

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Sotsioloogia, sotsiaaltöö ja sotsiaalpoliitika õppekava
Sotsioloogia eriala

Andrus Tins

Noorte eelistused ja ootused seoses Eesti avalik-õigusliku ringhäälinguga

Bakalaureusetöö

Juhendajad: Maarja Lõhmus, PhD

Andu Rämmer, MSc

Tartu 2017

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

..... /töö autori allkiri/

Abstract

The preferences and expectations of the youth regarding the Estonian Public Broadcasting

The aim of this bachelor thesis is to analyse the preferences and expectations of the Estonian youth regarding Estonian Public Broadcasting (Estonian Public Broadcasting organisation ERR). The basis of this bachelor thesis is a data set collected by the author in 2015 that consisted of 341 completed questionnaires and the data of two focus group interviews. The questionnaires asked questions about the rating of the channels of ERR and preferences regarding television programmes. During the focus group interviews the emphasis was laid on finding out the reasons of the preferences and expectations of the respondents.

The main results of this thesis show that the attention of the target group (youth) is split between various media channels. ERR as such is valued by the youth, however, the actual consumption of their programmes and broadcasts is rather low. Amongst the programmes produced by ERR, programmes of *infotainment* and investigative journalism are preferred most. From the programmes that are bought in and translated, documentaries and series are preferred. The youth expects that ERR would offer better web portals and overall accessibility online, more programmes specifically dedicated to the young auditory and a more diversified programme.

Additionally, it became clear that the habits of the media use of the youth have been individualised. Young people watch and listen mainly media products that are interesting and easy to access. The respondents emphasized the need to improve the web archive of ERR and the possibilities to watch and listen TV and radio programmes later.

My research showed that the representatives of the youth target group believe in the potential of ERR as a component of the public sphere to meet better the interests of the given target group while offering programmes and broadcasts that correspond better to the needs of the youth.

Keywords: Estonian Public Broadcasting, youth, expectations

Sisukord

Abstract	3
Sisukord	4
1. Sissejuhatus	6
1.1 Uurimisprobleemi kirjeldus	6
2. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad	8
2.1 Avalik-õigusliku ringhäälingu mõiste	8
2.2 Avaliku sfääri kontseptsioonid	8
2.3 Laiem sotsiaal-kultuuriline kontekst ja noorte sihtgrupi spetsiifika	10
2.4 ERR sotsiaal-kultuurilise välja osana	12
2.5 Varasemate auditooriumiuuringute ülevaade	15
2.6. Probeemipüstitus	18
3. Andmestik ja meetodika	20
3.1 Andmekogumine	20
3.2 Andmed	21
3.2.1 Küsitluses osalejad	21
3.2.2 Fookusgruppide osalejad	22
3.3 Meetodika	22
3.3.1 Küsitlustulemuste analüüsimise meetodika	22
3.3.2 Fookusgrupi intervjuude analüüsi meetodika	23
4. Uurimistulemused	24
4.1 ERRi kanalite jälgitavus noorte sihtrühmas	24
4.2 Noorte üldised meediaeelistused	26
4.3 Noorte eelistused ERRi programmide ja saadete hulgast	27
4.4 Noorte ootused ERRile	27
4.5 Fookusgrupiintervjuud	28
4.5.1 Noorte üldised eelistused ja ootused meediale fookusgruppides	28
4.5.2 Noorte eelistused ERR-i programmidele/saadetele	30

4.5.3	Noorte ootused ERRi programmidele ja saadetele	33
4.5.4	Noorte huvid ja väärtused fookusgrupi intervjuudes	38
5.	Arutelu	39
5.1	Meetodi kriitika	40
6.	Kokkuvõte	42
	Kasutatud kirjandus	44
	Lisad	48
	Lisa 1	48
	Lisa 2	50
	Lisa 3	51
	Lisa 4	52

1. SISSEJUHATUS

1.1 Uurimisprobleemi kirjeldus

Avalikku infovälja puudutavad teemad hakkasid mulle sügavamalt huvi pakkuma peale meediateemalistes seminarides osalemist ja võimalust teha esimene küsitlus tudengite meediakasutuse kohta. Edasise süvenemise käigus Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) rolli Eesti ühiskonnas, tekkis mõte uurida põhjalikumalt Eesti noorte eelistusi ja ootusi ERR-i saadetele ja programmidele. Noored sai valitud uuritavaks sihtrühmaks, kuna nende puhul on tegu sotsiaalsete subjektidega, kes aktiivselt otsivad oma kohta ühiskonnas ning on küllaltki tundlikud ja kriitiliselt meelestatud neile pakutava info suhtes. Noored on need, kelle kätes on tulevikus eesti ühiskonna heakäekäik. Statistikaameti hinnangul oli 2015.a. 15-29-aastaste vanuserühmast 12,5% tööturult, õpingutest ja koolitustest eemal (Roosimägi, 2016). Sotsialiseeruvate noorte jaoks on relevantne sotsialiseerumist ja isiksuslikku kujunemist toetav info olulise tähtsusega nii üldiste eluvalikute kontekstis kui õppimis- ja töötamisotsuste tegemisel.

Antud uurimuse kontekstis käsitletakse noortena 15-28-aastaseid põhikoolis, gümnaasiumis, kutseõppeasutuses ja ülikoolis õppivaid Eesti noori. ERRile sai uurimine keskendatud põhjusel, et kui kommertskanalid sõltuvad oma tegevuses peamiselt või ainuüksi vaatajareitingutest, siis ERR-i roll ühiskonnas on palju spetsiifilisem. Eesti Ringhäälinguseaduses on ära toodud Rahvusringhäälingu tegevuse eesmärgid, mille hulgas on ära toodud muuhulgas alljärgnevad printsiibid:

„Rahvusringhäälingu eesmärk on kaasa aidata Eesti Vabariigi põhiseadusega sätestatud Eesti riigi ülesannete täitmisele. Selleks loob Rahvusringhääling programme, toodab ja vahendab saateid ning korraldab teisi tegevusi, mis ükshaaval või kogumis:

- *aitavad kaasa Eesti ühiskonna sotsiaalse sidususe kasvule;*
- *aitavad kaasa Eesti majandusliku heaolu ja konkurentsivõime kasvule;*
- *aitavad kaasa demokraatliku riigikorralduse edendamisele;*
- *aitavad kaasa Eesti ajaloo ja kultuuri audiovisuaalsele jäädvustamisele;*

- *tagavad igaihele vabaks eneseteostuseks vajaliku informatsiooni saamise.*“ (Eesti Rahvusringhäälingu seadus, 2007).

Seega on noorte kaasamine ühiskondlikesse protsessidesse läbi ühiskonnas toimuvate protsesside reflekteerimise ja arutlemise ERRi üks ülesannetest. Eelnevalt on küll uuritud nii meediakanalite üldist auditooriumi hulka ning jagunemist kanalite vahel (vt EMOR, 2009; 2014, 2016), elanikkonna enesekohaseid hinnanguid oma informeerituse ja meediakanalite olulisuse kohta infoallikadena ja meediakanalite usaldamist (vt Eesti ühiskonna integratsiooni monitoring, 2015) kui ka analüüsitud lähemalt gümnaasiumiõpilaste ootusi ühele Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) kanalile (vt täpsemalt Kase, 2006), kuid käesoleva töö puhul olen fookuse seadnud uuemate kvalitatiivsete andmete analüüsile, mille alusel kaardistan noorte suhet ERRi programmiga nende eelistuste ja ootuste kaudu. Uurimus põhineb autori poolt kogutud andmestikul, mis sisaldab ühe osana noorte enesekohaseid hinnanguid ERRi kanalite jälgitavuse kohta statistiliselt üldistatud kujul. Teise osa moodustavad fookusgrupi intervjuud noorte eelistustest ja ootustest, mis on suunatud ERRi kanalite saadetele ja programmidele.

Käesoleva bakalaureusetöö uurimisprobleem seisneb selles, millised on noorte eelistused ja ootused ERR-i saadetele ja programmidele. Uurimisteema on oluline, kuna aitab avada noorte mediaeelistuste põhjuseid.

Uurimuse eesmärk on autori poolt kogutavate andmete põhjal leida vastused uurimisprobleemist lähtuvatele **uurimisküsimustele**, mis on järgmised:

1. Millised on noorte eelistused ERR-i saadete ja programmide hulgas

Eesmärgiks on selgitada välja, milliseid saateid ja programme ning kui palju noored ERR-i programmis jälgivad.

2. Millised on noorte ootused ERR-i saadetele ja programmidele

Millest tunnevad noored ERR-i programmis puudust; mida nad sooviksid, et ERR-i programm veel sisaldaks?

2. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Kirjeldamaks sotsiaal-kultuurilist konteksti, mille raames käsitletakse käesolevas töös analüüsitud noorte eelistusi ja ootusi Eesti avalik-õiguslikule ringhäälingule (ERR), vaatlen järgnevalt, kuidas erinevad autorid on käsitlenud avalikkuse ja avalik-õigusliku ringhäälingu mõisteid ja mõtestanud tänapäevast sotsiaal-kultuurilist konteksti, milles avalik-õiguslik ringhääling (AÕR) tegutseb.

2.1 Avalik-õigusliku ringhäälingu mõiste

Keskse märksõnana on välja toodud AÕRi puhul selle avalikkuse huve teeniv roll. Denis McQuail on esitanud avalik-õigusliku ringhäälingu peamiste eesmärkidenä järgmised tunnused:

1. *Üldine geograafiline katvus ja kättesaadavus*
2. *Pakub mitmekesist programmi enamikele maitsetele, huvidele ja vajadustele, samas kajastab ka täisspektris arvamusi ja tõekspidamisi*
3. *Käsitleb vähemusrühmadele huvi pakkuvaid teemasid*
4. *Aitab kaasa rahvusliku kultuuri, keele ja identiteedi säilimisele ja arengule*
5. *On ühiskondlik-poliitilise diskussiooni keskkonnaks*
6. *Pakub tasakaalustatud ja erapooletut infot probleemide ja konfliktide kohta*
7. *On suunatud kvaliteetse programmi tootmisele (ehkki seda võib defineerida mitmel viisil)*
8. *Asetab avalikkuse huvid esikohale (võrreldes majanduslike huvidega) (McQuail, 2010)*

John Reith, BBC (British Broadcasting Company) esimene juhataja aastatel (1922–1938) on defineerinud AÕR-i kui organisatsiooni, mis peab olema poliitilistest huvidest, parteide mõjust ning majanduslikest huvidest sõltumatu organisatsioon (Löhmus ja Ehand, 2001).

2.2 Avaliku sfääri kontseptsioonid

Avalikkuse mõistet ja selle ühiskondlikku olulisust on lahti mõtestatud mitmeti. 18. sajandi filosoof Immanuel Kant rõhutab oma teoses "Puhta mõistuse kriitika" mõistuse ja avalikkuse sisemist ühendust, st vabadus kritiseerida on tema meeles mõistlikkuse eeltingimuseks ehk (ühiskondlikke) mõistlikke otsuseid on parem teha pigem vabade kodanike konsensuse alusel,

olukorras, kus igal kodanikul peab olema õigus vabalt oma kahtlusi avaldada (Gripsrud, Moe, Molander, Murdock, 2010).

Noam Chomsky (2006:8) leiab, et üldiselt võttes võib jagada demokraatlikud ühiskonnad kahte tüüpi. Nimetatud autor kirjeldab: „*Ühe kontseptsiooni kohaselt on rahval võimalik demokraatlikus ühiskonnas oma elu korraldamises tõsiseltvõetaval määral kaasa lüüa ning infovahetus toimib vabalt ja tõketeta. Kui võõrsõnastikust järele vaadata, siis umbkaudu sellise definitsiooni te sealt leiategi. Teise määratluse kohaselt ei võimaldata demokraatliku ühiskonna liikmetel oma elukorraldusele mingit mõju avaldada ning ligipääs informatsioonile peab olema range kontrolli all.* (Chomsky, 2006:8)“. Chomsky seisukohast lähtuvalt on rahva olulisel määral avalikku arutellu ja selle kaudu ka otsustusprotsessidesse kaasamine lahendatud erinevates ühiskondades erinevalt. Jürgen Habermas on avalikku sfääri kirjeldanud järgmiselt: „*Avalikkus ise kujutab endast sfääri, avaliku arvamuse sfäärina, /.../. "Avalikkuse organiteks" loetakse siis vastavalt kas riigiorganid või jälle meediumid, mis ajakirjanduse kombel aitavad kaasa kommunikatsioonile publiku seas* (Habermas, 2001:52).

Eeltoodust nähtub, et avalikkuse käsitlusi on erinevaid. Seda nii teoorias kui praktikas. Käesolevas uurimuses lähtun andmeid analüüsides Habermasi avalikkuse kontseptsioonist, mis eeldab, et rahvas on kaasatud infovälja kaudu avalikesse aruteludesse, kaasatud demokraatlikesse sotsiaalsetesse ja kommunikatiivsetesse protsessidesse, mille kohaselt rahvas on aktiivne osapool ühiskondlikus, poliitilises ja kultuurilises diskussioonis. Habermasi avalikkusekäsitluse ideid kannab endas ka ERRi 2015-2018 arengukava, kus on ERRi tegevuseesmärkidena välja toonud muuhulgas Eesti identiteedi kajastamine ja peegeldamine, ühiskonna lõimimine ja teadvustamine, ning ühiseväärtuste kandmine (Eesti Rahvusringhäälingu..., 2014). ERRi tegevuseesmärkidest lähtuvalt peaks noorte auditooriumisegment ja ERR asuma ühises avalikus sfääris.

Avalik-õiguslik ringhääling ERR on oluline demokraatliku kodanikuühiskonna osa tänu oma avalikkuse teenimise rollile. Ajakirjaniku ja ajakirjanduse rolli olulisus ühiskonnas väljendub sotsiaalselt tähtsate teemade tõstatamises ja nende üle arutlemises (vt Danesi, 2009:166). Daniel C. Hallin on esitanud kolmeosalise meediasfäärade mudeli, mille järgi koosneb avaliku arutelu sfäär (1) konsensuse alast, (2) legitiimsete vastuolude alast ja (3) vaikuse alast (Hallin, 1986). Hallin (1986) on selle mudeli juures esile toonud ajakirjanduse rolli olulisuse uute teemade toomisel vaikuse alast legitiimsete vastuolude alasse. Sel juhul tegutseb ajakirjandus avaliku arutelu baasina ning kaasab avalikkuse sotsiaalsetesse protsessidesse. Meedia

konstrueerib seega avaliku ruumi osa, mille kaudu toimuvad sümbolite vahendusel ühiskondlikud kommunikatsiooniprotsessid (McQuail, 2010). Hallini meediasfääride mudelit võib vaadelda kui Habermasi avaliku sfääri kontseptsiooni täiendust ja täpsustust selle kohta, kuidas meedia ja ajakirjandus osalevad avaliku aruteluvälja loomises ja arendamises. Antud lähenemisviisi kohaselt on nii auditoorium kui meedia/ajakirjandus teatud viisil osalised ühiskondlikes protsessides.

2.3 Laiem sotsiaal-kultuuriline kontekst ja noorte sihtgrupi eripära

Indiviidid tegutsevad sotsiaalse ruumi mõjuväljas. Pierre Bourdieu kasutab terminit „sotsiaalne ruum“ empiirilisel kogetavate sotsiaalsete sündmuste kohta (Bourdieu, 2003:58). See on ruum, kus toimub infovahetus indiviidide ja ühiskonna erinevate osade vahel. Teatavat spetsiifilist sotsiaalset ruumi kitsamas tähenduses nimetab Bourdieu *väljaks* (Bourdieu, 2003:59). Üheks sotsiaalse ruumi osaks on meediaväli. Sellise välja ehk sotsiaalse ruumi osa struktuur on dünaamiline. Väljaga seotud agendid on mõjutatud väljaga seotud jõududest ning samas võistlevad agendid omavahel vastavalt oma positsioonile, vahenditele ja eesmärkidele jõududevälja struktuuris, aidates niiviisi kaasa välja struktuuri püsimisele või ümberkujundamisele (Bourdieu, 2003:59). Noorte meediaväljal toimuv on oluline noorte identiteetide, arusaamade, huvide ja väärtushinnangute kujunemisel. Noorte suhe meediaväljaga on oluline, kuna noored kui tuleviku täiskasvanud määravad paljuski edaspidiselt ühiskondlikud struktuurid ja kvaliteedid.

Benedict Anderson on nimetanud rahvast kujuteldavaks kogukonnaks (*imagined community*) (Anderson, 1991:4). Kui varasemalt on kogukonnad moodustunud peamiselt geograafilise asukoha baasil, siis sotsiaalmeedia kanalite areng on võimaldanud ka konkreetsest asukohast sõltumatute kogukondade teket. Indiviidi grupikuuluvuse ja identiteedi määrab pigem kaaslastega sarnaste huvide olemasolu. Veebi kaudu suhtlemine ning kuulumine erinevatesse veebikogukondadesse ja -võrgustikesse avardab indiviidi infovälja. Konkurents indiviidi tähelepanu eest erinevate info- ja meediakanalite vahel suureneb. Meedial on varasemast olulisem koht ühiskondlikes struktuurides.

Noorte sihtrühm on teatav abstraktsioon ja sellesse kuulub küllaltki erinevate tunnustega indiviide. Üheks peamiseks ühiseks tunnuseks on noorte sihtrühma puhul nende aktiivne sotsialiseerumine, valmistumine või kohanemine täiskasvanueluga. Noorte vanuserühma esindajad nii õpivad kui töötavad, on nii vanematest sõltuvaid kui majanduslikult iseseisvaid.

Ka kultuurilises mõttes ei ole noorte sihtrühm seoses globaliseerumise ja ülemaailmse veebi arenguga nii selgelt piiritletav, kuna veeb võimaldab noortel kuuluda oma asupaigast sõltumatult erineva kultuuritaustaga kogukondadesse. Lisaks kätkeb käesolev ajastu endas pidevaid ja lõppematuid muutusi, mida Zygmunt Bauman on määratletud kui „voolav modernsus“ (*liquid modernity*) (Bauman, 2000, Palese, 2013 kaudu). Info- ja meediakanalite paljususe kontekstis avaldub „voolav modernsus“ sihtgrupisestest huvide paljususe näol (millele aitavad kaasa ulatuslikumad kultuurikontaktid). Indiviidi tasandil aga fragmenteeritud ajakasutuses ja potentsiaalses vajaduses töötada läbi suurem hulk infot, kuna ei soovita ilma jääda enda jaoks väärtuslikust teabest. Et olla noorte jaoks atraktiivne, peab saadete ja programmide sisu ning vorm olema ajakohane. Globaliseerumisega seoses ei ole indiviidide gruppidentiteedid (*ethnoscapes*) enam nii tihedalt seotud mõne kindla maa-alaga, ruumiliselt omavahel seotud ega kultuuriliselt homogeenised (Apadurai, 1991:191). Seega on meediakanalid olukorras, kus auditooriumi üks sihtrühm on rühmasiseselt hõlmatud erinevatesse kultuuriruumidesse ja mittelokaalsetesse infoväljadesse. See suurendab ühelt poolt auditooriumi valikuvõimalusi, teiselt poolt aga meediakanalite konkurentsi auditooriumi tähelepanu võitmiseks.

Muutused meediamaastikul on viinud auditooriumi üha ulatuslikuma fragmenteerumiseni (Couldry ja Markham, 2007:2). Paljude noorte ellu on ulatuslikult integreerunud sotsiaalmeediakanalid (Lenhart, 2015). Interaktiivsust ja sotsiaalset tunnustust pakkuvatena on sotsiaalmeediakanalid noortele atraktiivsed ning ajalise ressursi hõivamise poolest olulises konkurentsis teiste meediakanalitega, sh AÕR-ga. Sotsiaalmeedia sagedase ja aktiivse kasutamise seoses on osutatud fenomenile, mida on hakatud nimetama „hirmuks millestki ilma jääda“ (*fear of missing out* ehk *FoMO*, vt täpsemalt Przybylski, Murayama, DeHaan, ja Gladwell, 2013), mille põhjustena on välja toodud indiviidide hirm infoküllusest tingituna millesti muust olulisest ilma jääda kui nad pikalt ühele infokanalile (või tegevusele) keskenduvad.

Samas valitseb informeeriva-hariva (ehk ühiskondlikuks aruteluks ja sotsialiseerumiseks ainet pakkuva) ning meelelahutusliku meediasisu vahel omakorda konkurents ning ka teatud vastuolu. On leitud, et indiviidid, kes jälgivad kuulsuste tegevuse meediakajastusi (*celebrity culture*) on kõige väiksema tõenäosusega poliitilistest protsessidest huvitatud (Couldry ja Markham, 2007:11). Poliitiliste protsesside tähenduses on antud juhul käsitletavad kõik ühiskondliku arutelu käigus lahendust vajavad küsimused. Auditooriumi suurema tähelepanu saavutamiseks on aja jooksul faktilist sisu edastavad saated meelelahutuslikumaks muutunud

ning laialdaselt kasutusel kombineeritud meediažanrid, nt *infotainment* ja *edutainment* (vt terminite kohta täpsemalt Danesi, 2009). *Infotainment* on meediažanr, mille puhul on faktiline info esitatud kombineerituna meelelahutuslike elementidega. *Edutainment*'i puhul on hariduslik meediaprogramm kombineeritud meelelahutusliku sisuga. Mõlemad nimetatud meediažanrid püüavad meelelahutusliku poole lisamise teel olla auditooriumisõbralikumad kui puhtalt infot ja hariduslikku sisu edastavad programmid. Kuid samas võib meelelahutuslikumaks muutumise tõttu kannatada nende programmide roll avaliku infovälja osana. Tarbimiskultuuri (ja – väärtuste) domineerimine ühiskonnas loob pinnase meelelahutusliku info prevaleerimisele meedias üldiselt.

Väärtusteks peetakse eetilisi põhimõtteid ja ideaale ning need on olulise mõjuga sellele, mida invidiidid sotsialiseerumise käigus õpivad ning kuidas ja kuivõrd invidiid kohaneb antud sotsiaalsete oludega (Bruce ja Yearley, 2006). Väärtused kajastuvad huvides ja vajadustes. Väärtuste ja väärtussüsteemide omandamine invidiidi poolt on seotud sotsialiseerumisega. Meedia on üks paljudest sotsialiseerumise agentidest kooli, perekonna, suhtlusvõrgustike jms kõrval. AÕRi kui meediakanali ühiskondlikust rollist lähtudes on vajalik, et selle poolt käsitletavat teemat oleksid üldises kooskõlas invidiidi poolt tajutava sotsiaalse tegelikkusega, et invidiid ja AÕR asuksid ühiselt sarnaseid väärtusi evival avalikkuse väljal.

Liikudes AÕRi ühiskondlik-kultuuriliste olude juurest edasi, annan ülevaate nii ERRi alusdokumentidest kui ERRi ülesannetest ja väljakutsetest noorte sihtrühma suhtes.

2.4 ERR sotsiaal-kultuurilise välja osana

Oslo Ülikooli meedia- ja kommunikatsiooni professor Espen Ytreberg on kirjutanud tuntud Ameerika-Kanada sotsioloogi Erving Goffmanni ideestikust massikommunikatsiooni olemuse kohta järgmist. Goffmann käsitleb massikommunikatsiooni interpersonaalse sfääri kontekstis kui ühte info- ja kommunikatsioonisfääri konstrueeritud osa. Goffmann rõhutab, et selline massikommunikatsioon on tunduvalt suuremal määral planeeritud, kontsentreeritud ja produtseeritud kui näiteks üksikindiviidide vahel toimuv kommunikatsioon. Goffmann kirjeldab massikommunikatsiooni teatavat illusoorset olemust, kuna selline kommunikatsioonikeskkond ei ole mitte loomulikul moel informaalne, vaid püüab olla planeeritud ning kavatsetult informaalne ja „värske“ (Ytreberg, 2002). ERRi väljakutse seisneb jõudmises oma sihtrühmani antud sihtrühma eripära ja vajadusi arvestades, olla noortele implitsiitselt omane.

Seega on ka ERR oma algolemuses interpersonaalse sotsiaalse interaktsiooni institutsioon, mis osaleb aktiivselt info vahendamises ja toimetamises. Sellise sotsiaalse interaktsiooni käigus auditooriumi ja meedia vahel toimub auditooriumi identiteetide kujundamine läbi jagatud väärtuste, ideede ning informatsiooni (McQuail, 2000).

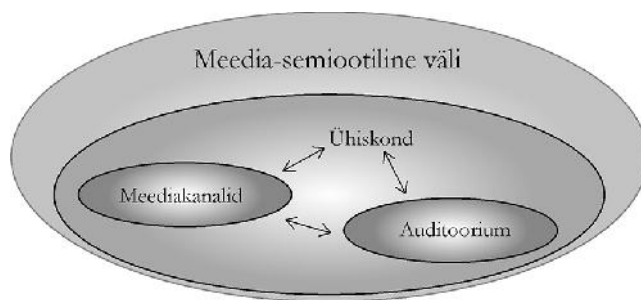
Infoühiskonna arenedes on välja toodud intellektuaalsete tarbekaupade (*commodities*) laiemat levikut, mis väljendub muuhulgas informatsiooni kaubastamisena ehk kommodifikatsioonina (Kelo lu- ler ja Bayram, 2014:551). Info kommodifikatsiooni trendi taustal (online meediaväljaannete tasuliseks muutumine jms) on ERR-i poolt pakutava info vaba kättesaadavus ja kogu Eesti territoriaalse katvuse tagamine oluline väärtus.

ERR-i roll ei seisne ainult ülejäänud suure hulga meediakanalitega auditooriumi tähelepanu pärast võistlemises, vaid ka eheduses ja indiviidiläheduses, sisulises ja vormilises kvaliteedis, edastades seda, mis on huvitav ja vajalik laiale spektrile sithrühmadele. ERR-il on eesti ühiskonna suhtes ainulaadne positsioon meie ühise kultuuriruumi säilitaja ja arendajana, kultuurilise arengu baasina kõige laiemas mõttes. Antud ühiskonnas ja sotsiaalses grupis prevaleerivad väärtusi võib käsitleda kui teatud kultuurilisi hoiakuid. Peeter Torop on viidanud kultuurile kui kollektiivsele protsessile. Toropi järgi on kultuur protsess, kus kollektiivne isiksus tegeleb ümbersõnastamisega, enesele selgitamisega, ühe teksti tõlkimisega erinevateks tekstideks (Torop, 1999). Sotsiaalse rühma kollektiivset isiksust võib määratleda kui antud rühma sarnaseid arusaamu, hoiakuid, väärtusi ja käsitlusviise kujundavat sotsiaalset interaktsiooni. Sellise interaktsiooni kaudu toimub ühiskondlike ja kultuuriliste struktuuride taastootmine ja ajakohastamine. Nimetatud kollektiivne protsess toimub avaliku sfääri kaasabil.

Teemade aktuaalsus ja olulisus ning auditooriumi kultuuriline kaasamine on meedia-semiootilise välja kontekstis ERRi kui ühiskondliku info- ja aruteluplatvormi jaoks olulised märksõnad. ERR-i arengukavas 2015-2018 on ERR-i visioonina välja toodud muuhulgas, et: „*Rahvusringhääling kajastab ja loob mitmekesist sisu, mis peegeldab Eesti identiteeti, kannab ühiseväärtusi, teadvustab ja lõimib ühiskonda*“ (Eesti Rahvusringhäälingu..., 2014) Mitmekesise sisu loomine, mis peegeldab Eesti identiteeti on väga oluline noorte sotsialiseerijana. Eesti identiteedi loomele saab kaasa aidata ERR-i omasaadete ja sisseostetud programmi optimaalne tasakaal. Teistes kultuuriruumides valminud programm annab sündmustele ja infole pigem Eesti konteksti mitte arvestavaid tõlgendusi ja vaatenurki. Samas on noorte maailmapilti avardavana ja informeerivana oluline ka kvaliteetne mittekohalik

toodang. Oluline on programmi õige tasakaal auditooriumi huvidest ja vajadustest lähtuvalt nagu on sätestatud ka ERRi arengukavas (Eesti Rahvusringhäälingu..., 2014).

Sellist välja, kus info, tõlgendused, narratiivid ja muud kommunikatiivsed elemendid moodustavad koos ühiskonna, meediainstitutsioonide ja auditooriumiga koostoimelise terviku võib nimetada meedia-semiootiliseks väljaks (Joonis 1). Info ja teabe edastajana osaleb ERR aktiivselt meediaväljal sotsiaalsete agentide (indiviidide) hoiakute kujunemisel. ERR on oluline kultuurilise taastootmise institutsioon. ERR omab ainulaadset positsiooni ja potentsiaalseid võimalusi ühiskonnas erinevate väärtuste, tähenduste ning kultuurielementide edastamisel, muutmisel, kinnistamisel ja tühistamisel. Varasemaid teadmisi ja hoiakuid võib pidada oluliseks komponendiks meediaprogrammide tähenduslike diskursuste kodeerimisel ja dekodeerimisel (McQuail, 2000). Tähenduste kodeerimine võib meedia sisu loojatel käia oma põhimõtete järgi, kuid selle kodeeritud sisu dekodeerimine saab toimuda vastavalt auditooriumi (indiviidi) eelnevatele teadmistele ja tähendusraamistikele. ERRil on vaja olla dialoogis noorte sihtgrupiga, et osata neid kõnetada, mõista sihtgrupile olulist.



Joonis 1. Meedia-semiootilise välja mudel (ühiskonna, meediakanalite ja auditooriumi vaheline interaktsioon).

On leitud, et lääne ühiskondades on aja jooksul indiviidide omavahelised ning indiviidi ja ühiskonna vahelised sidemed nõrgenenud. Vähenenud on ühiste jagatud väärtuste hulk, ühiskondlik aktiivsus ja sotsiaalne kapital (Putnam, 2000). Seega võib ERRis näha ka potentsiaalset jõudu, mis aitab kindlustada ühiskonnagruppide sotsiaalset sidusust, ühendada indiviide jagatud kogemuste ja väärtuste kaudu.

Kaasaegses meediaruumis on ülimalt oluline ka uute lisandunud meediakanalite ja – platvormide ning interaktiivsete kommunikatsioonivõimalustega arvestamine. Rahvusringhäälingu nõukogu liikmena töötanud Andres Jõesaar on kinnitanud, et ringhäälingu puhul on oluline, et selline vana ringhäälingumudel, kus ringhääling edastas auditooriumile teavet ühesuunaliselt ei toimi tänapäeval enam (Jõesaar, 2005). ERR-i

väljakutseks on Jõesaare sõnul jätkuvalt noor auditoorium vanuses 12-29 eluaastat (Jõesaar, 2016). Noorte ühiskonnagrupp moodustab samas Eesti elanikkonnast ligi 18% (15-24 – aastased) (Statistikaamet, (2017)). See on oluline hulk elanikkonnast, kellel on oma eelistused, ootused, huvid ja vajadused arutevälja ning info suhtes. Jõesaar on kinnitanud arvamust, et noored ei ole niivõrd kinni mingis kindlas meedia- või infokanalis, vaid hindavad kvaliteeti ja liiguvad oma tähelepanuga sinna, kus leiavad sobiva kvaliteedi ja sisuga saateid ja programme (Jõesaar, 2016).

ERRi ja erakanalite kõrval pakuvad alternatiiv- ja sotsiaalmeedia noortele palju huvipakkuvaid ja paindlikke võimalusi. Eelkirjeldatud ühiskondliku konteksti ja olude täiendavaks avamiseks annan järgnevalt ülevaate mõningatest varasematest uuringutest Eesti noorte meediakasutuse dünaamika kohta.

2.5 Varasemate auditooriumiuuringute ülevaade

Varasemate meediauuringute hulka, millest annan järgnevalt ülevaate, olen valinud uuringud, mis annavad käsolevale uurimusele laiemat konteksti. Info- ja kommunikatsioonikanalite arenguga seoses on aina olulisemaks muutunud veebipõhise meedia osakaal, lisaks ka uued meediavormid (sotsiaalmeedia, meediakanalite veebiväljaanded, -arhiivid jms). Seetõttu annangi ülevaate uuringutest, mis kirjeldavad laiemat Eesti meediamaastriku olukorda ja portreerivad auditooriumi meediakasutust iseloomustavaid arenguid.

1) IPTV kasutajate uuring

2004. aastal kogutud andmete põhjal on Raivo Suni analüüsinud traditsioonilise voogedastusel põhineva televisiooni kõrvale tekkinud andmebaasi tüüpi veebipõhise televisiooni (IPTV) auditooriumi (Sun, 2008). Nimetatud uuringust ilmneb, et Eesti elanikest vaatas 2004. a. igapäevaselt IPTV-d 9 % veebi kaudu televisiooni jälgivatest inimestest.

Vaadeldava uuringu kohaselt on peamised põhjused, miks 2004. a. küsimustikule vastajad veebi kaudu televisiooni jälgisid järgmised (% vastajatest, kes andsid vastuse sageli+vahel, n=631):

- 1) *Et vaadata varem eetris olnud saateid arhiivist – 90*
- 2) *Et leida midagi põnevat – 87*
- 3) *Et vaadata saateid/programme, mis on televiisorist vaatamata jäänud - 86*

Kokkuvõtlikult märgib Suni, et üha paranev interneti kaudu kättesaadav programmivalik oli 2004. a. muutnud auditooriumi harjumusi. 26% IPTV kasutajatest tajusid, et nad on hakanud vähem vaatama traditsioonilisel moel televiisorist tulevat teleprogrammi peale seda kui nad hakkasid IPTV-d kasutama. Eriti ulatuslikud on muutused nooremate inimeste hulgas. 35% IPTV kasutajatest vanuserühmas 30-aastased ja nooremad ütlesid, et on hakanud vähem tavalist televiisorit vaatama.

2) „Eesti integratsiooni monitooring 2015“ andmed meediakanalite kasutuse kohta

Ühe olulise lisadimensiooni meediavälja fragmenteerumisele annab veebipõhiste suhtlus- ja sotsiaalmeedia võimaluste ulatuslik kasutamine noorte poolt. Eesti elanike sotsiaalmeedia kasutust kirjeldab Tabel 1 (Seppel, 2015). Eestlaste puhul on neid, kes ei kasuta ühtegi sotsiaalmeedia kanalit vanuserühmas 15-34 aastat 6%, üle 35-aastaste hulgas vastavalt 20%. Sarnased on vastavad näitajad ka mitteeestlaste hulgas (9% ja 19%). Vaieldamatult kõige enam kasutatav sotsiaalmeedia kanal on Facebook. 15-34-aastaste hulgas on selle sotsiaalmeedia kanali kasutajaid vastavalt eestlaste ja teisest rahvusest inimeste hulgas 92% ja 69% (Seppel, 2015).

Tabel 1. Erinevate sotsiaalmeedia kanalite kasutus eestlaste ja teistest rahvustest inimeste hulgas, vanuserühmade lõikes, % (Seppel, 2015; Eesti integratsiooni monitooring, 2015).

	Mitte-eestlased	Mitte-eestlased	Eestlased	Eestlased
	Kõik	15-34-aastased	Kõik	15-34-aastased
Facebook	39	69	58	92
Google+	27	39	57	56
Odnoklassniki	35	43	1	2
Vkontakte	23	48	2	5
Twitter	6	9	7	15
Ei kasuta ühtegi	40	9	35	6

Sama uuring kirjeldab online meediakanaleid ka laiemalt. 15-29-aastased vanuserühma esindajad eelistavad ERR-i uudisteportaalidele teisi online meediakanaleid Postimees.ee, elu24.ee. Viimaseid hindab vastav vanuserühm keskmiselt endale lähedasemaks (3,5) kui mõnda ERR-i uudisteportali (2,4). Kõige kõrgema hinnangu ongi 15-29-aastased andnud kanalitele Postimees.ee, elu24.ee ja delfi.ee, mida tajutakse nimetatud meediakanalite poolt esitatud sisu poolest endale kõige lähedasemana (Tabel 2).

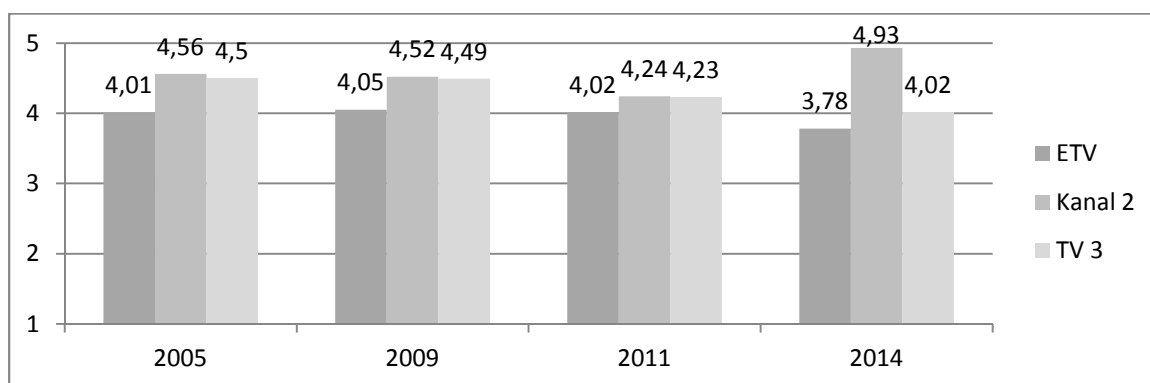
Tabel 2. Vastajate hinnangute keskmised väärtused erinevatele meediakanalitele, skaala 1-kõige kaugem...5-kõige lähedasim (Seppel, 2015; Integratsiooni monitooring, 2015).

	Mõni ERRi uudisteportaal	Postimee.ee, elu24.ee	Mõne teise Eesti ajalehe online väljaanne	delfi.ee	Mõni teine Eesti portaal	Mõni Venemaa ajaleht, portaal	Teiste maade ajalehed, portaalid
15-29	2,4	3,5	2,9	3,5	2,2	1,1	1,91
30-44	2,6	3,3	2,8	3,4	2,2	1,1	1,42

Märkus: Vanuserühmade vaheliste erinevuste olulisuse nivoo 0,00

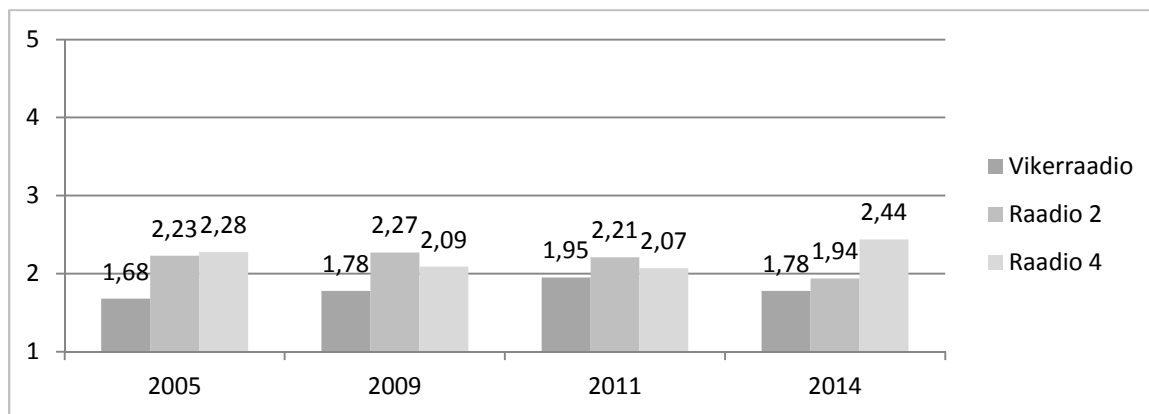
3) Auditooriumi hinnagud ERRi kanalitele 2005-2014

Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste instituudis teostatud uuringus on toodud ERRi kanalite tajutud lähedus auditooriumi poolt (jagatud väärtused, sisu sobivus auditooriumile) (MeeMa, 2015). Hinnagud on toodud nelja aasta kohta perioodil 2005-2014 MeeMa andmete põhjal.



Joonis 2. Noorte vanuserühma hinnangud Eesti suurimatele telekanalitele (skaala: 1 – kõige kaugem... 5- kõige lähedasem) (MeeMa, 2015).

Esitatud tulemustest nähtub, et võrreldes 2011. aastaga on 2014. aastal vähenenud eestikeelsete noorte hulk, kes hindavad ETV-d endale lähedasena. Samas toimub noorte huvi vähenemine Kanal 2 ja TV3 vastu kiiremini kui ETV suhtes (Joonis 2).



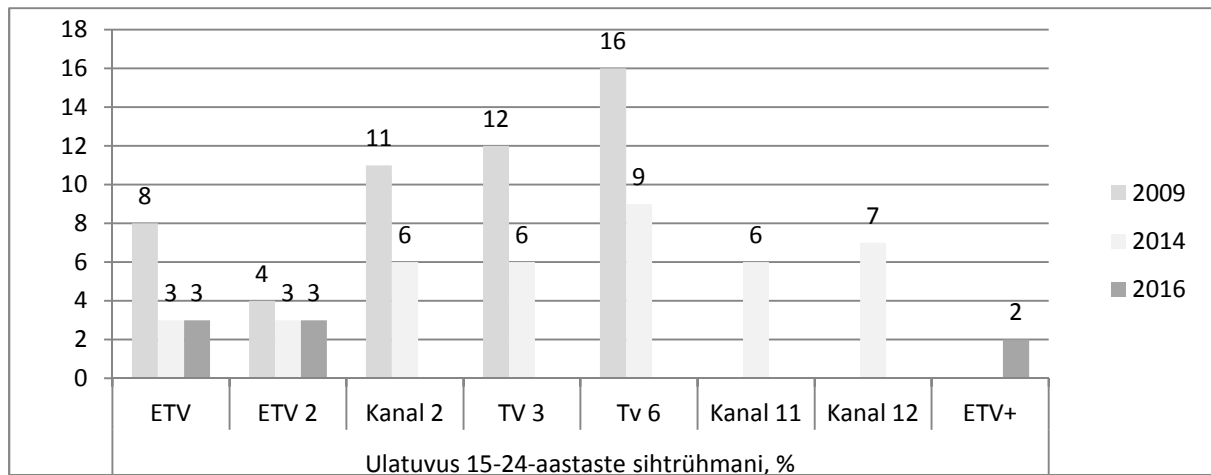
Joonis 3. Noorte hinnangud ERR-i raadiokanalitele Vikerraadio, Raadio 2, Raadio 4 (skaala: 1 – kõige kaugem ... 5 – kõige lähedasem).

Eestikeelsete vastajate hulgas on noorte vanuserühmas Vikerraadio tajutud lähedus aastatel 2005-2014 ühtlaselt madal. Raadio 2 on noorte poolt hinnatud 2014. a. vähem lähedaseks (1,94) kui aastal 2005 (2,33) (Joonis 3). Venekeelsete vastajate hulgas on venekeelne ERR-i kanal Raadio 4 kõigis vanuserühmades aastal 2014 varasemast lähedasemaks saanud oma auditooriumile.

4) ERR-i telekanalite vaadatavus EMOR-i meediamonitooringu andmetel

Telekanalite vaadatavuse muutuse dünaamika esiletoomiseks kõrvutan omavahel EMOR-i 2009., 2014. ja 2016. a. ühe kuu kohta teostatud teleauditooriumi mõõdikuuringu raportite andmeid 15-24 –aastaste vanuserühma kohta (EMOR, 2009; 2014; 2016) Telekanalite sihtrühmani ulatuvuse ülevaate leiab allpool toodud jooniselt (Joonis 4).

Kokkuvõtvalt saab varasemate uuringute põhjal öelda, et ERR-i kanalid on noorte sihtgrupi jaoks vaadeldud uuringute põhjal aja jooksul pigem marginaliseerunud. ERR-i kanaleid tajutakse vähem lähedastena (indiviidi kõnetava sisu poolest) ja nende jälgimise määr sihtgrupi hulgas on valdavalt madalam kui teiste Eesti meediakanalite puhul. 2016.a. sügiseks üle aasta eetris olnud venekeelne (paljuski ka eestikeelsete subtiiritega) kanal ETV+ noorte sihtgrupini jõudmise määr on madal, 2%. ETV ja ETV2 sihtgrupini jõudmise määr aastal 2016 oli kummalgi kanalil 3%.



Joonis 4. Eesti telekanalite vaadatavus 15-24 – aastaste vanuserühmas 2009.a. märtsis, 2014.a. ja 2016.a. novembris (sihtgrupini ulatuvus (reach) vähemalt 1 minut, %).

2.6 Probleempüstitus

Selgitamaks noorte eelistusi ja ootusi ERR-i saadetele ja programmidele ning seda, kuivõrd noortel on huvi ERRi vastu, olen valinud uuritavaks sihtgrupiks noored vanuses 15-28 aastat. Uurimisküsimustele vastamiseks koostas in valimi 15-28 aastastest Eesti noortest ja kogusin neilt andmeid ankeedi ja fookusgrupiga. Peamiselt keskendun fookusgruppide info analüüsimisele, toetava infona kasutan küsimustikuga kogutud ERRi jälgitavuse kohta. Eesmärgiks on noorte poolt ERRile suunatud eelistuste ja ootuste kaudu avada seda, mis noori huvitab ja mida nad väärtustavad ning kuivõrd ERR on noorte avaliku sfääri osa, vahendades ning reflekteerides noortele vajalikku infot?

Uurimus kaardistab noorte eelistusi ehk valikuid olemasoleva ERRi programmi/saadete hulgas ning ootusi ehk seda, millest noored ERRi programmis puudust tunnevad, mis noori huvitab ja mida nad tajuvad ennast vajavat. Noorte eelistuste ja ootuste kirjeldamine aitab mõista ERRi ja noorte suhet ja nende omavahelist dünaamikat ühtse avaliku sfääri kontekstis.

3. Andmestik ja metoodika

Alljärgnevalt tutvustan uuringu käigus kogutud andmeid ja ankeedile vastajate ning fookusgruppides osalejate valikupõhimõtteid.

3.1 Andmekogumine

Vastajate leidmisel lähtusin eesmärgist, et esindatud oleks mitmekesise profiiliga sihtgrupi liikmed (üldharidus, kutse-, kõrgharidusasutused; linna- ja maanoored). Valimisse kuulus 344 15-28-aastast põhikoolis, gümnaasiumis, kutseõppeasutustes ja ülikoolis õppivat Eesti noort. Nende hulgas oli nii eesti kui ka vene õppekeelega koolide noori. Antud uuringu puhul oli tegemist mittetõenäosusliku valimiga. Selle valimi puhul ei ole kõigil sihtrühma liikmetel võrdne võimalus valimisse sattuda (Rämmer, 2014). Nimetatud valimi moodustamise kriteeriumi korral ei saa teha uurimistulemuste puhul üldistust kogu noorte vanuserühma alampopulatsioonile (Rämmer, 2014). Siiski on andmeid võimalik kasutada üldiste suundumuste kindlakstegemiseks antud sihtrühmas. Lisaks annavad vabavastused võimaluse kirjeldada uuritava vanuserühma eelistusi ja ootusi ning nende võimalikke põhjuseid.

Vastajad leidsin tuttavate üldhariduskooli ja kutseõppeasutuste õpetajate abiga (Tartu Annelinna Gümnaasium, Lähte Ühisgümnaasium, Tartu Kutsehariduskeskus). Tartu Annelinna Gümnaasiumis ja Lähte Ühisgümnaasiumis kogusin andmeid paberankeediga. Tartu Kutsehariduskeskuse õpilased täitsid veebiküsimustikku. Üliõpilastest vastajad leidsin Sisseastumise Infosüsteemi (SAIS) kaudu leitud Tartu Ülikooli sisseaanute nimekirjade alusel Õppeinfosüsteemist (ÕIS) saadud kontaktide kaudu (saadetud veebiküsimustiku link koos uuringu ja küsimustiku tutvustusega). Valdav osa veebiküsimustiku vastajatest olid Tartu Ülikooli üliõpilased ning õppisid peamiselt meditsiiniteaduste ning loodus- ja täppisteaduste valdkonna erialadel. Veebiküsimustiku linki levitasin tuttavate kaudu ka Tartu Kõrgema Kunstikooli tudengite hulgas. Veebiküsimustiku jaoks kasutasin küsitluskeskkonda esurv.org. Lisaks kogusin paberküsimustikke Tartu Ülikooli kehakultuuri teaduskonna üliõpilastelt. Saatsin e-maili teel pöördumise küsitluse läbiviimiseks viiele erinevale kutseõppeasutusele üle Eesti (Tallinna Kutsehariduskeskus, Järvamaa Kutsehariduskeskus, Virumaa Kutsehariduskeskus, Võru Kutsehariduskeskus ja Valga Kutseõppekeskus). Positiivselt reageeris Võru Kutsehariduskeskus.

Fookusgruppide läbiviimiseks saatsin pöördumisi e-maili teel mitmetele noortekeskustele (Pääsküla Noortekeskus, Järve Noortekeskus, Männiku Noortekeskus, Kristiine Noortekeskus). Eelnimetatud noortekeskused pöördumisele ei vastanud.

Fookusgrupi intervjuudes osalejate valim oli mugavusvalim, kuna intervjuueeritavad leidsin tuttavate kaudu. Antud valimi puhul ei saa teha üldistavaid järeldusi sihtgrupi kohta, kuid saab kaardistada sihtgrupi hulgas levinud seiukohti ja hoiakuid.

Ühe fookusgrupi intervjuu viisin läbi koos ühe ajakirjanduseriala doktorandiga Tartu linna skvotis A. Haava tänaval juulis 2015 vastavalt intervjuukavale (Lisa 3). Selles fookusgrupis osales 7 vastajat vanuses 15-28 eluaastat. Teise fookusgrupi intervjuu viisin läbi üksinda augustis 2015 Werneris kohvikus. Selles fookusgrupis oli 3 vastajat vanuses 16-28 eluaastat.

3.2 Andmed

Järgnevalt annan ülevaate kogutud andmestike struktuurist. Andmestikke on kaks: ankeetküsitluse ja fookusgrupi intervjuude käigus kogutud andmed. Kogutud andmestike iseloomustus on alljärgnev.

3.2.1 Küsitluses osalejad

Anketeerimine (vt Lisa 1) kestis ajavahemikus 2015. a. veebruar kuni märts ja küsimustiku täitis kokku 344 üldharidus- ning kutseõppeasutuse õpilast ja üliõpilast. Kogutud andmete põhjal tegin ettekande noorte meediaeelistuste ja ootuste kohta 2015.a. aasta kevadel ERRis toimunud meediaseminaril. Käesoleva bakalaureusetöö mahtu arvestades oli võimalik kasutada vaid ühte osa kogutud andmetest.

Vastajaid oli Tartu Annelinna Gümnaasiumist, Lähte Ühisgümnaasiumist, Võru Kutsehariduskeskusest, Tartu Kutsehariduskeskusest, Tartu Ülikoolist ja Tartu Kõrgemast Kunstikoolist. Paber kandjal laekus 257 ankeeti ja veebiankeedina 87 ankeeti. Andmete kogumisel kasutatud paber- ja veebiankeet olid identsed. Eesti noori oli ankeedile vastajate hulgas 272 ja vene noori 72 (vastavalt 79% ja 21%). Küsitletud vene noored olid venekeelse üldhariduskooli õpilased (21%). Eesti üldhariduskooli õpilasi oli küsitletute hulgas 6%, üliõpilasi 28%, kutsehariduskoolide vastajaid 45%. Analüüsitava andmestikku on ankeetide vastustest kaasatud ERRi jälgitavuse ning programmide/saadete eelistuste ja ootuste kohta käivad osad.

Vanusevahemikus 15-28-aastased olid kõigest vastajatest 99,2% ehk 341 vastajat, kelle andmed kaasasin analüüsi, kuna nende vanus langes käesolevas uurimuses käsitletavasse vahemikku. Vastanute keskmine vanus oli 18,3 aastat, neist 61% naisi ja 39 % mehi.

3.2.2 Fookusgruppides osalejad

Esimeses fookusgrupis osales 7 noort ja teises fookusgrupis 3 noort. Intervjuude kestused olid vastavalt 1 tund ja 27 minutit ning 42 minutit. Fookusgruppides osalesid noored vanuses 15, 16, 20, 22, 24, 26, 27 (2 vastajat) ja 28 aastat. Sooline jaotus: 3 mees- ja 7 naissoost vastajat. Fookusgrupid viidi läbi vastavalt eelnevalt koostatud uurimiskavale (Lisa 3), millega selgitati noorte eelistusi ja ootusi ERRi programmi suhtes.

3.3 Metoodika

Käesoleva uurimuse põhitähelepanu on fookusgruppide intervjuude käigus laekunud kvalitatiivsetel andmetel, kuid toetava teabena on esitatud ka küsitlusega kogutud andmestiku info (ERRi kanalite jälgitavus sagedustabelitena; teiste meediakanalite jälgitavus üldiselt; ERRi saadete ja programmide eelistused ning ootused).

3.3.1 Küsitlustulemuste analüüsimise metoodika

Küsitlustulemuste analüüs jaguneb kahte osasse. Esimene osa koosneb ERRi kanalite jälgitavuse sagedustabelitest. Ankeet (Lisa 1) sisaldas küsimust ERRi kanalite vaadatavuse ja kuulatavuse kohta, mida vastajad said hinnata 5-astmelisel järjestusskaalal. Skaala väärtused „sageli“ ning „vahel“ liitsin kokku üheks kategooriaks parema üldistavuse huvides, mõistes uue liitkategoria all vastajaid, kes peavad kanali jälgimist enda jaoks oluliseks. Järjestusskaala väärtus „ei jälgi“ aga moodustab eelmainitud liitkategoria taustakategoria. Skaala valikud „vähe“ ning „väga harva / on sattunud“ on jäetud analüüsist kõrvale, kuna vastajad valisid neid skaalaastmeid marginaalsel määral. Küsitluse andmed ERRi vaadatavuse ja kuulatavuse kohta kandsin statistikarakenduse SPSS andmestikku, millega koostasid ka vastavad sagedustabelid.

ERRi kanalite jälgitavuse määrade arvutamisel on parema ülevaatlikkuse mõttes erinevate haridusasutuste noorte andmeid analüüsitud koos. Eraldi on välja toodud vaid eesti ja vene noorte eelistused ERRi kanalitele, kuna see aitab hinnata kuivõrd oluline avaliku sfääri väli on ERR venekeelsele noorte ühiskonnagrupid. (Märkus: andmete kogumise perioodil ei olnud veel eetris ERRi venekeelne kanal ETV+).

Teine osa koosneb nimetatud paber- ja veebiankeetide avatud küsimuste vabavastuste kvalitatiivsest analüüsist ning see annab ülevaate saadete/programmide eelistustest ja ootustest. Vabavastustes ära toodud eelistuste ja ootuste analüüsimisel kasutasin avatud kodeerimist ja kvalitatiivset sisuanalüüsi. Avatud kodeerimisel leidsin vastustest märksõnad, mis väljendavad vastajate kõige olulisemaid mõtteid ja kontseptsioone (Kalmus, Masso, Linno, 2015). Selle kaudu sain andmed vastajate saadete, programmide ja kanalite eelistuste kohta. Analüüsi käigus grupeerisin vastused (Vihalemm, 2014). Seejärel lugesin veelkord teksti üle ja tegin märkmeid olulisemate vastustes leiduvate seoste ja sisuliste kvaliteetide kohta vastavalt koodide, teemade, alateemade nimekirjale (Lisa 4). Kvalitatiivse sisuanalüüsi eesmärgiks oli saada ülevaade uuritavast tekstist kui tervikust, näha vastaja mõtteavalduste terviklikku mustrit või struktuuri (Kalmus, Masso, Linno, 2015). Kodeeritud, kvalitatiivse sisuaanalüüsi käigus läbitöötatud ja kommenteeritud teksti mitmekordsel läbitöötamisel uurimisküsimustest lähtuvalt kaardistasin vastajate seisukohad, mis on esitatud vastavas alapeatükis.

3.3.2 Fookusgrupi intervjuude analüüsi meetodika

Intervjuude salvestuse transkribeerisin tekstiks. Transkriptsiooni analüüsil kasutan teksti kodeerimist teemade kaupa (Vihalemm, 2014). Tekste läbi lugedes lõin uurimisküsimustest lähtuvad koodid ja teemad (Lisa 4). Nende koodide alusel kontsentreerisin infot teksti mitmekordsel lugemisel ning selgitasin välja kõige domineerivamad vastajate poolt esitatud teemad ja seisukohad (Kalmus, Masso, Linno, 2015). Selle kaudu on võimalik esile tuua noorte eelistused ja ootused ERRi programmile/saadetele. Ilmekamaid tsitaate intervjuudest kasutasin illustreerivate näidetena. Eelistuste ja ootuste värving võimaldab avada ka noorte huvisid ja nende poolt hinnatavaid väärtusi. Selle kaudu saab tundma õppida noorte positsiooni avaliku sfääri infoväljal ning kuivõrd ERRi programmid kajastavad noorte jaoks olulist informatsiooni.

4. Uurimistulemused

4.1 ERR-i kanalite jälgitavus noorte sihtrühmas

Küsitletud said vastata, milliseid ERRi kanaleid ja kui palju nad jälgivad (Lisa 1). Küsimus esitati kõigi seitsme uuringu läbiviimise ajal eetrisse läinud ERRi tele- ja raadiokanali kohta. Kokkuvõtlikult on andmed esitatud alljärgnevas tabelis (Tabel 3). Omavahel on võrreldud kahte vastusegruppi: jälgivad kanalit/ei jälgi.

Tabel 3. Noorte ERRi kanalite jälgitavuse määrad (vt ankeet: Lisa 1)*. *Märkus: 269 eesti ja 72 vene noore poolt antud vastuste põhjal (vastavalt 78% ja 22% vastajatest).

	Eesti noored		Vene noored	
	Jälgivad sageli+vahel	Ei jälgi	Jälgivad sageli+vahel	Ei jälgi
ETV	55	12	12	49
ETV2	31	25	8	59
Vikerraadio	17	64	0	92
Klassikaraadio	7	77	2	84
Raadio 4	4	74	10	56
Raadio 2	17	45	3	87
Raadio Tallinn	1	79	3	84

1) ETV

Eesti noorte hulgas on kõige vaadatavamaks ERR-i kanaliks ETV. 55% eesti noortest vastas, et nad jälgivad ETVd, vene noorte puhul oli vastajav määr 12%. Üldse ei jälgi ETVd eesti ja vene noortest vastavalt 12% ja 49%. See on ERRi puhul eesti noorte seas kõige madalam kanali mittejälgitavuse määr, millest võib järeldada, et ETV programm on noorte huvidele ja väärtustega kõige suuremas kooskõlas.

Võrreldes EMORi uuringus toodud ETV noorte sihtgrupini jõudmise määraga (3% 2014.a.) on käesoleva uuringu „sageli + vahel“ vastanute protsent (55%) suhteliselt kõrge. Olulise erinevuse tingivad EMORi ja käesoleva uuringu erinevad meetodid (EMOR, 2014). Käesolev uuring lähtub noorte enesekohastest hinnangutest ERRi kanalite vaadatavusele, EMOR teostas uuringu mõõdikuuringuna.

2) ETV 2

ETV 2 vaadatavus eesti noorte hulgas (jälgivad sageli+vahel) oli 34%. Antud kanal on ERRi kanalitest eesti noorte puhul jälgitavuselt teisel kohal. Samas on neid eesti noori, kes üldse ETV 2 kanalit ei jälgigi umbes kaks korda rohkem kui ETVd mitte jälgivate eesti noorte määr, vastavalt 25%.

Vene noorte hulgas on ETV 2 jälgitavus madal. Vaid 8% vastasid, et jälgivad seda kanalit (sageli+vahel).

3) Vikerraadio

Vikerraadio puhul on tegu kõigile ühiskonnagruppidele mõeldud kanaliga (Eesti Rahvusringhäälingu..., 2014). Eesti noorte hulgas oli Vikerraadiot jälgivaid vastajaid (sageli+vahel) 17%.

Vikerraadio ei kõneta oma programmiga vene noori. Seda kanalit jälgib sageli või vahel 0% venekeelsetest vastajatest. Üldse ei jälgigi Vikerraadiot 92% vene noori.

4) Klassikaraadio

Klassikaraadio poolt pakutud programm kõnetab nii eesti kui vene noori suhteliselt vähe. Eesti noortest 7% ja vene noortest 2% vastas, et jälgib seda kanalit. Klassikaraadio on selgelt väga spetsiifilise kultuurihuviga auditooriumile suunatud (Eesti Rahvusringhäälingu..., 2014). Klassikaraadiot võib käsitleda vanusegruppidest sõltumatusena pigem nišihuvidele suunatud raadiona ka seetõttu, et eesti kui vene noorte hulgas on palju kanalit üldse mitte jälgijaid, vastavalt 77% ja 84%.

5) Raadio 4

Venekeelse Raadio 4 kuulatavus venekeelsete noorte hulgas on küllalki madal. Kanalit ei jälgigi üldse 56% venekeelsetest noortest. Jälgijaid oli venekeelsete noorte hulgas 10% (sageli+vahel). Eesti noortest jälgib seda ERRi venekeelset raadiojaama 4%, mis on seletatav keeleliste ja kultuuriliste takistustega.

6) Raadio 2

Raadio 2 kui noortele suunatud kanal (Eesti Rahvusringhäälingu..., 2014) on noorte hulgas suhteliselt vähe jälgitav. Eestikeelsetest noortest vastas, et nad ei jälgi Raadio 2 programmi 45%. Kanalit jälgib (sageli+vahel) 17% eesti noori. Raadio 2 kui noortele suunatud kanali jälgitavuse määr eesti noorte hulgas on võrreldav Vikerraadio kui ühtlaselt kõigile ühiskonnagruppidele suunatud kanali (Eesti Rahvusringhäälingu..., 2014) jälgitavusega. Suhteliselt suur hulk on eesti noori, kes Raadio 2 üldse ei jälgi ehk 45% vastajatest.

Vene noorte hulgas on Raadio 2 jälgijaid vaid 3%. Raadio 2 programm pakub lisaks muusikale uudiseid, intervjuusid ja infolõike, mis kokkuvõttes ei kõneta vene noori. Samas eesti noortele võiks see just pakkuda lisaväärtust võrreldes ainult muusikale orienteeritud raadiokanalitega.

7) Raadio Tallinn

Küllaltki väike osa noori märkisid, et jälgivad Raadio Tallinn programmi, eesti noortest 1% ja vene noortest 3%. Üldse ei jälgi kanalit Raadio Tallinn 79% eesti noori ja 84% vene noori.

4.2 Noorte üldised meediaelistused

Taustainfona toon välja küsitatud noorte vabavastustes antud üldised meediakasutusharjumused. Seejärel on esitatud eelistused ERRi programmides.

Vastajad mainisid kasutatavatest meediakanalitest enim sotsiaalmeedia kanaleid Youtube ja Facebook. Palju eelistati ka online uudisteportaale ja online ajalehti (Postimees.ee, delfi.ee, elu24.ee). Analoogilise tulemuse esitas ka „Eesti ühiskonna integratsiooni monitooring 2015“ aruanne, mille kohaselt 15-29-aastaste vanuserühm eelistab ERR-i uudisteportaalidele online meediakanaleid Postimees.ee ja Elu24.ee ning kasutab aktiivselt sotsiaalmeediat (Eesti..., 2015).

Raadiokanalitest olid eelistatuimad muusikaraadiod Power Hit Radio, Sky Plus, Uuno Raadio. Eesti telekanalitest olid enim mainitud TV 3, Kanal 2, TV6, Kanal 11. Venekeelsete õpilaste hulgas oli huvi vene telekanalite vastu: NTV, RTR, PBK. Sotsiaalmeediast kasutasid eestikeelsed noored valdavalt Facebooki ja venekeelsed noored Facebooki ning Vkontakte. Üliõpilaste hulgas oli suurem huvi kanalite BBC, CNN, Discovery, History vastu.

Üldhariduskoolide ja kutseõppeasutuste noored eelistasid kanaleid TV1000, TV6, TV3, Kanal 2, Kanal 11.

Valdav osa noortest oli orienteeritud meelalahutuslikele programmidele ja saadetele. Eelistatud olid *infotainment* ja *edutainment* programmid, kus pearõhk on meelalahutuslikul ja ajaviitelisel teemakäsitlusel.

4.3 Noorte eelistused ERRi programmide ja saadete hulgast

ERRi kanalitest eelistasid noored kanaleid ETV ja ETV2. Huvipakkuvate saadetenä mainiti järgmisi saateid (vastustes suurema esinemissageduse järjekorras): „Ringvaade“, Aktuaalne kaamera“, „Pealtnägija“, „Osoon“, „Terevisioon“, „Rakett 69“, omatoodangu hulka kuuluvad seriaalid „ENSV“ ja „Tuulepealne maa“. Ülejäänud saadetest tunnustati ERRi dokfilmide ja väärtfilmide valikut.

Noored, kes jälgivad ERRi programme, hindavad informatiivseid („Ringvaade“, Aktuaalne kaamera“), hariduslikke („Rakett 69“) ja ühiskonnas laiemat kõlapinda omavate teemade üle arutlevaid saateid („Pealtnägija“, „Osoon“). Omaette grupi moodustavad noorte jaoks laiemat maailmatunnetuslikku infot vahendavad dokumentaalfilmid, mida nimetati enda jaoks olulistena nii üliõpilaste kui õpilaste poolt. Venekeelsete noorte poolt mainiti sagedamini „Aktuaalset kaametat“ ja ilmateadet.

Oluline on märkida, et küsitluse läbiviimise perioodil (veebruar-märts 2015) oli ETV programmis ainult üks otseselt noorte sihtgrupile mõeldud ERRi omaaade „Rakett 69“ ning seda ka vastajad küllalki palju mainisid. Siit võib järeldada, et kui 55% eesti noortest ja 12% vene noortest jälgib ETV programme, siis üldiselt noored väärtustavad ETV kanalit ja usaldavad seda, kuid jälgivad laiemale auditooriumile mõeldud programme. Spetsiaalsete noortesaadete puudumise tõttu vaatavad nad ilmselt ETV programmis muid oma huvidega kokku sobivaid saateid. Spetsiaalsete noortesaadate puhul saaks arvestada täpsemalt noorte kui eraldi sihtgrupi huvide ja vajadustega.

4.4 Noorte ootused ERRile

ERRi programmi hinnati selle objektiivsuse ja usaldusväarsuse tõttu ning sarnaseid väärtusi ootavad noored ERRilt ka edaspidi. Küsitletute tehtud ettepanekutes, kuidas ERRi programmi huvitavamaks muuta leiti, et ETV ja ETV2 programmis peaks olema rohkem huvitavaid noortesaateid. Nende all peeti silmas telemänge, noori saadetes kaasavaid õpetlikke ja

harivaid ning noortele huvipakkuvaid teemasid käsitlevaid saateid. Sooviti näha teadust ja haridust populariseerivaid saateid. Paljud vastajad leidsid, et peaks olema rohkem reisisaateid ja teiste maade elu tutvustavaid saateid, ning seda just noorte vaatenurgast lähtuvalt (tutvustaks õppimisvõimalusi, noorte elu teistes kultuurides jms). Nimetatud saated võiksid olla ERRi omasaated.

Paljude noorte meelest võiks ERR vahendada rohkem infot maailma eri paikadest alaliste välismaal paiknevate reporteripunktide kaudu. See aitaks maailma sündmusi kajastada rohkem Eesti konteksti ja maailmakäsitlusviise arvesse võttes. Leiti, et võiks olla rohkem saateid, kus portreeritakse tuntud isikuid ja huvitavaid isiksusi (nt muusikud ja teiste tegevusalade professionaale), kes võiksid olla noortele positiivseks eeskujuks. Sooviti, et ERR näitaks rohkem uuemaid välismaa seriaale ja filme.

Samas oli ka vastuseid, kus leiti, et ERRi programmis on kõik juba niigi olemas ja midagi eraldi juurde soovitada ei osatud. Ühele osale vastajatest paistis küsimus ERRile esitatavate ootuste kohta ootamatu ja kuigi vastuse alguses leiti, et „ERRi programmis on kõik olemas“, leiti vastuse lõpupoole ikkagi mõned ootused ERRile. Sellise vastamise tüpoloogia järgi võib öelda, et noored pole harjunud, et nad on kaasatud meedia poolt pakutava üle kaasmõtlemisse ning oma arvamust avaldama. Osa vastajaid leidiski, et peaks korraldama rohkem küsitlusi ja uuringuid, et selgitada välja, mis noori huvitab.

4.5 Fookusgrupi intervjuud

Järgnevalt toon välja fookusgrupi intervjuudes ilmnunud noorte eelistused ja ootused ERRi programmile, mis kajastavad ka noorte huvisid ja noorte poolt hinnatavaid väärtusi.

4.5.1 Noorte üldised eelistused ja ootused meediale fookusgruppides

Illustreeriva taustinfona annan kõigepealt ülevaate noorte üldistest eelistustest ja ootustest meediale, seejärel ERRi kohta.

Info usaldusväärsus ja grupiidentiteedid

Meediakanalilt oodatakse usaldusväärset. Sageli on nendeks usaldusväärse tekitajateks tuttavad, kes saadavad sotsiaalmeedia vahendusel uudiste ja sündmuste linke ning omistavad seekaudu infole lisaväärtuse eelselektiooni kaudu. Nagu varasemalt on märkinud Apadurai (1991:191) seoses globaliseerumisega ei ole indiviidide grupiidentiteedid (*ethoscapes*) enam nii tihedalt seotud mõne kindla geograafilise paikkonnaga. Grupiidentiteet on seotud pigem

ühiste huvidega ning jagatud väärtustega. Indiviidid kasutavad oma grupikuuluvuse ja kontaktide alahoidmiseks veebirakenduste abi (nt Facebook).

„Minu jaoks.. Facebooki mina kasutasin ikka sotsiaalsetel eesmärkidel, huvitav on vaadata, mis artikleid osad sõbrad jagavad või siis üldse mida ma jälgin. Seal on iidolid või sellised asjad ja see on ikka hariv ka. Muidu võibolla just ei sattuks kogu sellest uudistevoost selle artikli peale, aga siis ta püüab tähelepanu. /.../ See on juba usaldusväärne allikas juba“. (Heli, 22)

Auditooriumi fragmenteeritus ja lai huvidespekter

Noored hindavad uusi paindlikke võimalusi pakkuvaid meedialahendusi. Lisaks palju võimalusi pakkuvale Youtube'ile toodi ühe huvipakkuva näitena Delfi TV, mille kaudu edastatakse sündmusi, mida harilikult telekanalid üle ei kannu: mõningaid spordisündmusi, konverentse jms. Nagu Couldry ja Markham (2007) on viidanud auditooriumi fragmenteerumise kohta, nii ilmneb ka noorte vastustest, et nad kasutavad aktiivselt uusi meediakanaleid ja nende poolt pakutud võimalusi.

„Näiteks Delfi TV olen mina enda jaoks avastanud. Väga huvitav, nad kajastavadki reaalses igasuguseid konverentse ja sündmusi“. (Heli, 22)

Individualiseerumine

Noored hindavad individuaalseid väärtusi ja võimalust valida ise infot, mida soovitakse jälgida. Antud juhul toodi eeskujuna välja Facebooki eelised, kuna seal on võimalik ise valida, milline infovoog kasutajani jõuab. Televisiooni puhul toodi välja, et sellel võiks sarnaselt Facebookiga olla paindlikumad võimalused endale ise programm koostada. Ilmneb, et noored eelistavad teha nende individuaalsetest vajadustest lähtuvaid valikuid meediakasutuses, nagu ilmnas ka Suni (2008) veebipõhise televisiooni kasutajate uuringust.

/Facebookis/ „Seal ei ole nii väga seda, mida sa ei taha teada. Võid need asjad elimineerida. /.../ Võibolla peaks televisioonil ka see olema, et.. siis valid sellise televisiooni, mis sulle endale sobiks“ /.../ Jagada saab ka ainult neile, kellele tahad. Kõik läheb individuaalsemaks. Ühest küljest globaalsemaks ja teisest küljest individuaalsemaks.“ (Maarja, 28)

Meedia tasuta ja mugav kättesaadavus

Eelistatakse tasuta meediakanaleid ja pigem veebikaudu kättesaadavust. ERRi juures hinnatakse lisaks selle reklaamivaba eetrit.

Heli (22): „/.../ Internetist vahepeal ma vaatan juurde, aga netis on paljud asjad, Postimees+ näiteks, tasuliseks läinud. Et sealt ei saa neid asju kätte.“

Eestikeelse meedia olulisus

Ehkki välismaiste meediakanalite valik on lai, mainisid noored, et eestikeelne meedia on nende jaoks väga oluline, kuigi nad loevad ja vaatavad uudised ka välismaistest allikatest. Eestikeelsetel omasaadetel nähakse ühiskondlikult olulist rolli. Oodatakse jätkuvalt, et Eesti meediakanalid ja ERR kajastaks uudiseid tasakaalustatult ning reflekteeriks eesti ühiskonda Eesti inimestele.

“Kui ERRi ja eestikeelseid omasaateid ja uudiseid poleks?...siis tekkiks mingid erafirmad, kes selle oma äriks võtaksid. Ei kujuta nagu ette, et midagi ei oleks. See mõjuks rahvale. Rahva teadvus väheneks. See oleks kokkuvõttes väga negatiivne“. (Heli, 22)

„Primitiivseks läheb asi, nagu.. kõik kuulevad seda, mis läbi inimeste nendeni jõuab. /.../ Silmaring... jääks väiksemaks kõigil kindlasti!“ (Tuuli, 20)

Meedialt oodatakse neutraalset infoedastust. Oluline info ja faktid ei tohiks meelelahutuslikus sisus kaduma minna ning info esitusviis ei tohiks olla liiga negatiivne.

„Ma loen väga vähe uudiseid.. et kui uudiste peale juba minna, siis sealt tuleb väga palju segast.. ja stressirikast.“ (Tuuli, 20)

4.5.2 Noorte eelistused ERR-i programmidele/saadetele

Fookusgruppides ilmnes, et üldisel jälgivad noored ERRi kanaleid ja saateid vähe. Pigem jälgitakse vahel mõnda üksikut saadet. Suur osatähtsus on veebil, seda nii info levimisel saadete kohta kui saadete kuulamisel/vaatamisel. Põhiliselt jälgitakse ERRi saateid veebi kaudu järelvatamise ja –kuulamise võimalusi kasutades. Põhjustena mainitakse, et pole piisavalt aega reaajas saateid jälgida või ei ole piisavalt huvitav, et reaajas saateid algusest lõpuni vaadata / kuulata.

ERRi kasutusmugavus ja -harjumused

Mööndakse, et huvitavaid saateid justkui oleks, aga neid siiski vaadatakse harva. Selle põhjustena võib näha sihtgrupi liikmete kohanemist avara ja mitmekesise meediaväljaga (vt Bourdieu, 2003), mis kätkeb endas kiiret elutempot ja mitmeid samaaegselt toimuvaid konkureerivaid sündmusi, tähelepanu jagamist mitmete huvitavate tegevuste vahel, nagu on kirjeldanud kaasaegset ühiskonda Palese (2013), toetudes Baumani (2000) käsitlusele väärtuste, huvide ning identiteetide voolavusest/muutlikkusest (*liquid modernity*). Noortel on lai huvidespekter, alalised otsingud uue, põneva ja moodsa järele. Valitseb harjumus, et alati on kusagil midagi põnevat, nt teistes meediakanalites (ka sotsiaalmeedias). Võib näha märke

hirmust millestki ilma jääda (*FoMO*, vt Przybylski jt, 2013). Lisaks sellele määrab paljuski meedikanalite eelistuse kasutusmugavus ja veebipõhiste lahenduste eelistamine noorte poolt nagu oli välja toonud oma uuringus ka Suni (2008).

„Internetis, kui keegi jagab Facebookis midagi, siis vahest näen mõnd telesaadet.“ (Tuuli, 29.a.)

„Huvitavaid saateid on kindlasti. /.../ Viimati see oli siis kolm kuud tagasi kui vaatasin telekat. /.../ Siis hiljem otsid selle sama saate üles, võibolla sealtsamalt kodulehelt järelvaatamisena, kui see on võimalik, aga võibolla siis kusagilt mujalt.“ (Triinu, 26.a.)

ERRi kanalite ja saadete eelistused

Fookusgrupis osalenud eelistavad ERRi kanalitest selgelt ETVd. Raadiokanalitest mainiti vaid Raadio 2-e. Saadetest eelistatakse „Aktuaalset kaamerat“, „Aktuaalse kaamera“ ilmatedet, Eesti ja välismaa seriaale, ERRi omasaated „Osoon“, „Välisilm“, „Ringvaade“. Lisaks hinnatakse ERRi puhul häid välismaiseid dokumentaale. Nt BBC dokfilme.

„Hästi palju BBC, need „Aegruumid“ ja need on väga head. Ma ausalt öeldes ei olegi 13 aastat vaadanud Kanal 2 ja TV3.“ (Olev, 27.a.)

ERRi väärtuslikud omadused

Vastustest ilmnes, et noored hindavad väga kõrgelt ERRi mainet ja saadete üldist kvaliteeti. Sealjuures rõhutati et ERRi eelis on see, et seal pole reklaami ja programm on tasuta kättesaadav. ERRi poolt edastatav info on noorte meelest suhteliselt neutraalne ja on suudetud hoiduda liigselt meelelahutuslikuks muutumisest. Kuigi ka ERR kasutab *infotainment* formaati („Ringvaade“, „Terevisioon“), tõi üks vastaja positiivse näitena saate „Ringvaade“, kuna *„/.../ siis on kõik päevased asjad olemas“* (Heli, 22. a.). Hinnatakse edastatava info faktilist adekvaatsust ja head ajakirjanduslikku tööd uudiste taustainfo avamisel/tutvustamisel. Tajutakse ERRi kommertsmeediast erinevat rolli ja spetsiifilisemaid ülesandeid.

„Mina saan sellest nii aru, et selle eesmärgiks on teenida ühiskonda. Ühiskonna huvides, demokraatia arendamine, arutelude tekitamine. Ta ei teeni erahuve, vaid ühiskonda kui tervikut.“ (Heli, 22. a.)

ERRi veebipõhised lahendused

Vastajate hulgas oli ERRi arhiivide ja portaalidega rahulolu madal. Noored eelistavad sageli teisi veebikülgi info saamiseks, kuna ERRi veebi on ebamugav kasutada. ERRi portaalide ja

järelvaatamise/arhiivide kasutajamugavuse eeskujuks toodi Youtube. Rõhutati ERRi veebi ebamugavat otsingusüsteemi ja ebaselgust saadete arhiivis oleku perioodi ning tingimuste kohta. Youtube'i kasutajasõbralikkusest ja olulisusest noortele tõi üks vastaja näiteks, et vaatas ühte ERRi saadet, kuna selle oli keegi tundmatu Youtube'i kasutaja hiljuti Youtube'i üles laadinud. Pakuti välja ka ideed, et ERR võikski oma saateid (muuhulgas) Youtube'i erinevate kanalite kaudu edastada. Seega pakub ERR sisuliselt noortele huvi, aga ta ei jõua noorteni nii ulatuslikult kui võiks. Tehti ettepanekuid, et ERR võiks rohkem oma saateid Youtube'i vahendusel kättesaadavaks teha.

„/.../ nagu need saated.. „Meie Inimesed“ või mis seal on.. Täna ma just hakkasin vaatama, keegi on Youtub'i üles laadinud „Beebilõusta“ /.../“. (Vilja, 27.a.)

ERR laiema ühiskondlik-kultuurilise väljana

Küsimusele „Kas ERRil on ka mingi laiem kui Eesti riigi pindala hõlmav ülesanne?“ vastasid intervjuueeritavad peale mõningast järelemõtlemist, et ERRil on küll oma roll välismaal viibivate eestlaste jaoks. Hinnates lühikest viivitust vastamisel võib esile tuua kaks võimalikku põhjust, kas vastajad polnud enne sellise nurga alt antud küsimusele mõeldud või tundus vastus liiga enesestmõistetav. Tundub, et pigem oli küsimuseasetus ERRi globaalsemast rollist vastajatele ootamatu. Peale mõningast järelemõtlemist toodi esile, et ERRil on küll oma roll eesti keele ja kultuuri säilitajana. Seda nii aastakümnete taguste arhiivisaadete säilitajana kui ka välismaal viibivate eestlaste jaoks kultuuri- ja keelekeskonna alahoidjana.

„Paljud, kes välismaal töötavad näiteks, nendel käib see küll, see netist striimib. Tasuta ja nad tahavad olla keelekeskkonnas. /.../ Ainus tõsiseltvõetav kanal on ETV.“ (Olev, 27)

ERRi raadiokanalite eelistused noorte hulgas

ERRi raadiokanalitest mainiti vaid Raadio 2 ning selle saadetest „Punkpolitsei“ ja „Rahva teenrid“. Vähesse raadiokuulamise põhjustema toodi esile asjaolu, et ollakse liiga hõivatud teiste tegevustega, nii et raadio kuulamine on parimal juhul vaid kõrvaltegevus ja raadiot kuulatakse peamiselt teiste tegevuste taustaks.

„Raadioga ongi nii, et raadiot sa kuulad siis kui sa teed süüia või sul on mingi põhitegevus, mida sa teed. Praegu inimesed ilmselt ongi juba nii rahutud, et nad ei istu lihtsalt maha ja ei kuula raadiot. Pigem on alati see kõrvaltegevus ka“. (Heli, 22.a.)

ERRi mitmekesisema programmi tootmise suhtes märgiti, et tänapäevased tehnilised võimalused peaksid küll andma võimaluse pakkuda soovi korral mitmekese sisuga programmi väga erinevatest geograafilistest paikadest. Samas mööndi, et võimalik auditooriumi/sihtgrupi liikmete kaasamine programmide ja saade toormisesse on iseenesest hea mõte, kuid ei oldud valmis ise meediasisusse panustama. Seniseid kaasatagemise võimalusi hinnati madalaks.

„Sest tehnilised võimalused peaksid tänapäeval just soodustama seda, et igast nurgast saad kohe midagi edastada. Selle kaasamise koha pealt mina ei ole küll tähele pannud, et seda oleks“. (Maarja, 28.a.)

4.5.3 Noorte ootused ERRi programmidele ja saadetele

Ootused noortesaadetele

ERRi programmilt oodatakse noorte poolt kvaliteetset ja harivat sisu. Teadust ja kultuuri kajastavaid saateid võiks noorte meelest rohkem olla. Rõhutati, et nimetatud kvaliteete käsitlevad saated võiksid olla spetsiaalsed noortesaated. Ootustes mainiti, et ERR võiks teha mitmekesiseid huviseid populariseerivaid saateid erinevates formaatides, nt tutvustada erinevaid elu- ja tegevusvaldkondi. Näitena toodi välja noorte teadusteemaline telemäng „Rakett 69“. Noorte poolt esitatud ootustest ilmneb noorte soov ERRi poolt pakutava sotsialiseerumist toetava ja sotsiaalset sidusust suurendava programmi järele.

„/.../ „Rakett 69“ /.../ Ta on mäng ja ta on hariv, aga võiks olla... teadus ja kultuur, sellist asja võiks küll olla rohkem.“ (Vilja, 27)

Selle kohta, millised need soovitud saated olla võiksid ja kuidas seda välja selgitada vastati, et peaks rohkem uurima, mis noori huvitab ja mida nad näha ning kuulata tahavad. Habermas on (1996) tõdenud modernse lähenemise vajalikkust aktuaalsete teemade objektiivsel kajastamisel. Et kõnetada noori, peab saadete ja programmide sisu ja vorm olema noortepärane, ajakohane.

„Imselt selleks tulebki teha küsitlusi, et vaadata, mida inimesed rohkem tahaksid näha ja kuulda...“. (Heli, 22)

Ootused meelelahutuslikule sisule

Noored hindavad tabavat ja maitsekat ühiskonnakriitilist meelelahutust, mille näitena toodi „libauudiste“-stiilis saateid. Samas eristasid noored selgelt „kollast“ meelelahutust, mida nad ei hinnanud kõrgelt, kvaliteetsemast meelelahutusest. Vastajad olid vahepeal segaduses, sest neile paistis kohati tunduvat igasugune meelelahutus „kollasena“. Siinkohal võib eristada noorte vastustes kahte meelelahutuse suunda. Üks on ühiskonna laiemate protsessidega seotud meelelahutus ja huumor. Teine kuulsuste tegevuse ja avaliku elu tegelaste meediakajastuste jälgimine meelelahutuseks (*celebrity culture*).

„Mulle meeldivad libauudised ka. /.../ minu meelest need on ka ägedad, aga see ei ole nagu.. see on meelelahutus.“ (Vilja, 27)

„(Kõmu-uudised) Ma ütleks, et... ei meeldi, aga loen neid ikka, nii et.. /.../ Eks ta tähelepanu püüab ikka.“ (Heli, 22)

Ootused ajakirjanduslikule sisule

Oodatakse avarat ja mitmekesist uudiste- ja teemadekäsitlust. Harjumus olla avaras meediaväljas tingib auditooriumi vajaduse teatud kvaliteedi järele. Tajutakse vajadust olla kursis uudistes kajastatud sündmuste erinevate osapoolte seisukohtadega. Mainiti alternatiivmeediat kui kohta, kus esitatakse teemaarendusi ja mõttekäike, mis rikastavad auditooriumi maailmapilti. Soovitakse, et ajakirjanikud ja toimetajad avaksid kajastatavate teemade laiemaid taustu, et esitatav info oleks sidusam ja selle kaudu auditooriumile väärtuslikum. Noorte sihtgrupp ootab, et temani jõudev info ei nõuaks aja- ja töömahukat taustainfo otsimist. Selle kaudu tuleb välja üks meediakanalite kasutajasõbralikkuse lisadimensioon. ERRi puhul tajuti tasakaalustatumat infoedastusstiili ja sooviti selle jätkamist ERRi poolt.

„/.../ alternatiivmeedias on tulnud väga huvitavate selliste asjade peale. /.../ Ta rääkis ka majanduskriisist teise nurga alt. /.../ aga seal olid teised vaatenurgad välja toodud, aga see... Sirbi asi oli ka hea.. /.../“ (Vilja, 27)

Toivo (26): „AK on ikka olnud selline, mis toob pererahva õhtuti kokku teleka ette. /.../ Just see, et ta on kvaliteetne uudisteprogramm ja kajastab vist üpris hästi...“

Ootused ERRi veebile

Olulise aspektina peatusid vastajad noorte sihtgrupini jõudmise küsimustel. ERRi jõudmine auditooriumini veebi kaudu märgiti ära kui kriitilise tähtsusega asjaolu. Eeskujuks toodi

Youtube'i kaudu ERRi saadete kättesaadavaks tegemist või Youtube'ile sarnasel moel toimivad veebiportaalid (kasutajamugavuse poolest). Vastajad tõid esile vajaduse, et ERRi peaks olema võimalik paremini ühildada nendne üldise infovooga, et ei peaks eraldi infot otsima ERRi saadete kohta.

„Ma mõtlen ka, et miks mitte ETV saated sellises sarnases (Youtube) formaadis internetis kättesaadavana? /.../ ERR-is näiteks.. kui see asi saada Youtube-i, siis võiks olla playlistid, kuhu lisatakse teemade kaupa asju, et see oleks väga hea variant. /.../ ERR-i kodulehele.. näiteks inimesed ei viitsi minna või midagi sellist“. (Triinu, 26)

Ühe ettepanekuna toodi välja, et ERR võiks avardada oma saateformaate valikut ja sarnaselt erinevatele veebiportaalidele (Youtube ja Delfi TV) kajastada avalikke loenguid, teha otseülekandeid sündmustelt ehk näidata ringhäälinguorganisatsiooni poolt vähem toimetatud ja produtseeritud materjale. See aitaks ERRil kohaldada ennast mitmekesiste valikutega kohanenud sihtgrupi harjumustega.

„Huvitav, kas ei saa rahvusringhäälingus ülikooli loal mõnda loengut näidata?! /.../ ... see on nagu need TED-talk-id.“ Olev (27)

Suni (2008) poolt 2004. a. läbi viidud uuring juba näitas noorte vanusegrupi olulisi meediakasutusharjumuste muutusi seoses veebipõhise televisiooni (IPTV) suurema kasutajamugavuse ja paindlikumate võimalustega (nt järelvaatamine). Sama trend ilmneb fookusgruppides esitatud vastuste põhjal. Lisaks eristavad vastajad eraldi televiisori kaudu programmi vaatamist veebikaudsest vaatamisest ning leiavad, et kui televiisorikaudne teleprogramm ära kaoks, siis noored sellest suurt ei kaotaks (sest nad ongi juba veebis).

„Mingi päris suur osa elanikkonnast ikka vaatab, ma arvan, kodus telekat. Noortele inimestele see väga suurt muutust sisse ei tooks.“ (Toivo, 27)

Ootused ERRi poolt sotsiaalsele sidususele kaasaaitamisele

Noored tajuvad meedia poolt kajastatava olulisust ühiskondlikul infoväljal. ERRi rolli tajutakse erinevate huvigruppide tegevust ja huve reflekteerivana ning soovitakse ka vastavasisulisi saateid. Oodatakse, et ERR toetaks oma saadete ja programmidega kodanikuaktiivsust, kogukondlikku koostööd ja algatusvõimet. Noored ootavad ERRilt olulist panust sotsiaalse sidususe parandamise ja toetust individuaalsele eneseväljendusele.

„Aga mingi kodanikuaktiivismi pool... täna oli Uue-Maailma dokumentaalfilm. Kui see Uue-Maailma dokumentaalfilm välja tuli, siis see tegi sellise laine, et igasugused seltsid

aktiviseerusid. /.../ Kõik peale ETV on oma mugavustsoonis kinni ja kajastavad ikka kõike vastavalt nende endi huvidele.“ (Olev, 27)

Ootused ERRi poolt edastatavatele väärtustele

Vastajad väärtustasid seda, et ERR toetaks üldist rahva kõrget haritust ja laia silmaringi. Nähti ERRi laiemas sotsiaal-kultuurilises kontekstis ja olulise sotsiaalse ruumi osana, mille mõjuväli omab olulist noorte huvisid ja väärtusi kujundavat mõju.

„Kui Eestis on madal iive ja see tõusma ei hakka ka tõenäoliselt, siis peaks just suunama, et see vähene peale kasvav rahvas saaks asjalikuma hariduse, mitte rullnokk-Soomes-ehitaja.“ (Toivo, 27)

„Teistmoodi propaganda, ütleme nii. Sa ei tule selle pealegi, et olla rullnokk kui igal pool on teadus ja kultuur.“ (Vilja, 27)

Rõhutati, et edastatavalt teabelt oodatakse adekvaatsust ja professionaalsust. Lisaks ajakirjanduslikule professionaalsusele soovitakse ka seda, et toimetajad valdavad kajastatavate teemade nüansse ja oskavad seda auditooriumile edasi anda.

„Kas ma eksin, aga ETV-l ei ole teadustoimetajat? /.../ Ma vaatan näiteks uudisterubriike, mis on seal veebipõhised, et nemad seal ka välismaa artikleid tõlgivad ja panevad üles.. /.../ (toimetajal) tal on ajakirjaniku haridus küll, aga...“ (Olev, 27)

Ootused ERRile kui kultuurilisele mälule

Noored näevad ERRi arhiivi olulise kultuuripärandi säilitajana. ERRi poolt talletatud ja veebis kättesaadavaks tehtud materjalid on olulised noorte identiteediloomeks. Arhiivimaterjalid aitavad noortel kohaneda varasemate põlvkondade elu- ja maailmatunnetusega, luua põlvkondadevahelist sidusust ja stabiilseid sotsiaalseid struktuure.

„Need mingid asjad, mis on ETV arhiivis, mingid hästi vanad filmid, /.../ on hea, et on olemas, aga kui kuhugi ära kaovad, siis on jama!“ (Tuuli, 20)

„/.../ siis inimesed võiksid saada neid asju ka alla laadida.“ (Vilja, 27)

Toodi välja ka ERRi oluline roll välismaa eestlastele keele- ja kultuurikeskkonna ning uudiste vahendamisel.

Maria (16): „Neile eestlastele peaks olema kättesaadav, kes on eestlased, aga ei ela enam Eestis. Nemad võiksid ka Eesti uudisedi ikka teada.“

Ettepanekud ERRi tegevuse arendamiseks

Tegevuse edasiarendamise kohtalt oli noortel ootus ERRi paremaks rahastamiseks. Tajutakse, et teatud ideed ja kvaliteet vajavad kaasaegsel tasemel teostamiseks korralikku finantseeringut. Kui ERR on laial meediaväljal konkurentsisis teiste kanalitega, siis noorte ootus on, et ta oleks tehniliselt kaasaegsel tasemel.

„ERRil paljuski jääb raha taha kinni, et neil on piiratud võimalused. Nad üritavad nendega..“ (Heli, 22)

Vastustest ilmneb, et noored on selgelt teistest eristuv sihtgrupp ERRi auditooriumi hulgas. Rõhutati, et ERRilt oodatakse noortepärasust ja noorte vajaduste ning huvide tundmist, vastasel juhul ei jõua nad noorteni, noorte sihtgrupi kui ühe olulise auditooriumiosa huvid ja teemad jäävad sel juhul ERRi programmis esindmata. Samas märgiti, et noortepärane peab olema väga teadlikult.

Toivo (26): „Noored /.../ neid ei huvita vanainimeste kultuur.“ (Toivo, 26)

„(kui hakata iga hinna eest noortepärasemaks programmi tegema) /... / siis võib ta (ERR) juba kredibiilsust hakata kaotama.“ (Vilja, 27)

Ootused noorte kaasatusele ERRi programmi sisu tootmiseks

ERRi mitmekesisema programmi tootmise suhtes märgiti, et tänapäevased tehnilised võimalused peaksid küll andma võimaluse pakkuda soovi korral mitmekese sisuga programmi väga erinevatest geograafilistest paikadest ja koguda infot noori huvitavatest sündmustest. Samas mööndi, et võimalik auditooriumi/sihtgrupi liikmete kaasamine programmide ja saade toormisesse on iseenesest hea mõte, kuid vastajad ise ei olnud valmis siiski meediasisusse ning ajakirjanduslikku tegevusse panustama. Seniseid kaasatamise võimalusi hinnati madalaks.

„Sest tehnilised võimalused peaksid tänapäeval just soodustama seda, et igast nurgast saad kohe midagi edastada. Selle kaasamise koha pealt mina ei ole küll tähele pannud, et seda oleks.“ (Maarja, 28.a.)

Noorte poolt fookusgruppides avaldatud eelistused ja ootused ERRi programmi suhtes annavad üldise ettekujutuse noorte poolt hinnatud väärtustest, millest annan ülevaate alljärgnevalt.

4.5.4 Noorte huvid ja väärtused fookusgrupi intervjuudes

Fookusgruppide põhjal võib öelda, et noored hindavad rohkem ratsionaalseid, mitte traditsioonilisi väärtusi. Noorte poolt hinnatud väärtusteks on nt meediakanalite kasutamine vastavalt oma huvidele ja kasutusmugavusele, tuttavate poolt saadetud uudiste eelistamine ja usaldusväärseks pidamine, ühiselt jagatud info olulisus kuuluvustunde ja grüpiidentiteedi loomisel. Samas leidsid fookusgruppides osalenud noored, et oluline on ERRi arhiivi roll ja ERRi saadete kättesaadavus välismaal viibivatele eestlastele keele- ja kultuurisideme hoidjana, mis viitab noorte teatud traditsioonilistele väärtustele. Multilokaalsete kogukondade (*global ethnoscapes*) arenguid on esile toonud Apadurai (1991). Siin ilmneb noorte teatav ratsionaalsete ja traditsiooniliste väärtuste kombineerumine.

Ehkki ERRi mainet ja saadete kvaliteeti hinnati küllaltki kõrgelt, leidsid paljud vastajad, et nad eelistavad mugavamini kasutatavaid kanaleid või eelistavad tuttavate poolt soovitatud/ edastatud eelselekteeritud uuriseid/infot. Lisaks väärtustasid noored eneseväljenduslikke väärtusi ehk erinevate huvigruppide seisukohtade kajastamist ja kodanikualgatuse heade praktikate tutvustamist ERRi programmides ja saadetes.

5. Arutelu

Esimese uurimisküsimuse eesmärgiks oli selgitada välja, millised on noorte eelistused ERR-i saadete ja programmide hulgas. Ilmnes, et noored eelistavad ERRi programmis laiemale auditooriumile suunatud info- ja meelelahutussaadeteid, kuna noortesaateid on programmis vähe. Ilmnesid sarnased mustrid noorte vanuserühma liikmete huvi suundumisest veebipõhiste meedialahenduste poole, millele on viidanud ka Suni (2008) oma uurimuses. Noored kasutavad palju veebi, sest see pakub lisaväärtust kaaslastega suhtlemise näol (Facebook, Youtube). Mainiti, et ERR võiks paremini kasutada sotsiaalmeediat noorte sihtgrupini jõudmiseks. Nagu Seppel (2015) on noorte sihtgrupi puhul märkinud, näitab ka käesolev uuring, et valdav enamus noortest on tegevad sotsiaalvõrgustikes. Noored hindavad kõrgelt sotsiaalmeedia poolt pakutavaid lisaväärtusi. Traditsioonilised televisioon ja raadio on noorte väitel ebamugavad kasutada. Noored on harjunud veebi kaudu infot hankima/vahetama (uudisteportaalid, veebiajalehed, sotsiaalmeedia). Kuna ERRi veebiportaalid ei ole kasutajasõbralikud, siis seetõttu võib ERR noorte tähelepanu alt suuresti välja jääda. Paljud noored on ka harjunud saateid vaatama/kuulama või uudiseid lugema just endale sobival ajal. Arhiivi otsinguvõimalused ja saadete olemasolu arhiivis/järelvaatamises-kuulamise peaks olema võimalikult mugava, kuna indiviidide kalduvus *FoMO*-le (Przybylski jt, 2013) pigem ei soosi pikemaajalist keskendumist ühele kindlale kanalile/programmile. ERRi ajaloo jooksul on tehtud hulgaliselt saateid ja nende vastu on noortel fookusgruppide põhjal huvi olemas.

Teise uurimisküsimuse eesmärgiks oli selgitada välja noorte ootused ERR-i saadetele ja programmidele. Ilmnes, et vaatamata ERRi programmide normatiivsele väärtustamisele, praktikas neid siiski nii palju ei jälgita, kuid vastajad tajusid ERRi täiendavaid võimalusi pakkuda noortele olulist informatsiooni. Lisaks ERRi veebi edasiarendamisele esitati ettepanekuid, et noortele võiks ja peaks tegema oluliselt rohkem spetsiaalseid noortesaateid, mis oleksid noori huvitavatel teemadel ning kaasaksid ka noori rohkem saadetes (noorte telemängud, huvialade tutvustamine, noortesündmuste kajastamine jms). Habermasi (2001) avalikkust kaasava avaliku sfääri kontekstis, mis oli ka käesoleva uurimuse teoreetilise raamistiku osa ning mille põhijooni kätkevad endas ka ERRi alusdokumendid, on noorte enesekohaste hinnangute järgi ERR noori pigem vähe kaasav. Oli tajuda teatavat võõrandumist ERRi poolt pakutavast, kuigi tajuti ERRi üldiselt kvaliteetse meediakanalina.

Et saaksid tekkida noorte ühiselt läbi diskuteeritud teemad ja konsensus teatud küsimustes, peaks vastavad teemad avalikku arutellu võtma. Gripsrud jt (2010) on viidanud, et 18. saj tõstis antud asjaolu tähtsust esile Immanuel Kant, kes väitis, et ühiskondlikke otsuseid on kodanikel parem teha konsensuslikult. Käesolevas uurimuses ilmnenu suundumuste taustal tekib paratamatult küsimus, miks on ERR viimaste aastate vältel noorte vanusegrupile vähe tähelepanu pööranud. Bourdieu (2003) ühiskondlike väljade käsitlemise raamistikus paistab, et noortesaadete vähesus viitab ERRi kui noorte meediavälja potentsiaali osalisele rakendusele.

Noorte hinnangutest jäi mulje, et need noored, kes hindavad peale meelelahutuslike vääruste ka harivaid ja informatiivseid saateid, leiavad need sageli just ERRi programmis. Marju Lauristin on väitnud uuringu Mina.Maailm.Meedia 2011.a. andmetele viidates, et Eestis on 24% passiivseid ja kultuurihuvita inimesi, kellest valdav osa on noored (Lauristin, 2014). Kuigi on raske üheselt määratleda ning piiritleda kultuuri, kultuursuse ja kultuurihuvi mõisteid, siis ometigi võib neid pidada üldiselt tarbimiskultuuri ja laiatarbemelelahutuse taustal väärtusteks, mis väljendavad pigem individipoolset kaasamõtlemit ühiskonnas toimuvale, kodanikuaktiivsust ning algatusvõimet. Tundub, et paljud noored võivad just noortele mõeldud informatiivsete, sisukate, kultuursete saadete vähesuse tõttu harjuda tarbima pigem meelelahutuslikke saateid (nt kuulsuste tegevuse meediakajastusi (Couldry ja Markham, 2007)) ja ka täiskasvanuna jääda pigem sotsiaalselt passivseteks, vähese kodanikuaktiivsusega tarbimisväärtustele orienteeritud ühiskonnaliikmeteks.

5.1 Meetodi kriitika

Uuringusse kaasatud noorte hulgas oli valdav vanusevahelik 17-20-aastased noored, mis rangemalt võttes on vaid üks osa noorte vanuserühmast. Eelnimetatud vanuses noori võib käsitleda pigem juba tärganud huvidega noorte hulka kuuluvatena (abituriendid, üliõpilased). Antud valimi puhul on halvasti kaetud sotsialiseerumise suhtes kriitilisemas seisus olev 13-16-aastaste vanuserühm, kelle puhul on spetsiaalsed eakohased programmid ja saated sotsialiseerumise seisukohast veelgi olulisemad. Edasiste uuringutena näeksin noorte seisukohtade kaardistamist, uurides millised oleksid võimalikud veebilahendused, mis vastaksid noorte kasutusvajadustele ja looksid noorte jaoks parema veebipõhise avaliku sfääri. Fookusgrupi intervjuud viitasid sellele, et osaliselt ollakse küll rahulolematud ERRi poolt pakud infoga, kuid võimalike ettepanekute koha pealt ei oldud mitte iga kord väga põhjalikult nendele teemale eelnevalt mõeldud. Küsimused/teemad on intervjuueeritavatele vahel ootamatud ja ka intervjuu käigus ei jõuta neid korralikult läbi mõelda. Põhjalikumaks

vastamiseks võiks kasutada veebipõhist meediapäevikut ideede ja mõtete kohta, mis uuritava sihtrühma esindajate hulgas igapäevase meediakasutusega seoses jooksvalt tekivad. Selline meetod võiks anda võimaluse pikema aja jooksul ja põhjalikumalt süveneda uuringus osalevate noorte poolt meediaga seotud küsimustesse ning aidata talletada ja analüüsida tähelepanekuid ja ideid seoses noorte meediakasutuseelistuste ja võimalike täitmata meediaootuste / -vajaduste kohta.

6. Kokkuvõte

Muutused meediamaastikul on viinud auditooriumi üha ulatuslikuma fragmenteerumiseni (Couldry ja Markham, 2007:2). Auditooriumil on suurem valik meediakanalite vahel. Samas esitab see meediakanalitele suuremad väljakutsed auditooriumi tähelepanu võitmise osas. Noorte sihtgrupi puhul on iseloomulik noorte suur huvi veebimeedia vastu. Sellele suundumusele on viidanud mitmed eelnevad auditooriumiuuringud (Eesti ühiskonna..., 2015; Lenhart, 2015; Suni, 2008). Noored jälgivad palju meelelahutuslikke ja *infotainment* programme. Lähtudes ERRi ühiskondlikest ülesannetest ja eesmärkidest pakkuda kõigile ühiskonnagruppidele neile olulist teavet, mis on ka kirja pandud avalik-õigusliku ringhäälingu alusdokumentides (Eesti Rahvusringhäälingu..., 2007), on näha, et huvi ERR-i programmide vastu noorte seas on pigem madal ning ERR ei ole noorte jaoks väga oluline meediavälja osa.

Hallini (1986) meediasfääride mudeli alusel võib liigitada noorte sihtgrupiga seotud teemade ja info ERRi programmis suuresti vaikuse alasse kuuluvateks. ERR ei paku noortele olulist avaliku sfääri arutelukeskkonda ning tõstab vaikuse alast arutlusfääri vähesel määral noortele olulisi teemasid. Nagu varasemalt on leitud, ei ole noored tingimata väga kindla meedia- või infokanalitruud, vaid hindavad pigem endale sobivat sisu ja kvaliteeti (Jõesaar, 2016). Noorte vastustest ilmnes, et normatiivselt on ERRil positiivne kuvand ja selle programme tajutakse kvaliteetsetena, aga kasutuspraktika näitab, et sageli otsustatakse erinevatel põhjustel teiste meediakanalite kasuks. ERRi programmis jälgivad noored peamiselt ETV kanalit ja laiemale auditooriumile suunatud saateid. Nagu on sätestatud Eesti Rahvusringhäälingu seaduses (2007) on ERRi eesmärgiks pakkuda ka noortele eneseteostuseks vajalikku informatsiooni, kuid käesoleva uuringu kohaselt pakutakse seda noortele vähe, millel võib olla oma osa nt ka mittetöötavate ja mitteõppivate noorte suhteliselt suurele määrale Eesti noorte hulgas (Roosimägi, 2016).

Samas ilmnes küsitlustulemustest ja fookusgrupi intervjuudest, et noortel oleks küll huvi neile vajalikku infot ja sisu pakkuva programmi vastu, mida oleks kõige lihtsam pakkuda just ERRil kui institutsioonil, mis ei pea lähtuma tingimata vaatajareitingust, vaid noorte sihtrühmale sobiliku sisu ja kvaliteediga saadetest. Lisaks rõhutasid noored, et neile on oluline meediakanali tasuta kättesaadavus, mis informatsiooni tarbekaubastumise (vt Kelo lu- ler ja Bayram, 2014) trendi taustal, on ERRi juures oluliseks vääruks. Noorte vanuserühma küllaltki oluline osakaal Eesti rahvastikust (15-29-aastaseid 18% (Statistikaamet, 2017)) viitab sellele, et see on kogu ühiskonna kontekstis oluline auditooriumisegment.

Positiivsena ilmneb käesoleva uuringu andmetest, et ühiskondlikust arutelust rohkem huvitatud noored jälgivad ERRi selleteemalisi saateid, ehkki vastavaid otseselt noorte sihtrühmale suunatud saateid on programmis vähe. Noorte vastused ERRi kanalite/programmide eelistuste ning ootuste ning noorte poolt väärtustatava kohta näitavad, et noored tajuvad täiendavaid võimalusi ERR-i programmi noortepärasemaks muutmisel mitmekesise, kaasaegse ja informatiivse programmi näol. Nagu meediateoreetik McQuail (2010) on rõhutanud, on AÕRi oluliseks tunnusjooneks avalikkuse huvide esikohale seadmine. Noorte huvide esindatus ERRi programmis on jätkuvalt Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu väljakutseks, arvestades noorte huvide ja noorte seas moes oleva muutlikkust, mida kui üldist nähtust on Zygmunt Baumani poolt määratletud kui „voolav modernsus“ (*liquid modernity*) (Bauman, 2000, Palese, 2013 kaudu).

Uuring aitab avardada ettekujutust Eesti noorte suhestumisest ERRi programmiga. Kvalitatiivne lähenemisviis aitab laiendada teadmisi noorte meediakäitumise põhjustest, noorte visioonist ERRi kohta noorte meediavälja osana ning ERRist kui sotsiaalse sidususe ja sotsialiseerumise agendist.

Kasutatud kirjandus

- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Appadurai, A. (1991). Global ethnoscapas: Notes and Queries for a Transnational Anthropology. *Recapturing Anthropology: Working in the Present*, R. G. Fox (Toim). Santa Fe: School of American Research Press.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. NJ: Wiley.
- Bourdieu, P (2003), *Praktilised põhjused*. Tallinn: Varrak.
- Bruce, S., Yearley, S. (2006). *Dictionary of Sociology*. London: Sage Publications.
- Chomski, N. (2006). *Meedia ja võim*. Tallinn: Konn.
- Couldry, N., Markham, T. (2007). Celebrity Culture and Public Connection: Bridge or Chasm. *International Journal of Cultural Studies*, 10, 403-421.
- Danesi, M., Perron, P. (2005). *Kultuuride analüüs*. Tallinn: Valgus.
- Eesti ühiskonna integratsiooni monitooring (2015). Uuringu aruanne. Autorid: Kallas, K., Vetik, R., Kruusvall, J., Saar, E., Helemäe, J., Kirss, L., Leppik, C., Seppel, K., Kivistik, K., Ubakivi-Hadachi, P. Tartu: Balti Uuringute Instituut.
- Eesti Rahvusringhäälingu arengukava 2015-2018 (2014). Kasutatud 28.05.2017
files.err.ee/files/ERR_arengukava_2015-2018.pdf
- Eesti Rahvusringhäälingu seadus (2007). Kasutatud 29.05.2017
<https://www.riigiteataja.ee/akt/113032014019>
- EMOR (2009). *Teleauditooriumi mõõdikuring*, märts 2009. Tallinn: EMOR.
- EMOR (2014). *Teleauditooriumi mõõdikuring*, november 2014. Tallinn: EMOR.

- EMOR (2016). *Teleauditooriumi mõõdikuring*, november 2016. Tallinn: EMOR.
- Gripsrud, I., Moe, H., Molander, A., Murdock, G. (2010). Enlightenment and the Liberal Idea of the Public Sphere. Gripsrud, I., Moe, H., Molander, A., Murdock, G. (Toim), *The Idea of the Public Sphere: A Reader* (lk 2-8). Plymouth: Lexington Books.
- Habermas, J. (1996). Modernsus – lõpetamata projekt. *Akadeemia*, 8, 75-93.
- Habermas, J. (2001). *Avalikkuse struktuurimuutus*. Tallinn: Kunst.
- Hallin, D. C. (1986). *The Uncensored War: The Media and Vietnam*. New York: Oxford University press.
- MeeMa (2015). Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste instituut, publitseerimata aruanne.
- Jõesaar, A. (2005). *Avalik-Õigusliku Ringhäälingu legitimeerimine: Eesti kogemus rahvusvahelises kontekstis*. Magistritöö, Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Jõesaar, A. (2016). „Pole tõene, et raadiot ei ole mõtet enam teha, sest kõik kuulavad Spotifyd“, *ERR*, 13. Jaanuar, Kasutatud 27.01.2016, <http://menu.err.ee/v/7606e9b8-bc54-4612-aeb1-0f2e4adc1a73/andres-joesaar-pole-toene-et-raadiot-ei-ole-motet-enam-teha-sest-koik-kuulavad-spotifyd>
- Kase, A. (2006). Gümnaasiumiõpilaste ootused raadioprogrammile, Raadio 2 näitel. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikooli Sotsiaalteaduskond, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond. Kasutatud 03.05.2017 dspace.ut.ee/handle/10062/15558
- Kalmus, V., Masso, A., Linno, M. (2015). *Kvalitatiivne sisuanalüüs*. Kasutatud 04.05.2017 <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>
- Kalmus, V., Masso, A., Linno, M. (2015). *Standardiseeritud kontentanalüüs*. Kasutatud 28.05.2017 <http://samm.ut.ee/kontentanalyys>

- Kelo lu- ler, E., I., Bayram, Ö., G. (2014). Commodification of Knowledge Communication Mediums: From Library to Social Media. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 147, 550 – 553.
- Lenhart, A. (2015). Teens, social media and technology overview 2015. Washington: Pew Internet & American Life Project. Kasutatud 10.03.2017
http://www.pewinternet.org/files/2015/04/PI_TeensandTech_Update2015_0409151.pdf
- Lauristin, M. (2014). „Lauristin Metsäülikoolis: raamatute lugemise harjumuse muutus teeb muret“, *ERR*, 24. august, Kasutatud 24. 01. 2016
<http://uudised.err.ee/v/eesti/a088e3e3-5195-4c5d-9c24-3f2b785b809c>
- Lõhmus, M., Ehand. E. (2001). *Avalik-õiguslik ringhääling Eestis*. Tartu Ülikooli Kirjastus.
- McQuail, D (2000). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- McQuail, D., (2010). *Mass Communication Theory*, Sage Publications.
- Palese, E. (2013). *Zygmunt Bauman. Individual and society in the liquid modernity*. SpringerPlus, 2:191. DOI: 10.1186/2193-1801-2-191
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C., R., Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841–1848. DOI: 10.1016/j.chb.2013.02.014
- Putnam, R., (2000). *Bowling Alone*. New York: Simon ja Schuster.
- Roosimägi, H. (2016). *Kas Eestis on töötavate noorte defitsiit?* Kasutatud 28.05.2016
<https://statistikaamet.wordpress.com/tag/neet-noored/>
- Rämmer, A (2014). *Valimi moodustamine*. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 15.06.2017 <http://samm.ut.ee/valimid>
- Seppel, K (2015). *Meedia ja infoväli*. Kasutatud 06.01.2016, <http://www.praxis.ee/wp-content/uploads/2015/09/7peatykk.pdf>

Statistikaamet (2017). Tabel RV021: Rahvastik soo ja vanuserühma järgi. Kasutatud 28.05.2017 http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=RV021&ti=RAHVASTIK+SOO+JA+VANUSER%DCHMA+J%C4RGI%2C+1%2E+JAANUAR&path=../Database/Rahvastik/01Rahvastikunaitajad_ja_koosseis/04Rahvaarv_ja_rahvastiku_koosseis/&lang=2

Suni, R. (2008). „From „Flow“ to „Database“: A Comparative Study of the Uses of Traditional and Internet Television in Estonia“. Lekakos, G., Chorianopoulos, K., Doukidis, G. (toim). *Interactive Digital Television: Technologies and Applications*. (lk 281-297). New York: IGI Publishing. DOI: 10.4018/978-1-59904-361-6

Torop, P. (1999). *Kultuurimärgid*. Tartu: Ilmamaa.

Vihalemm, T. (2014). *Fookusgrupi intervjuu*. Kasutatud 21.01.2016, <http://samm.ut.ee/fookusgrupi-intervjuu>

Ytreberg, E. (2002). Erving Goffman as a theorist of the mass media. *Critical Studies in Media Communication* , 19 (4), 481-497.

LISAD

Lisa 1

Küsitluse ankeet

Lugupeetud vastaja!

Uuringu teostajaks on Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut. Tagatud on täielik anonüümsus.

Andmeid kasutatakse ainult üldistatud kujul laiemas uurimuse kontekstis, et selgitada välja, millega

ollakse rahul senises Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) programmis, milliseid muudatusi soovib auditoorium programmis näha. Mitte ühegi vastaja isiklike andmeid ega vastuseid ei avaldata mitte ühelegi isikule ega organisatsioonile.

Ootused avalik-õiguslikule ringhäälingule (Eesti Rahvusringhääling)

Vanus:

Lõpetatud haridustase :

Õpin:

Töötan: (märgi sobiv variant X-ga)

Õppeasutuse nimi:

Eriala:

Töökoht:

Päritolupiirkond:

• Milliseid meediakanaleid vaatad-kuulad-jälgid?

Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu (ERR) kanalitest:

(kriipsuta alla ÜKS Sinu kohta kõige täpsemini kehtiv variant)

- ETV: sageli/vahel/vähe/väga harva.on sattunud vist/ei
- ETV2: sageli/vahel/vähe/väga harva.on sattunud vist/ei
- Vikerraadio: sageli/vahel/vähe/väga harva.on sattunud vist/ei
- Klassikaraadio: sageli/vahel/vähe/väga harva.on sattunud vist/ei
- Raadio 4: sageli/vahel/vähe/väga harva.on sattunud vist/ei
- Raadio 2: sageli/vahel/vähe/väga harva.on sattunud vist/ei
- Raadio Tallinn: sageli/vahel/vähe/väga harva.on sattunud vist/ei

- Eesti kommertskanalitest jälgin (nii tv, raadio kui veebimeedia)
- Välismaa meediakanalitest
- Eesti alternatiiv- ja sotsiaalmeedia (blogid, foorumid jms)
- Välismaa alternatiiv- ja sotsiaalmeedia (blogid, foorumid, Facebook, Youtube jms)
- Mis teemasid ja miks jälgid alternatiiv- ja sotsiaalmeedia kaudu?
- Milliseid saateid/teemasid eelistad jälgida Eesti Rahvusringhäälingu kanalitest?
- Milliseid saateid/teemasid eelistad jälgida Eesti kommertskanalitest?
- Milliseid saateid/teemasid eelistad jälgida välismaa meediakanalitest?
- Millised saatejuhid Sulle Eesti avalik-õiguslikus meedias meeldivad/on meeldinud?
- Millised saatejuhid Sulle Eesti kommertsmeedias meeldivad/on meeldinud?
- Millised saatejuhid Sulle välismaa meediakanalites meeldivad/on meeldinud?
- Kui palju oled kasutanud Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu saadete arhiivi/järelvaatamise/kuulamise võimalusi?
Sageli/vahel/vähe/väga harva, on sattunud vist/ei
- Kas oled jälginud Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu programme ka välismaal olles?
Sageli/vahel/vähe/väga harva, on sattunud vist/ei
- Mida ootad Eesti avalik-õiguslikult ringhäälingult (Eesti Rahvusringhäälingult)?
- Millest oled puudust tundnud? Mis võiks ja peaks veel olema Eesti avalik-õiguslikus ringhäälingus?
- Mida teeksite Eesti avalik-õiguslikus ringhäälingus teisiti - millele keskenduksite?
- Mida teeksid, kui Sa ise oleksid Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu toimetaja?
Ideaaljuhul - kui kõik on võimalik, ressursid pole piiratud?

Sinu e-mail kui soovid saada uringu tulemusi nende valmides:

Täname vastamast ja kõike head!

Lisa 2

Fookusgrupi intervjuude uurimiskava

Teema: Eesti noorte eelistused ja ootused ERRi programmidele/ saadetele

Probleem:

1. Millised on noorte üldised meediakasutuse harjumused?
2. Kuivõrd on noortele piisavalt saateid ERRi programmides (eelistused)?
3. Millised on noorte ootused ERRile?
4. Mida noored meedia juures väärtustavad?
5. Võimalikud põhjused, miks see nii on?

Eesmärk: uurida Eesti noorte perspektiivi ERRi poolt pakutavatele programmidele ja saadetele.

Ülesanded: andmete kogumine selgitamaks välja Eesti noorte arvamused ERRi programmi kohta (eelistused, ootused, väärtused).

Uurimisküsimused:

1. Kui palju noored jälgivad ERRi programmi?
2. Kuivõrd eristavad noored ERR-i kui avalik-õiguslikku meediat ülejäänud meediast?
3. Milliseid väärtusi noored hindavad ja kuivõrd ERR neid pakub?
4. Millised ootused on noortel ERRile?

Valim: sihtrühm, 15-28-aastased Eesti põhikooli, gümnaasiumi, kutseõppeasutuste ja ülikoolide noored.

2 Fookusgrupi intervjuud – 5-8 inimest.

Lisa 3

Intervjuukava

Sissejuhatus

1. Nimesildi kirjutamine, suupisted
2. Tutvumine osalejatega, uuringu tutvustamine, reeglite kokkuleppimine (u 10 min).

Põhiosa: intervjuu (u 60 ... 90 min)

Kui palju noored jälgivad ERRi programmi?

1. Kui palju te vaatate televiisorit, kuulate raadiot (ka veebi kaudu), milliseid kanaleid? ERR-i?

Kuivõrd eristavad noored ERR-i kui avalik-õiguslikku meediat ülejäänud meediast?

2. Mis tähendab avalikõiguslik?
3. Mille poolest eristub ERR kommertskanalitest?
4. Kuidas saab kuulaja/vaataja väljendada kriitikat ja poolehoidu ERRi programmile?
5. Kas erinevate huvigruppide huvid on võrdselt ERRi programmis esindatud?

Milliseid väärtusi noored hindavad ja kuivõrd ERR neid pakub?

6. Mis on uudis/oluline info? "Kollased" uudised vs faktilised uudised.
7. Kas ERRi roll piirdub ainult Eesti pindalaga?
8. Kujutleme olukorda, kus eestikeelseid omasaateid üldse ei tehtaks. Mis oleks sellest Eesti elanikel kaotada/võita?

Millised ootused on noortel ERRile?

9. Kui sa oleksid ise ERRi produtsent ja piiramatu eelarvega, mis sa saateid/kanaleid teeksid? Milliseid saateid võiks ERRi programmis rohkem olla?

Intervjuu lõpetamine ja kokkuvõtete tegemine, osalejate tänamine nende panuse eest, uurimistulemustega tutvumise võimaluse pakkumine intervjuueeritavatele jms (5 – 10 minutit).

Lisa 4

Fookusgruppide tekstide analüüsimise koodid, teemad, alateemad

I Eelistused (olemasolevad saated)

1. Meediakanalite hulgas üldse
 - 1) Välismaa
 - a) Väärtused, mida nende juures hinnatakse
 - 2) Eesti
 - a) Väärtused, mida nende juures hinnatakse
2. Eesti meediakanalite eelistused
 - 1) TV-kanalid
 - 2) Raadiokanalid
 - 3) Online-kanalid
 - 4) Tasuta kanalid/tasulised kanalid
3. ERR-i kanalite eelistused
 - 1) Eelistatud kanalid nimeliselt
 - a) ERR-i TV-kanalid
 - b) ERR-i raadiokanalid
 - c) ERR-i veebiportaalid
 - 2) Eelistatud kanalite kvaliteedid (hinnatavad omadused)
 - a) Mida hinnatakse TV-kanalite juures
 - b) Mida hinnatakse raadiokanalite juures
 - c) Mida hinnatakse veebiknaalite juures
4. ERR-i saadete eelistused
 - 1) Milliseid saateid vaadatakse/kuulatakse
 - a) Reaalajas TV-, raadioseadmest
 - b) Reaalajas veebis
 - c) Veebis järelvaatamise/-kuulamisena
 - 2) Milliseid omadusi hinnatakse saadete puhul
 - a) TV-saadetel
 - 1) Formaadid
 - 2) Sisu
 - 3) Järelvaadatavus
 - b) Raadiosaadetel
 - 1) Formaadid
 - 2) Sisu
 - 3) Järelkuulatavus
 - c) Veebiprogrammis
 - 1) Hinnang veebilahendustele

II Ootused

1. Ootused meediale üldse
 - 1) Milliseid saateid soovitakse näha/kuulda

- a) Ootused meelelahutuslikule sisule
 - b) Ootused ajakirjanduslikule sisule
2. Ootused ERR-ile
- 1) Millisena soovitakse näha ERR-i kanaleid
 - a) ERR-i kanaleid üldiselt (laia ühiskondliku spektri jaoks)
 - b) Milliseid kanaleid isiklikult ERR-ilt soovitakse
 - 2) Ootused ERR-i saadetele
 - a) Vormile
 - b) Sisule
 - 3) Ootused ERR-i kasutajasõbralikkusele
 - a) Järeelvaatamine/arhiiv
 - 1) Saadete hulk/sortiment
 - 2) Kasutajamugavus
 - b) Ootused noortesõbralikkusele
 - 1) Disain
 - 2) Sotsiaalmeediaga integreeritus (ERR Facebookis, Youtubeis jms)
 - 3) Saated noortele
 - 4) Noorte kaasamine saadete tegemisse
 - 4) Ootused poliitilisele sõltumatusel
 - 5) Ootused rahastusele

III ERR-i ainulaadse positsiooni tajumine

- 1. ERR kui kommertsmeediast eristuv institutsioon
 - 1) ERR-i potentsiaal
 - a) ERR-i potentsiaali tajumine üldiselt
 - b) Kuidas on hetkel kasutatud võimalused, mida nähakse ERR-il
 - c) Ettepanekud ERR-i rolli paremaks täitmiseks

IV Oma meediakasutuse narratiivi loome vastajate poolt intervjuu käigus

- 1. Oma meediakasutuse harjumuste väljendamine intervjuu käigus
 - a) Väärtused
 - 1) Normatiivsetena tajutud/esitatud
 - 2) Isiku tegeliku meediakäitumise esitus
- 2. ERR-i poolt kantavate väärtuste esitamine oma isikunarratiivis
 - a) ERR-i normatiivsed väärtused
 - b) Tegelik ERR-i võimaluste kasutamine

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Andrus Tins (05.07.2017)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Noorte eelistused ja ootused seoses Eesti avalik-õigusliku ringhäälinguga“, mille juhendajad on Maarja Lõhmus ja Andu Rämmer
 - 1.1 reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'is kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 30.05.2017