	24,0	4,9	16,6	18,8	8,7
	55-64	9,5	23,1	13,5	9,4	20,2	16,4	7,3

	65-74	1,3	23,3	13,1	5,3	23,6	16,6	1,3
	75+	,0	15,2	3,3	1,0	6,1	5,8	,6
Elukoht	Tallinn	19,7	17,6	32,4	27,3	16,4	19,8	9,9
	Tartu, Pärnu	13,4	10,3	11,9	15,0	13,1	8,7	11,4
	Narva, Kohtla-Järve, Sillamäe	1,2	4,8	1,6	,6	,7	1,6	,0
	Teised linnad	21,0	19,6	18,5	24,7	18,2	18,7	23,2
	Maapiirkonnad	44,7	47,7	35,7	32,4	51,5	51,1	55,5
Haridus	Alla keskhariduse	27,8	17,4	7,5	22,3	31,8	22,4	32,9
	Keskharidus	54,2	53,9	49,7	42,2	49,4	56,9	57,3
	Kõrgharidus	18,0	28,7	42,9	35,5	18,8	20,7	9,7
Sugu	Mees	79,3	60,3	46,2	53,3	27,1	32,9	22,5
	Naine	20,7	39,7	53,8	46,7	72,9	67,1	77,5
Sissetulek pereliikme kohta	Kuni 160 eurot	23,7	12,5	13,0	18,4	19,3	20,6	22,7
	161-250 eurot	19,2	16,2	11,0	15,5	23,2	18,3	19,2
	251-400 eurot	18,7	39,4	30,0	20,0	37,3	37,1	24,8
	401-600 eurot	19,1	21,1	28,2	27,2	13,5	13,1	20,5
	Üle 600 eurot	17,4	10,2	17,2	18,3	6,6	9,7	10,1

Lisatabel 4. Noorema põlvkonna faktormatriksi koosseisud

	Factor						
	1	2	3	4	5	6	7
Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna, Pilvede all jt)	,868	,081	,046	,039	-,010	,066	-,035
Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	,729	-,006	,182	-,007	-,023	,049	-,258
Eesti meelelahutussaated (Tantsud tähtedega, Eesti otsib superstaari jt)	,697	-,066	,255	,011	,072	,164	,020
Eesti krimisarjad (Kelgukoerad, Ohtlik lend jt)	,675	-,062	,195	-,013	,251	,102	,166
Telemängud (Sõnasõda jt)	,637	-,073	,127	,093	,256	,087	,244
Võsareporter	,596	-,128	,057	,110	,464	-,114	,061
Politseisaated (Krimiuudised, Raport, Krimi jt)	,519	-,113	,124	,111	,496	-,038	,241
Reporter	,503	-,121	,003	,348	,407	,057	,089
Välismaised reality-show'd (Ameerika supermodell jt)	,455	-,080	,433	-,103	,010	,081	-,246

Lastesaated, multifilmid	,291	-,079	,232	,042	,057	,236	,052
Vabariigi kodanikud	-,146	,860	,003	,219	,097	,160	,021
Foorum	-,127	,839	,004	,185	,100	,090	,004
Välisilm	-,174	,816	,055	,165	,014	,090	,047
Kahekõne	-,007	,604	-,056	,243	,075	,313	,070
Eesti aja lood	,074	,524	,008	,223	,126	,339	,161
Osoon	,149	,466	,030	,166	-,028	,237	,374
Draamad, psühholoogilised filmid	,065	,160	,771	,106	,030	,098	-,001
Komöödiad	,288	-,056	,622	,070	,246	,000	,085
Armastusfilmid	,406	-,057	,604	,121	,018	,199	-,152
Välismaised krimisarjad (C.S.I., Kurjuse kannul, Mõrvad Midsomeris, Poirot jt)	,314	-,118	,586	,066	,214	-,006	,016
Ajaloolised filmid	-,017	,276	,581	,152	,053	,170	,403
Põnevusfilmid	,198	-,014	,524	,007	,380	-,069	,312
Dokkaader, dokfilmid	,023	,391	,407	,133	-,001	,057	,247
Ringvaade	,052	,273	,081	,674	-,008	,102	,042
Pealtnägija	,021	,386	,134	,584	,104	-,051	,103
Aktuaalne kaamera	-,096	,397	,063	,573	,048	,197	,151
Terevisioon	,040	,169	,137	,567	-,022	,198	-,051
Seitsmesed uudised	,174	,078	,046	,552	,278	,217	,084
Ärapanija	,104	,074	,151	,067	,611	-,131	-,076
Pehmed ja karvased	,183	,148	,109	-,024	,548	,157	,042
Kolmeraudne	,095	,194	,056	,188	,400	,369	-,004
Teatriõhtud, telelavastused	,114	,278	,188	,126	-,066	,577	,095
Tähelaev	,189	,290	,043	,272	,103	,548	,023
OP, Mi jt kultuurisaated	-,078	,435	,131	,066	-,095	,508	,022
Mida teie arvate?	,281	,198	,013	,271	-,003	,446	-,021
Loodussaated, loodusfilmid	,065	,271	,435	,160	-,029	,125	,480
Sportisaated-, ülekanded	-,016	,246	,094	,036	,364	-,001	,393

Lisatabel 5. Noorema põlvkonna vastajate hulk klasterites

		%	N	Kaalutud
Klaster	1	19%	59,000	61,676
	2	19%	57,000	60,731
	3	22%	66,000	69,046
	4	14%	41,000	42,845
	5	7%	20,000	21,454
	6	20%	60,000	62,245
Kokku			303,000	317,998

Lisatabel 6. Keskmise põlvkonna faktormatriksi koosseisud

	Factor							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Foorum	,861	,022	,002	-,083	,065	,142	,063	,113

Välisilm	,840	-,083	,062	-,060	,175	,129	,048	,042
Vabariigi kodanikud	,823	,020	,008	-,144	,102	,220	,067	,021
Kahekõne	,524	-,035	,010	-,095	,178	,427	,127	,255
Eesti aja lood	,513	-,091	,051	,122	,316	,213	,075	-,003
Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna, Pilvede all jt)	,018	,708	,013	,192	,119	,175	-,079	,049
Eesti meelelahutussaated (Tantsud tähtedega, Eesti otsib superstaari jt)	-,031	,673	,113	,291	,029	,167	-,046	,157
Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	-,058	,649	,062	,153	-,071	,007	,099	-,104
Armastusfilmid	-,083	,562	,488	-,008	,121	,096	-,011	-,166
Eesti krimisarjad (Kelgukoerad, Ohtlik lend jt)	,017	,558	,213	,249	,105	,060	-,059	,456
Välismaised reality-show'd (Ameerika supermodell jt)	-,056	,506	,231	-,096	-,039	-,061	,131	,070
Mida teie arvate?	,092	,475	-,023	-,038	,137	,355	,274	,071
Telemängud (Sõnasõda jt)	-,055	,467	,196	,316	,078	,075	,203	,170
Põnevusfilmid	-,048	,052	,732	,205	-,009	-,042	,039	,112
Komöödiad	-,088	,278	,660	,145	,057	,051	,136	-,081
Draamad, psühholoogilised filmid	,151	,242	,654	-,085	,190	,007	,097	,016
Ajaloolised filmid	,281	-,123	,552	,133	,360	,080	,026	,058
Välismaised krimisarjad (C.S.I., Kurjuse kannul, Mõrvad Midsomeris, Poirot jt)	,060	,200	,411	,124	,007	,057	-,010	,303
Võsareporter	-,159	,254	,096	,679	-,013	,012	,300	-,027
Politseisaated (Krimiuudised, Raport, Krimi jt)	-,043	,218	,235	,663	-,053	-,047	,113	,111
Reporter	-,039	,235	,080	,626	,004	,171	,166	-,003
OP, Mi jt kultuurisaated	,257	,134	,005	-,339	,612	,062	,102	,101
Osoon	,343	-,139	,052	,114	,592	,266	,069	,049
Teatriõhtud, telelavastused	,101	,260	,051	-,059	,584	,174	,024	,050
Dokkaader, dokfilmid	,294	-,058	,283	,074	,517	,097	,064	,102
Loodussaated, loodusfilmid	,279	-,075	,342	,264	,460	,148	-,035	,012
Lastesaated, multifilmid	-,115	,230	,089	-,026	,295	,000	,044	-,073
Ringvaade	,277	,110	,064	,041	,138	,627	-,013	,040
Terevisioon	,143	,152	,005	-,031	,100	,518	,119	,009
Pealtnägija	,322	,115	,132	,275	,035	,479	,083	,084
Aktuaalne kaamera	,401	-,070	-,005	,132	,252	,473	-,006	-,050
Tähelaev	,097	,350	-,046	,036	,307	,434	,110	,279
Ärapanija	,116	,069	,106	,340	,048	,085	,639	,166
Pehmed ja karvased	,139	,084	,110	,202	,106	,125	,485	,013
Kolmeraudne	,271	,160	,044	-,034	,081	,212	,320	,541
Sportisaated-, ülekanded	,258	-,162	,167	,200	,138	-,011	,100	,274
Seitsmesed uudised	,148	,083	,046	,355	,086	,295	,079	,064

Lisatabel 7. Keskmise põlvkonna vastajate hulk klastrites

		%	N kaalumata	Kaalutud
Klaster	1	17%	75,000	73,160
	2	14%	63,000	62,257
	3	13%	57,000	55,018
	4	23%	102,000	97,755
	5	19%	85,000	83,928
	6	15%	65,000	63,446
Kokku			447,000	435,563

Lisatabel 8. Vanema põlvkonna faktormatriksi koosseisud

	Factor							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Vabariigi kodanikud	,867	-,002	,065	,000	,066	,078	,112	-,015
Foorum	,866	,032	,088	,071	,056	,000	,105	,026
Välisilm	,809	,073	-,048	,009	,187	,000	,126	,037
Kahekõne	,675	-,036	,224	-,035	,253	,067	,007	,236
Eesti aja lood	,597	,105	,101	,034	,315	,134	,001	-,060
Pealtnägija	,451	,093	,083	,347	,069	,215	,109	,072
Aktuaalne kaamera	,415	,012	-,068	,269	,079	,412	,016	-,098
Terevisioon	,364	,009	,219	,353	-,080	,219	,055	,077
Spordisaated-, ülekanded	,213	,142	-,074	,152	,157	,010	,044	,208
Draamad, psühholoogilised filmid	,242	,712	,141	-,092	,148	,118	,013	-,091
Komöödiad	-,049	,709	,164	,139	,082	,163	,062	-,100
Põnevusfilmid	-,051	,707	-,081	,313	,157	-,095	,119	,149
Armastusfilmid	,002	,628	,404	,093	-,009	,165	-,026	-,033
Välismaised krimisarjad (C.S.I., Kurjuse kannul, Mõrvad Midsomeris, Poirot jt)	,042	,524	,071	,108	,148	-,026	,124	,204
Ajaloolised filmid	,325	,508	,053	,004	,450	,009	-,025	-,135
Välismaised reality- show'd (Ameerika supermodell jt)	,008	,419	,287	,096	-,077	,052	,086	,253
Eesti meelelahutussaated (Tantsud tähtedega, Eesti otsib superstaari jt)	,073	,145	,661	,190	-,004	,120	-,009	,059
Eesti pereseriaalid ja seebikad (Õnne 13, Kodu keset linna, Pilvede all jt)	-,068	,052	,643	,213	,096	,188	,125	-,196
Välismaised pereseriaalid ja seebikad (Kodus ja võõrsil jt)	,052	,293	,569	,079	-,118	-,008	-,052	-,082
Mida teie arvate?	,220	,019	,564	,063	,069	,021	,079	,148
Tähelaev	,287	-,005	,510	,032	,220	,213	,070	,322
Telemängud (Sõnasõda jt)	,043	,250	,463	,331	,127	-,011	,182	,121

Eesti krimisarjad (Kelgukoerad, Ohtlik lend jt)	-,009	,270	,444	,241	,285	,103	,178	-,059
Reporter	,013	,098	,163	,715	,013	,039	,072	,109
Politseisaated (Krimiuudised, Raport, Krimi jt)	,058	,234	,109	,699	,205	-,061	,069	-,045
Võsareporter	-,010	,126	,275	,627	-,049	-,094	,210	-,044
Seitsmesed uudised	,116	,029	,176	,511	-,041	,208	,167	,029
Loodussaated, loodusfilmid	,262	,271	,109	,079	,636	,085	,018	,031
Osoon	,395	,045	,060	,010	,611	,192	,036	,080
Dokkaader, dokfilmid	,301	,266	-,025	,005	,431	,306	,146	,091
Teatriõhtud, telelavastused	,105	,058	,217	-,018	,301	,597	,040	-,010
OP, Mi jt kultuurisaated	,339	,141	,126	-,320	,183	,392	,094	,130
Ringvaade	,367	,030	,105	,352	,011	,379	,008	,241
Lastesaated, multifilmid	,009	,245	,159	,065	,008	,319	,095	,010
Ärapanija	,146	,194	,058	,301	,009	-,029	,722	,097
Pehmed ja karvased	,194	,054	,133	,178	,088	,204	,696	-,025
Kolmeraudne	,338	,117	,255	,087	,029	,041	,336	,343

Lisatabel 9. Vanema põlvkonna vastajate hulk klastrites

		%	N kaalumata	Kaalutud
Klaster	1	9%	31,000	29,090
	2	23%	75,000	71,658
	3	18%	61,000	57,293
	4	16%	53,000	50,382
	5	16%	53,000	49,295
	6	18%	59,000	56,289
Kokku			332,000	314,007