

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

JALGPALLIHUVILISTE ARVAMUSED JALGPALLI KAJASTAMISEST
EESTI MEEDIAS
Bakalaureusetöö (8AP)

Martin Šmutov
Juhendajad: Pille Pruulmann-Vengerfeldt, PhD
Anu Masso, MA (sotsioloogia)

Tartu
2007

Sisukord

1. SISSEJUHATUS	4
2. TEOORIA SUHESTATUNA PRAKTIKUTE ARVAMUSTEGA.....	6
2.1 Avalik huvi	6
2.2 Toimetajate ja survegruppide roll uudiste valikul	10
2.3 Meedia avalikkuse aktiveerijana.....	11
2.4 Meedia, spordi ja jalgpalli suhted	13
2.5 Uurimisküsimused	18
3. MEETOD	19
3.1 Metoodilised lähtekohad	19
3.1.1 Meetodi, ankeedi ja küsitlusvõimaluste kriitika ning arutelu	20
3.2 Valim	22
3.3 Analüüsimetodid	23
3.4 Ülevaade uuritud kanalitest.....	25
3.4.1 Ajalehed ja ajakirjad	26
3.4.2 Raadio ja telekanalid.....	26
3.4.3 Internet.....	28
4. TULEMUSED.....	29
4.1 Kõigi vastajate üldtulemused	29
4.1.1 Jalgpallihuviliste meediakasutus.....	29
4.1.2 Jalgpallikajastuse tase	29
4.1.3 Rahulolu jalgpallikajastusega	30
4.1.4 Infokanali olulisus	30
4.1.5 Jalgpallihuviliste hinnang ajakirjanikele ja ekspertidele.....	32
4.1.6 Jalgpallihuviliste informeeritus jalgpallist	33
4.1.7 Lühikokkuvõtte kõigi vastajate üldtulemustest.....	33
4.2 Seosed jalgpallihuviliste informeerituse, meediatarbimise ja rahulolu vahel Error! Bookmark not defined.	
4.2.1 Lühikokkuvõtte olulisematest seostest.....	34
4.3 Erinevused jalgpallist teadjate gruppide vahel.....	42
4.3.1 Vähemteadjate ja keskmiste teadmistega vastajate võrdlus	42
4.3.2 Vähemteadjate ja enamteadjate võrdlus.....	44
4.3.3 Jalgpallist keskmiselt teadvate ja enamteadjate grupi võrdlus	45
4.3.4 Lühikokkuvõtte olulisematest T-testi tulemustest	46
4.4 Kolme grupi võrdlus Hii-ruut testi abil	47

4.5 Lahtised vastused.....	48
4.6 Jalgpallihuviliste lemmikud.....	51
5. DISKUSSIOON.....	52
5.1 Jalgpallihuviliste üldine meediakasutus	52
5.2 Jalgpallihuviliste jalgpallialane meediakasutus	54
5.3 Jalgpallihuviliste rahulolu meedia pakutava suhtes.....	57
6. KOKKUVÕTE	60
7. SUMMARY - «OPINIONS OF FOOTBALL FANS REGARDING COVERAGE OF THE TOPICS OF FOOTBALL IN ESTONIAN MEDIA»	62
8. MÄRKUSED	64
9. KASUTATUD KIRJANDUS.....	65
LISAD	68
Lisa 1 – küsitluse ankeet	68
Lisa 2 - kodeerimistabel	72
Lisa 3 - intervjuu SL Õhtulehe sporditoimetuse juhataja kohusetäitja Jaan Martinsoniga	79
Lisa 4 - intervjuu Eesti Päevalehe sporditoimetuse juhataja Kristi Vahemaaga.....	82
Lisa 5 - Intervjuu Postimehe sporditoimetuse juhataja Peep Pahviga	84
Lisa 6 - Intervjuu ETV sporditoimetuse juhataja Marko Kaljuveeriga.....	87
Lisa 7 - Joonised	90
Lisa 8 – Hii-ruut testi olulised jaotused	121

1. Sissejuhatus

Ajaleht ja lugeja peavad tegema koostööd, et ajaleht saaks tarbijale pakkuda just sellist väljaannet, nagu oodatakse. Selleks peab leht teadma, millised on lugeja soovid ja kas nende pakutav vastab lugeja ootustele. Vajalik on dialoog. Oma bakalaureusetöös edastan jalgpallihuviliste arvamuse, kuidas nende hinnangul saavad Eesti meediaväljaanded hakkama seda huvigruppi huvitava teema – jalgpalli – kajastamisega.

Ajalehed koondavad iga valdkonna uudised - näiteks sise-, välis-, spordi-, majandus- jm uudiseid – omaette lehekülgedele, kus omakorda on valik erinevatest teemadest. Nii võib spordilehekülgede lugeja saada muuhulgas infot korv-, jalg- ja käsipalli, kergejõustiku, suusatamise, sumomaadluse jt spordialade kohta.

Valiku, mida lugejale pakutakse, teeb aga toimetaja, kes võib tugineda näiteks statistikaameti (Statistikaamet 2007) andmetele, mille põhjal harrastas 2003. aastal jalgpalli 10 383, korvpalli 9 162, kergejõustikku 7 887, võrkpalli 6 039 ja ujumist 3 776 inimest. Nende andmete alusel peaks neist aladest kõige rohkem meediakajastust saama jalgpall – statistiliselt on jalgpalliga tegelejaid kõige rohkem ja võib ju väita, et need, kes ise alaga tegelevad, tunnevad tõenäoliselt huvi ka seda puudutava info vastu. Halvem põhjendus poleks ka lihtsalt uudisväärtustele ehk mõjukusele, ebatavalisusele, prominentsusele, konfliktsusele, lähedusele, värskusele ja aktuaalsusele (Hennoste 2001) rõhumine.

Samas on igasugune valik siiski subjektiivne, sest toimetaja näeb argumente enda vaatenurgast ehk enda huvidest ja teadmistest lähtuvalt. John McManus on öelnud, et turule orienteeritud ajakirjanduses peab ajakirjanik arvestama nelja erineva jõuga: auditooriumiga, toimetajatega, omanikega ning reklaamiandjatega (1994). McManusele sarnased jõud on välja toonud ka Denis McQuail (1992), kes on sinna nimistusse lisanud ka allikad.

Lisaks on selge, et nende nelja või viie jõu soovid pole ühesugused. McManuse (1994) järgi soovib auditoorium ajakirjanikult nende jaoks koostatud teksti, reklaamiandjad

tahavad oma toodete reklaamile võimalikult soodsat keskkonda, omanikud tahavad aga kasumit. Seetõttu peavad toimetajad jälgima, et ajakirjanikud teeksid lugusid, mis täidavad omanike soove.

Nii võibki tekkida olukord, kus toimetajad pakuvad lugejale mingit informatsiooni, mis on toimetuse hinnangul oluline ja huvitav, kuid tegelikult pole selge, kas pakutav üldse lugejaid köidab. Ühe valdkonna nõrkus võib aga hakata mõjutama tervet ajalehte, sest kui inimesed ei saa neid huvitavat infot ühest väljaandest, minnakse seda otsima mujalt.

Seetõttu näen vajadust uuringute järele, mis annaksid toimetusele infot inimeste soovide kohta, et toimetajad saaksid selle põhjal teha täpsemaid ja paremaid otsuseid. Oma bakalaureusetöös keskendusin jalgpallihuviliste arvamustele, tulevastes töödes aga, näiteks magistrیتöös, kavatsen uurida ka tavalise lehelugeja arvamusi kogu spordivaldkonna kohta.

Oma bakalaureusetöös kasutasin ankeetküsitlust, mis oli täidetav elektrooniliselt ja viited sellele panin üles Eesti suurima jalgpalliportaali Soccernet.ee foorumisse, et küsimustele vastaksid just jalgpallist huvituvad inimesed. Vastata sai ajavahemikus 24. aprill 2005 - 7. mai 2005 ehk ajal, mil ei toimunud ühtegi jalgpalli suurvõistlust, mis võinuks ala kajastamist intensiivsemaks muuta.

Bakalaureusetöö esimeses osas tutvustan teoreetilisi seisukohti, annan ülevaate jalgpalli rollist ühiskonnas ning jalgpalli ja meedia seotusest. Eraldi peatükkides kirjeldan kasutatud meetodikat, annan ülevaate uuritud kanalitest ning toon esile andmed, mis olid teada enne bakalaureusetöö kirjutamist. Seejärel toon välja küsitluse tulemused, jagades vastajad kolme gruppi, et võrrelda, kas esineb erinevusi jalgpallist enam teadvate, sellest keskmiselt teadvate ja vähem teadvate vastajate soovide ja meediatarbimise vahel. Sellele järgnevas peatükis analüüsin saadud tulemusi. Bakalaureusetöö lõpetab kokkuvõtte, kuhu koondan kõige olulisemad tulemused.

2. Teooria suhestatuna praktikute arvamustega

Selles peatükis tõstan esile töö empiirilised ja teoreetilised lähtekohad. Esmalt kirjeldan uurimisküsimusi ja hüpoteese, seejärel selgitan avaliku huvi mõiste, toimetaja ja survegruppide suhteid ja turu rolli ajakirjanduses, sest need kolm teemavaldkonda on otseselt ja väga tihedalt seotud lõpuks meediaväljaandesse jõudva info töötlemise ja esitamisega.

Avaliku huvi täitmine peaks olema ajakirjanike ja toimetajate peamine ülesanne, kuid siinkohal tulevadki mängu muud tegurid: toimetaja hinnangud ning survegruppide ja isegi reklaamitoimetuse mõju. Ka Denis McQuail on väitnud (2000: 81), et meedia peab surve tõttu töötama väga suure pinge ja piirangute all.

Mõistmaks, kuidas toimetused sellises situatsioonis käituvad ja mis on spordiudiste kirjutamise puhul oluline, kasutan teoreetilises osas lisaks teoreetikute seisukohtadele ka praktikute omi: SL Õhtulehe sporditoimetuse juhataja kohusetäitja Jaan Martinsoni, Eesti Päevalehe sporditoimetuse juhataja Kristi Vahemaa, Postimehe sporditoimetuse juhataja Peep Pahvi, ETV sporditoimetuse juhi Marko Kaljuveeri, Eesti Jalgpalli Liidu presidendi ja FC Flora juhi Aivar Pohlaku ja ajakirja Jalka peatoimetaja Indrek Schwede abil püüan näidata valitsevaid tendentse, arvamusi, meeleolusid ja toiminguid, mida toimetused uudiste valimise ajal teevad, kuidas nad enda hinnangul avalikku huvi rahuldavad ning kuivõrd sellekohast tagasisidet saavad ja sellega arvestavad.

Lisaks juhin tähelepanu ajakirjanduse ja tarbija dialoogi vajadusele ning annan seejärel ülevaate meedia ja spordi ning meedia ja jalgpalli(fännide) suhetest.

2.1 Avalik huvi

Massimeediale kohaldatuna tähendab avalik huvi seda, et meedia täidab nüüdisaegses ühiskonnas teatavat arvu tähtsaid, isegi põhiolemuslikke ülesandeid ning kõigi huvides on, et neid ülesandeid täidetaks hästi. Avaliku huvi idee sisaldab nii positiivseid ootusi kui ka teatavaid piiranguid ja aruandekohustust (McQuail 2000: 127-128).

Enamik meediast pole aga loodud avalikku huvi teenima, vaid hoopis mõnd muud eesmärki järgima – vahel on see eesmärk kultuuriline, erialane või poliitiline, kuid kõige sagedamini on eesmärgiks kasumi teenimine äriettevõttena. Mõnikord täidetakse mitut eesmärki üheaegselt. Kui meediat juhitakse kommertsalustel, nagu see enamasti on, siis on meedia arusaam avalikust huvist võrdsustunud sellega, mis avalikkust huvitab. Nii nihkub vastutus normide, eetika ja väärtuste eest ühiskonnale (McQuail 2000: 128).

Avaliku sfääri (public sphere) mudel väidab aga (Croteau & Hoynes, 2001), et on mõned ühiskondlikud vajadused, mida ei saa täita turu nõudluse-pakkumise dünaamika abil. Seega ei saa meediatööstust hinnata vaid kasumlikkuse näitajaga, arvesse tuleb võtta ka näiteks mitmekesisust ja sisu. Avaliku sfääri mõiste pärineb Saksamaa sotsioloogilt Jürgen Habermasilt (1989/1962, viidatud Croteau ja Hoynes 2001 järgi), kelle väitel vaatab selline mudel inimesi kodanike, mitte tarbijatena. Lisaks peaks meedia avaliku sfääri mudeli puhul teenima kodanikke, mitte sihtima potentsiaalseid tarbijaid.

Teenima ja sihtima on võtmesõnadeks, sest kellegi teenimise puhul võib oletada, et teenindatava soov on teada. Sihtimine viitab aga alles otsimisele ja lootusele, et äkki tabab lendu lastud nool märklauda. Turumudel (Croteau & Hoynes, 2001) väidab aga, et kasumit taga ajades rahuldab meediafirma ka avalikku huvi, sest nad pakuvad kaupa, mis huvitab auditooriumi. Samas näitab avaliku sfääri mudel võimalikku konflikti kasumlikkuse jahtimise ja avaliku huvi täitmise vahel.

Lisaks ei maksa unustada, et lehe kasumlikkuse võib tuua vaid üks lehe osa – näiteks väga kõrgetasemelised kodumaised poliit uudised, mille tõttu seda väljaannet ostetakse ja mis tõmbab ligi ka reklaamiandjaid. Samas võivad spordiuudised olla konkurentidega võrreldes väga viletsal tasemel, kuid lehe üldist kasumlikkust nende vilets tase ei mõjuta. Ka Croteau ja Hoynes (2001) rõhutasid, et demokraatliku riigi meedia ei peaks vabas turuolukorras pakkuma toodet, vaid teenima avalikku huvi.

Avaliku huvi teenimise defineerimine on aga järjekordne keeruline ülesanne. Näiteks turuteooria entusiastid esitavad otsese definitsiooni, kuid pööravad termini pahupidi:

avalik huvi on see, kui isikud on millestki huvitatud. Sellise definitsiooni järgi täidavad avaliku huvi ootusi need meediaüksused, mis on populaarsed ehk mida inimesed tarbivad. Selliselt defineerides jätab turuteooria aga kõrvale meedia kultuurilise ja poliitilise tähtsuse (Croteau & Hoynes, 2001). Samuti ei näita selline teooria ikkagi seda, kas sama populaarsed on ka väljaande kõik osad.

Denis McQuail (1992) tõi aga esile, et adjektiivina viitab sõna «avalik» sellele, et miski on pigem avatud, vabalt saadav ja ühine kui kinnine, privaatne ja indiviidile kuuluv. Seega peaks avalik sfäär tähistama neid kohti ühiskonnas, mis on avatud, ligipääsetavad, jagatud, kollektiivsed ja tavalised. Samuti saab avaliku huvi standardit rakendada kõigi meediaüksuste kohta ning avalikul huvil on vähemalt neli tunnust: mitmekesisus (meedia peaks peegeldama kõigi esindatud arvamusrühmade arvamust), innovaatilisus (meedia peaks pidevalt katsetama uusi asju), sisu (meedia peaks tegelema tõsiste küsimustega ja pakkuma vähem meelelahutust, samuti tuleb sisu pakkuda viisil, mis paneks inimesed arutlema) ja sõltumatus (meedia peaks avaldama infot sõltumatult valitsuse või korporatsiooni soovidest) (Croteau & Hoynes, 2001).

McQuail (2000: 128) refereeris Heldi, kes on kirjeldanud kahte peamist versiooni sellest, mis moodustab avaliku huvi ja kuidas selle sisu kindlaks teha. Üks vaatenurk on häälteenus, selle kohaselt tuleks avaliku huvi küsimused lahendada rahvahääletusega. Meedia puhul tähendaks selline lähenemine, et rahvale tuleb anda seda, mida rahvas tahab, valmistades heameelt enamikule meediaturu tarbijatest.

Oponeerivat vaadet kutsutakse unitaarseks või absolutistlikuks, kuna avalikku huvi määratletakse teatud ühest domineerivast väärtusest või ideoloogiast lähtuvalt. Parimal juhul viib see välja paternaistlikule süsteemile, mille eestkostjad või eksperdid otsustavad selle üle, mis on hea.

SL Õhtulehe sporditoimetuse juhi kohusetäitja Jaan Martinsoni (Martinson 2007) sõnul on SL Õhtulehes välja kujunenud traditsioonid, millisel teemal ja tasemel lood pääsevad lehte aknaalooni, millised joonealusena või lühema uudisena. Ta rõhutas samas, et

traditsioonid ei tähenda jäikust, ent nende murdmiseks peab lugu olema piisavalt tugev. Näiteks mõnd teisejärgulist ala – poks, jääpurjetamine, orienteerumine jt - käsitlev lugu pääseb lehte vaid siis, kui kannab endas mõnd väärtust. Näiteks pääsevad lehte medalivõidud, Eestis toimuv orienteerumise EM või omapärane persoon. Uus teema, kui see on piisavalt väärtuslik, nagu näiteks laskesuusataja Eveli Saue, loksus iseenesest paika.

ETV sporditoimetuse juhataja Marko Kaljuveer (Kaljuveer 2007) tõstis esile, et koosolekud on tele- ja lehetoimetuste puhul sarnased, kuid väga suur erinevus on uudise esitamises, sest televisiooni puhul tuleb arvestada pildiga – kas sündmusest on video või ei ole. Kaljuveeri sõnul ei saada sageli aru, et televisioonis määrab pilt kõik, lisaks on spordi uudiste müügist tehtud suur äri. Näiteks jalgpallikoondise väravavahi Mart Poomi Sunderlandi eest löödud värava puhul küsisid inglased ühe minuti eest üle 50 000 krooni. Seega tuleb arvestada hoopis teise keskkonnaga.

Martinsoni (Martinson 2007) sõnul peab lehte pääsev lugu olema spordialalt, millel on kas telepublikut (suusatamine), kohale tulevaid pealtvaatajaid (ralli), mida koteeritakse maailmas kõrgelt (jalgpall), kus eestlastel on saavutusi (vehklemine, judo) või peab lugu tekitama lugejais tugevaid emotsioone (surmad, avariid, juhtumid tuntud inimestega). Eesti Päevalehe sporditoimetuse juhataja Kristi Vahemaa lisas (Vahemaa 2007), et kuigi peamiselt on vaatluse all sportlased ja alad, mis on edukad, siis aeg-ajalt tuleb kajastada kõiki alasid, sest need väärivad tähelepanu, olgu siis vaatenurk milline iganes. Uudiste valikul keskendub Postimehe sporditoimetuse (Pahv 2007) pigem Eestis toimuvale, eeldades, et just lähedased uudised pakuvad lugejatele enam huvi.

Vahemaa sõnul jälgib (Vahemaa 2007) väljaanne igapäevaselt, mis on lehe loetavaimad lood – selleks tehakse telefoniküsitlusi, jälgitakse *online*-versiooni ja suheldakse oma tutvusringkonnas. Uudislugude valimisel usaldatakse samas ennekõike ajakirjaniku kogemust, sest ajakirjanik tunnetab, mis lugejat huvitab. Martinson (Martinson 2007) tõi aga esile, et uuringuid, kas nende pakutav inimestele ka meeldib, pole SL Õhtulehe sporditoimetuses teinud. Neid oleks siiski hädasti vaja, sest praegu tehakse otsuseid

põhiliselt uudiskriteeriumitele, kogemustele ja kõhutundele tuginedes. Senine tagasiside lugejatelt tuleb kas neilt otse või siis internetikommentaaride kaudu, samuti kuulatakse sõprade-tuttavate ja sportlaste arvamusi.

Lugejauuringuid pole ka Postimehes (Pahv 2007) ja Pahvi hinnangul tuleb suhtlemist nn tavalugejaga üldse harva ette – suurem tagasiside tuleb spordiga seotud inimestelt ja lähimatelt tuttavatelt. Seetõttu oleks igasugused uuringud Pahvi sõnul äärmiselt vajalikud. Igasuguse tagasiside rolli rõhutas mitmel korral ka Kaljuveer (Kaljuveer 2007) - ETV sporditoimetuse juhataja hinnangul võivad ajakirjanikud kohati olla silmaklappidega, siis on hea kuulda teiste arvamusi. Tagasisidet tuleb tema kinnitusel otse toimetusse. Eriti intensiivne on see suurvõistluste ajal, kuigi siis käib Kaljuveer arvamusi ka foorumitest otsimas. Kaljuveer mainis mitmel korral, et tagasisidet tuleb ka arvestada, sest ETV sporditoimetus peab tegema rahvatelevisiooni.

2.2 Toimetajate ja survegruppide roll uudiste valikul

Nagu sissejuhatuses mainitud, on teoreetikud väitnud (McManus 1994; McQuail 1992: 82), et turule orienteeritud ajakirjanduses peab ajakirjanik arvestama mitmete jõududega - auditorium, reklaamiandjad, omanikud ja allikad. Denis McQuail väidab, et seetõttu töötab meedia väga suure pinge ja piirangute all. Erik Bagerstam (1997: 69) väidab aga, et tavaliselt avaldatakse ajakirjanikele survet isiklikes suhetes. Ajakirjanikud on huvitatud paljudest kontaktisikutest, kuid isiklike kontaktide läbi tekib sõprusest tulenev korruptsioonirisk, sest mõnikord on raske vahet teha korrektsel vihjel ja surveavaldusel.

SL Õhtulehe sporditoimetuse juhi kohusetäitja Jaan Martinsoni (Martinson 2007) väited kuvavad teistsuguse pildi – tema sõnul on otsustusprotsessis viimane sõna sporditoimetusel. Teiste toimetuste ja lehejuhtide palveid võidakse arvestada, kuid ei pruugita. Martinsoni väitel on väljaande ülejäänud toimetuste liikmete rolliks anda ideid - head mõtted kindlasti realiseeritakse. Ta mõõnab, et aeg-ajalt tuleb lehe üldisele suunitlusele vastu tulla ja teha kõmulisemaid lugusid, mida muidu ehk ei teeks, kuid seda ei pea ta sunduseks, vaid pigem palvele vastutulekuks – ei saa ju lehe spordiosa üldisest sisust alati ja kardinaalselt erineda. Toimetuse tööprotsessi kirjeldab Vahemaa (Vahemaa

2007) sarnaselt Martinsonile, öeldes, et väga nutikaid ideid tuleb ka mujalt, mistõttu lastakse toimetuse juhatajate koosolekul kõigil sõna sekka öelda. Postimehe sporditoimetuse juhataja Peep Pahv (Pahv 2007) märkis seevastu, et tema peab spordilugude pakkumisel ja teemade tõstatamisel ülejäänud toimetuse rolli marginaalseks, sest sport on küllaltki spetsiifiline ala, kus saab määravaks asjatundlike sporditoimetajate arvamus. Samuti on vaid üksikjuhtudel tulnud hommikuselt üldkoosolekult mõni hea idee.

Reklaamiosakonnal Martinsoni (Martinson 2007) väitel sisu osas sõnaõigust pole. Kuigi Vahemaagi (Vahemaa 2007) rõhutab, et reklaamiosakond sisu ei määra, juhib ta siiski tähelepanu sellele, et nad müüvad reklaame teatud alade juurde, näiteks kui on suusatamise maailmameistrivõistlused, siis Hansapank soovib, et nende reklaam oleks suusaloo juures. Nagu teisedki, rõhutab ka Pahv (Pahv 2007), et reklaamilugude aeg on möödunud ja sellistel lugudel pole tänapäeva ajakirjanduses kohta, kuigi tema sõnul võib tekkida olukordi, mil koostööd ei saa välistada. Kaljuveeri (Kaljuveer 2007) väitel soovivad paljud alaliidud ETVga kokkuleppeid teha sooviga, et neid kajastataks. Samas ei tähenda nende huvi, et sporditoimetuse kohe lepinguid vorpima hakkaks, uudiseid valitakse siiski peamiselt uudiskriteeriumite alusel ja nii täidetakse ka oma rolli olla rahva informeerija.

2.3 Meedia avalikkuse aktiveerijana

Interaktiivsus on meediumi ja kommunikatsioonisuhete iseloomust tulenev võimalus vastastikuseks kommunikatsiooniks. Suur interaktiivsus võimaldab enamasti mõlemapoolset kohandumist, ühist orientatsiooni, täpsemat kontrolli ja suuremat efektiivsust (McQuail 2000). Seega on vaja, et lugejad suhtleks toimetustega ning annaks enda huvidest ja soovidest teada, mispeale saab omakorda vastata meedia.

Viimane auditooriumi aktiivsuse näide, mis tõi Eesti spordimeediasse täiesti uue teemaringi ehk aktiveeris spordiajakirjanduse, pärineb umbes kahe aasta eest, kui spordimeedia ette kerkis sumomaadleja Kaido Höövelson ehk Baruto. Esimesena hakkasid 2005. aasta keskel tema tegemisi kajastama Postimehe ajakirjanikud Neeme

Korv (Korv 2005) ja Tiit Tuumalu (Tuumalu 2005), kuid Postimehele järgnesid kohe teised ajalehed ning muu meedia, sest inimeste huvi jaapanlasi hullutava mehe vastu oli väga suur.

Nüüd kajastatakse igat Baruto maadlust ja Postimehe veebilehel tõusevad tema üksikvõidud isegi kõige tähtsama uudise kohale – esimeseks tõusmine näitab samuti lugejate huvi ja sedagi võib pidada omamoodi surveks, sest toimetajad teevad lugude järjekorra valikuid lugejanumbreid jälgides.

Sumo niivõrd jõuline esiletõus näitab, kuidas avalikkus võttis vastu meedia pakutud teema ja avalikkuse huvi aktiveeris omakorda meediat. Nii on näha, et kontsentreeritud huvi korral võib igapäevasesse meediasse tuua seni varju jäänud teemad, sest enne Barutot oli sumomaadlus küllaltki tundmatu ja märkamatu ala, kuigi Eesti sumomaadlejad olid maailmameistrivõistlustelt võitnud 11 ja Euroopa meistrivõistlustelt 30 medalit. Suurvõistlustelt on Eesti Sumoliidu andmetel praeguseks võidetud kokku 89 medalit.

Samas on rõhutatud (Martinson 2007), et esialgu oli lihtne kirjutada sumost huvipakkuvaid lugusid, kuna rahvas ei teadnud alast midagi. Pärast esimest lainet on Baruto teema aga pisut vaibunud ja vaibub veelgi. Aastakese pärast peab Baruto juba millegi erilisega silma paistma, et temast suur lugu ilmuks. Pahv (Pahv 2007) toob esile ka nüansi, millega tuleks arvestada: kui aktiivseid kommentaatoreid on näiteks sadakond, siis nende tegevuse produktiivsusest võib jääda mulje, nagu oleks sumohuviliste arv suur. Pahv on veendunud, et pärast Baruto loobumist kaob ka huvi sumo vastu – nagu varem kadus huvi trekisõidu (Erika Salumäe) või kahevõistluse (Allar Levandi) vastu.

Selle bakalaureusetöö mõistes on aktiveeriv avalikkus eriti oluline, sest selliste uuringute põhjal saab meediat samuti nõustada ja sobivamasse suunda tõugata, kuigi jalgpalli puhul pole vaja niivõrd põhimõttelist muutust, sest alana on ta niigi meedia tähelepanu all, kuid on võimalik, et meedia on seni tähelepanu pööranud sellistele jalgpalli valdkondadele, mis avalikkusele huvi ei paku. Sumost rääkides hoiaks avalikkuse pidev surve ka Baruto

tegemisi endiselt tähtsamal kohal ja nii ei saaks toimetused teemat leheveergudelt eemaldada või vähemtähtsale kohale paigutada.

2.4 Meedia, spordi ja jalgpalli suhted

Alina Bernstein ja Neil Blain kirjutasid artiklis «Sport And The Media: The Emergence Of A Major Research Field» (2002), et meedia ja spordi uurimine hakkas arenema 1980. aastatel, veelgi enam 1990. aastatel. Nende väitel on viimase kümnendi jooksul huvi spordi vastu tohutult kasvanud, erilise tähelepanu all on spordi seosed ja suhted meediaga. Kirjutatud on nii autobiograafiaid kui ka erialaseid raamatuid, et selgitada spordilugude edastamiseks vajalikke tehnikaid, oskusi ja stiile.

Samuti pakuvad spordi ja ühiskonna seosed huvi akadeemikutele. Näiteks Kay Schaffer ja Sidonie Smith väidavad (2000, viidatud Bernsteini ja Blaini 2002 järgi), et spordi ja teiste popkultuuride piirid on hägustumas. Toby Miller (2001, viidatud Bernsteini ja Blaini 2002 järgi) uuris aga, kuidas inimesed võrdlevad enda välimust superstaaride omaga. On ka uuringuid, mis keskenduvad turundusele, sugude ja rasside kuvamisele, rahvuselusele, globaliseerumisele, vägivallale ning auditooriumi kogemustele.

Bernstein ja Blain töid esile, et 1980. ja 1990. aastatel keskendus meedia peamiselt meesatleetide näitamisele (2002: 6). Nad viitasid tehtud uuringutele, mille alusel said 1994. aastal meesatleedid USA teleajast 93,8 protsenti. Samas suurvõistluste ajal näidatakse naisi pea sama palju kui mehi – näiteks toodi NBC ülekanded 1996. aasta olümpiamängudelt. Susan Eastman ja Andrew Billings (1999, viidatud Bernsteini ja Blaini 2002 järgi) avastasid, et 1996. aasta olümpial said mehed ja naised pea võrdselt eetriaega ning võrdselt kajastati ka nende medalialasid.

Norbert Elias (1993, viidatud Bernsteini ja Blaini 2002 järgi) kirjutas aga, et ajalehe spordiveergudel võib leida «rahvuslikku sentimentaalust», mida on keeruline kohata muudel lehekülgedel. Anthony Smith (1991, viidatud Bernsteini ja Blaini 2002 järgi) lisas, et kuigi spordiveergudelt võib leida ka teistsuguseid ühtsusviiteid nagu näiteks rass, religioon, sotsiaalne kuuluvus ja sugu, on ülemaks siiski rahvustunne.

Bernstein ja Blain pidasid aga vajalikuks viidata (2002: 13), et mõne uurija arvates on spordikülgedel toimuv lausa sõja aseaine. «Atleedid ja meeskonnad muutvad sõduriteks, kes kaitsevad meie koolide, linnade ja riigi au,» kirjutas P. J. Creedon. Michael Billig väitis (1995, viidatud Bernsteini ja Blaini 2002 järgi) aga, et sport on üks areen, kus rahvuslipud võivad uhkelt lehvida ja kus harrastatakse patriootikke rituaale. Nii oli ka iseseisvunud Eesti, Läti ja Leedu üheks esimeseks sammuks olümpiakomitee loomine (Garry Whannel (1992, viidatud Bernsteini ja Blaini 2002 järgi)).

Alina Bernsteini intervjuust meediaorganisatsiooni juhtivtöötaja Alex Giladyga (2002: 5) selgus aga, et Gilady arvates võib vähemusspordi teleekraanilt kõrvale tõrjuda. «Suurem osa spordialasid ei ole huvitavad. Selliseid alasid, mis on huvitavad nii vaatajatele kui ka reklaamiandjatele, on käputäis,» sõnas ta.

Üheks selliseks alaks, mis köidab nii vaatajaid kui ka reklaamiandjaid, on vaieldamatult jalgpall. Rahvusvahelise Jalgpalliföderatsiooni (FIFA) kodulehekülje andmetel jälgis 2002. aasta jalgpalli maailmameistrivõistlusi 28,8 miljardit inimest: mängu näitas 213 riiki ja 232 kanalit, kohtumisi näidati kokku 41 000 tundi (FIFA 2002). 2006. aasta kohtumisi kanti üle 214 riiki, ülekandeid tegi 376 kanalit ja programmitunde oli kokku 73 000. Mängu vaatas 26,29 miljardit inimest (FIFA 2006).

Võrdluseks võib välja tuua, et näiteks 2004. aasta Ateena olümpiamänge jälgis 3,9 miljardit inimest. Siinkohal tuleb küll rõhutada, et loetletud on üksikvaatajaid, mitte kogu vaatamisarvu. Ülekandeid tehti aga 35 000 tundi (Beijing 2004). 2006. aasta korvpalli maailmameistrivõistlustel tegi ülekandeid 99 kanalit väidetavat enam kui 156 riiki. Vaatajanumberid pole FIBA kodulehelt kahjuks võimalik leida, kuigi väidetavalt on needki läbi aegade suurimad (FIBA 2006). Wimbledonitenniseturniiri vaatas 2003. aastal aga 1,8 miljardit inimest – ülekandeid oli 5700 tundi ja mängu näitas 164 riiki (Schwarz 2004).

Raymond Boyle ja Richard Haynes kirjutasid oma raamatus «Football in the New Media Age» (2004), et jalgpall, mida 1985. aasta 18. juuni Sunday Times nimetas oma juhtkirjas agulisportdiks, mida vaatavad agulist pärit inimesed, polnud isegi jalgpalli sünnimaal ehk Inglismaal erilise kommertsväärtusega ala, sest reklaamijad vaatasid mujale. Väga jõuline muutus toimus aga 1990. aastatel, mis oli tingitud nii väärtushinnangute muutusest kui ka Inglismaa jalgpallikoondise edukast mängust 1990. aasta maailmameistrivõistlustel ning nii mõnestki teisest faktorist. David Conn (1998, viidatud Boyle'i ja Haynesi 2004 järgi) väitis, et jalgpalli juurde tekkis täiesti uus inimeste rühm, kes kõik juhendusid turujõududest, kuid vaatasid jalgpalli täiesti pealiskaudselt – nende jaoks oli jalgpall meelelahutusprodukt ja klubid olid brändid.

Boyle ja Haynes väitsid, et jalgpallimängu on aidanud populariseerida just televisioon. Samuti suutis televisioon tõsta jalgpalli kui ala väärtust. 1960. ja 1970. aastatel oli televisiooni ja jalgpalli suhe rahulik, sest jalgpallivõimud pelgasid, et televisioon võib vähendada mängudel käivate inimeste arvu. 1964. aastal maksis BBC jalgpalliliigale 3 000 naela, et nad saaksid õiguse näidata mängude tippphetki. Boyle ja Haynes tsiteerivad Chris Horrie't (2004: 17), kes tõi esile, et paar aastat hiljem pidi BBC nende õiguste eest maksma juba 60 000 naela.

Boyle ja Haynes tõid esile, et 1966. aasta Inglismaal toimunud maailmameistrivõistluste ajal sai mõneti selgemaks, et jalgpalli tõeline kodu ongi televisioonis, sest nende ülekannete vaatajatenumbrid olid ühed kõrgemad, mida Suurbritannias eales nähtud. 1968. ja 1979. aasta vahel tõusid Inglismaa liiga tippphetkede näitamise hinnad 120 000 naelalt 534 000 naelani.

Siinkohal rõhutasid Boyle ja Haynes, et jutt käib siiski vaid tippphetkedest – otseülekandeid oli, kuid piiratud koguses, sest näidati vaid karikafinaale ja Euroopa karikasarja finaali. Samas hakkas klubijuhtides tekkima tunne, et nad on end liiga odavalt müünud. 1980. aastateks oli tekkinud veendumus, et otseülekanded võivad suurendada klubide sissetulekut. Nii hakkasid hinnad meeleletus kiiruses tõusma – 1983. aastal maksis

ITV kümne mängu näitamisõiguste eest 2,6 miljonit naela. 1988. aastal maksis sama kompanii aastas juba 11 miljonit naela.

1992. aastal ehk vaid neli aastat hiljem loodi praegune Inglismaa meistriliiga ja BSkyB maksis eksklusiivõiguse eest 304 miljonit naela. Nii võis BSkyB spordiosakonna juht David Hill samal aastal tõesti nentida (Boyle & Haynes, 2004:6), et Inglismaal on jalgpall tähtsuselt esimene, teine ja kolmas asi. Siinkohal võib veel mainida, et neli aastat hiljem maksis BSkyB õiguste eest 670 miljonit naela – selle raha eest said nad liigat näidata veel neli aastat.

Eesti jalgpalliliiga juhid ja ka ETV sporditoimetuse juht meenutasid aastaid oma jutult Inglismaa jalgpalliklubide omanikke, kes ligi viie kümnendi eest pelgasid televisiooni ja jalgpalli suhet, kartes, et mängude näitamisel võivad olla negatiivsed tagajärjed. 2005. aasta detsembris väitis Eesti jalgpalli üks liidreid Aivar Pohlak SL Õhtulehele (2005), et koondise- ja liigavuti vastu valitseb meeletult erinev huvi. Sama väitis ka ETV sporditoimetuse juht Marko Kaljuveer, tema sõnul tõestavad koondise edusammud, et Eesti pole jalgpallikaardil enam tühermaa, kuid kohalikus liigas veel asjad ei toimi ja enne ala teleekraanile viimist peaks tribüünid rahvast täis tulema, sest tühjad tribüünid ei tuleks ülekandele kasuks. Kaljuveeri arvamust jagas Pohlak, kelle arvates peaks samuti enne tõstma liiga taset ja kaubanduslik välimust ning alles siis viima toote suurema hulga silmapaaride ette. Pohlak avaldas ka kahtlust, et siin nähtavat jalgpalli võib televaataja automaatselt võrlema hakata Meistrite liigaga, mistõttu tuleb siinseid ülekandeid plaanides joonduda elitaarse kauba järgi.

Pohlak on nii mõneski intervjuus (PM Online 2006, SL Õhtuleht 2005) rõhutanud traditsioonide tekke vajadust. «Iga klubi peab leidma ühiskonnast inimrühma, kes end klubiga samastada sooviks, ja kujundama nendest järkjärgult endale traditsioone austava publiku. Selline asi ei saa sündida üleöö ja see on töö, mille viljad hakkavad paistma pikkade aastate pärast,» rääkis Pohlak näiteks Postimehe online-intervjuus.

«Koondise mängule minnes pole eestlasel küsimust: muidugi on ta omade poolt. Aga et huviline hakkaks end samastama mõne klubiga, on väga aeganõudev protsess. Siin ei aita ükski reklaam ega muu ühekordne lahendus. Selleks peavad tekkima traditsioonid, mis kanduvad perekonniti põlvest põlve – nagu arenenud jalgpallimaades,» nentis ta SL Õhtulehele.

Tundub, et jalgpallijuhtide suhtumine hakkas muutuma juba 2005. aasta alguses, sest just siis allkirjastasid Eesti Jalgpalli Liidu (EJL) president Indrek Kannik, Eesti Raadio juhatuse esimees Margus Allikmaa ning FC Flora president Aivar Pohlak koostöölepingu, mille kohaselt kajastati Eesti meeste meistrivõistluste ja koondise mängu raadioeetris – leping tagas otseülekanded Eesti koondise MM- ja EM-valiksarja mängudest Vikerraudios ning otselülitused Raadio 2-s, samuti otselülitused meistriliiga pühapäevastelt mängudelt ja vahetu info ülejäänud sama päeva kohtumistest Vikerraadio saates «Spordipühapäev». Lisaks ka otselülitused meistriliiga kolmapäevase vooru mängudelt ja vahetu info ülejäänud mängudest Vikerraadio spordisaates.

Tänavusest ehk 2007. aasta hooajast on käivitatud uus jalgpallisaade «Lisaaeg», mida veavad Liina Randpere ja Aet Süvari. ETV Spordi kodulehekülje väitel (ETV Sport 2007) toob see saade vaatajani kõik, mis jalgpalliga seotud: tutvustatakse nii Eesti staarmängijad väljaspool palliplatsi kui ka nende klubisid. Samuti uuritakse, kui pidurohke ja glamurne on tegelikult meie mängijate igapäevaelu. Tutvutakse vutipiigadega ning muidugi ei unustata ka ilusaid väravaid, skandaale ja tähtsaid mängu. Lisaks peaks ETV ekraanidele jõudma mitmed otseülekanded jalgpalli Balti liigast – olenevalt Eesti klubide edust.

Veebruaris ilmus Eesti Jalgpalli Liidu ja ASi Inreko Press koostöös jalgpalliajakirja Jalka esimene number. «Jalka on pühendunud eelkõige kodumaisele jalgpallile,» rääkis väljaande peatoimetaja Indrek Schwede Postimees Online'le (Õepa 2007). «Vaatluse all on kõik Eesti liigad, sealhulgas naiste-, saali- ja rannajalgpall. Avaldame tõsisid ja lõbusaid, lühikesi ja pikemaid tekste Eesti jalgpallist. Aktuaalseid teemasid hakkab

peegeldama koomiksisari «Jalgpallurite naised». Jalka hakkab igas numbris tutvustama ka maailma jalgpallipärandit.»

Jalgpalliliidu juhtide sammud viitavad, et tühje tribüüne püütakse pigem täita reklaamiga, mida varem on välditud. Ehk jõutud on kunagiste Inglismaa klubijuhtide tõdemuseni: aktiivsem reklaam võib jalgpalli juurde tuua rohkem raha ja huvi, mis aitaks ka tõsta klubijalgpalli taset.

2.5 Uurimisküsimused

Uuringu kõige üldisem eesmärk on uurida jalgpallihuviliste meediatarbimist ning hinnanguid Eesti meedias pakutava ja pakujate kohta. Uurimisküsimused on valitud vastavalt teooria osas esile toodud teemadele. Antud töö seisukohalt pean kõige olulisemaks küsimust jalgpallihuviliste hinnangute kohta. Selle küsimuse vastustest saame teada, kas jalgpallihuvilised on rahul nende valikutega, mida Eesti sporditoimetuste juhid on seni teinud ja kuidas on jalgpallihuviliste huvi rahuldatud. Samuti on avatud vastuste abil loodetavasti võimalik näha, kas huviliste rahulolematuse korral on püütud olukorda muuta ehk kas jalgpallihuvilised on omaalgatuslikult toimetusi oma arvamustest teavitanud. Ülejäänud kahe uurimisküsimuse eesmärk on kaardistada jalgpallihuviliste meediatarbimine – nii üldine kui ka spetsiifiline.

Uurimisküsimused:

- 1) Milline on jalgpallihuviliste üldine meediakasutus?
- 2) Milline on jalgpallihuviliste jalgpalliga seotud meediakasutus?
- 3) Kuivõrd on jalgpallihuvilised Eesti meedia pakutavaga rahul ja mida ootavad nad tulevikult?

3. Meetod

3.1 *Metoodilised lähtekohad*

Uurimustöö maksimaalse valimi suurus polnud päris selge, sest ankeetküsitlust levitavaks kanaliks oli Soccernet.ee foorum. Soccernet.ee on 2001. aastal loodud ja 1. juunil avatud portaal, mis pakub lugejatele vaid jalgpalliuudiseid. Oma esimesel tegutsemisnädalal tehti portaalile juba ühe tuhande päringu ööpäevas, 2005. aastaks oli ööpäevaste päringute arv kasvanud üle 9000. Soccernet.ee koosneb kahest osast – portaalist ja foorumist. Foorum on jagatud teemavaldkondadeks - Eesti jalgpall, Euroopa jalgpall jms, millel on omakorda alateemad - meistri- ja esiliiga, Eesti koondis, eestlased välismaal jms. Foorumil on ligi 10 000 registreerunud kasutajat, kuid andmeid selle kohta, kui palju neist registreerunud kasutajatest tegelikult foorumit külastab, pole. Soccernet.ee on uurimiskandidaatide leidmiseks sobiv kanal seetõttu, et sinna on koondunud jalgpallisõbrad, kelle huvid ja teadmised on väga erinevad. Samuti on Soccernet.ee ainuke jalgpallihuvilisi koondav keskkond.

Meetodiks oli formaliseeritud ankeediga internetiküsitlus, sest foorumi külastamine eeldas interneti kasutamist, mistõttu internet oli sobivaks kanaliks. Küsitluskeskkonna loomiseks kasutasin NSurvey (<http://www.nsurvey.org>) teenust. Ankeet oli jagatud nelja ossa – üldine meediakasutus, jalgpalliga seotud meediakasutus, rahulolu, üldandmed. Kokku esitasin vastajatele 23 küsimust (vt lisa 1, lk 68-71), millest nelja puhul kasutasin lahtise vastuse vormi, et vastajad saaksid enda arvamust põhjendada. Et küsitluses on ka lahtised küsimused, analüüsin vastuseid nii kvantitatiivselt kui ka kvalitatiivselt.

Küsitluse aega valides vältisin olukorda, kus jalgpalli meedikajastus võiks olla tavapärasest intensiivsem – näiteks Euroopa meistrivõistluste (toimusid 2004. aasta juunis) või maailmameistrivõistluste (toimusid 2006. aasta juunis) ajal või isegi mõjusfääris. Samuti püüdsin vältida tähtsaid välimänge nagu Eesti-Venemaa (30. märts 2005). Küsitluse ajal toimusid Eesti meistrivõistlused (algasid 6. märtsil), sest uurimuses oli küsitud ka Eesti jalgpalli kajastamise kohta.

Samuti kasutan 2007. aastal läbiviidud standardiseerimata ekspertintervjuusid, mille küsitluskava oli semisstruktureeritud. Intervjuud tehti SL Õhtulehe sporditoimetuse juhataja kohusetäitja Jaan Martinsoni, Eesti Päevalehe sporditoimetuse juhataja Kristi Vahemaa, Postimehe sporditoimetuse juhatajat Peep Pahvi ja ETV sporditoimetuse juhi Marko Kaljuveeriga. Lisaks kasutasin väljavõtteid lehelugudest, kus jalgpalli ja meedia suhetest räägivad Marko Kaljuveer, Eesti Jalgpalli Liidu president ja FC Flora juht Aivar Pohlak ja ajakirja Jalka peatoimetaja Indrek Schwede. Ekspertintervjuusid kasutasin töö teoreetilise tausta kirjeldamiseks ja Eesti spordimeediast tausta andmiseks. Intervjuude tulemusi kasutatakse ka kvantitatiivsete küsitlusandmete mõtestamisel.

3.1.1 Meetodi, ankeedi ja küsitlusvõimaluste kriitika ning arutelu

Inimeste jalgpallialaseid teadmisi on selles töös kaardistatud vastajate endi subjektiivse arvamuse alusel, kuid nende teadmisi võinuks hinnata ka näiteks mitmekümne testküsimustega, millele nad saanuks vastata, ja täpsete vastuste arv andnuks tulemuse, kui teadlik inimene jalgpallist on. Samas poleks selline lähenemine hea, sest internetis küsitlust täites on väga lihtne otsingumoortorite abil leida õiged vastused. Lisaks olnuks väga keeruline koostada testküsimustikku, milles olnuks esindatud viisteist teemavaldkonda, nagu on praegu inimeste endi hinnangut küsides. Üheks valdkonnaks, mille kohta vastaja hinnangut küsiti, et neid teadmiste alusel kolme gruppi jagada, oli näiteks Inglismaa jalgpall. Seda arvesse võttes peaks selle kohta käima ka mõned testküsimused, et saada vastajate jalgpallialastest teadmistest täielik ülevaade. Samas ei ole Inglismaa jalgpall vaid sealne meistriliiga ja koondis, vaid ka madalamad liigad, mida Eestis samuti jälgitakse. Ka võib väita, et Inglismaa jalgpalli ja üldse jalgpalli jälgimine on klubi- ja/või koondisepõhine ehk küllaltki spetsiifiline, mistõttu on väga keeruline koostada universaalset tekstküsimust, millele oskaks vastata nii Arsenal, Chelsea kui ka Aston Villa või Brighton tegemisi jälgiv isik, kelle teadmisi Inglismaa jalgpallist võib nimetada samaväärseteks. Lisaks tuleks küsimusi koostades hinnata ka nende keerukust, kuid seegi hinnang oleks väga subjektiivne ja põhineks koostaja teadmistel.

Inimeste hinnangud enda teadmistele olid aga vajalikud, sest vastajate gruppidesse jaotamine andis võimaluse vaadelda, kas erinevate gruppide meediatarbimises,

hinnangutes ja soovides on erinevusi. Juhul, kui gruppide vahel on erinevusi võib sporditoimetustel tekkida vajadus hinnata ümber oma jalgpallikajastamise viisid. Seetõttu küsisin iga küsitletu enda subjektiivset arvamust tema teadmistest. Teadmised ja subjektiivsed arvamused olid sümmeetriliselt jaotunud - st kõige enam vastajaid paigutas end keskmiste teadmistega inimeste gruppi. Siinkohal tuleb rõhutada, et valim oli leitud jalgpalli kajastavast internetikeskkonnast, mistõttu võib eeldada, et nende teadmised on arvatavasti niigi kõrgemad kui täiesti tavalisel spordihuvilisel.

Et valim on leitud internetikeskkonnast, tuleb jälgida ja kaaluda sedagi, kuivõrd on ligipääs internetile oluline nende hoiakute kujunemisel. Kutse täita küsitlust oli Soccernet.ee foorumikeskkonnas üleval kaks nädalat, mis on piisavalt pikk aeg ka selleks, et küsitlust näeks inimesed, kes igapäevaselt internetti ei kasuta. Samuti näitab valimi keskmine vanus, et vastajad on suuresti noored, kes kasutavad internetti niigi rohkem ja aktiivsemalt kui vanemad inimesed (Vihalemm, 2004). Valimi keskmine vanus, mis viitab noorematele jalgpallihuvilistele, ei pea olema tingitud küsitluse viisist (internetiküsitlus), vaid võib olla tingitud jalgpalli ajaloost Eestis. Tiit Karuks on kirjutanud (Karuks 2000), et Eesti jalgpall on ehitatud praktiliselt tühjale kohale, millega ta pidas silmas, et enne Eesti taasiseseisvumist siin jalgpalli peaaegu ei mängitud ja domineerisid teised spordialad. Eesti iseseisvumisega hakati ala aga üha rohkem harrastama ja tänaseks on jalgpalliharrastajaid Statistikaameti 2003. aasta andmete alusel Eestis kõige rohkem. Sellest tegurist võib olla tingitud ka jalgpallihuviliste keskmisest noorem vanus. Seda teemat tuleks loomulikult sügavamalt uurida, siinkohal on tegemist vaid oletusega.

Küsimustiku üheks puuduseks võib ehk pidada sedagi, et selle abil pole võimalik hinnata jalgpallihuviliste arvamusi teiste spordialade kohta, samuti võinuks küsida ka nende hinnanguid teisi spordialasid kajastavate uudiste ja ajakirjanike kohta. Nende küsimuste abil saanuks ehk hinnata, kui kriitilised ollakse end huvitavate teemade suhtes ja kuidas nähakse teiste uudiste kajastust. Kindlasti pidanuks see küsimus olema lahtise vastuse kujul, et vastaja saaks oma hinnangut põhjendada või selgitada.

3.2 Valim

Enne küsitluse tegemist leidsime doktor Pille Pruulmann-Vengerfeldti ja professor Peeter Vihalemmaga, et vaja oleks saada vähemalt 100 vastust. Ankeedi täitis aga 181 inimest. Nendest 164 olid mehed ja 17 naised, vanuseliselt 13-45-aastased. Küsitlusele vastasid Soccernet.ee foorumi külastajad ajavahemikus 24. aprill 2005 - 7. mai 2005. Samuti jagati viiteid küsimustikule Eesti jalgpallikoondise mängule suundunud fännireisil.

Steve Greenfield ja Guy Osborn (2001, viidatud Boyle ja Haynes 2004 järgi) on väitnud, et üha keerulisem on defineerida, kes või mis on fänn. Nende sõnul oli varem klassifitseerimine palju kergem – inimesed, kes tulid mängule kehvadest ilmastikutingimustest hoolimata, pidasid neid, kes nii ei käitunud, sulgkaallasteks. Nüüd on fännid muutunud aga tarbijateks ja seetõttu on muutunud ka jalgpalli tarbimine ja meeskonna jälgimine muutunud. Võttes arvesse Greenfieldi ja Osborni väidet, sobisid Soccernet.ee külastajad valimiks, sest nende külastatud keskkond on mõeldud jalgpallihuvilistele – nii padufännidele kui ka inimestele, kes soovivad lihtsalt jalgpallimaailmas toimuvale pilku heita. Et keskkond on mõeldud erinevatele tarbijatele, annab see võimaluse võrrelda, kas jalgpallist enam teadvad inimesed tarbivad meediat või hindavad pakutava taset teisiti kui jalgpallist vähem teadvad küsitlusele vastajad.

Tabel 1 – küsitlusele vastanute profiil

Valimi profiil			
Sugu		Hulk	%
Tunnus	Mees	164	91
	Naine	17	9
	Kokku	181	100
Vanus			
Tunnus	13-17	46	25
	18-21	59	33
	22-26	43	24
	27-30	21	11
	31-49	12	7
	Kokku	181	100

Võrdlemaks, kas erinevate jalgpallialaste teadmistega inimeste meediatarbimises ja hinnangutes on olulisi erinevusi, jagasin vastajad kolme gruppi: vähem teadjad, keskmised ja rohkem teadjad. Nende jaotus tulenes küsimustele «Kui hästi olete

informeeritud...» vastamisest, kokku oli sellise algusega küsimusi 15. Vastusevariante oli kuus (väga hästi, pigem hästi, keskmiselt, pigem kehvasti, kehvasti, ei huvita). Iga vastus andis kindla punktiarvu – väga hästi 5 punkti ja ei huvita 0. Nii oli vastajatel võimalik koguda 0-75 punkti. Esimesse gruppi kuuluvad jalgpallist vähem teadvad inimesed (teadmiste kogusumma 0-35), keda oli 43 ja kelle keskmine vanus oli 22,19. Neist 37 olid mehed ja kuus naised. Teise gruppi kuuluvad jalgpallist keskmiselt teadvad inimesed (teadmiste kogusumma 36-50), keda oli 88 ja kelle keskmine vanus oli 22,07, neist 79 olid mehed ja 9 naised. Viimases ehk kolmandas grupis olid jalgpallist enam teadvad inimesed (teadmiste kogusumma 51-75), keda oli 50 ja kelle keskmine vanus oli 19,63. Neist 48 olid mehed ja kaks naised.

Tabel 2 - küsitlusele vastanute profiil gruppidesse jaotanuna

Valim jaotatud gruppidesse								
Vähemteadjate grupp			Keskmiste teadjate grupp			Enamteadjate grupp		
Sugu	Hulk	%	Sugu	Hulk	%	Sugu	Hulk	%
Tunnus Mees	37	86	Tunnus Mees	79	90	Tunnus Mees	48	96
Naine	6	14	Naine	9	10	Naine	2	4
Kokku	43	100	Kokku	88	100	Kokku	50	100
Vanus			Vanus			Vanus		
Tunnus 13-17	7	16,3	Tunnus 13-17	21	23,9	Tunnus 13-17	18	36
18-21	12	27,9	18-21	28	31,8	18-21	19	38
22-26	15	34,9	22-26	20	22,7	22-26	8	16
27-30	7	16,3	27-30	11	12,5	27-30	3	6
31-49	2	4,6	31-49	8	9,1	31-49	2	4
Kokku	43	100	Kokku	88	100	Kokku	50	100

3.3 Analüüsimeetodid

Analüüsis kasutasin ühe- ja kahemõõtmelist analüüsi sagedustabelite ja keskvaartuste võrdlemise vormis. Andmete statistilise seose olemasolu testimiseks kasutasin seosekordajaid nagu Spearmani korrelatsioon, Hii-ruut test ja sõltumatute valimite T-test statistilise seose olemasolu testimiseks. Analüüsiprogrammina kasutasin Statistica 6.0 versiooni ja MS Excelit. Et nendes programmides puudub mugava Hii-ruut-testi tegemise funktsioon, sai testi ja selle olulisuse arvutamisel kasutatud vabalt kättesaadavat veebikalkulaatorit Georgetown'i Ülikooli kodulehel (http://www.georgetown.edu/faculty/ballc/webtools/web_chi.html).

Selles tööd kasutasin sõltumatute valimite T-testi. Selline paarisvõrdlus ehk kahe kogumi keskvaartuste omavaheline võrdlus moodustab võrdlusülesannete klassikalise tuuma (Tooding: 154). Paarisvõrdluse testides (siin T-test) saame vastuse, kuid võrd erinevus keskvaartustes kahes valimi kogumis on ka statistiliselt oluline. T-testi olen analüüsis kasutanud juhul, kui soovisin ühe analüüsitava tunnuse keskvaartust (näiteks rahulolu ajakirjanik Veiko Visnapuuga) võrrelda kahes sõltumatus valimi grupis (näiteks jalgpallist vähem- ja enamteadjaid). Võrdlusülesannete üks olulisi liigendusi tekib selle alusel, kas võrreldavad rühmad on üksteisest sõltumatud või mitte. Kõrvutamise sootunnuse alusel on üldjuhul kahe teineteisest sõltumatu rühma võrdlus. Kui aga võrreldakse ühe ja sama katsegrupi seisundeid eri ajamomentidel, siis on tegemist omavahel sõltuvate mõõtmiste näitega, kuid võrd ühe ja sama indiviidi mõõtmistulemustes kajastub selle indiviidi eripära (Tooding: 155). Mina kasutasin sõltumatute valimite T-testi. T-testi tulemustes tõin välja vastuste keskmised ja standardhälbed. Standardhälve näitab keskmise tulemuste varieeruvust, mis tuletatakse spetsiaalse valimi abil. Standardhälbe abil saab teada, kuid võrd on testi tulemused jagunenud. Kui standardhälve on väike, on paljud skoorid keskmisele lähedal.

Korrelatsiooni abil saab uurida tunnuste seost, kuid tegemist ei ole sõltuvusliku või põhjusliku seosega. Korrelatsioonseose uurimiseks kasutasin Spearmani korrelatsioonikordajat, sest analüüsitud hinnanguskaalad on ordinaalskaalal (Kui hästi olete informeeritud Eesti jalgpallist? Väga hästi/Pigem hästi/Keskmiselt/Pigem kehvasti/Kehvasti/Ei huvita). Mida suurem on korrelatsioonikordaja absoluutväärtuse poolest, seda tugevam korrelatsioonseos valitseb tunnuste vahel (Tooding: 238). Korrelatsioon võib olla positiivne või negatiivne, kui korrelatsioon on 0 või sellele lähedane, siis seos kahe tunnuse vahel puudub või on väga väike. Positiivse korrelatsioonseose puhul ühe tunnuse suurenedes keskmiselt suureneb ka teine ja vastupidi, ühe tunnuse vähenedes väheneb keskmiselt ka teine. Negatiivne korrelatsioonseos tähendab, et ühe tunnuse suurenedes teine keskmiselt väheneb ja ühe vähenedes teine keskmiselt suureneb (Tooding: 237).

Korrelatsioonikordaja liigitust kindlate lävede kaudu (tugev, mõõdukas, nõrk korrelatsiooniseos) ei saa absoluutselt soovitada, vaid pigem suhteliselt, konkreetse ülesande piires ja andmestiku üldise korrelatsioonseose taustal. Selles bakalaureusetöös olnud korrelatsioonseosed olid suhteliselt väikesed, mistõttu on esile toodud lävi võrdlemisi madal. Selles töös võtsin alumiseks läveks, mis näitab seose olemasolu, 0,2. 0,2...0,5 näitab nõrga, 0,5...0,7 keskmise, 0,7...0,9 tugeva ja 0,9...1 väga tugeva seose olemasolu (Masso 2006). Siinkohal tuleb aga arvesse võtta, et seosekordajad ei pruugi alati adekvaatselt näidata seose olemasolu ja tugevust, kui analüüsitava valimi grupp osutub liiga väikeseks. Seetõttu on analüüsis juhul, kui vastajate arv on alla 50, näidatud seosekordajate arvutamisel ära vastajate arv, mis on tähistatud tähega n.

Kolmas selles töös kasutatud seosekordaja on Hii-ruut test. Hii-ruut-testi rakendusala statistikas on mitmekülgne ja test sobib empiiriliste sagedusjaotuste statistilise olulisuse võrdlemiseks omavahel. Selliselt leiab Hii-ruut-statistika kasutamist kahe muutuja vahelise seose iseloomustamisel (Tooding: 171-172). Näiteks kasutasin Hii-ruutu jalgpallist informeerituse ja infoallikate olulisuse vahelise seose statistilise olulisuse hindamiseks. Hii-ruut testib vaid seose olemasolu tunnuste vahel, kuid ei ütle midagi seose tugevuse ega selle suuna kohta. Kuna Hii-ruudu maksimaalne väärtus sõltub tabeli väljade arvust ja valimi suurusest, ei pruugi kaks Hii-ruudu väärtust olla omavahel võrreldavad (Masso 2007).

Olulisuse nivoo (p) näitab tulemuse usaldusväarsust. Enamasti kasutatakse kahte erinevat olulisuse nivood: $p \leq 0,05$ ehk seos on oluline (kehtib 95 juhul 100st) ja $p \leq 0,01$ ehk seos on väga oluline (kehtib 99 juhul 100st) (Masso 2006). Lisaks neile kahele nivoole kasutasin Hii-ruudu testi korral ka olulisuse nivood $p \leq 0,001$.

3.4 Ülevaade uuritud kanalitest

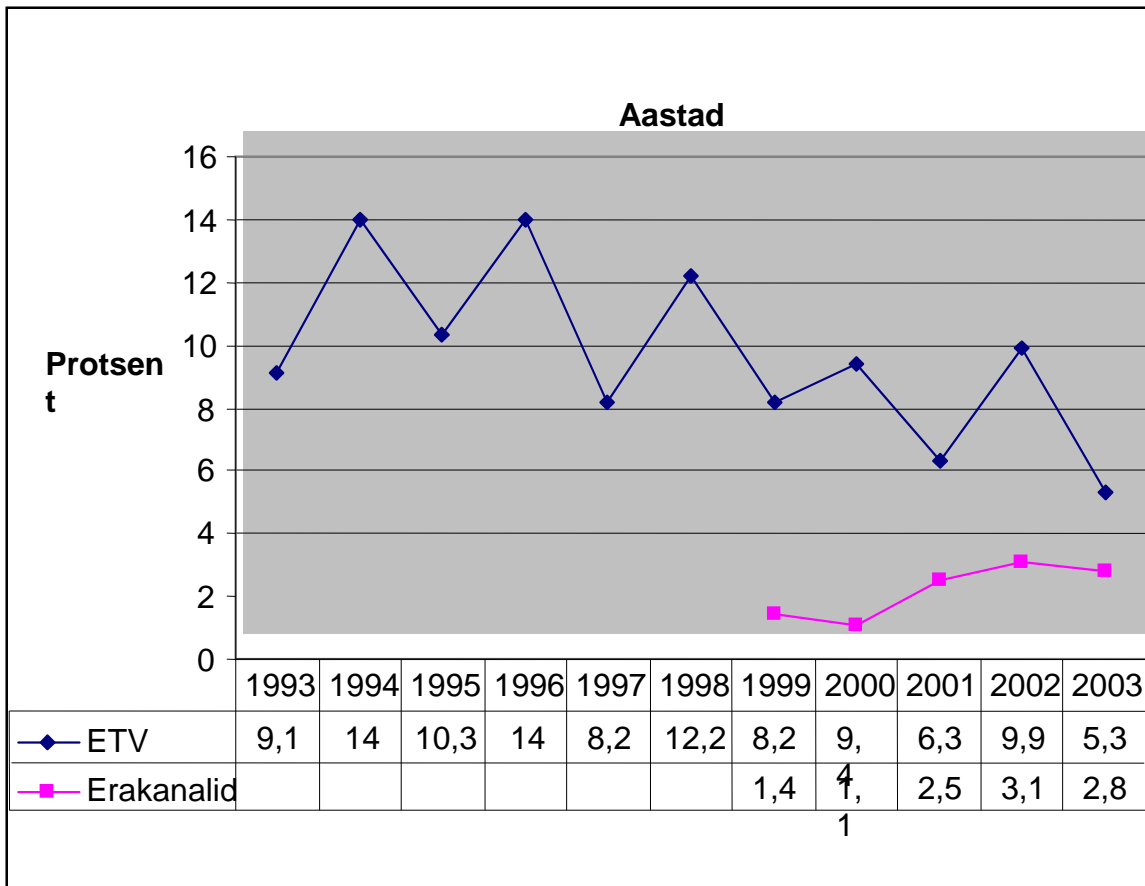
Selles peatükis annan ülevaate küsitluse kaasatud kodumaistest meediaväljaannetest ja inimeste igapäevasest meediakasutusest. Neid andmed kasutan hiljem analüüsi osas, et võrrelda ja saada vastus uurimisküsimusele, kas ja kuidas erineb jalgpallihuviliste meediakasutus.

3.4.1 Ajalehed ja ajakirjad

Küsitluses uuriti Eesti kolme suurema päevalehe kohta käivaid arvamusi. 2003. aasta andmetel (Vihalemm, 2004) oli Postimehe tiraaž 64,8 tuhat, Eesti Päevalehel 34,6 tuhat ja SL Õhtulehel 65,3 tuhat. Nende kolme ajalehe lugejaskonna tõenäoline suurus oli 2003. aasta kevadel vastavalt 256 (Postimees), 145 (Päevaleht) ja 289 tuhat (SL Õhtuleht). Lisaks lisati uuringusse ainuke spetsiifilise kallakuga ajaleht Eesti Spordileht, mis keskendub sporditeemadele. Selle lehe tiraaž oli 2003. aastal 5,6 tuhat. Ajakirjadest uuriti vaid Sporditähte, sest tegemist on ainukese konkreetse huviala-ajakirjaga, mille 2003. aasta tiraaž oli 9,9 tuhat.

3.4.2 Raadio ja telekanalid

Raadiojaamu eraldi ei uuritud, need olid kõik lisatud ühise koondnimetuse alla. «Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004» (Vihalemm, 2004) andmetel kuulati raadiot päevas (3. detsember 2003 – 2. märts 2004) 4 tundi ja 28 minutit. «Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004» andmetel on 96 protsendil Eesti elanikest värvitelerid. Nii oli uuringus eraldi küsitud kolme Eesti telekanali – ETV, Kanal 2, TV 3 – kohta, samuti üldiselt välismaa telekanalite (koondatud ühise nimetaja alla) kohta käivaid arvamusi.



Joonis 1. Spordi osakaal telekanalite programmis protsentuaalselt aastate lõikes

ETV programmist oli spordi osakaal 9,1 (1993), 14,0 (1994), 10,3 (1995), 14,0 (1996), 8,2 (1997), 12,2 (1998), 8,2 (1999), 9,4 (2000), 6,3 (2001), 9,9 (2002) ja 5,3 (2003) protsenti. Eratelekanalites oli spordisaadete protsent 1999. aastal 1,4, 2000. aastal 1,1, 2001. aastal 2,5, 2002. aastal 3,1 ja 2003. aastal 2,8.

Tööpäevadel kulutasid eestlased ETVle 53, Kanal 2le 64, TV 3le 82 ja välismaistele telekanalitele 19 minutit päevas. Nädalalõppudel kulutasid eestlased ETVle 71, Kanal 2le 71, TV 3le 91 ja välismaistele telekanalitele 25 minutit päevas. Kokku vaatasid eestlased päevas telekat 3 tundi ja 42 minutit ning nädalalõppudel pühendati telekale 4 tundi ja 23 minutit. Jalgpallifännide jaoks on nädalalõpud televaatamise osas eriti olulised, sest just siis kantakse üle Euroopa suurliigade mängu – seda küll välismaistelt telekanalilt.

Aastail 1999-2004 ei pääsenud Eesti 42 kõige populaarsema üksiksaadete edetabelisse ükski jalgpallikohtumine. ETV spordisaadeteid vaatas 1999. aasta novembris 125 tuhat (Sport) ja 2000. aasta novembris 128 tuhat inimest (Sport.Sport), 2001. aasta novembris 259 tuhat (Sport.Sport) ja 145 tuhat (Sport) ning 2002. aasta novembris 186 tuhat inimest (Sport.Sport). 2004. aasta veebruaris pääses tabelisse TV3 Sport 174 tuhande ja ETV Sport.Sport 138 000 vaatajaga. TV3 uudistesaadete vaadatavus oli 2000. aasta novembris 150 000 inimest.

3.4.3 Internet

Vastavalt uurimustööle «Mina. Maailm. Meedia.» (2004), kasutab internetti 43 protsenti elanikkonnast. Internetile kulub vastanutel tööpäevadel üldjuhul kuni 45 minutit (43 protsenti vastanutest), 46-90 minutit (25 protsenti), poolteist kuni kolm tundi (17 protsenti) ja kolm tundi või enam (15 protsenti). Nädalalõppudel on internetile kuluv aeg veidi pikem.

4. TULEMUSED

4.1 Kõigi vastajate üldtulemused

4.1.1 Jalgpallihuviliste meediakasutus

Igapäevaselt kasutab internetti 93 (vt joonis 2, lk 90), vaatab telerit 84 ja loeb trükimeediat 67% vastanutest. Samuti kulutatakse nii internetile kui ka telerile rohkem aega – üle 1,5-2 tunni kasutab internetti päevas 87 ja vaatab telerit 75% vastajatest (vt joonis 3, lk 91). Telerit vaadatakse tavaliselt 1,5 ja 3 tunni vahel (kokku 56%), internetti kasutab päevas üle 4 tunni 32% vastanutest. Ajalehtedele kulutatakse interneti ja teleriga võrreldes tublisti vähem aega. Üle 60 minuti päevas loeb lehte vaid neli protsenti vastanutest, kuigi esimese nelja valiku (kuni 15 minutit, 16-30 minutit, 31-45 minutit ja 46-60 minutit) vahel jagunevad protsendid küllaltki võrdselt, kuigi enim vastajaid (35%) valis 16-30 minuti variandi, ülejäänud jäävad 18-21 minuti vahele.

Igapäevaseid SAT- ja kaabel-TV vaatajaid ja raadiokuulajaid on küll mõnevõrra vähem (48% ja 31%), kuid samas kasutavad inimesed neid meediakanaleid mitu korda nädalas – satelliit- ja kaabeltelevisiooni 20 ja raadiot 44% vastanutest (vt joonis 3, lk 91). Samas raadiole kulutatav aeg jääb üldjuhul 1,5 tunni. Väga harva kasutasid vastajad aga videot: üldse ei kasuta seda 13 ja kord kuus või harvemini kasutab 42% vastanutest.

4.1.2 Jalgpallikajastuse tase

Enamik ehk 60% küsimustele vastanutest peab jalgpalli puudutavate kirjutiste taset Eesti meedias rahuldavaks (vt joonis 10, lk 107), 17% aga heaks või viletsaks. Samasugune võrdne jaotus on ka küsimuse «Kas Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli huvitavalt või ebahuvitavalt» vastuste juures – 35,5% vastanutest arvas, et jalgpalli kajastatakse nii huvitavalt kui ka ebahuvitavalt (vt joonis 11, lk 108), lisaks 17% vastanutest ei osanud seisukohta võtta.

Samas 47% vastanutest arvab, et Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli pigem lünklikult (vt joonis 12, lk 109), 30% arvab, et kindlasti lünklikult. Küll aga oli 59% vastanuist veendunud, et Eesti meedia jalgpallikajastus muutub pigem paremaks (vt joonis 9, lk

106), 24% arvates paremaks. Vaid kuus protsenti vastanutest arvas, et kajastus jääb samaks, kaks protsenti vastanutest arvab, et see muutub kas pigem halvemaks või halvemaks.

4.1.3 Rahulolu jalgpallikajastusega

Kõige enam on jalgpallihuvilised rahul jalgpallile keskenduva Soccer.net.ee jalgpallikajastusega – 54% vastajatest on selle portaali pakutavaga väga rahul ja 40% pigem rahul (vt joonis 8, lk 104-105). Üle 50% saab positiivsete vastuste summas kätte ka ETV (16% väga rahul ja 64% pigem rahul), SL Õhtuleht (15% väga rahul ja 46% pigem rahul) ja Sportnet (15% väga rahul ja 38,5% pigem rahul). Tulemused näitavad, et kõigil meediagrupidel on üks kindel liider, ülejäänud jäävad juhtivast kanalist pikemalt maha – näiteks SL Õhtulehe positiivsete vastuste koguprotsent on 61, Postimehel on see 38, Eesti Päevalehel 32 ja Spordilehel 24. Täpselt samasugune jaotus on ka telekanalite puhul, kuigi telekanalite hulgast paistab jalgpallihuviliste hinnangul eriti halvas valguses silma Kanal 2, mille jalgpallikajastusega ei ole rahul 48% vastanutest ja pigem rahulolematuid on veel 25% vastanutest.

Jalgpallihuvilised on aga küllaltki rahul Eesti meedia pakutava infokogusega (vt joonis 13, lk 110-111). Kuigi enam infot soovitakse kõigi teemade kohta, pole nõudlus väga tugev – enamasti on vastusevariandiks «tahaks veidi rohkem infot». Küll aga tuleks veidi enam tähelepanu pöörata noorte ja naiste jalgpallile, Euroopa tippliigadele ja muu maailma jalgpallile, sest sellest infot tunnevad jalgpallihuvilised kõige enam puudust.

Eesti meediat peavad küsitlusele vastanud jalgpalli alal aga pigem usaldusväärseks – sellise vastuse valis 60% küsitletutest (vt joonis 14, lk 112). 9% olid kindlad, et kajastus on usaldusväärne ja 19 protsenti ei osanud valikut teha.

4.1.4 Infokanali olulisus

Kõige olulisemateks infokanaliteks peavad jalgpallihuvilised portaali Soccer.net.ee portaali - 84% arvates on portaal kanalina väga oluline (vt joonis 7, lk 101-103), samuti

välismaa telekanaleid (62%), välismaa jalgpalliportaale (57%) ja ETVd (47%). Kõige vähemolulised on aga loengud ja konverentsid (86% ei pea neid oluliseks), välismaa raadiokanalid (85%), Eesti raadiojaamad (66,5%), välismaa ajalehed ja ajakirjad (57%), Spordileht (56%) ja Kanal 2 (55%).

Kõige vähem nimetati väga olulise infokanali kategoorias Eesti raadiojaamu, mida pidas väga oluliseks 0,5 protsenti vastanutest (vt joonis 7, lk 101-103). Kohalikele järgnesid välismaa raadiojaamad (2%), loengud ja konverentsid (3%), Kanal 2 (8%) ning teatmeteosed ja raamatud (9%).

Kõige olulisem infoallikas nii Eesti kui ka muu maailma jalgpalli kohta info saamiseks on jalgpallihuvilistele internet (vt joonis 6, lk 98-100). Vaid mõnes teemavaldkonnas - Eesti koondis, Inglismaa liiga, Euroopa koondised või Meistrite liiga - pääseb internetile lähedale televisioon (vahe 2,5-7%). Ülejäänud üheteistkümnes kategoorias on vahe juba suurem. Internetile järgnevad aga televisioon ja ajalehed-ajakirjad. Eestiga seonduvate teemade puhul - Eesti liigajalgpall, Eesti koondis ning Eesti noorte ja naiste jalgpall - on olulised ka omaenda muljed (umbes 20%) ja mõnevõrra lähedaste inimeste teadmised (umbes 15%). Täiesti ebaoluliseks infoallikaks on aga raadio, mille kõrgeim protsent oli 2 – seda Venemaa liigaga seonduvate uudiste puhul.

Eesti väljaannetest reageerib jalgpalliuudistele ülekaalukalt kõige kiiremini Soccer.net.ee (vt joonis 15, lk 113-114) - 80% vastanute hinnangul reageerib kas pigem kiiresti või kiiresti. Järgnevad ETV (kokku 76%), Sportnet (61%) ja SL Õhtuleht (55%). Kõige aeglasem meediakanal on telekanal Kanal 2: 46% vastanute arvates reageerib kanal jalgpalliuudistele kas väga aeglaselt või pigem aeglaselt. Kanal 2le järgnesid negatiivses arvestuses TV3 (29%) ja Sporditäht (29%). Väga paljud vastajad ei osanud aga kanali reageerimiskiirust hinnata – näiteks vastas «ei tea» 61% inimestest, kes pidid hindama Spordilehe operatiivsust. Et ka Sporditähe puhul ei osanud 49% vastanutest kanali kiirusele hinnangut anda, võib siin asi olla selles, et tegemist on väljaannetega, mis ilmuvad kord nädalas ja kord kuus - nii on lugejatel nende tehtut raske hinnata, eriti kui neid peab võrdlema päevalehtede ja televisiooniga.

4.1.5 Jalgpallihuviliste hinnang ajakirjanikele ja ekspertidele

Jalgpallist kirjutavaid ajakirjanikke hinnates on märgata, et väga paljusid kirjutajaid ei tunta – üle 50 protsendi vastanutest ei tunne või ei oska hinnata 11 valikus olnud ajakirjanikku 17st (vt joonis 16, lk 115-117). Enam osati hinnata SL Õhtulehe nimekirjas olnud Andres Vaherit ja Ants Põldojat, Eesti Päevalehes kirjutanud Andrus Allikat, Postimehe ajakirjanikku Veiko Visnapuud, Sporditähe toimetajat Indrek Schwedet ja vabakutselist ajakirjanikku Margus Luike.

Kui teles esinevaid ajakirjanikke või jalgpallispetsialiste teatakse või osatakse hinnata, siis raadioajakirjanikud pole nii tuntud - Tarmo Tiislerit ei tea või ei oska hinnata üle 50 protsendi vastanutest. Tiisleriga on samal tasemel ka tema kaks kolleegi, Hanno Tomberg (48%) ja Tiit Karuks (44%). Ülejäänute protsendid jäävad kolme (Marko Kaljuveer) ja 25,5 protsendi (Indrek Petersoo) vahele. Petersoogi on mõningane erand, sest enne teda on 11,5 protsendi peal Marko Kristal.

Kõige oskuslikumaks (väga hästi) jalgpallist kirjutajaks peavad vastajad Margus Luike (31%) ja Indrek Schwedet (22%) (vt joonis 16, lk 115-117). Neile järgnesid Andres Vaher (8,5%) ja Veiko Visnapuu (6%). Positiivse hinnangu (väga hästi ja pigem hästi) tulemustelt olid juhtivatel kohtadel endiselt Indrek Schwede (57%) ja Margus Luik (52%), kellele järgnesid Andres Vaher (42%), Veiko Visnapuu (36%) ja Ants Põldoja (31%) ja Andrus Allika (25,5%). Kõige madalama (pigem kehvasti ja väga kehvasti) sai Veiko Visnapuu (12%), kellele järgnesid Igor Saveljev (10%), Andres Kalvik (9,5%) ja Andrus Allika (9%).

Teleekraanilt nähtavate või raadioeetrist kuuldavate ajakirjanike ja spetsialistide hulgast sai kõrgeima hinnangu Aavo Sarap (vt joonis 17, lk 118-120), kelle taset pidas väga heaks 39% ja pigem heaks 34% vastanutest. Talle järgnesid Aivar Pohlak (30% ja 30%), Aaro Mõttus (18% ja 38%), Tarmo Lehiste (20% ja 35%), Indrek Zelinski (10% ja 35%) ja Priit Kuusk (6,5% ja 30%). Kõige negatiivsemalt hinnatakse aga Marko Kaljuveeri, kelle taset pidas väga nõrgaks 19 ja pigem nõrgaks 27 protsenti vastajatest. Kaljuveerile

järgnevad Kalev Kruus (16% ja 31%), Helar Osila (15% ja 42%) ja Kristjan Kalkun (15% ja 34%). Ülejäänute negatiivse hinnangu koguprotsendid jäävad alla kahekümne.

4.1.6 Jalgpallihuviliste informeeritus jalgpallist

Kõige informeeritumad on Eesti jalgpallihuvilised Eesti koondise (väga hästi ja pigem hästi on informeeritud 85% vastanutest) (vt joonis 5, lk 95-97), Meistrite liiga (82%), Eesti liigajalgpalli (65%), Inglismaa liiga (63%) ja Euroopa rahvuskoondistega (58%) seonduvast. Kehvasti ollakse informeeritud aga Läti ja Leedu (pigem kehvasti ja väga kehvasti on informeeritud 68,5% vastanutest), Skandinaavia (51%), muu Euroopa liigadest (49%) ja muu maailma (49%) jalgpallist.

Jalgpalliinfo saamiseks kasutatakse peamiselt Soccernet.ee portaali (iga päev ja mitu korda nädalas kasutab 91% vastanutest) (vt joonis 4, lk 92-94), välismaiseid jalgpallilehekülgi (64%), välismaiseid telekanaleid (63%) ja ETVd (59%). Seenäitab, et välismaal toimuvaga hoitakse end kursis siiski enamasti muu maailma lehekülgi külastades, sest sealt leiab info kõige operatiivsemalt. Väga harva kasutatakse info saamiseks teatmeteoseid ja raamatuid (kord kuus või harvemini või üldse ei jälgi 81% vastanutest) ning loenguid ja konverentse (99%), samuti välismaiseid ajalehti (79%) ja Eesti raadiojaamu (76%). Need tulemused on vastavuses ka kanalite olulisusega, millest oli juttu peatükis 4.1.4 - kõige olulisemad infokanalid olid Soccernet.ee (vt joonis 7, 101-103), välismaa telekanalid, välismaa jalgpalliportaaliid ja ETV. Kõige vähemolulised on aga loengud ja konverentsid, välismaa ja Eesti raadiokanalid ning välismaa ajalehed.

4.1.7 Lühikokkuvõte kõigi vastajate üldtulemustest

Kõige enam kasutavad jalgpallihuvilised internetti, seda nii enda lõbuks kui ka jalgpalliinfo otsimiseks. Internetile järgneb tele, kus on oluline roll välismaistel telekanalitel. Väga harva kasutatakse videot ja vähem satelliit- ja kaabeltelevisiooni ning raadiot. Jalgpallikirjutiste taset peavad jalgpallihuvilised rahuldavaks, kuid kajastust pigem lünklikuks. Samas ollakse kindlad, et kajastus muutub paremaks.

Kõige enam ollakse rahul Soccernet.ee jalgpallikajastusega ja positiivselt mainitakse ära ka ETV, SL Õhtuleht ja Sportnet. Tulemused näitavad, et kõigil meediagrupidel on üks kindel liider ja ülejäänud jäävad juhtivast kanalist pikemalt naha. Kõige negatiivsema hinnangu sai Kanal 2. Pakutava infokogusega jäävad jalgpallihuvilised üldjoontes rahule, mis näitab, et meedia peaks jätkama samasugusel kursil nagu praegu ja suurendama vähehaaval infokoguseid.

Soccernet.ee on teistegi tulemuste tipus, seda peetakse kõige olulisemaks ja kõige kiiremaks infokanaliks. Negatiivsetes kategooriates tõuseb esile Kanal 2. Soccernet.ee kõrged tulemused võivad olla tingitud sellest, et jalgpallihuviliste kõige olulisemaks infoallikaks on internet, kuid ka sellest, et valim on leitud Soccernet.ee keskkonnast.

Kirjutavatest ajakirjanikest ja ekspertidest hinnatakse Andres Vaherit, Ants Põldojat, Andrus Allikat, Veiko Visnapuud, Indrek Schwedet ja Margus Luike ning teles või raadios esinevatest ajakirjanikest ja ekspertidest Aavo Sarapit, Aivar Pohlakut, Aaro Mõttust ja Tarmo Lehistet.

4.2 Seosed jalgpallihuviliste informeerituse, meediatarbimise ja rahulolu vahel

Vaatasin jalgpallihuviliste informeerituse taseme seoseid nende meediatarbimise ja rahuolu hinnangutega. Selleks liitsin vastajate hinnangud vastavalt nende informeerituse tasemele erinevate jalgpallimaade ja -liigade kohta (15 eri jaotust, vt lisa 1, lk 68-69). Jalgpallist informeerituse tasemel olid kõige kõrgemad positiivsed korrelatsioonid välismaa jalgpalliportaalide ($r=0,52$) ja telekanalite ($r=0,37$) kasutamise ning teatmeteoste ja raamatute ($r=0,45$) kasutamise sagedusega jalgpalliinfo saamiseks. Informeerituse tase seostus negatiivselt raadio kasutamise sagedusega. Mida teadlikumaks peeti ennast jalgpalli alal, seda vähem kasutati ja kulutati aega raadio kuulamisele. Meediatarbimise sagedusega seotud korrelatsioonid on ära toodud tabelis 3.

Tabel 3. Jalgpallist informeerituse taseme seosed meediatarbimise sagedusega (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Informeeritus		Informeeritus
Kui tihti kasutate...?			
telerit	0,17	sat- ja kaabeltelevisiooni	0,17
videot	0,19	raadiot	-0,20
Kui palju kulutate päevas keskmiselt aega meediakanalite kuulamisele/vaatamisele?			
Raadio kuulamisele	-0,25		
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?			
teatmeteoseid ja raamatuid	0,45	loenguid, konverentse	0,21
ETVd	0,32	TV3e	0,15
välismaa telekanaleid	0,37	Eesti raadiojaamu	0,16
SL Õhtulehte	0,23	Spordilehte	0,25
Sporditähte	0,32	välismaa ajalehti ja ajakirju	0,26
Soccernet.ee'd	0,21	Sportnetti	0,36
välismaa jalgpalliportaale	0,52		

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

Informeerituse taseme seosed meediakanalitele antud olulisuse hinnangutega olid sarnased meediakasutuse seostega. Kõige kõrgemad positiivsed korrelatsioonid olid samamoodi välismaa jalgpalliportaalide ($r=0,36$), teatmeteoste ja raamatute ($r=0,35$) ning Sporditähe ($r=0,33$) olulisusega (tabel 4).

Tabel 4. Jalgpallist informeerituse taseme seosed kanalite olulisusega infoallikana (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Informeeritus		Informeeritus
Kui olulised on Teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?			
Teatmeteosed, raamatud	0,35	Loengud, konverentsid	0,20
Välismaa telekanalid	0,22	SL Õhtuleht	0,16
Sporditäht	0,33	Välismaa ajalehed ja ajakirjad	0,31
Sportnet	0,25	Välismaa jalgpalliportaalid	0,36

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

Informeerituse taseme ja rahuolule antud hinnangute vaheliste korrelatsioonide tugevus oli suhteliselt nõrgad. Kõige positiivsemad olid seosed Sportneti reageerimiskiirusega ($r=0,32$) ja ajakirjanik Andres Musta tasemega. Samuti oli positiivsed seosed kahe liigaga ehk rohkem informeeritud vastajad soovivad Läti, Leedu ja Venemaa ning Skandinaavia liiga kohta rohkem infot. Suurimad negatiivsed seosed olid Tarmo Tiisleri ja Aivar Pohlakuga. Negatiivselt on seotud ka informeerituse tase ning rahulolu Kanal 2 jalgpallikajastuse kiirusega.

Tabel 5. Jalgpallist informeerituse taseme seosed rahulolule antud hinnangutega (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Informeeritus		Informeeritus
Kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?			
Postimees	-0,14	Sporditäht	0,19
Sportnet	0,19		
Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot saada?			
Läti, Leedu ja Venemaa jalgpall	0,24	Skandinaavia jalgpall	0,21
Kas Teie arvates reageerib antud kanal jalgpalli uudistele piisavalt kiiresti?			
Kanal 2	-0,16	Sportnet	0,32
Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist			
Andres Must	0,23		
Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset			
Marko Kaljuveer	-0,16	Aivar Pohlak	-0,20
Tarmo Tiisler	-0,23		

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

Jalgpalli kajastamise lünklikkuse ja teiste tunnuste vahelistes korrelatsioonides on suurim positiivne seos jalgpalli kajastamise ebahuvitavusega ($r=0,49$). Kõige suurem negatiivne seos oli aga jalgpalliajakirjanike Lennart Kompi ($r=-0,36$) ja Veiko Visnapuu ($r=-0,32$) ning jalgpallikommentaatorite Marko Kaljuveeri ($r=-0,33$) ja Kristjan Kalkuniga ($r=-0,29$). Positiivne seos oli aga Aavo Sarapiga ($r=0,16$), kuigi see seos on väga nõrk. Ka olid nõrgad negatiivsed seosed ETV jalgpallikajastuse rahulolu ($r=-0,26$) ja jalgpalli kajastamise usaldusväärtusega ($r=-0,20$), kuid need seosed on nõrgad (alla 0,3), mis tähendab, et sellises tendentsis on küllalt palju erandeid. Samasugused nõrgad negatiivsed seosed olid ka kajastamise lünklikkuse ja kanali reageerimiskiirusega (vaata tabel 6).

Tabel 6. Seosed hinnangute vahel jalgpalli kajastamise lünklikkusest Eestis ja teiste tunnuste vahel (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Kajastamise lünklikkus		Kajastamise lünklikkus
Kui palju kulutate päevas aega meediakanali kuulamisele/vaatamisele			
Televiisiooni vaatamisele	-0,15	Internetis olemisele	-0,16
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?			
Soccernet.ee'd	0,18	välismaa netilehekülgi	0,19
Kui olulised on teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?			
Välismaa netileheküljed	0,19		
Kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?			
ETV	-0,26	TV3	-0,21
Kanal 2	-0,19	Postimees	-0,20
Eesti Päevaleht	-0,20	Spordileht	-0,16
Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot saada?			
Eesti liigajalgpall	0,19	Skandinaavia jalgpall	0,18
Euroopa tippliigad	0,20	Euroopa tippsarjad	0,25
Muu maailma jalgpall	0,19		
Kui usaldusväärseks pead Eesti meediat jalgpalli alal?			
	-0,20		
Kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalli uudistele piisavalt kiiresti?			

Postimees	-0,18	Eesti Päevaleht	-0,21
Spordileht	-0,25	Sporditäht	-0,19
Soccernet	-0,20		
Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist			
Veiko Visnapuu	-0,32	Lennart Komp	-0,36
Andres Kalvik	-0,30	Tiit Lääne	-0,23
Ivo Dobkevitsch	-0,22		
Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset			
Marko Kaljuveer	-0,33	Ivar Jurtšenko	-0,19
Kalev Kruus	-0,23	Kristjan Kalkun	-0,29
Indrek Zelinski	-0,18	Aavo Sarap	0,16
Kumma väitega nõustute: a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli huvitavalt / b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli ebahuvitavalt.			
	0,49		

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

Jalgpalli kajastamise muutuste ja teiste tunnuste vahelised korrelatsioonid on nõrgad, kuigi esile võib tuua suurima negatiivse seose. Negatiivselt oli jalgpalli kajastamise muutustega seotud jalgpalli ebahuvitavus ($r = -0,26$). Tugevamad positiivsed seosed olid ajakirjanike Veiko Visnapuu, Margus Luige ja Andrus Allikaga.

Tabel 7. Seosed hinnangute vahel jalgpalli kajastamise muutusest Eestis ja teiste tunnuste vahel (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Hinnang jalgpalli kajastamise muutusest Eestis		Hinnang jalgpalli kajastamise muutusest Eestis
Kui tihti kasutate...?			
sat- ja kaabeltelevisiooni	0,15		
Kui palju kulutate päevas keskmiselt aega meediakanalite kuulamisele/vaatamisele			
ajalehe lugemisele	-0,17		
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?			
Teatmeteosed, raamatud	0,17	Soccernet.ee	0,17
Välismaa jalgpalliportaaliid	0,17		
Kui hästi olete informeeritud...?			
Eesti koondisega seonduvast	0,20	Läti ja Leedu jalgpall	0,16
UEFA karikasari	0,15		
Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot saada?			
Läti, Leedu ja Venemaa jalgpallist	0,26	Skandinaavia jalgpall	0,20
Euroopa tippsarjade jalgpall	0,17	Rahvuskoondisega seotud	0,20
Muu maailma jalgpall	0,17		
Kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalli uudistele piisavalt kiiresti?			
Postimees	0,15		
Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist			
Andrus Allika	0,22	Margus Luik	0,22
Veiko Visnapuu	0,28		
Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset			
Tarmo Lehiste	0,17		
Kumma väitega nõustute: a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli huvitavalt / b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli ebahuvitavalt			
	-0,26		

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

Jalgpallikirjutiste taseme ja teiste tunnuste vahelised korrelatsioonide puhul võib positiivse seosena välja tuua seose Eesti meedia usaldusväarsusega ($r=0,33$). Samuti on kõrgemad positiivsed seosed ajakirjanike Veiko Visnapuu ($r=0,42$), Lennart Kompi ($r=0,42$), Andres Kalviku ($r=0,39$), Andres Musta ($r=0,38$), Marko Kaljuveeri ($r=0,40$), Tarmo Tiisleri ($r=0,36$) ja Tiit Karuskiga ($r=0,34$). Negatiivse seosena võib esile tuua seose jalgpalli kajastamise lünklikusega ($r=-0,40$) ja jalgpalli kajastamise ebahuvitavusega ($r=-0,34$).

Tabel 8. Seosed hinnangute vahel jalgpalli kirjutuste tasemest Eestis ja teiste tunnuste vahel (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Kirjutuste tase		Kirjutuste tase
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?			
ETVd	0,21	TV3e	0,15
Kumma väitega nõustute: a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli põhjalikult / b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli lünklikult			
	-0,40		
Kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?			
ETV	0,29	Postimees	0,20
Eesti Päevaleht	0,20	SL Õhtuleht	0,16
Sporditäht	0,15		
Kui usaldusväärseks pead Eesti meediat jalgpalli alal?			
	0,33		
Kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalliuudistele piisavalt kiiresti?			
ETV	0,20	Eesti Päevaleht	0,26
Postimees	0,21	Soccernet	0,15
Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist			
Ants Põldoja	0,28	Tiit Lääne	0,29
Andrus Allika	0,27	Veiko Visnapuu	0,42
Neeme Korv	0,28	Andres Kalvik	0,39
Lennart Komp	0,42	Andres Must	0,38
Ivo Dobkevitsch	0,29		
Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset			
Marko Kaljuveer	0,40	Ivar Jurtšenko	0,22
Priit Kuusk	0,25	Kristjan Kalun	0,16
Tiit Karusk	0,34	Tarmo Tiisler	0,36
Hanno Tomberg	0,29	Indrek Zelinski	0,17
Marko Kristal	0,20	Tarmo Lehiste	0,26
Indrek Petersoo	0,27		
Kumma väitega nõustute: a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli huvitavalt / b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli ebahuvitavalt			
	-0,34		

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

Jalgpalli kirjutiste usaldusväarsuse ja teiste tunnuste vahelise korrelatsioonina on kolm peamist seost juba välja toodud ja üle ülejäänud seosed on nõrgemad. Ajakirjanikest olid tugeva seosega Gennadi Medvedjev ($r=0,79$, $n=18$) ja Artur Kurvits ($r=0,73$, $n=21$), kuid n oli taas madal, mistõttu tasub tulemusse suhtuda veidi kahtlevalt. Samas tasub esile tuua Veiko Visnapuu ($r=0,36$, $n=93$) ja ka Ants Põldoja ($r=0,39$, $n=90$) seost.

Tabel 9. Seosed hinnangute vahel jalgpalli kirjutiste usaldusväarsusest Eestis ja teiste tunnuste vahel (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Usaldusväarsus		Usaldusväarsus
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?			
Eesti televisiooni	0,15	Postimeest	0,15
Kui olulised on Teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?			
Postimees	0,16		
Kumma väitega nõustute: a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli põhjalikult / b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli lünklikult			
	-0,20		
Kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?			
ETV	0,20	Postimees	0,19
Milline on jalgpalli puudutavate kirjutiste tase Eesti meedias?			
	0,33		
Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot saada?			
Noorte ja naiste jalgpallist	-0,15		
Kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalliuudistele piisavalt kiiresti?			
ETV	0,16	Kanal 2	0,17
TV 3	0,21	Postimees	0,18
Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist			
Andres Vaher	0,22	Ants Põldoja	0,39
Andrus Allika	0,29	Veiko Visnapuu	0,36
Andres Must	0,32	Andres Kalvik	0,31
Artur Kurvits	0,72	Gennadi Medvedjev	0,76
Ivo Dobkevitsch	0,43		
Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset			
Marko Kaljuveer	0,19	Helar Osila	0,15
Tiit Karusk	0,28	Indrek Zelinski	0,16
Marko Kristal	0,18	Aaro Mõttus	0,29
Tarmo Lehiste	0,30	Indrek Petersoo	0,26
Kumma väitega nõustute: a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli huvitavalt / b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli ebahuvitavalt			
	-0,23		

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

Jalgpallikirjutiste huvitavuse ja rahuolule antud hinnangute vahelistest korrelatsioonidest tulid esile kaks tugevamat seost – positiivne seos oli Eesti liigajalgpallist enam infot soovimisega ($r=0,29$) ja negatiivne seos Postimehe jalgpallikajastuse rahuloluga ($r=-0,36$).

Korrelatsioonid ajakirjanike tööga on kõrgemad negatiivsed seosed Gennadi Medvedjevi ja Artur Kurvitsaga, kuid silma paistavad ka Veiko Visnapuu ($r=-0,41$), Neeme Korv ($r=-0,34$) ja Ants Põldoja ($r=0,32$).

Tabel 10. Seosed hinnangute vahel jalgpalli kirjutiste ebahuvitavusest Eestis ja teiste tunnuste vahel (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Hinnangud jalgpalli kirjutiste ebahuvitavusele Eestis		Hinnangud jalgpalli kirjutiste ebahuvitavusele Eestis
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?			
TV 3	-0,17		
Kui olulised on teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?			
Postimees	-0,15		
Kumma väitega nõustute: a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli põhjalikult / b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli lünklikult			
	0,49		
Kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?			
ETV	-0,30		
Postimees	-0,36		
Kuidas muutub tulevikus Eesti meedia jalgpallikajastus?			
	-0,26		
Milline on jalgpalli puudutavate kirjutiste tase Eesti meedias			
	-0,34		
Millest tahaksid Eesti meediat rohkem infot saada?			
Eesti liigajalgpall	0,29	Euroopa tippliigad	0,20
Euroopa tippsarjad	0,15	Muu maailm	0,17
Kui usaldusväärseks pead Eesti meediat jalgpalli alal?			
	-0,23		
Kas te arvates reageerib antud kanal jalgpalliuudistele piisavalt kiiresti?			
Postimees	-0,26	Eesti Päevaleht	-0,17
Spordileht	-0,17	Soccernet	-0,17
Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist			
Ants Põldoja	-0,32	Veiko Visnapuu	-0,41
Neeme Korv	-0,33	Andres Kalvik	-0,29
Artur Kurvits	-0,50	Gennadi Medvedjev	-0,67
Ivo Dobkevitsch	-0,25		

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

Uuris in jalgpallihuviliste vanuse seoseid kõigi teiste tunnustega ja esile tõusid viis seost, mis olid vähemalt 0,3 (vt tabel 11). Üldise meediatarbimise osas olid kõige kõrgemad positiivsed seosed raadio kasutamise, samuti raadio kuulamise ja ajalehe lugemisega. Kõrgeimad negatiivsed seosed olid aga rahuloluga TV3, Kanal 2 ja Spordilehe jalgpallikajastuse osas.

Tabel 11. Vanuse seosed erinevate näitajatega (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Vanus		Vanus
Kui tihti kasutate...?			
raadiot	0,34		
Kui palju kulutate päevas keskmiselt aega meediakanalite kuulamisele/vaatamisele			
raadio kuulamisele	0,31	ajalehe lugemisele	0,31
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?			
TV3	-0,17	Postimees	0,22
Eesti Päevaleht	0,29	Sporditäht	-0,19
Kui hästi olete informeeritud...?			
Itaalia jalgpallist	-0,30	Saksamaa jalgpallist	-0,19
Hispaania jalgpallist	-0,21	muu Euroopa jalgpallist	-0,26
Meistrite liigast	-0,19	Euroopa rahvuskoondistega seonduvast	-0,19
Muu maailma jalgpallist	-0,22		
Kui olulised on teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?			
TV3	-0,17	Välismaa telekanalid	0,18
Eesti Päevaleht	0,15	Sporditäht	-0,15
Kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?			
TV3	-0,34	Kanal 2	-0,25
Spordileht	-0,25	Sporditäht	-0,18
Sportnet	-0,17		
Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot saada?			
Läti, Leedu ja Venemaa jalgpallist	-0,18	Skandinaavia jalgpallist	-0,18
Kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalli uudistele piisavalt kiiresti?			
TV3	-0,18	Spordileht	-0,17
Sporditäht	-0,24		

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

Kõrgeim positiivne korrelatsioon oli jalgpalliajakirjanikke või -spetsialiste hinnates

Tarmo Tiisleri, negatiivsed korrelatsioonid aga Helar Osila ja Andrus Allikaga.

Tabel 12. Vanuse seosed hinnangutega ajakirjanikele ja jalgpallispetsialistidele (Spearman'i korrelatsioonikordaja)

	Vanus		Vanus
Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist			
Andrus Allika	-0,22		
Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset			
Marko Kaljuveer	-0,18	Helar Osila	-0,23
Ivar Jurtsenko	-0,19	Tarmo Tiisler	0,25

Märkus. Kõik korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

4.2.1 Lühikokkuvõtte olulisematest seostest

Kõrgemad positiivsed seosed olid jalgpallist informeerituse ja välismaiste jalgpalliportaalide, telekanalite ning teatmeteoste ja raamatute kasutuses jalgpalliinfo

saamiseks. Välismaised jalgpalliportaalid ning teadmisteosed ja raamatud olid positiivselt seotud ka informeerituse taseme ja infoallika olulisusega. Negatiivsed seosed olid jalgpallist informeerituse ning raadio kasutamise ja sellele kuluva aja vahel.

Hinnangud kirjutiste tasemest Eestis on negatiivselt seotud kajastamise lünklikkusega, positiivselt on seotud kajastamise põhjalikkus ja huvitavus.

Kajastamise põhjalikkus oli negatiivselt seotud ajakirjanike Lennart Kompi, Veiko Visnapuu ja Andres Kalvikuga. Marko Kaljuveeri, Andres Musta, Kalviku, Kompi ja Visnapuuga olid positiivselt seotud aga hinnangud jalgpalli kirjutiste tasemest Eestis.

Reeglina jäi korrelatsioonikordaja alla 0,3 ja vaid kahel korral tõusis ta üle 0,6, kuid siis polnud valim suur, mistõttu tuleb tulemusse kahtlevalt suhtuda.

4.3 Erinevused jalgpallist teadjate gruppide vahel

4.3.1 Vähemteadjate ja keskmiste teadmistega vastajate võrdlus

Vähemteadjate ja keskmiste teadmistega gruppi eristas T-testi alusel küsimuste koguhulgast statistiliselt oluliselt ($p \leq 0,05$) 22 küsimust. Suurim erinevus kahe grupi vahel oli välismaa jalgpalliportaalide kasutamise olulisuses - välismaised portaalid on olulisemad keskmiste teadmistega grupile. Samuti eristas kahte gruppi välismaa jalgpalliportaalide, Sportneti ning teadmisteosede ja raamatute kasutamise sagedus jalgpalliinfo saamiseks – neidki kasutavad enam keskmiste teadmistega vastajad.

Kuigi jalgpallist keskmiselt teadjad kasutavad jalgpalliinfo saamiseks rohkem internetis olevaid portaale, kasutavad internetti igapäevaselt rohkem hoopiski jalgpallist vähem teadvad vastajad, kes kulutavad raadio kuulamisele enam aega, kuigi – nagu selgus eelnevast lõigust – nad hindavad raadioajakirjanike töö kvaliteeti madalamalt.

Keskmiste teadmistega vastajad on enam rahul Andres Musta lugude tasemega. Ülejäänud ajakirjanikke puudutavad statistiliselt olulised erinevused on kaldu

vähemteadjate grupi poole – nii hindavad nad kõrgemalt Kalev Kruusi ja Kristjan Kalkuni tööd.

Tabel 12. Skooride keskmised ja standardhälbed vähemteadjate ja keskmiste teadmistega grupis

Tunnus	Vähemteadjad		Keskmiste teadmistega		t-väärtus	p
	K	SH	K	SH		
Kui palju kulutate päevas keskmiselt aega meediakanalite kuulamisele/vaatamisele?						
Raadio	3,49	2,68	2,58	2,00	2,17	0,032
Ajaleht	2,09	1,09	2,67	1,28	-2,55	0,012
Internet	6,86	1,21	5,92	1,67	3,29	0,001
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?						
Teatmeteoseid ja raamatuid	0,53	0,55	0,95	0,79	-3,14	0,002
ETV-d	2,09	1,02	2,67	0,99	-3,10	0,002
Spordilehte	0,47	0,80	0,94	1,00	-2,72	0,007
Sporditähte	0,60	0,73	1,01	0,94	-2,51	0,014
Sportnetti	1,00	1,43	2,10	1,42	-4,12	0,000
Välismaa vutiportaale	1,77	1,38	2,86	1,20	-4,68	0,000
Kui olulised on teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?						
Teatmeteosed, raamatud	0,35	0,48	0,64	0,65	-2,58	0,011
Välismaa telekanalid	1,19	0,88	1,51	0,71	-2,27	0,025
Sporditäht	0,48	0,67	0,75	0,75	-2,02	0,046
Välismaa ajalehed ja ajakirjad	0,28	0,59	0,57	0,69	-2,35	0,020
Sportnet	0,60	0,79	0,94	0,86	-2,17	0,032
Välismaa vutiportaaliid	0,98	0,86	1,57	0,56	-4,76	0,000
Kuidas olete rahul meediaüksuse jalgpallikajastusega?						
TV 3	2,88	1,31	2,42	1,23	1,98	0,050
Kuidas muutub tulevikus Eesti meedia jalgpallikajastus?						
	4,67	1,19	5,03	0,78	-2,07	0,040
Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot saada?						
Läti, Leedu ja Venemaa jalgpall	2,42	0,79	2,80	0,75	-2,66	0,009
Kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalli uudistele piisavalt kiiresti?						
Sportnet	3,37	0,79	3,79	0,92	-2,55	0,012
Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist						
Andres Must	2,92	0,90	3,50	0,79	-2,12	0,039
Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset						
Kalev Kruus	2,81	1,08	2,38	1,06	2,03	0,044
Kristjan Kalkun	2,66	1,11	2,26	0,89	2,02	0,046

Märkus. K-keskmine; SH-standardhälve. t-väärtus – kahe grupi keskmine erinevus. p – olulisuse nivoo. Kõik T-testi tulemused on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

4.3.2 Vähemteadjate ja enamteadjate võrdlus

Vähemteadjate ja enamteadjate gruppi eristas küsimuste koguhulgast statistiliselt oluliselt 32 küsimust. Suurimad erinevused kahe grupi vahel olid jalgpalliga seotud meediakasutuse teemas («Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?»), kus kõige enam erines välismaa jalgpalliportaale, teadmeste ja raamatute ning Sportneti kasutamine ja veidi vähem ka välismaa telekanalite, Eesti televisiooni, Sporditähe ja Spordilehe meedikasutuse sagedus. Antud teema kuuteistkümnest punktist oli oluline erinevus kaheteistkümnest punktis.

Olulised erinevused olid ka infoallika olulisuse teemas, kus enamteadjate jaoks on palju olulisemateks allikateks teadmeste ja raamatud, Sporditäht, välismaa ajalehed ja ajakirjad, Sportnet ja välismaa jalgpalliportaale. Ajakirjanikest hindavad jalgpallist enamteadjad kõrgemalt Andres Musta ja Ivo Dobkevitschit, vähemteadjad hindavad jalgpallikommentaatorina enam aga Aivar Pohlakut.

Jalgpallist vähem teadjad kulutavad enamteadjatega võrreldes aga oluliselt rohkem aega raadiokuulamisele.

Tabel 13. Skooride keskmised ja standardhälbed vähemteadjate ja enamteadjate grupis

Tunnus	Vähemteadjad		Enamteadjad		t-väärtus	p
	K	SH	K	SH		
Kui tihti kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?						
videot	1,21	0,81	1,73	1,04	-2,63	0,010
raadiot	3,14	0,99	2,53	1,23	2,60	0,011
Kui palju kulutate päevas keskmiselt aega meediakanalite kuulamisele/vaatamisele?						
raadio	3,49	2,68	1,94	2,17	3,07	0,003
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?						
Teadmeste ja raamatuid	0,53	0,55	1,36	0,78	-5,82	0,000
Loenguid ja konverentse	0,05	0,21	0,28	0,50	-2,86	0,005
ETV-d	2,09	1,02	2,92	1,10	-3,73	0,000
välismaa telekanaleid	2,09	1,36	3,14	1,16	-4,01	0,000
Eesti raadiojaamu	0,55	0,97	0,98	0,98	-2,12	0,037
SL Õhtulehte	1,77	1,36	2,50	1,45	-2,50	0,014
Spordilehte	0,47	0,80	1,04	1,01	-3,00	0,004
Sporditähte	0,60	0,73	1,24	0,95	-3,61	0,001
välismaa ajalehti ja ajakirju	0,57	0,99	1,10	1,22	-2,26	0,027
Soccernet.ee	3,40	0,98	3,80	0,45	-2,62	0,010
Sportnetti	1,00	1,43	2,66	1,44	-5,53	0,000
Välismaa jalgpalliportaale	1,77	1,38	3,36	1,01	-6,43	0,000

Kui olulised on teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?						
Teatmeteosed, raamatud	0,35	0,48	0,88	0,63	-4,45	0,000
Loengud, konverentsid	0,07	0,26	0,35	0,63	-2,69	0,009
Välismaa telekanalid	1,19	0,88	1,62	0,67	-2,70	0,008
SL Õhtuleht	0,86	0,80	1,22	0,71	-2,29	0,024
Sporditäht	0,48	0,67	1,12	0,75	-4,31	0,000
Välismaa ajalehed ja ajakirjad	0,28	0,59	0,74	0,72	-3,33	0,001
Sportnet	0,60	0,79	1,16	0,74	-3,50	0,001
Välismaa jalgpalliportaaliid	0,98	0,86	1,64	0,56	-4,46	0,000
Kuidas olete rahul meediaüksuse jalgpallikajastusega?						
Sporditäht	3,17	0,82	3,65	1,13	-2,31	0,023
Sportnet	3,26	0,99	3,71	1,12	-2,03	0,046
Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot saada?						
Läti, Leedu ja Venemaa jalgpall	2,42	0,79	2,84	0,79	-2,56	0,012
Rahvuskoondisega seotud	2,95	0,79	2,58	0,93	2,08	0,041
Kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalli uudistele piisavalt kiiresti?						
SL Õhtuleht	3,21	1,01	3,76	1,04	-2,57	0,012
Sportnet	3,37	0,79	4,08	1,08	-3,56	0,001
Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist						
Andres Must	2,92	0,90	3,73	0,87	-2,64	0,012
Ivo Dobkevitsch	2,86	0,77	3,36	0,70	-2,20	0,033
Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset						
Aivar Pohlak	4,03	1,00	3,34	1,29	2,73	0,008

Märkus. K-keskmine; SH-standardhälve. t-väärtus – kahe grupi keskmine erinevus. p – olulisuse nivoo. Kõik T-testi tulemused on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

4.3.3 Jalgpallist keskmiselt teadvate ja enamteadjate grupi võrdlus

Jalgpallist keskmiselt teadvate ja enamteadjate gruppi eristas küsimuste koguhulgast statistiliselt oluliselt 17 küsimust, kuid kõrgeim t-väärtus oli 2,92, kui eelmistes võrdlustes oli t-väärtus üle 3,0i kuuel (vähemteadjad ja keskmiste teadmistega) ja 14 (vähemteadjad ja enamteadjad) korral.

Tabel 14. Skooride keskmised ja standardhälbed keskmise teadmistega ja enamteadjad grupis

Tunnus	Keskmiste teadmistega		Enamteadjad		t-väärtus	p
	K	SH	K	SH		
Kui tihti kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?						
sat-TVd/kaabel TVd	2,67	1,50	3,18	1,30	-2,01	0,046
raadiot	2,98	0,98	2,53	1,23	2,33	0,021
Kui palju kulutate päevas keskmiselt aega meediakanalite kuulamisele/vaatamisele?						
televisioon	5,01	1,64	5,61	1,63	-2,06	0,042
Internet	5,92	1,67	6,67	1,21	-2,77	0,006
Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?						
Teatmeteoseid ja raamatuid	0,95	0,79	1,36	0,78	-2,92	0,004
välismaa telekanaleid	2,57	1,28	3,14	1,16	-2,61	0,010
Postimeest	2,17	1,39	1,66	1,47	2,03	0,044
Soccernet.ee	3,49	0,90	3,80	0,45	-2,29	0,023
Sportnetti	2,10	1,42	2,66	1,44	-2,21	0,029
välismaa jalgpalliportaale	2,86	1,20	3,36	1,01	-2,48	0,014
Kui olulised on teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?						
Teatmeteosed, raamatud	0,64	0,65	0,88	0,63	-2,11	0,037
Loengud, konverentsid	0,15	0,44	0,35	0,63	-2,16	0,033
Postimees	0,92	0,71	0,62	0,75	2,33	0,021
Sporditäht	0,75	0,75	1,12	0,75	-2,80	0,006
Millest tahaksid Eesti meediat rohkem infot saada?						
Rahvuskoondisega seotud	2,91	0,77	2,58	0,93	2,24	0,027
Kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalliuudistele piisavalt kiiresti?						
Postimees	3,17	1,09	2,76	1,28	2,01	0,047
Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset						
Aivar Pohlak	3,81	1,12	3,34	1,29	2,19	0,030

Märkus. K-keskmine; SH-standardhälve. t-väärtus – kahe grupi keskmine erinevus. p – olulisuse nivoo. Kõik T-testi tulemused on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,05$.

4.3.4 Lühikokkuvõte olulisematest T-testi tulemustest

T-testi tulemused näitasid, et jalgpallist vähem teadvate vastajate tulemused erinevat keskmiste teadmistega vastajate vastustest, kuid veelgi rohkem on erinevusi vähem teadvate ja enam teadvate vastajate keskmistes tulemustes. Keskmiste teadmistega ja enam teadvate vastajate tulemustes oli ka erinevusi, kuid ükski t-väärtus ei olnud üle 3.

Vähem teadvad vastajad kasutavad küll keskmiste teadmistega vastajatega võrreldes enam internetti, kuid välismaiseid jalgpalliportaale kasutab enam keskmiste teadmistega vastaja, kelle jaoks on need portaaliid ka olulisemaks infoallikaks. Ka kasutasid keskmiste

teadmistega vastajad enam ja pidasid olulisemaks infoallikaks Sportnetti. Kui võrrelda vähem teadvaid ja enam teadvaid vastajaid, siis need vahed olid veelgi suuremad, kuid lisaks kasutavad enam teadvad vastajad jalgpalliinfo saamiseks rohkem teatmeteoseid ja raamatuid ning välismaa telekanaleid. Enam teadvate ja keskmiste teadmistega vastajate vahel oli suurim erinevus internetile kulutatavas ajas ning teatmeteoste ja raamatute kasutamises jalgpalliinfo saamiseks.

4.4 Kolme grupi võrdlus Hii-ruut-testi abil

Et uuritav valim on küllaltki väike, on jalgpallihuviliste meediajälgimist ja hinnanguid testitud kahe meetodi abil. Kui sõltumatute valimite T-testis vaatasin kahe valimi vahelisi statistiliselt olulisi keskväärtuste erinevusi, siis Hii-ruut-testi abil vaatlen kõiki rühmi korraga, et näha kas vastuste jaotuvuses on olulisi erinevusi.

Hii-ruudu test tõi esile, et 40 alaküsimumuse puhul tuvastati seose olemasolu (vt lisa 8). Jalgpalliinfo saamisega seotud meediakasutuses («Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?»), oli olulisi seoseid kuuel korral: teatmeteoste ja raamatute ($p \leq 0,001$), ETV ($p \leq 0,01$), välismaa telekanalite ($p \leq 0,01$), Eesti raadiojaamade ($p \leq 0,05$), Sportneti ($p \leq 0,001$) ja välismaa jalgpalliportaalide ($p \leq 0,001$) puhul. Mõned nendest tunnustest olid Hii-ruut-testi kohaselt olulised ka küsimuse «Kui olulised on teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?» puhul: olulistena tõi Hii-ruut test välja teatmeteosed ja raamatud ($p \leq 0,01$), välismaa telekanalid ($p \leq 0,05$), Sporditähe ($p \leq 0,01$), välismaa ajalehed ja ajakirjad ($p \leq 0,01$), Sportneti ($p \leq 0,01$) ja välismaa jalgpalliportaalid ($p \leq 0,001$).

Küsimuse «Kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalliuudistele piisavalt kiiresti?» viie alaküsimumuse puhul tuvastas Hii-ruut test samuti seose olemasolu. Seos oli alaküsimumuste Kanal 2 ($p \leq 0,05$), Postimees ($p \leq 0,05$), Spordileht ($p \leq 0,05$), Sporditäht ($p \leq 0,01$) ja Sportnet ($p \leq 0,001$) puhul. Spordileht ($p \leq 0,01$), Sporditäht ($p \leq 0,01$) ja Sportnet ($p \leq 0,05$) olid olulise seosega alaküsimumused küsimuse «Kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?» puhul. Oluline seos leiti ka kahe jalgpalli kajastava ajakirjaniku ja -eksperdi osas. Oluline seos oli Andres Musta ($p \leq 0,05$) ja Aivar Pohlaku ($p \leq 0,001$) puhul.

Olulised seosed avastati kõigi «Kui hästi olete informeeritud...?» küsimuste puhul, kus Hii-ruut-testi kohaselt oli oluline seos kõigi 15 alaküsimuse puhul ehk oluline seos leiti nii Eesti liigajalgpalli, Eesti koondise, Eesti noorte ja naiste jalgpalli, Läti ja Leedu jalgpalli, Venemaa jalgpalli, Skandinaavia jalgpalli, Inglismaa jalgpalli, Itaalia jalgpalli, Saksamaa jalgpalli, Hispaania jalgpalli, muu Euroopa jalgpalli, Meistrite liiga, UEFA karikasarja, Euroopa rahvuskoondiste ja muu maailma jalgpalli (kõik $p \leq 0,001$) osas. Info soovimise küsimuse («Millest tahaksid Eesti meedias rohkem infot saada?») puhul oli oluline seos Läti, Leedu ja Venemaa jalgpalli ($p \leq 0,01$), Skandinaavia jalgpalli ($p \leq 0,001$), rahvuskoondiste jalgpalli ($p \leq 0,025$) kohta.

4.5 Lahtised vastused

Uurimustöös esitasin neli lahtise vastusega küsimust: «Ennusta, kuidas (kui üldse) muutub tulevikus Eesti meedia jalgpallikajastus?», «Milline on jalgpalli puudutavate kirjutiste tase Eesti meedias?», «Kui usaldusväärseks pead Eesti meediat jalgpalli alal?» ja «Kas olete oma (mitte)rahulolust teavitanud Eesti meediakanaleid kirjalikul või mõnel muul viisil? Kui jah siis kuidas, kas ja mida vastati? Kui ei, siis miks?». Nelja küsimuse peale esitati kokku 312 vastust.

Jalgpallikajastuse kohta vastati 60 korda ja enamasti olid vastajad kindlad, et jalgpalli arenedes paraneb ka kajastamine (22 korda). Näiteks: «*Kuna eesti jalgpallikultuur on noor, siis pole veel tekkinud professionaalset kajastust. Kui kõik areneb(klubid ja tase nt), siis tekib ka rohkem huvi asja vastu ning hakatakse ka rohkem kajastama. Kui mõni eestlane mängiks tippklubis, kajastataks võibolla rohkem ka tema käekäiku.*» (mees, 18-aastane, enamteadjate grupp) või «*Koos jalgpallikultuuri laienemisega ja ala harrastajate kasvuga ühiskonnas peaks paranema ka meediaväljaannete suutlikkus jalgpalliga seonduvat kvaliteetselt kajastada.*» (mees, 25-aastane, vähemteadjate grupp) või «*Rahvuskoondise kajastamine on jõudnud optimaalsele tasemele, ent suuri lünki on liigajalgpallist teavitamisel. Põhjuseks liigajalgpalli vähene populaarsus, kuid tulevikus on näha publikuhuvi suurenemist.*» (mees, 25-aastane, enamteadjate grupp).

Samuti olid jalgpallihuvilised kindlad, et enam hullemaks ei saa kajastamine lihtsalt minna (12 korda): «Halvemaks on suhteliselt raske muutuda. Kui TV3 just Meistrite liigat kell 4 öösel ja päevase viivitusega näitama ei hakka.» (mees, 25-aastane, vähem teadjate grupp).

Mitmed vastajad jätsid küsimusele otse vastamata, kuid pakkusid lahendusi, mis aitaks jalgpalli populariseerida ja seeläbi seda meedia vaatevälja tuua: «Eesti meedias on kindlasti puudu teleülekanded mängudelt. Pohlak ja EJL võivad öelda, et kui me anname odavalt teleõigused ära, siis ei tule enam kedagi staadionile ka. Staadionile tulevad need, kes seal alati on käinud - tele kaudu oleks võimalus pikemas perspektiivis kodumaist jalgpalli propageerida.» (mees, 26-aastane, vähemteadjate grupp).

Jalgpallihuviliste hinnangul puudub Eesti meediamaastikul korralik jalgpallianalüüs ja ajakirjanikud jäävad oma teadmiste poolest selgelt alla huvilistele endile. Samuti keskendutakse vaid toimunu refereerimisele ja välisuudiste puhul tõlkimisele: «Kirjutised on väga erineva tasemega, olenevalt kirjutajast muidugi. Eestis on korralikke jalgpalliajakirjanikke, kuid üldiste trendide analüüsimisega ei viitsita minu hinnangul eriti tegelda. Meie vutiajakirjandus on minu jaoks ka natukene liiga Eesti-keskne,» (mees, 31-aastane, keskmiste teadmiste grupp) või «Arenгурuumi on. Minu jaoks oleks vaja rohkem analüüsivat osa ning rohkem infot. Mõned arvamusartiklid on huvitavad, kuid neid on selgelt vähe ning tulevad paarilt tegijalt. Oleks rohkem kirjutajaid vaja.» (mees, 18-aastane, enamteadjate grupp). Vahemaa (Vahemaa 2007) väitis samas, et kuna Eesti Päevalehe puhul on tegemist päevalehega, ei saa loomulikult mööda minna uudislikkusest, kuid tele-, raadio- ja internetiajastul ei ole uudisloos enam oluline võistluse ümberjutustamine, vaid analüüs ja kommentaar – seda ei ole päev hiljem igav lugeda.

Analüüsipuudusega on tõenäoliselt seotud seegi, et Eesti meedia usaldusväärsus jalgpalli alal saab huviliste hinnangul tõusta ajakirjanike teadmiste paranedes ja spetsiaalsete jalgpalliajakirjanike tekkimise järel. «Vähem faktivigu, paremat taustteadmist. Tõeliselt huvitavalt saab kirjutada siis, kui tead ka asjaolusid, mida väljakul näha pole, kuid mis

oluliselt mängu mõjutavad,» väitis vastaja (naine, 28-aastane, vähemteadjate grupp). Samas on ka neid, kes peavad kirjutisi korralikeks ja ei näe vajadust suuremateks muutusteks.

Kuigi jalgpallihuvilised pole meedia tegemistega rahul, ei anta sellest väljaannetele teada. Küsimusele «Kas olete oma (mitte)rahulolust teavitanud Eesti meediakanaleid kirjalikult või mõnel muul viisil? Kui jah siis kuidas, kas ja mida vastati? Kui ei, siis miks?» anti 144 vastust, millest 80 ütlesid, et nad pole meediaga ühendust võtnud - «*Ei ole. Mida see muudaks? Telejaamad sätivad oma asju vaatajareitingute mitte lugejakirjade järgi. Ajalehed ka vist.»* (mees, 25-aastane, enamteadjate grupp) ja «*Ei, lihtsalt ei viitsi vaeva näha.»* (mees, 15-aastane, keskmiste teadmiste grupp) olid põhilised vastused. Oli siiski ka teavitajaid, kuid nende puhul oleneb palju viitsimisest: «*Tagasisidet olen andnud läbi interneti ETV-le, kui nende uudistetoimetus on prohmakaga hakkama saanud. On juhtunud, et pärast seda ka spordiudistes veale tähelepanu juhiti ja vabandus esitati. Kuid üldiselt ei ole tahtmist ega viitsimist pidevate faktivigade pärast leili minna, olgugi et neid vähemaks ei ole jäänud.»* (mees, 20-aastane enamteadjate grupp).

Samuti põhjendati enda viitsimatust viriseda teistele toetumisega: «*Ei, sellepärast, et mulle ei meeldi viriseda ja neid, kes oma suu selle koha pealt lahti teevad, on piisavalt.»* (naine, 16-aastane, keskmiste teadmiste grupp) või «*...sellist inimest kui mina ei võeta kuulda.»* (mees, 15-aastane, enamteadjate grupp) või «*Ei ole. Et nad midagi muutma hakkaks, selleks oleks vaja suuremat inimeste gruppi, kes seda nõuaksid. Jalgpallihaigla juhtkond peaks seda ette heitma.»* (mees, 19-aastane, keskmiste teadmiste grupp). Võttes arvesse, et oma arvamusest on meediakanalitele teada andnud vaid 20 vastajat, keda on kokku neli korda vähem kui neid, kes seda teinud pole, pole ka ime, et nende häält kuulda pole. Lisaks võib tegemist olla väärarvamustega, et niigi on paljud inimesed on sõna võtnud, kuigi tegelikult seda pole tehtud. Samas tuleb esile tuua, et Kaljuveeri (Kaljuveer 2007) sõnul tuleb neile päris palju tagasisidet, seda eriti suurvõitluste ajal ning kaks kolmandikku tagasisidest on positiivne.

4.6 Jalgpallihuviliste lemmikud

Lemmikklubide küsimusele anti kokku 111 erinevat vastust ja kõige enam kogus hääli Hispaania superklubi FC Barcelona, mida nimetati 42 korda. Barcelonale järgnesid Eesti mitmekordne meister FC Flora (41 korda), Inglismaa hiid Manchester United (39 korda), kuulsusrikka minevikuga FC Liverpool (28 korda), Itaalia meeskond Juventus (19 korda), Inglismaa klubi Chelsea (19 korda), Hispaania kuninglik meeskond Real Madrid (18 korda), Mart Poomi pikaegne koduklubi Inglismaal Sunderland (17 korda) ja Tartu meeskond Tammeka (17 korda). Nimekirja etteotsa pääsesid kas maailma superklubid, Eesti kõige populaarsemad ja vaadatamad meeskonnad või eestlastega seotud võistkonnad. Barcelona tõstsid edetabeli tippu aga jalgpallist enam teavad inimesed, kes andsid selle klubi eest hääle kolmeteistkümnel korral, samas FC Flora sai neilt vaid neli häält. Vähema või keskmiste teadmistega huvilised eelistasid kodumaist meeskonda, keskmises kategoorias edestas Barcelonat ka Manchester United.

Mängijate valimisel nimetati 181 erinevat vastust ja tabelitipp oli palju tihedam, kuid kõige populaarsemaks jalgpalluriks sai 27 häält kogunud eestlane Mart Poom, kes samas jäi välja jalgpallist rohkem teadajate vastajate esikümnest ja kogus seal vaid ühe hääle (parimana sai brasiillane Ronaldinho 7 häält). Teisele kohale tuligi kokkuvõttes 25 häält kogunud Ronaldinho ja kolmas oli 20 häälega inglane Frank Lampard. Järgnesid eestlane Andres Oper (16), portugallane Cristiano Ronaldo (15), inglane Wayne Rooney (14), prantslane Zinedine Zidane ja inglane Alan Shearer (mõlemad 10) ning hollandlane Dennis Bergkamp, waleslane Ryan Giggs ja itaallane Alessandro Del Piero (kõik 9).

Kõige populaarsem jalgpalliliiga oli vastajate seas Inglismaa, mis kogus enim hääli kõigi kolme vastajagrupi seas, kokku saadi 113 häält. Koguarvult järgnesid Inglismaale Eesti (84) ja Hispaania (62), pikemalt jäi maha Itaalia (38) ja veelgi enam Saksamaa (18). Kõigist kolmest grupist said hääli Inglismaa, Eesti, Hispaania, Itaalia, Saksamaa, Prantsusmaa, Šotimaa, Venemaa, Euroopa ja Holland. Kokku nimetati 17 riiki.

5. Diskussioon

Bakalaureusetöö eesmärk oli uurida jalgpallihuviliste hinnanguid Eesti meedia pakutava ning pakkujate kohta ja kaardistada küsimustikule vastanute tavaline ning jalgpallispetsiifiline meediatarbimine.

5.1 Jalgpallihuviliste üldine meediakasutus

Jalgpallihuviliste üldine meediakasutus on küllaltki sarnane «Mina. Maailm. Meedia.» (Kalmus & Lauristin & Pruulmann-Vengerfeldt 2004) tulemustele, kus mõnda üleriigilist päevalehte luges regulaarselt 74, nädalalehte 56, kohalikku lehte 69 ja ajakirja 63% vastanutest ning 96% vastanutest vaatas regulaarselt Eesti telekanaleid. Esimene tähelepanuväärsem erinevus on raadio kuulamises – kui «Mina. Maailm. Meedia.» andmetel kuulab eestikeelset raadiot regulaarselt 93% inimestest, siis sellele küsitlusele vastanutest kuulas raadiot igapäevaselt 31% vastanutest ja mitu korda nädalas 44% vastanutest. Selline erinevus võib olla tingitud vastajate vanusest, sest suurem osa vastajaid olid noored, kellel pole ehk harjumust raadiot kuulata.

Teine suurem erinevus paistab silma internetile kulutatavas ajas – kui «Mina. Maailm. Meedia.» andmetel kulutab päevas internetikasutaja internetile kuni 90 minutit (kokku 68,2%), siis jalgpallihuvilistest 32% kulutab internetile üle nelja tunni päevas ja 39% 2-4 tundi päevas. See erinevus võib olla tingitud interneti üha suuremast levikust ja kättesaadavusest ning taas valimi vanusest. Samuti ei ole väheoluline, et valim on leitud internetist, mistõttu võime eeldada, et valim kasutabki internetti enam. Meediakasutuse ja vanuse vahelistes korrelatsioonides on vanus positiivselt seotud raadioga, mis annab võimaluse kinnitada eelmises lõigus eeldatud, et raadiot kasutavad tihedamini vanemad inimesed.

Lisaks viitavad informeerituse taseme ning meediatarbimise sageduse ja meediakanalile kulutatava aja vahelised seosed, et raadiot kasutab vähem ning sellele kulutab vähem aega jalgpallist enam informeeritud vastaja. T-test näitas ka, et väheminformeeritud ja enaminformeeritud vastajad kasutavad internetti rohkem kui keskmiselt informeeritud jalgpallihuvilised. Miks kasutavad internetti enam just need kaks gruppi kolmest, on

keeruline öelda, sest vanuseliselt on grupid sarnased ja ainus suurem erinevus on isikute arvus ehk võibolla on keskmiste teadmistega grupis vastused enam ühest äärmusest teise, millele viitab ka suurem keskmine standardhälve. Mõneti saab eeldada, et väheminformeeritud huviline võib soovida infot leida kiiresti ja ühest kohast, kasutades selleks just internetti ja tema jaoks tuttavaid lehekülgi. Enamteadjad kasutavad internetti enam seetõttu, et teistest kanalitest ei jõua nendeni selline infokogus, mis neid rahuldaks. Keskmiselt teavitatud huviline jälgib infot aga mitmest kanalist, mistõttu tal pole vajadust internetti põhjalikumalt kasutada.

Ka võib vähemteadjate kõrgem internetikasutus tingitud olla nende jälgimise pealiskaudsusest, millele viitas David Dunn (1998, viidatud Boyle'i ja Haynesi 2004 järgi) – tema sõnul on tekkinud uus inimeste rühm, kelle jaoks jalgpall on meelelahutusproduktiks ja klubid on brändid. Kuigi antud uurimustöö raames ei saa otseselt hinnata valikute motiive, on näha, et küsitelute lemmikklubide pingerea esikümnes on reeglina kas väga tuntud nimed (Barcelona, Manchester United) või eestlastega seotud klubid (Sunderland, FC Flora). Ka lemmikmängijate tabeli tipus on kas eestlased (Mart Poom, Andres Oper) või siis maailma praeguse aja tippmängijad (Ronaldinho, Cristiano Ronaldo) ehk valitakse kas midagi tugevat või siis kodust.

Tulemused näitavad, et jalgpallihuviliste infokanali valik erineb «Meediasüsteem ja meediakasutus 1965-2004» (Vihalemm 2004) tulemustest. Näiteks pidas «Meediasüsteem ja meediakasutus 1965-2004» andmetel internetti väga oluliselt infoallikaks 21 protsenti vastanutest, kuid jalgpallihuvilistele on see kanal üks tähtsamaid. See võib tuleneda ka tõsiasjast, et neid huvitavat infot Eesti meedia ei paku. Seda oletust kinnitab ka päevalehtedest ja telekanalitest saadava info vähemolulisus jalgpallihuviliste jaoks võrreldes «Meediasüsteem ja meediakasutus 1965-2004» tulemustega. «Meediasüsteem ja meediakasutus 1965-2004» andmetel peab päevalehti väga oluliseks infoallikaks 56% vastanutest, jalgpallihuvilistest pidas aga Postimeest väga oluliseks allikaks vaid 20% (lk 99-101), Eesti Päevalehte 15% ja SL Õhtulehte 32% vastanutest. Nende tulemuste tõlgendamisel tuleb aga olla ettevaatlik ja endiselt mees pidada vastajate noorust, millest võib tuleneda ka suurem internetikasutus, sest see kanal

on neile tuttav ja lihtne kasutada. Lisaks internetile said «Meediasüsteem ja meediakasutus 1965-2004» tulemustega võrreldes jalgpallihuvilistelt kõrgema tulemuse välismaised telekanalid, mida nimetas väga olulise infokanaliks 62% vastanutest, «Meediasüsteem ja meediakasutus 1965-2004» uuringus leidis vaid 8% vastanuist, et globaalsed uudiskanalid on nende jaoks väga olulised, Venemaa telekanaleid hindas olulisena kuus protsenti uurimusele vastanutest. Kui võtta arvesse ka see, siis võib kodumaiste ajalehtede ja telekanalite madalam olulisus olla tingitud ka informatsioonist, mida need kanalid pakuvad. Et Eesti telekanalitelt pole võimalik otseülekandes vaadata ühtegi Euroopa tippliiga ega isegi Meistrite liiga kohtumisi ning ajalehed ei jälgi igapäevaselt välisliigades toimuvat, peavad välismaal mängitavast jalgpallist huvituvad isikud otsima alternatiivseid lahendusi, millest käepärasemad ongi internet ja telekanalid nagu näiteks Yle 2, Sky Sports või Viasat Sport. Tulemused näitasid ka, et vähemolulised või üldse mitte olulised on vastajate jaoks infoallikana välismaa raadiojaamad ning ajalehed ja ajakirjad, mida on keerukam jälgida ja/või muretseda.

5.2 Jalgpallihuviliste jalgpallialane meediakasutus

Jalgpalliinfo otsimise peamiseks allikaks on internet, mida kasutatakse kodumaise lehekülje (Soccernet.ee) või välismaiste lehekülgede uurimiseks. Interneti mõju jalgpallitarbimisele ei saa alahinnata, sest üha paranev ühenduskiirus annab nüüd võimaluse vaadata välismaiste kohtumiste otseülekandeid, lindistusi või tippphetki ka arvutist, mistõttu ühenduvad televisioon ja arvuti ning jalgpallitarbimine võib muutuda veelgi arvutikesksemaks. Küll aga näitavad seoseanalüüsid ja gruppide võrdlused, et praegu kasutavad välismaiseid võimalusi (portaalid, tele ning ajalehed-ajakirjad) jalgpallist enam teadvad vastajad, sest nende infovajadus on eeldatavasti kõige suurem. Enamteadjad kasutavad jalgpalliinfo saamiseks ja nimetavad enda jaoks olulisema infoallikana ka teatmeteoseid ja raamatuid, mis viitab taas sellele, et enamteadjad otsivad infot paljudest kohtadest, nad ei sõltu vaid ühest-kahest allikast. Küll aga võib oodata, et üha lihtsamad lahendused annavad tõuke ka ülejäänud kahele grupile, mistõttu on lähiaastatel oodata näitajate –eriti portaalide kasutamise ja teleülekannete vaatamise – lähenemist.

Samuti pole kodumaised telekanalid enam teadvatele vastajatele niivõrd olulised, mis on tõenäoliselt tingitud just huvist välismaa toimuva vastu – seda huvi Eesti telekanalid ei rahulda, sest Kanal 2 ja TV 3 ei ole nii tõhusat sporditoimetust ega saadet nagu ETV-1. Kui Kanal 2'ga rahulolematute hulk võib olla tingitud lühikesest spordisaatest, kus jalgpallile eriti tähelepanu ei pöörata. Küllaltki kõrge on ka TV3-ga rahulolematute hulk. See võib tuleneda tõigast, et nad lõpetasid Meistrite liiga otseülekanded ja hakkasid mängu näitama öisel ajal kordustena, kuid niimoodi kaotasid satelliit- või kaabelkanaleid mitteomavad inimesed ainsa võimaluse kodus otseülekannetena välismaist tippjalgpalli vaadata.

Trükimeedias niivõrd selgeid trende ei eristu, mis võib olla tingitud kolme lehe spordiosade võrdsusest, kuigi igas kategoorias saab veidi parema hinnangu SL Õhtuleht, mis on oma suunitluselt nõ kollane ajaleht, kus on traditsiooniliselt enam ruumi spordi jaoks, mistõttu leidub rohkem ruumi ka jalgpallile. SL Õhtulehe eeliseks võib olla lehe trükkimineku aeg – et väljaannet trükitakse kõigist lehtedest viimasena, siis on neil võimalik lehte panna materjali, mis teistes lehtedes ilmub päev hiljem.

Infoallikatena pole vastajatele üldse olulised Eesti ja ka välismaa raadiojaamad ning loengud ja konverentsid, kuid ka Spordileht. Kui raadiojaamade olulisust kahandab nende vähene kuulamine ning loenguid ja konverentse Eestis jalgpallist sisuliselt ei toimu, on nende vähene ja ebaoluline roll selge. Samas Spordileht, mis on mõeldud just spordihuvilistele, ilmus jalgpallihuvilistele viletsal päeval – kolmapäeval. See tähendas aga, et nädalavahetusel toimunud mängudest oli juba hilja kirjutada, uutest aga ehk liiga vara. Nii polnudki jalgpallil lehes kindlat rolli, mis ei jäänud märkamata ka lugejatele – seda kinnitavad negatiivsed korrelatsioonid nii võrdluses jalgpalli kajastamise põhjalikkus ja rahuloluga Spordilehe jalgpallikajastusega kui ka võrdluses jalgpallikirjutiste huvitavuse ja rahulolu Spordilehe jalgpallikajastusega.

Jalgpallihuviliste informeerituses kerkivad esile ka mõningad ühisjooned. Küllaltki ootuspärane on, et väga hästi on jalgpallihuvilised kursis koduse tippjalgpalliga (koondis ja liiga) ja Euroopa tippvõitlusega (Meistrite liiga), sest seda liigat on näidatud Eestis

otseülekanneena ja välismaal toimuvast saab tõenäoliselt ka suurima meediakajastuse, lisaks osalevad seal klubid ja mängijad, mis huvilistele korda lähevad ja keda tuntakse, mis ilmnes ka lemmikklubide ja –mängijate nimetamisel. Mängijate tundmise ja teadmiseiga on omakorda seotud järgmine grupp, mida juhib Inglismaa liiga, millele omakorda järgnevad Itaalia ja Hispaania rahvusliigad ehk jalgpallihuviliste jälgimise all on ka tippliigades toimuv. Kuigi siinkohal võib viidata Anthony Smithi (1991, viidatud Bernsteini ja Blaini 2002 järgi) väitele, et spordiveergude kõige olulisemaks tunnuseks on rahvustunne, mistõttu ei liigu toetamine riigi piiridest välja, on Eestis olukord veidi teistsugune, sest arvestada tuleb kohaliku jalgpalli olukorda ja meenutada teooria peatükki viidatud Tiit Karuksi kirjutist, milles ta mainis, et Eesti jalgpall ehitati praktiliselt tühjale kohale. See tähendab aga, et Eesti klubid ei suuda igapäevaselt võistelda isegi Euroopa keskmikega, samuti pole Eestis harjumust vaadata kohalikku jalgpalli staadionitel. Et aga jalgpall on vaieldamatult maailma populaarseim spordiala, hakatakse otsima samastumist mujalt ning üldjuhul soovitakse teha edukas valik ehk leida meeskond, kes suudab tiitlite eest heidelda – nii leitakse need klubid tippliigadest, mistõttu hakatakse neidki liigasid enam jälgima. Huvi tippliigade vastu kinnitab ka jalgpallihuviliste soov saada nende liigade kohta enam infot. Lisaks aitab võõrliiga populaarsele loomulikult kaasa eestlase olemasolu selles liigas nagu näiteks Mart Poom Inglismaal, Andres Oper Hollandis või mitu eestlast Venemaal.

Huvi välismaiste tippliigade vastu on oluline ka seetõttu, et siin võib peituda selgitus vastuolule, miks Boyle ja Haynes (Boyle & Haynes 2004) väidavad, et jalgpallimängu on aidanud populariseerida just televisioon, kuid see uurimustöö tulemused näitavad, et peamiseks seniseks populariseerijaks on siiski internet. Et Eestis jalgpalli hakati rajama nullist ja kodust jalgpalli käib staadionil praegugi vaatamas reeglina alla 400 inimese (Soccernet 2007), puudub televisioonil vajadus neid kohtumisi näidata, sest nõudlus on liiga väike. Samas Eesti rahvuskoondise mängu külastab täismaja ja neid kohtumisi vaatab ka enam inimesi – näiteks Eesti-Venemaa kohtumist jälgis Emori (Emor 2007) andmetel teleri vahendusel 207 000 inimest, mis oli märtsi neljandaks tulemuseks. Küll aga tõid Bernstein ja Blain esile (2002), et sport on mõne uurija arvates lausa sõja aseaineks, mistõttu on rahvuskoondisega, mille kohtumised naaberriikidega võivad olla

väga põhimõttelised, kindlasti lihtsam samastuda kui klubiga, mis on eksisteerinud vaid kümnekond aastat. Seetõttu valitigi jälgimiseks välismaa klubid, mille kohta on infot võimalik leida kas interneti või väliskanalite abiga. Nii on kodumaise tele roll jäänud jalgpalli populariseerimisel väiksemaks, kuid see ei tohiks olla põhjus etteheiteks, sest küsitav on, kas meediakanal peaks populariseerima ala, mis välismaal on küll vaadatav, kuid kohalikus kontekstis ei mahu ehk isegi kolme populaarseima ala hulka. Lisaks näitavad nii Eesti Jalgpalli Liidu ja ETV sammud, millele viitasin teooria peatükis, et kodumaine jalgpall hakkab üha enam teleaega saama – kas ja kuidas see aitab kaasa ala populariseerimise Eestis, on praegu isegi oletada väga raske, sest Eestis hinnatakse jalgpallist tõenäoliselt kõrgemalt nii korvpalli kui ka suusasporti.

5.3 Jalgpallihuviliste rahulolu meedia pakutava suhtes

Eesti jalgpallikajastust hindavad vastajad pigem positiivselt, kuigi on ka probleeme. Kui kirjutiste taseme (60% peab rahuldavaks) ja usaldusväärusega (69% peab vähemalt pigem usaldusväärseks) on enam-vähem korras ja uudiste huvitavusega, kus negatiivsed ja positiivsed hinnangud lähevad täpselt pooleks, on väiksemad probleeme, siis 77% jalgpallihuvilistest vastajatest arvab, et jalgpalliuudiseid edastatakse lünklikult. Sellised tulemused annavad aluse arvata, et jalgpallihuvilised ei saa aru, mis alustel meedia oma valikuid teeb või miks on lood loodetust lühemad või ebapiisava sisuga. Samas oma rahulolematusest üldjuhul meediakanalit ei teavitata ja pigem loodetakse, et pahameelt väljendavad kümned teised, mistõttu muutub ka meedia käitumine. Vabade vastuste põhjal võib järeldada, et oma rahulolematust ei väljendata aga just veendumuse pärast, et probleemist teavitamine ei aita probleemi lahendada: vastajate hinnangul võtab meedia otsused vastu üksinda ning ei tugine eriti tarbijate abile. Samas Eestis tegutsevate sporditoimetuste juhatajad rõhutasid enda intervjuudes just tarbijate rolli ja soovi nende arvamusi kuulda – näiteks ETV sporditoimetuse juhataja käib ise foorumites arvamusi uurimas, et töökorraldust parandada. Tõenäoliselt peaks sporditoimetused mõtlema, kuidas annaks lugejaid, vaatajaid ja kuulajaid nii aktiveerida, et nad oma arvamusi väljendaksid.

Küll on vastajad kindlad, et tulevikus muutub kajastus paremaks, mis avatud vastuste põhjal on tugevasti seotud kodumaise liiga taseme tõusuga. Tõenäoliselt aitab jalgpallikajastusele kaasa ka traditsioonide ja jalgpalliajakirjanike teke, sest professionaalsed kirjutajad suudavad kindlasti paremini avada taustu ja tõsta esile olulisi nüansse, mis võivad muidu varju jääda. Siinkohal tuleb muidugi mõista, et Inglismaa või Itaalia jalgpalliajakirjanike tasemele ei pääse päevalehtedes töötavad Eesti ajakirjanikud kunagi, sest kodumaised olud nõuavad, et kirjutajad tegeleks korruga mitme alaga. Seetõttu on veidi paremas olukorras nii nädalalehtede kui ka ajakirjade ajakirjanikud ning vabakutselised kirjutajad, kes saavadki kirjutada vaid ennast huvitavast või peatuda neil teemadel põhjalikumalt.

Selle bakalaureusetöö tulemused näitavad, et kõige kõrgemalt hindavad vastajad jalgpallist kirjutajatena Margus Luike, Indrek Schwedet, Andres Vaherit, Andres Musta, Veiko Visnapuud. Neist viiest kaks on vabakutselised (Luik ja Must), Schwede on seotud ajakirjaga. Nende kolme plussiks on just jalgpalliajakirjanikuks nimetamine. Schwede puhul on see mõistetav, sest ta on tuntud jalgpallientusiast ning selle ala eest võitleja. Must kajastas Postimehele viimati Saksamaal toimunud maailmameistrivõistlusi ja kirjutas iganädalasi jalgpallikommentaare, varem on tema sulest ilmunud mitmed pikemad jalgpallialased kirjutised, näiteks Sporditähes ilmunud suurvõistluste ajalugu - tegemist on samuti selgelt jalgpallile keskenduva ajakirjanikuga. Veidi üllatavam on Luige populaarsus, sest Eesti meediamaastikul ta kirjutistega eriti tegev pole – kaastöid teeb ta hoopis Euroopa jalgpalli juhtorganisatsioonile UEFA ja on koostanud põhjalikku statistikat Eesti Jalgpalli Liidule. Seega tema puhul võivad vastajad hinnata üldist kompetentsust ja teema eeldatavat valdamist, lisaks on ta mõnikord jalgpalli kommenteerinud telekraanil, kus teema valdamine just kõige paremini silma paistab.

Telekraanil või raadioetris esinevatest isikutest saavad enam tunnustust eksperdid – Aavo Sarap, Aivar Pohlak, Aaro Mõttus, Tarmo Lehist ja Indrek Zelinski. Need tulemused näitavad, et küsitlusele vastanud ootavad kommentaatorilt rohkem selgitusi ja nüansside tabamist, mitte aga kronoloogilist kommentaari, kus domineerivaks teemaks on see, kelle käes on parasjagu pall ja kuhu ta selle edasi söödab. Telekanalite ametlike

töötajate viletsam hindamine võib olla tingitud ala vähesest tundmisest, kuid samuti stereotüüpidest, et mõned kommentaatorid ei oskagi jalgpallist rääkida ja peaks jääma suusatamise või võimlemise juurde. Näiteks Marko Kaljuveeri madal hindamine pole tõenäoliselt väga objektiivne, sest tema puhul hakkavad mängima mitmed nüansid. Esiteks on tegemist ühe esimese jalgpallikommentaatoriga, kes alles hakkas kompama, kuidas pallimängu tuleks vaatajateni tuua, kuid parima ja Eesti vaatajatele sobiva stiili otsimine tekitas vaatajates tõenäoliselt arusaamatust. Samuti on tegemist väga aktiivse kommentaatoriga, kes ei jää eksperdiga koos kommenteerides tagaplaanile, kuid nii on ka suurem võimalus keelevääratusi teha, mis teleülekande ajal jäävad jalgpalli tundvatele inimestele kohe kõrva.

Lemmikute nimetamine näitas, et väga selgelt on võimalik eristada kõige populaarsemad klubid ja liigad, mis annab ajakirjanikele võimaluse seal toimuvale keskenduda. Samas lemmikmängijate valik on väga lai, esile polekski mõtet tuua kümnet pallurit, vaid ainult viis esimest, kes kogusid natukenegi suurema toetajate hulga.

6. Kokkuvõte

Selle bakalaureusetöö raames uurisin jalgpallihuviliste meediatarbimist ning nende hinnanguid Eesti meedias pakutava ja pakkujate kohta. Samuti proovisin luua teoreetilise raamistiku, kus oleks põimitud teoreetikute ja praktikute arvamused, mille abil saaks Eestis toimuvast põhjalikuma ülevaate. Teooria osas püüdsin selgitada ka meedia ja jalgpalli suhteid ning jalgpalli rolli praeguses Eestis.

Töö meetodiks oli internetiküsitlus, küsimustikule vastajad leidsin peamiselt Soccer.net.ee foorumikeskkonnast, mis on mõeldud jalgpallihuvilistele suhtlemiseks. Töö lugemisel ja tulemuste tõlgendamisel tuleb seetõttu pidevalt meeles pidada, et tegemist on väga spetsiifilise grupiga. Kolme gruppi (vähemteadjad, keskmiste teadmistega ja enamteadjad) on vastajad jagatud nende endi enesekohase hinnangu alusel, mille nad andsid viieteistkümnele teadmisi hindavale küsimusele vastates.

Antud uurimustöös küsitletud jalgpallihuviliste üldine meediakasutus ei erine oluliselt teiste uurimuse («Meediasüsteem ja meediakasutus 1965-2004» ning «Mina.Maailm.Meedia» tulemustest). Olulisemad erinevused on raadio kasutamises ja sellele kulutatavas ajas ning interneti kasutamises. Kui küsimustele vastanud jalgpallihuvilised kasutavad raadiot vähem, siis internetile pühendatakse enam aega. Et valim on leitud internetist, võivad tulemused veidi nihkes olla.

Jalgpalliinfo otsimiseks kasutavad huvilised peamiselt interneti ja televisiooni, vähem loenguid ja konverentse ning teatmeteoseid ja raamatuid. Igapäevastest kanalitest sai madalaima hinnangu Kanal 2. Bakalaureusetöö tulemuste kohaselt on jalgpallihuvilised meedia pakutavaga üldjoontes rahul ja peavad pakutavat usaldusväärseks, kuigi kajastus tundub huvilistele lünklik. Eesti meediakanalitest ollakse enam rahul ETV, SL Õhtulehe, Soccer.net.ee ja Sportneti tegevusega, samuti reageerivad need kanalid uudistele kõige kiiremini. Negatiivselt paistavad silma telekanalid Kanal 2 ja TV3. Väga selgelt usutakse aga, et tulevikus kajastus paraneb. Seda eelkõige jalgpalli üha suurema populaarsuse tõttu. Ajakirjanikest hinnatakse kõrgemalt nõ jalgpalliajakirjaniku kuulsusega kirjutajaid

nagu Andres Must ja Margus Luik või siis teleekraanil jalgpalliekspertidena esinevaid inimesi, näiteks Aavo Sarap.

Täpsemalt ja põhjalikumalt on meediatarbimise ja hinnangutega seotud korrelatsioonid, gruppide võrldused ja oluliste seoste hinnang välja toodud tulemuste ja diskussiooni peatükis.

Selle bakalaureusetöö käigus küsimustele vastanud Eesti sporditoimetuse juhatajaid väitsid, et nende tööd aitaks parandada, kui nad saaks uuringutele tugineda. Põhjalikke spordiuudiste tarbija soove vaatlevaid uuringuid pole aga Eestis veel tehtud või pole toimetuste juhatajad neist teadlikud. Seetõttu soovitaksin sellest bakalaureusetööst huvitatutel, kes peavad enda uurimisteema alles valima, mõtiskleda, kas poleks mõtet vaadelda spordiuudistest huvitujatesoove laiemalt, sest antud töö keskendub väga kitsale ja spetsiifilisele rühmale. Näiteks tasuks vaadelda, milliseid uudiseid tarbijad spordivaldkonnas üldse tahavad –näiteks kas alapõhiseid või kangelastele rajatud uudiseid. Ka esitab see uurimistöö peamiselt tarbijate vaateid, mistõttu võiks tulevastes samalaadsetes uurimistöodes enam tähelepanu pöörata toimetuste hinnangutele – milliseid jalgpalli- või spordivaldkondi nemad kõrgemalt hindavad ja kajastavad ning kuidas nad neid valikuid põhjendavad.

7. Summary - «Opinions of football fans regarding coverage of the topics of football in Estonian media»

The purpose of the study was to examine how people who are interested in football consume media in general and also their football related consumption. This study also examined how people evaluate the standards of Estonian football news.

Specific research questions were as following:

Q1: How does person interested in football consume media?

Q2: How does person interested in football consume football related media?

Q3: Are people who are interested in football satisfied with Estonian media offering and what are they expectations for the future?

Empirical data was gathered using internet-based questionnaire that was open for answering during two weeks. The links to the questionnaire were in football-related forum and portal of Soccernet.ee. The total number of participants was 181, 17 of them were women. Most of the participants were aged between 13 and 26 (82%).

To study the groups closer and to see if there was any difference in opinions and media consumption, the participants were divided into three groups depending on their answers to 15 questions about their own knowledge of different football leagues. In the first group there were 43 participants and their football knowledge was low. In the second group there were 88 participants and their football knowledge was average. In the third group there were 50 participants and their football knowledge was high.

The study showed that the biggest difference in usual media consumption were with radio and internet – participants of this study use radio less and internet more than people in previous studies. This might be related to the average age of the participants that is quite low – so for youngsters internet is the most known outlet and the way how to gather information. Internet, but also television is the two most important mediums for football related media consumption.

People interested in football also point out that there are gaps in the news presentation, but they tend to agree that the news are trustworthy and that all in all the Estonian media does reasonably good job in producing football related news items. The participants are most pleased with television company ETV, daily tabloid paper SL Õhtuleht and internet portals Soccernet.ee and Sportnet. These channels also are the quickest to report the news. From the negative side there are two TV companies – Kanal 2 and TV 3 that are not rated highly among people interested in football. The most esteemed journalists are Andres Must, Margus Luik and Aavo Sarap – all three of them are experts and not daily news reporters.

People interested in football were also convinced that the standard of reporting football related news will rise in the future.

8. Märkused

Selle bakalaureusetöö valmimisele on väga oluliselt kaasa aidanud mitmed inimesed nii Tartu Ülikoolist kui ka mujalt. Kõiki neid tahaksin abi ja soovitude eest tänada.

Uurimistöö teema valmise ja jooksva juhendamise eest tänan juhendajat Pille Venderfeldt-Pruulmanni, samuti kaasjuhendajat Anu Massot, kelle abi andmete analüüsitehnikate soovitamisel, nende demonstreerimisel ja läbiviimisel oli väga oluline. Nii Pille Venderfeldt-Pruulmanni kui ka Anu Massot tänan ka üldise nõustamise ja töö kontrollimise eest.

Küsitlusankeedi kontrollimise eest tänan professor Peeter Vihalemma ning eelkaitsmisel antud nõuaannete eest retsensent Matis Songi ja eelkaitsmiskomisjoni liikmeid Peeter Vihalemma, Raivo Sunit ja Maarja Lõhmust.

Samuti tänan Liis Vahtrat ja Maria Tamme abi eest statistikaprogrammi Statistica kasutamisel, Eesti Jalgpalli Liidu infojuhti Mihkel Uibolehte abi eest ankeetküsitluse koostamisel, portaali Soccernet.ee juhte ankeedi levitamisel osutatud abi eest ja Tartu Postimehe toimetajat Ia Mikhelsit keeleliste nõuaannete eest.

Tänan kursusekaaslasi Karin Palot ja Maria Rähni ning teisi inimesi, kes julgustasid ja abistasid mind selle bakalaureusetöö kirjutamisel.

9. Kasutatud kirjandus

- Bagerstam, Erik. (1997). Ajakirjandusvabadus demokraatlikus ühiskonnas. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Bernstein, Alina & Blain, Neil. (2002). Sport And The Media: The Emergence Of A Major Research Field.
- Boyle, Raymond & Haynes, Richard. (2004). Football In The New Media Age. London: Routledge.
- Croteau, David & Hoynes William. (2001). The Business Of Media: Corporate Media And The Public Intrest. USA: Pine Forge Press.
- Hennoste, Tiit. (2001). Uudise käsiraamat. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Kaljuveer, Marko. (2007): Autori intervjuu. Tartu, 21. mai.
- Kalmus, Veronika & Lauristin, Marju & Pruulmann-Vengerfeldt, Pille. (2004). Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimusest Mina.Maailm.Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Karuks, Tiit (2000). Mõistlik hullus kui edasiviiv jõud. Sporditäht. 11, 54-55.
- Korv, Neeme. (2005). Eesti Suur Saadik Jaapanis – Baruto Kaido. Postimees, 2. september.
- Martinson, Jaan. (2007): Autori intervjuu. Tartu, 21. märts.
- Masso, Anu. (2007). Kvantitatiivne andmeanalüüs. Loengukonspekt. <http://www.jrnl.ut.ee/kvantanalyys/>. Vaadatud 20. mail 2007.
- Masso, Anu. (2006). Meedia ja kommunikatsiooni uurimismeetodid. Loengukonspekt. http://www.jrnl.ut.ee/MKUM/kvantitatiivne_andmeanalyys/. Vaadatud 21. mail 2007.
- McQuail, Denis. (2000). McQuail's Mass Communication Theory (McQuaili massikommunikatsiooni teooria). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- McQuail, Denis. (1992). Media Performance. Mass Communication and the Public Intrest. London: SAGE Publication.
- Pahv, Peep. (2007): Autori intervjuu. Tartu, 21. Mai.
- Tuumalu, Tiit. (2005). Patsiga eestlane köidab Tokyo tänavatel pilku. Postimees, 4. juuni.
- Vihalemm, Peeter. (2004). Meediasüsteem ja meediakasutus 1965-2004. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Veebiviited

2002 FIFA World Cup™ TV coverage. <http://www.fifa.com/en/marketing/newmedia/index/0,3509,10,00.html>. Vaadatud 21. märtsil 2007.

2006 FIFA World Cup™ broadcast wider, longer and farther than ever before. (2007). <http://www.fifa.com/en/marketing/index/0,1344,131320,00.html?articleid=131320>. Vaadatud 21. märtsil 2007.

Aivar Õepa. Ilmumist alustab uus jalgpalliajakiri. (2007). <http://www.postimees.ee/080207/esileht/meedia/243870.php>. Vaadatud 21. märtsil 2007.

Andres Vaher. Kodune vutiliiga telesse? Vara veel. (2005). <http://www.sloleht.ee/index.aspx?id=187183>. Vaadatud 21. märtsil 2007.

Emori teleauditooriumi ülevaade. <http://www.emor.ee/failid/teleauditoorium1.html>. Vaadatud 29. mail.

Global TV viewing of Athens 2004 Olympic Games breaks records. (2004). <http://en.beijing2008.com/16/87/article211928716.shtml>. Vaadatud 21. märtsil 2007.

Joyce Schwarz. Wimbledon's Marketing Grand Slam. (2004). <http://www.imediconnection.com/content/3794.asp>. Vaadatud 21. märtsil 2007.

Jalgpallisaade Lisaeg. <http://etvsport.ee/jalgpall.php?0549971>. (2007). Vaadatud 21. märtsil 2007.

Online-intervjuu: lugejate küsimustele vastas Aivar Pohlak. (2006). http://www.postimees.ee/250706/esileht/olulised_teemad/jalgpalli_mm_2006/207199.php. Vaadatud 22. märtsil 2007.

PR no.21: Strong TV ratings for FIBA World Championship. (2006). http://www.fiba.com/pages/eng/fe/06_wcm/mediCent/presRele/fe_mediCent_preReleArti.asp?newsid=15923. Vaadatud 21. märtsil 2007.

SL Õhtuleht. Pohlak ristas Kanniku kaabakaks. (2006). <http://www.sloleht.ee/index.aspx?id=209734>. Vaadatud 21. märtsil 2007.

Soccernet.ee. Eesti Raadio hakkab mängu üle kandma. (2005). <http://www.soccernet.ee/news.php?id=8374>. Vaadatud 21. märtsil 2007.

Soccernet.ee kogutud pealtvaatajate statistika. <http://www.soccernet.ee/statistics.php?id=EST2007&spectators=on>. Vaadatud 29. mail.

Statistikaameti andmed spordi kohta. http://pub.stat.ee/px-web.2001/Database/Sotsiaalelu_regionaalne/07Kultuur/16Sport/16Sport.asp. Vaadatud 19. mail 2007.

LISAD

Lisa 1 – küsitluse ankeet

Üldine meediakasutus

- Kui tihti kasutate...

	Iga päev	Mitu korda nädalas	Mitu korda kuus	Kord kuus või harvemini	Ei jälgi üldse
Telerit					
Sat-TVd/ kaabel-TVd					
Videot					
Trükimeediat					
Interneti					
Raadiot					

- Kui palju kulutate päevas keskmiselt aega meediakanalite kuulamisele/vaatamisele?

	Raadio kuulamisele	Ajalehe lugemisele	Televiisiooni vaatamisele	Internetis olemisele
Kuni 15 min.				
16-30 min.				
31-45 min.				
46-60 min.				
1,5 – 2 tundi				
2 – 3 tundi				
3 – 4 tundi				
Üle 4 tunni				
Ei kuluta üldse aega				

Jalgpalliga seotud meediakasutus

- Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?

	Iga päev	Mitu korda nädalas	Mitu korda kuus	Kord kuus või harvemini	Ei kasuta üldse
Teatmeteosed, raamatud					
Loengud, konverentsid					
Eesti televisioon					
Kanal 2					
TV 3					
Välismaa telekanalid					
Eesti raadiojaamad					
Postimees					
Eesti Päevaleht					
SL Õhtuleht					
Spordileht					
Sporditäht					
Välismaa ajalehed ja ajakirjad					
Soccernet.ee					
Sportnet					
Välismaa jalgpalliportaaliid					

- Kui hästi olete informeeritud...

	Väga hästi	Pigem hästi	Keskmiselt	Pigem kehvasti	Väga kehvasti	Ei huvita
Eesti liigajalgpallist						
Eesti koondistega seonduvast						
Eesti noorte ja naiste jalgpallist						
Läti ja Leedu jalgpallist						
Venemaa jalgpallist						
Skandinaavia jalgpallist						

Inglismaa jalgpallist						
Itaalia jalgpallist						
Saksamaa jalgpallist						
Hispaania jalgpallist						
Muu Euroopa jalgpallist						
Meistrite liigast						
UEFA karikasajast						
Euroopa rahvuskoondistega seonduvast						
Muu maailma jalgpallist						

- Millised on teie kõige olulisemad infoallikad jalgpalli kohta info saamiseks (valige kuni kolm)?

	Omaenda muljed, isiklik kogemus	Lähedased ja tuttavad inimesed	Ajalehed, ajakirjad	Raadio	Televisioon	Internet
Eesti liigajalgpallist						
Eesti koondistega seonduvast						
Eesti noorte ja naiste jalgpallist						
Läti ja Leedu jalgpallist						
Venemaa jalgpallist						
Skandinaavia jalgpallist						
Inglismaa jalgpallist						
Itaalia jalgpallist						
Saksamaa jalgpallist						
Hispaania jalgpallist						
Muu Euroopa jalgpallist						
Meistrite liigast						
UEFA karikasajast						
Euroopa rahvuskoondistega seonduvast						
Muu maailma jalgpallist						

- Kui olulised on teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?

	Väga oluline	Mõnevõrra oluline	Ei ole oluline
Teatmeteosed, raamatud			
Loengud, konverentsid			
ETVS			
Kanal 2			
TV 3			
Välismaa telekanalid			
Eesti raadiojaamad			
Välismaa raadiojaamad			
Postimees			
Eesti Päevaleht			
SL Õhtuleht			
Spordileht			
Sporditäht			
Välismaa ajalehed ja ajakirjad			
Soccernet.ee			
Sportnet			
Välismaa jalgpalliportaalid			

Rahulolu

- Kumma väitega nõustute?
 - a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli põhjalikult
 - b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli lünklikult
 Vastused: Olen täiesti nõus A-ga; Olen pigem nõus A-ga; Raske öelda; Olen pigem nõus B-ga; Olen täiesti nõus B-ga

- Kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?

	Olen väga rahul	Olen pigem rahul	Ei tea, raske öelda	Olen pigem rahulolematu	Ei ole rahul
ETV					
TV 3					
Kanal 2					
Postimees					
Eesti Päevaleht					
SL Õhtuleht					
Spordileht					
Sporditäht					
Sportnet					
Soccernet.ee					

- Kuidas muutub tulevikus Eesti meedia jalgpallikajastus?

Vastused: Paremaks, Pigem paremaks, Raske öelda, Jääb samaks, Pigem halvemaks, Halvemaks
Põhjendage (kui soovite):

- Milline on jalgpalli puudutavate kirjutiste tase Eesti meedias?

Väga hea, Hea, Rahuldav, Vilets, Täiesti ebarahuldav, Ei oska öelda
Põhjendage (kui soovite):

- Mille kohta tahaksite Eesti meediat rohkem infot saada?

	Infot võiks vähem olla	Infot on piisavalt	Tahaks veidi rohkem infot	Tahaks oluliselt rohkem infot
Eesti liigajalgpall				
Eesti koondistega seonduv				
Naiste ja noorte jalgpall				
Läti, Leedu ja Venemaa jalgpall				
Skandinaavia jalgpall				
Euroopa tippliigade (inglise, prantsuse, saksa, itaalia, hispaania) jalgpall				
Ülejäänud Euroopa liigajalgpall				
Euroopa tippsarjade jalgpall				
Rahvuskondisega seotud				
Muu maailma jalgpall				

- Kas olete oma (mitte)rahulolust teavitanud Eesti meediakanaleid kirjalikul või mõnel teisel viisil? Kui jah, siis kuidas, kas ja mida vastati. Kui ei, siis miks mitte?
Vastus: Vaba vastus

- Kui usaldusväärseks pead Eesti meediat jalgpalli alal?

Vastused:	Eesti meedia kajastab jalgpalli usaldusväärsest	Eesti meedia kajastab jalgpalli pigem usaldusväärsest	Ei tea, raske öelda	Eesti meedia kajastab jalgpalli pigem ebausaldusväärsest	Eesti meedia kajastab jalgpalli ebausaldusväärsest

Lisaks vaba vastus: Mida saaks Eesti meedia teha usaldusväärseuse tõstmiseks?

- Kas Teie arvates reageerib antud kanal jalgpalli uudistele piisavalt kiiresti?

	Reageerib kiiresti	Reageerib pigem kiiresti	Ei tea, raske öelda	Reageerib pigem aeglaselt	Reageerib väga aeglaselt
ETV					
TV 3					
Kanal 2					
Postimees					
Eesti Päevaleht					
SL Õhtuleht					
Spordileht					
Sporditäht					
Sportnet					
Soccernet.ee					

- Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist

	väga nõrgalt	pigem nõrgalt	keskmiselt	pigem hästi	Väga hästi	Ei tea
Andres Vaher (SLÕhtuleht)						
Ants Põldoja (SLÕhtuleht)						
Andrus Allika (Eesti Päevaleht)						
Veiko Visnapuu (Postimees)						
Neeme Korv (Postimees)						
Andres Kalvik (Eesti Päevaleht)						
Lennart Komp (Spordileht)						
Indrek Schwede (Sporditäht)						
Andres Must (vabakutseline)						
Igor Saveljev (Estfootball ja Molodjož Estonii)						
Aleksei Fjodorov (Põhjarannik)						
Margus Luik (ML Agency)						
Tiit Lääne (Spordileht)						
Artur Kurvits (Vesti)						
Gennadi Medvedjev (Vesti Nedeli)						
Ivo Dobkevitsch (sport.etv.ee)						
Eno-Gerrit Link (Pärnu Postimees)						
Vaba vastus						

- Palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset

	väga nõrk	pigem nõrk	keskmine	pigem hea	Väga hea	Ei tea
Marko Kaljuveer (ETV)						
Helar Osila (ETV)						
Ivar Jurtšenko (ETV)						
Priit Kuusk (ETV)						
Kalev Kruus (TV 3)						
Kristjan Kalkun (TV3)						
Tiit Karuks (Vikerraadio)						
Ivar Jurtšenko (ETV)						
Tarmo Tiisler (Vikerraadio)						
Hanno Tomberg (Vikerraadio)						
Indrek Zelinski (jalgpalliasjatundja)						
Marko Kristal (jalgpalliasjatundja)						
Aavo Sarap (jalgpalliasjatundja)						
Aaro Mõttus (TV 3)						
Tarmo Lehiste (jalgpalliasjatundja)						
Indrek Petersoo (jalgpalliasjatundja)						
Aivar Pohlak (jalgpalliasjatundja):						

Üldküsimused

Nimi (täidetav kast)
 Vanus (täidetav kast)
 Sugu (täidetav kast)

Nimetage kuni kolm enda lemmiklubi
 Nimetage kuni kolm enda lemmikliigat
 Nimetage kuni kolm enda lemmimängijat

Lisa 2 - kodeerimistabel

Üldandmed

Nr – järjekorranumber vastavalt vastamistele

Faili-ID – failisüsteemi ID-number vastaja tuvastamiseks

Nimi – vastaja antud nimi

Sugu

1 – mees

2 – naine

Üldine meediakasutus (kui tihti kasutate)

Küsimused

1_1 - Kui tihti kasutate telerit

1_2 - Kui tihti kasutate sat-TVd/kaabel_TVd

1_3 - Kui tihti kasutate videot

1_4 - Kui tihti kasutate telefoni

1_5 - Kui tihti kasutate Internetti

1_6 - Kui tihti kasutate raadiot

Vastused

0 – ei jälgi üldse

1 – kord kuus või harvemini

2 – mitu korda kuus

3 – mitu korda nädalas

4 – iga päev

Üldine meediakasutus (kui palju kulutate päevas keskmiselt aega meediakanalite kuulamisele/vaatamisele)

Küsimused

2_1 – raadio kuulamisele

2_2 – ajalehe lugemisele

2_3 – televisiooni vaatamisele

2_4 – internetis olemisele

Vastused

0 – ei kuluta üldse aega

1 – Kuni 15 min.

2 – 16-30 min.

3 – 31-45 min.

4 – 46-60 min.

5 – 1,5 – 2 tundi

6 – 2 – 3 tundi

7 – 3 – 4 tundi

8 - Üle 4 tunni

Jalgpalliga seotud meediakasutus (kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?)

Küsimused

- 3_1 - Teatmeteosed, raamatud
- 3_2 - Loengud, konverentsid
- 3_3 - Eesti televisioon
- 3_4 - Kanal 2
- 3_5 - TV 3
- 3_6 - Välismaa telekanalid
- 3_7 - Eesti raadiojaamad
- 3_8 - Postimees
- 3_9 - Eesti Päevaleht
- 3_10 - SL Õhtuleht
- 3_11 - Spordileht
- 3_12 - Sporditäht
- 3_13 - Välismaa ajalehed ja ajakirjad
- 3_14 - Soccernet.ee
- 3_15 - Sportnet
- 3_16 - Välismaa jalgpalliportaalid

Vastused

- 0 – ei kasuta üldse
- 1 – kord kuus või harvemini
- 2 – mitu korda kuus
- 3 – mitu korda nädalas
- 4 – iga päev

Jalgpalliga seotud meediakasutus (kui hästi olete informeeritud)

Küsimused

- 4_1 - Eesti liigajalgpallist
- 4_2 - Eesti koondistega seonduvast
- 4_3 - Eesti noorte ja naiste jalgpallist
- 4_4 - Läti ja Leedu jalgpallist
- 4_5 - Venemaa jalgpallist
- 4_6 - Skandinaavia jalgpallist
- 4_7 - Inglismaa jalgpallist
- 4_8 - Itaalia jalgpallist
- 4_9 - Saksamaa jalgpallist
- 4_10 - Hispaania jalgpallist
- 4_11 - Muu Euroopa jalgpallist
- 4_12 - Meistrite liigast
- 4_13 - UEFA karikasajast
- 4_14 - Euroopa rahvuskoondistega seonduvast
- 4_15 - Muu maailma jalgpallist

Vastused

- 1 – väga kehvasti
- 2 – pigem kehvasti
- 3 – keskmiselt

- 4 – pigem hästi
- 5 – väga hästi

Vastaja teadmiste summa

- 20 – vastaja vastuste kogusumma
- 20_1 – vastaja grupiline kuuluvus vastavalt kogusummale

Jalgpalliga seotud meediakasutus (Millised on Teie kõige olulisemad infoallikad jalgpalli kohta info saamiseks (valige kuni kolm)?)

Küsimused

- 5_1 - Eesti liigajalgpallist
- 5_2 - Eesti koondistega seonduvast
- 5_3 - Eesti noorte ja naiste jalgpallist
- 5_4 - Läti ja Leedu jalgpallist
- 5_5 - Venemaa jalgpallist
- 5_6 - Skandinaavia jalgpallist
- 5_7 - Inglismaa jalgpallist
- 5_8 - Itaalia jalgpallist
- 5_9 - Saksamaa jalgpallist
- 5_10 - Hispaania jalgpallist
- 5_11 - Muu Euroopa jalgpallist
- 5_12 - Meistrite liigast
- 5_13 - UEFA karikasajast
- 5_14 - Euroopa rahvuskoondistega seonduvast
- 5_15 - Muu maailma jalgpallist

Vastused

- 1 - Omaenda muljed, isiklik kogemus
- 2 - Lähedased ja tuttavad inimesed
- 3 - Ajalehed, ajakirjad
- 4 - Raadio
- 5 - Televisioon
- 6 - Internet

Jalgpalliga seotud meediakasutus (kui olulised on teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?)

Küsimused

- 6_1 - Teatmeteosed, raamatud
- 6_2 - Loengud, konverentsid
- 6_3 - Eesti televisioon
- 6_4 - Kanal 2
- 6_5 - TV 3
- 6_6 - Välismaa telekanalid
- 6_7 - Eesti raadiojaamad
- 6_8 - Välismaa raadiojaamad
- 6_9 - Postimees

- 6_10 - Eesti Päevaleht
- 6_11 - SL Õhtuleht
- 6_12 - Spordileht
- 6_13 - Sporditäht
- 6_14 - Välismaa ajalehed ja ajakirjad
- 6_15 - Soccernet.ee
- 6_16 - Sportnet
- 6_17 - Välismaa jalgpalliportaalid

Vastused

- 0 – ei ole oluline
- 1 – mõnevõrra oluline
- 2 – väga oluline

Rahulolu (Kumma väitega nõustute?)

- 7_1 - Küsimused
- a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli põhjalikult
- b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli lünklikult

Vastused:

- 1 - olen täiesti nõus A-ga
- 2- olen pigem nõus A-ga
- 3 - raske öelda
- 4 - olen pigem nõus B-ga
- 5 - olen täiesti nõus B-ga

Rahulolu (kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?)

Küsimused

- 8_1 - ETV
- 8_2 - TV 3
- 8_3 - Kanal 2
- 8_4 - Postimees
- 8_5 - Eesti Päevaleht
- 8_6 - SL Õhtuleht
- 8_7 - Spordileht
- 8_8 - Sporditäht
- 8_9 - Sportnet
- 8_10 - Soccernet.ee

Vastused

- 1 – ei ole rahul
- 2 – olen pigem rahulolematu
- 3 – ei tea, raske öelda
- 4 – olen pigem rahul
- 5 – olen väga rahul

Rahulolu (kuidas muutub tulevikus Eesti meedia jalgpallikajastus?)

9_1 - kuidas muutub tulevikus Eesti meedia jalgpallikajastus?

Vastused

- 1 – kalvemaks
- 2 - pigem halvemaks
- 3 – jääb samaks
- 4 - raske öelda
- 5 - pigem paremaks
- 6 - paremaks

Rahulolu (milline on jalgpalli puudutavate kirjutiste tase Eesti meedias?)

10_1 - Milline on jalgpalli puudutavate kirjutiste tase Eesti meedias?

Vastused

- 0 – ei oska öelda
- 1 – täiesti ebarahuldav
- 2 – vilets
- 3 – rahuldav
- 4 – hea
- 5 – väga hea

Rahulolu (millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot saada?)

- 11_1 - Eesti liigajalgpall
- 11_2 - Eesti koondistega seonduv
- 11_3 - Naiste ja noorte jalgpall
- 11_4 - Läti, Leedu ja Venemaa jalgpall
- 11_5 - Skandinaavia jalgpall
- 11_6 - Euroopa tippliigade (inglise, prantsuse, saksa, itaalia, hispaania) jalgpall
- 11_7 - Ülejäänud Euroopa liigajalgpall
- 11_8 - Euroopa tippsarjade jalgpall
- 11_9 - Rahvuskoondisega seotud
- 11_10 - Muu maailma jalgpall

Vastused

- 1 – infot võiks vähem olla
- 2 – infot on piisavalt
- 3 - tahaks veidi rohkem infot
- 4 - tahaks oluliselt rohkem infot

Rahulolu (Kui usaldusväärseks peate Eesti meediat jalgpalli alal)

12_1 - Kui usaldusväärseks pead Eesti meediat jalgpalli alal

Vastused

- 1 – ebausaldusväärselt
- 2 – pigem ebausaldusväärselt

- 3 – raske öelda
- 4 – pigem usaldusväärset
- 5 – usaldusväärset

Rahulolu (kas teie arvates reageerib antud kanal jalgpalliudistele piisavalt kiiresti?)

Küsimused

- 13_1 - ETV
- 13_2 - TV 3
- 13_3 - Kanal 2
- 13_4 - Postimees
- 13_5 - Eesti Päevaleht
- 13_6 - SL Õhtuleht
- 13_7 - Spordileht
- 13_8 - Sporditäht
- 13_9 - Sportnet
- 13_10 - Soccer.net

Vastused

- 1 – reageerib väga aeglaselt
- 2 – reageerib pigem aeglaselt
- 3 – ei tea, raske öelda
- 4 – reageerib pigem kiiresti
- 5 – reageerib kiiresti

Rahulolu (palun hinnake, kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist)

Küsimused

- 14_1 - Andres Vaher (SL Õhtuleht)
- 14_2 - Ants Põldoja (SL Õhtuleht)
- 14_3 - Andrus Allika (Eesti Päevaleht)
- 14_4 - Veiko Visnapuu (Postimees)
- 14_5 – Neeme Korv (Postimees)
- 14_6 – Andres Kalvik (Eesti Päevaleht)
- 14_7 - Lennart Komp (Spordileht)
- 14_8 - Indrek Schwede (Sporditäht)
- 14_9 - Andres Must (vabakutseline)
- 14_10 – Igor Saveljev (Estfootball ja Molodjož Estonii)
- 14_11 – Aleksei Fjodorov (Põhjarannik)
- 14_12 – Margus Luik (ML Agency)
- 14_13 - Tiit Lääne (Spordileht)
- 14_14 – Artur Kurvits (Vesti)
- 14_15 – Gennadi Medvedjev (Vesti Nedeli)
- 14_16 – Ivo Dobkevitsch (sport.etv.ee)
- 14_17 - Eno-Gerrit Link (Pärnu Postimees)

Vastused

- 0 - ei tea
- 1 - väga kehvasti
- 2 - pigem kehvasti
- 3 – keskmiselt
- 4 - pigem hästi
- 5 - Väga hästi

Rahulolu (palun hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset)

Küsimused

- 15_1 - Marko Kaljuveer (ETV)
- 15_2 - Helar Osila (ETV)
- 15_3 - Ivar Jurtšenko (ETV)
- 15_4 - Priit Kuusk (ETV)
- 15_5 - Kalev Kruus (TV 3)
- 15_6 - Kristjan Kalkun (TV 3)
- 15_7 - Tiit Karusk (Eesti Raadio)
- 15_8 - Tarmo Tiisler (Eesti Raadio)
- 15_9 - Hanno Tomberg (Eesti Raadio)
- 15_10 - Indrek Zelinski (jalgpalliasjatundja)
- 15_11 - Marko Kristal (jalgpalliasjatundja)
- 15_12 - Aavo Sarap (jalgpalliasjatundja)
- 15_13 - Aaro Mõttus (jalgpalliasjatundja)
- 15_14 - Tarmo Lehiste (jalgpalliasjatundja)
- 15_15 - Indrek Petersoo (jalgpalliasjatundja)
- 15_16 - Aivar Pohlak (jalgpalliasjatundja)

Vastused

- 0 - ei tea
- 1 - väga nõrk
- 2 - pigem nõrk
- 3 – keskmiselt
- 4 - pigem hea
- 5 - Väga hea

Rahulolu (kumma väitega nõustute?)

16_1 - küsimused

- a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli huvitavalt.
- b) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli ebahuvitavalt.

Vastused:

- 1 - olen täiesti nõus A-ga
- 2- olen pigem nõus A-ga
- 3 - raske öelda
- 4 - olen pigem nõus B-ga
- 5 - olen täiesti nõus B-ga

Lisa 3 - intervjuu SL Õhtulehe sporditoimetuse juhataja kohusetäitja Jaan Martinsoniga

Kes otsustab, mis pääseb spordiuudiste külgedele – kas valiku teeb sporditoimetuse juhataja või on otsustamise juures terve toimetus?

Ilmselt on meie toimetus pisut erinev kui teised toimetused. Esiteks puudub meil juht kui selline. Eelmine polnud pädev ja praegune, see tähendab mina, olen lihtsalt ametinimetuse omanik, sest eelistan ajakirjanikutööd. Meie toimetus koosneb tugevatest isiksustest, kes on üle keskmise ajakirjanikud, sestap ei näe ma Eesti spordiajakirjanduses praegu autoriteeti, kes suudaks neid juhtida. Juht ei saaks olla teadmistelt-kogemustelt- oskustelt kehvem kui tugeva eoga ajakirjanik, sest siis saadetakse ta lihtviisiliselt sinnasamusesse.

SL Õhtulehes on välja kujunenud traditsioonid, millisel teemal ja tasemel lood pääsevad lehte kas siis aknaloona, joonealusena või lühema uudisena. Traditsioonid ei tähenda jäikust, ent nende murdmiseks peab lugu olema piisavalt tugev. Näiteks mõne teisejärgulise ala (poks, jääpurjetamine, orienteerumine jms) lugu pääseb lehte vaid siis, kui ta kannab endas väärtust (medalivõidud, orienteerumise EM toimub Eestis, maailmatasemel teise järgu ala tegija on kena tibi või omapärane persoon). Uus teema, kui see on piisavalt väärtuslik (näiteks Eveli Saue) loksab iseenesest paika.

Milline roll on sisu määramisel väljaande ülejäänud toimetustel ja ka reklaamiosakonnal?

Toimetuse esmaspäeval koosolekul pannakse kirja iga päeva peateemad ja teada olevad kõrvalteemad. Arutelu, mis lehte läheb, mis mitte, käib ühiselt. Kompromisse tehakse, kuid mitte alati. Kui teema tundub ühele atraktiivne, teistele mitte, peab see üks piisavalt hästi oma seisukohti põhjendama. Kui ta seda ei suuda, jääb teema välja.

Samas on igaühele lubatud kirjutada niiöelda oma aladest, aga lühidalt (näiteks minul golf, Põldojal noorte tennis, Järvelal saalihoki jne). Reklaamlood lehte ei pääse.

Iga päev on päevatoimetaja, kes, arutelus kaaslastega või juhatajaga (kui kedagi teist pole siis helistatakse mulle) võtab vastu lõpliku otsuse. Näiteks kui tuleb õhtul uudis ja midagi peab välja viskama, siis on see päevatoimetaja otsustada.

Ülejäänud toimetused annavad ideid, kuid ei sunni sporditoimetust. Kui idee on hea, tehakse ära, kui pole, siis nii öeldaksegi.

Kui palju ja kas nende soovide tuleks kuulata?

Tõsi, aeg-ajalt tuleb lehe üldisele suunitlusele vastu tulla (seda väljendab peatoimetaja soov) ja teha kollaseid lugusid, mida muidu ehk ei teeks (vt Balta ja Nazarovi lugu). Aga veelkord: see pole sund vaid palvele vastutulek. Spordiosa ei saa lehe üldisest sisust alati ja kardinaalselt erineda. Reklaamiosakonnal sõnaõigust pole.

Milliste kriteeriumite alusel otsustab sporditoimetuse, mis pakub inimestele huvi?

Kuivõrd on selle valiku juures kasu a) uudiskriteeriumitest, b) kogemusest või c) lihtsalt kõhutundest?

Lehte pääsev lugu peab olema spordialalt, millel on telepublikut (nt. suusatamine), kohale tulevaid pealtvaatajaid (ralli), mida koteeritakse maailmas kõrgelt (jalgpall) või kus eestlastel on saavutusi (vehklemine, judo). Või peab lugu tekitama lugejais tugevaid emotsioone (surmad, avariid, tuntud inimestega juhtunu a la Kurnikova).

Kui palju suhtleb sporditoimetuse nõ inimesega tänavalt, et teada saada, mis teemad neid huvitavad.

Meie sporditoimetusel on niiöelda kahtlase teema puhul käibeküsimus, mida pea alati esitatakse: "Keda see huvitab?" Nagu eelpool öeldud: kui lugu on piisavalt tugev, pakkudes infot, emotsioone ja teadmisi, pääseb see lehte alast sõltumata - (ameerika jalgpall pääseb lehte tänu Super Bowli reklaamirahale ja vaheajal esinevatele artistidele).

Kas olete teinud uuringuid, mis annavad lugejate huvist ülevaate ja aitavad otsustada?

Me ei tee uuringuid, õigupoolest kuulub see juhtkonna töö hulka. Saame tagasisidet lugejailt, netikommentaatoreilt, sõpradelt-tuttavatelt, sportlastelt. Aga otsused teeme ikka uudiskriteeriumitele, kogemustele ja kõhutundele tuginedes. Uuringuid oleks aga hädasti vaja, sest me ei tea, kas me teeme häid ja huvipakkuvaid lugusid.

Mis on Baruto fenomen, et küllaltki perifeerne ala pääses ootamatult uudisteakendesse – kas määravaks sai avalikkuse ootamatult suur huvi kaugel maal müttava mehe suhtes?

Baruto fenomen on: ala uudsus, jõumeeste traditsioonid Eestis, huvitav persoon ja tema edukas esinemine. Esialgu oli lihtne sumost kirjutada huvipakkuvaid lugusid, kuna rahvas ei teadnud alast suust midagi. Pärast esimest lainet on Baruto teema pisut hangunud ja hangub veelgi. Aastakese pärast peab Baruto millegi erilisega silma paistma, et temast suur lugu ilmuks.

Lisa 4 - intervjuu Eesti Päevalehe sporditoimetuse juhataja Kristi Vahemaaga

Kes otsustab, mis pääseb spordiuudiste külgedele – kas valiku teeb sporditoimetuse juhataja või on otsustamise juures terve toimetus?

Otsustamise juures on kindlasti terve toimetus. Esmaspäevasel nädala koosolekul käivad kõik välja ideed nn oma alade kohta - mis võistlused, mis featuurid plaanis. Ja siis otsustame ära, mis lehte läheb ja millal. Tavaliselt võtame kavva ka pikemad lood, millega autor saab tegelda mitu nädalat.

Milline roll on sisu määramisel väljaande ülejäänud toimetustel ja reklaamiosakonnal?

Toimetuse juhatajate koosolekul on kõigil võimalus sõna sekka öelda ja rääkida, mida nemad on spordi kohta kuulnud ja mis teemad huvi pakuvad. Väljaspoolt sporditoimetust tuleb tihtipeale väga nutikaid ettepanekuid.

Reklaamiosakond sisu ei määra. Küll aga müüvad nad reklaame teatud alade juurde. Näiteks kui on suusa-MM, siis Hansapank ikka tahab, et tema reklaam oleks suusaloo juures. Või SEB, et tema reklaam oleks korvpalli juures.

Milliste kriteeriumite alusel otsustab sporditoimetus, mis pakub inimestele huvi?

Eelkõige on vaatluse all siiski sportlased ja alad, mis on edukad - suusatamine, kergejõustik. Teiseks kindlasti pallimängud, mis toovad palju publikut staadionile või halli. Kolmandaks kõik uued tegijad. Kui Heiki Nabi tuli maailmameistriks, siis otse loomulikult tahtsid kõik temast lugeda. Aga mina isiklikult olen endiselt veendunud, et aeg-ajalt vajavad ja väärivad kõik alad kajastamist - olgu siis vaatenurk, milline iganes.

Kuivõrd on selle valiku juures kasu a) uudiskriteeriumitest, b) kogemusest või c) lihtsalt kõhutundest?

Esimesele kohale asetaksin kogemuse, sest ajakirjanik ju tunnetab (või siis kõhutunne), mis lugejale peale läheb. Ehk millest räägitakse. Ja kuna meie oleme päevaleht, siis otse loomulikult ei saa me mööda ka uudislikkusest. Aga tele-, raadio- ja internetiajastul ei ole

uudisloos enam oluline võistluse ümberjutustamine, vaid analüüs ja kommentaar, seda ei ole ka päev hiljem igav lugeda.

Kas olete teinud uuringuid, mis annavad lugejate huvist ülevaate ja abistavad otsustada?

Uuringuid tehakse ikka aeg-ajalt. On ka igapäevased telefoniküsitlused - nii tuleb välja, mis on iga päeva loetuim spordilugu. Lisaks näeb online´st, mida tavalugejad eelistavad. Igal ajakirjanikul on ka lai tutvusringkond, kust kuuleb vahel päris huvitavaid kilde, mis on loetav stoori ja mis ei ole.

Mis on Baruto fenomen, et küllaltki perifeerne ala pääses ootamatult uudisteakendesse – kas määravaks sai avalikkuse ootamatult suur huvi kaugel maal müttava mehe suhtes?

Baruto - suur mees, maalt tulnud poisi edulugu, eestlane, tegija eksootilises Jaapanis, alal, mis sealmail on kultuuri osa. Ilmselt kõik see kokku. Eestlased on ju Eurospordist sumo näinud ja saavad aru, mis osa sellel on Jaapanis. Samas, kõik aduvad ka seda, et see ala ongi suuresti ühe riigi monopol. Ehk siis kokkuvõttes – see kõik on ebatavaline. Ja kõik mis on teistmoodi, on huvitav.

Lisa 5 - Intervjuu Postimehe sporditoimetuse juhataja Peep Pahviga

Kes otsustab, mis pääseb spordiuudiste külgedele – kas valiku teeb sporditoimetuse juhataja või on otsustamise juures terve toimetus?

Postimehe sporditoimetuse töökorralduse kohaselt toimub iga esmaspäeva ennelõunal koosolek, kus pannakse paika eeloleva nädala teemad. Kuna spordialad on ajakirjanike vahel jagatud, annab iga inimene ülevaate oma alade tähtsamatest sündmustest.

Tavaliselt koguneb iga päeva peale vähemalt neli-viis teemat, millest kolm pääsevad aknalugudeks. Otsused sünnivad aruteludel igapäevase töö käigus. Lehte pääsevad lood, mille lugejahuvi hindame kõrgeimaks.

Otsustamise juures on kõigil õigus ja isegi kohustus oma arvamust avaldada, kuid kirjutamata reeglina on suurema kaaluga osakonna juhataja ning teiste vanemate ja kogenenumate ajakirjanike arvamus.

Milline roll on sisu määramisel väljaande ülejäänud toimetustel ja ka näiteks reklaamiosakonnal? Kui palju ja kas nende soov tuleks kuulata?

Ülejäänud toimetuse roll on marginaalne. Sport on siiski küllaltki spetsiifiline ala ning määravaks saab asjatundlike sporditoimetajate endi arvamus. Vaid üksikutel juhtudel saab hommikuselt koosolekult mõne teema idee.

Reklaamiosakonna soovid piirduvad teatud lugude juures ilmuvate reklaamide avaldamisega (näiteks SEB, kelle reklaam on koduse korvpalliliiga lugude juures). Kümmeaastat tagasi levinud süsteemil, et reklaami juurde kirjutati nn tellimuslugusid, pole tänapäeva ajakirjanduses kohta. Olen seisukohal, et reklaamiosakonnal pole õigust lehe sisulistesse küsimustesse sekkuda. Samas on mõistlik teha nendega talutavuse piires koostööd, kuna reklaam hoiabki lehte üleval.

**Milliste kriteeriumite alusel otsustab sporditoimetuse, mis pakub inimestele huvi?
Kuivõrd on selle valiku juures kasu a) uudiskriteeriumitest, b) kogemusest või c)
lihtsalt kõhutundest?**

Mingit klassikalist valemit pole. Põhiliselt otsustatakse ikkagi kogunud ajakirjanike kogemusele ja kõhutundele tuginedes. Tihti pole uudiskriteeriumi kõik punktid täidetud. Näiteks ei saaks sellisel juhul praktiliselt üldse kirjutada kodusest jalgpallist, kuna reaalse publikuhuvi on väike. Sama asi puudutab paljusid vähepopulaarseid alasid. Kui need on aga klassikalised spordialad ning nendega tegeldakse professionaalsel tasemel, tuleb neid ka ajalehes kajastada. Siin saabki mahtude määramisel otsustavaks kogemus ja nn kõhutunne. Postimehe sporditoimetuse on arvamusel (taas kord kogemustele toetudes), et inimesi huvitavad rohkem Eestiga seotud uudised.

Kui palju suhtleb sporditoimetuse nõ inimesega tänavalt, et teada saada, mis teemad neid huvitavad. Kas olete ehk teinud uuringuid, mis annavad lugeja huvist ülevaate ja aitavad otsustada?

Sporditoimetusi abistavaid uuringuid pole vist tehtud, kuid need oleksid äärmiselt vajalikud. Harvad on ka suhtlemised nn tavaliste inimestega. Suurem tagasiside tuleb ikkagi spordiga seotud inimestelt ja lähimatelt tuttavatelt.

Mis on Baruto fenomen, et küllaltki perifeerne ala pääses ootamatult uudisteakendesse – kas määravaks sai avalikkuse ootamatult suur huvi kaugel maal müttava mehe suhtes?

Tunnistan ausalt, et Baruto võimas esilekerkimine tuli mulle üllatusena. Tegemist on ju eestlastele kaugel ja mõistetamatu alaga. Tegelikult ei pruugi olla rahva huvi nii suur – võimalik, et aktiivseid kommenteerijaid on sadakond, kuid nende tegevuse produktiivsus jätab mulje, nagu oleks sumohuviliste arv suur.

Spordiajakirjandus pole Baruto tegusid liigselt võimendanud, rohkem on see huvi pakkunud muule meediale - kõiksugu telesaated jne. Üks Baruto esilekerkimise tõukeid on ka spordiala eripäras ning eestlase võimes jõuda ala tippu. Pärast Baruto loobumist,

kaob ka huvi sumo vastu. Sarnaseid näiteid on ju palju - Salumäe ja trekisõit, Levandi ja kahevõistlus jne.

Lisa 6 - Intervjuu ETV sporditoimetuse juhataja Marko Kaljuveeriga

Kes otsustab, mis pääseb spordiuudiste saatesse - kas valiku teeb sporditoimetuse juhataja, sporditoimetus või on otsustamise juures terve toimetus?

Televisioon on meeskonnatöö ja toimetuse koosolekul käime kõik koos peamised teemad läbi ning vaatame, mis on konkreetset nädalal kõige tähtsam. Paneme paika *feature*-lood, arutame suuremaid ülekandeid jne. Tegija on kogu toimetus, sest väga tihti on terve uudistetoimetus töö – käiakse järjest võtetel ja kõik on saate tegemisega hõivatud. Tegelikult on õhtuti kõige eest vastutav konkreetne toimetaja. Tema võtab vastu kiireid otsuseid. Kui ta on teinud vigu, siis järgmisel päeval arutama koos, mis sai tehtud õigesti, mis valesti.

Toimetuses ei saa teles rääkida vaid ühes isikus, sest meie puhul tulevad veel mängu režissöörid jt. Tavaline inimene näeb ekraanil küll Anu Säärtsat, kuid tegelikult on tema taga terve meeskond. Minu kui toimetuse juhi eesmärk on panna paika meie peamised tegevussuunad, motiveerida ja organiseerida inimesi, teha visioonid mitmeks aastaks ette, pidada läbirääkimisi spordiõiguste vallas jne. Ehk kokkuvõttes – vastutan lõpptulemuse eest.

Milline roll on sisu määramisel teistel toimetustel? Kui palju ja kas tuleks ülejäänud toimetuse soove tuleks kuulata?

Kindlasti arvestan teiste toimetuste inimeste arvamusega, sest nemad näevad asju tavainimese vaatenurgast. Meie võime kohati olla silmaklappidega, siis on hea, kui keegi kõrvalt teeb märkuse.

Milliste kriteeriumite alusel otsustab sporditoimetus, mis pakub inimestele huvi? Kuivõrd on selle valiku juures kasu a) uudiskriteeriumitest, b) kogemusest, c) lihtsalt kõhutundest või d) kokkulepetest ala esindajatega?

Peamiseks valikute tegemise aluseks on ikkagi uudiskriteeriumid, siin ei saa lähtuda kõhutundest, meeldivusest või mingitest kokkulepetest. Mõnikord on intuitsioon tähtis asi, kuid võibolla peale ei saa me uudistesaadet rajada. Ei tohi unustada, et meie asi on

olla rahva informeerija rollis. Peame pakkuma spordi häid ja halbu külgi, nii nagu asjad tegelikult on. Siin kaua aega udujuttu ja oma isiklikku asja ei aja. Kokkulepetest ala esindajatega – me ei lepi neist ühegagi midagi kokku, lähtume sellest, mis rahvale võib huvi pakkuda. Oleme Eestis suur tegija spordi vallas ja seetõttu tahavad paljud alaliidud meiega kokkuleppeid teha ning soovivad, et me neid kajastaks. Kuid see ei tähenda, et me hakkaks nendega lepinguid tegema – vaatajaid ei pruugi suusauudis üldse huvitada, kui Eesti jalgpallikoondis alistas parajasti Brasiilia. Meie räägime vaatajaile olulistest asjadest.

Kas valiku juures on oluline meeles pidada ka, mis kanalis (tele, raadio, leht) see lõpuks ilmub? Miks?

Televisiooni puhul tuleb väga arvestada pildiga, kas sul on video selle asja kohta või ei ole. Sellest ei saada sageli aru, et televisioonis määrab pilt kõik. Palju kergem ja odavam on sellest kirjutada ajalehes, kui seda näidata. Tänapäeva televisioonimaailmas on spordiuudiste müügist tehtud suur äri. Näiteks Mart Poomi värav, mille ta lõi Sunderlandi eest - inglased küsisid ühe minuti telepildi eest üle 50 000 krooni. Minu arvates TÜ koolitab kirjutavaid ajakirjanikke mitte televisioonireporterid. Televisioonimaailmaga ei olda kuigi hästi kursis.

Kui palju suhtleb sporditoimetus nõ inimesega tänavalt, et teada saada, mis teemad neid huvitavad. Kas olete teinud uuringuid, mis annavad huvist ülevaate ja aitavad otsustada?

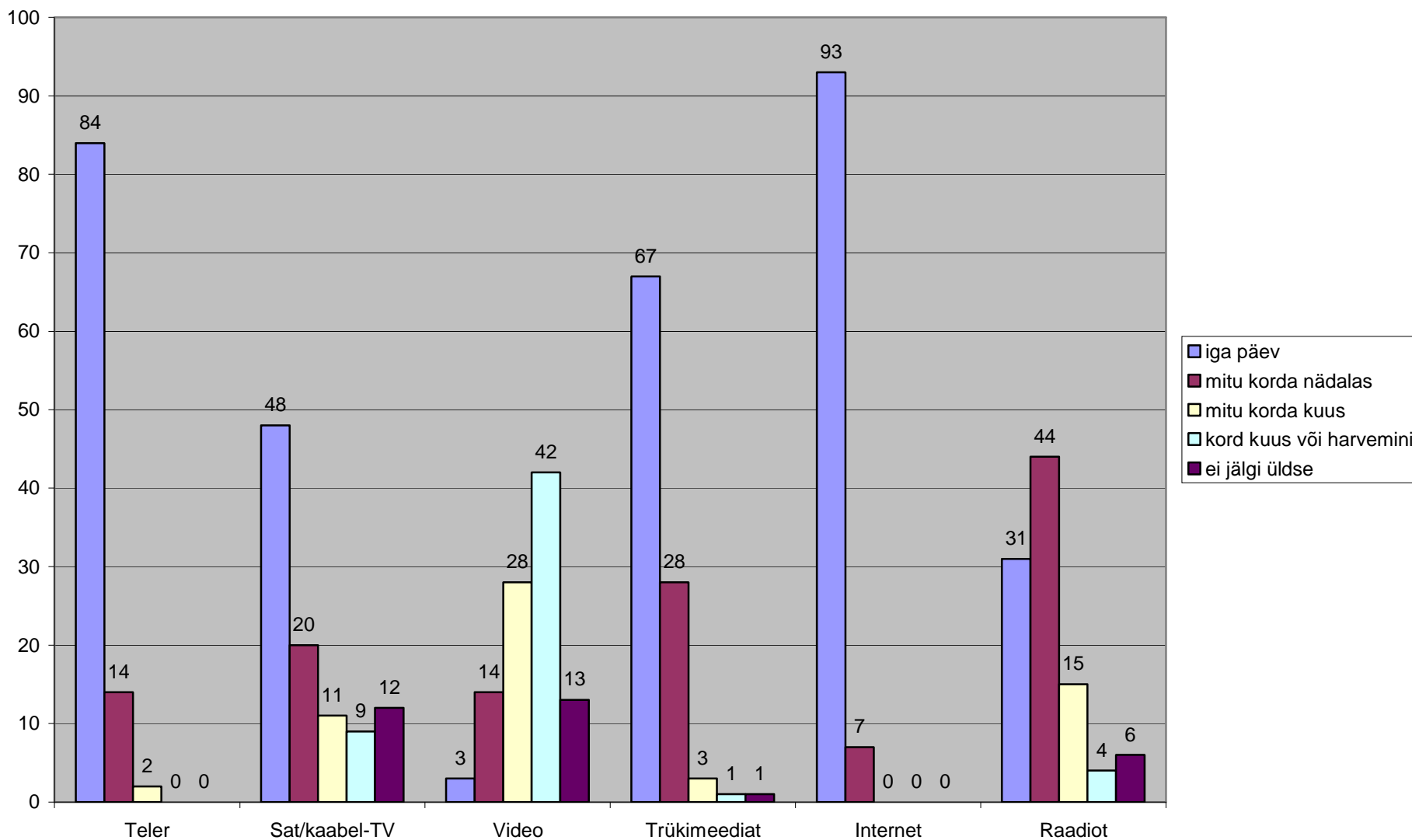
Internetilehekülj annab ka tagasisidet, me teeme seal küsitlusi, et natuke saada vastukaja. Loomulikult oleme huvitatud, sest tahaks ikka rahvatelevisioon olla ja meil pole siin jumalat, kes ütleb, mida teha, oleme rahva teenistuses. Vähemalt mina arvan nii. EMOR-i küsitlustega oleme kursis ja mõistagi arvestame sealtoodud arvamustega. ETV tellib neid pidevalt. Elu näitab, et sport on suhteliselt vaadatav asi ja üldiselt ollakse meie tööga rahul. Eriti suursündmuste puhul on rahvas aktiivne suhtleja ja ettepanekute tegija. Lisaks jälgin ise foorumeid, et mida rahvas arvab ja kuidas meid kirutakse. Suurte tiitlivõistluste ajal tuleb meile väga palju tagasisidet. Umbes kaks kolmandikku on positiivne, kuid on ka negatiivset.

Mis on Baruto fenomen, et küllaltki perifeerne ala pääses ootamatult uudistesse, kuigi ETV spordiuudistesse veidi hiljem kui teistesse kanalitesse. Miks nii?

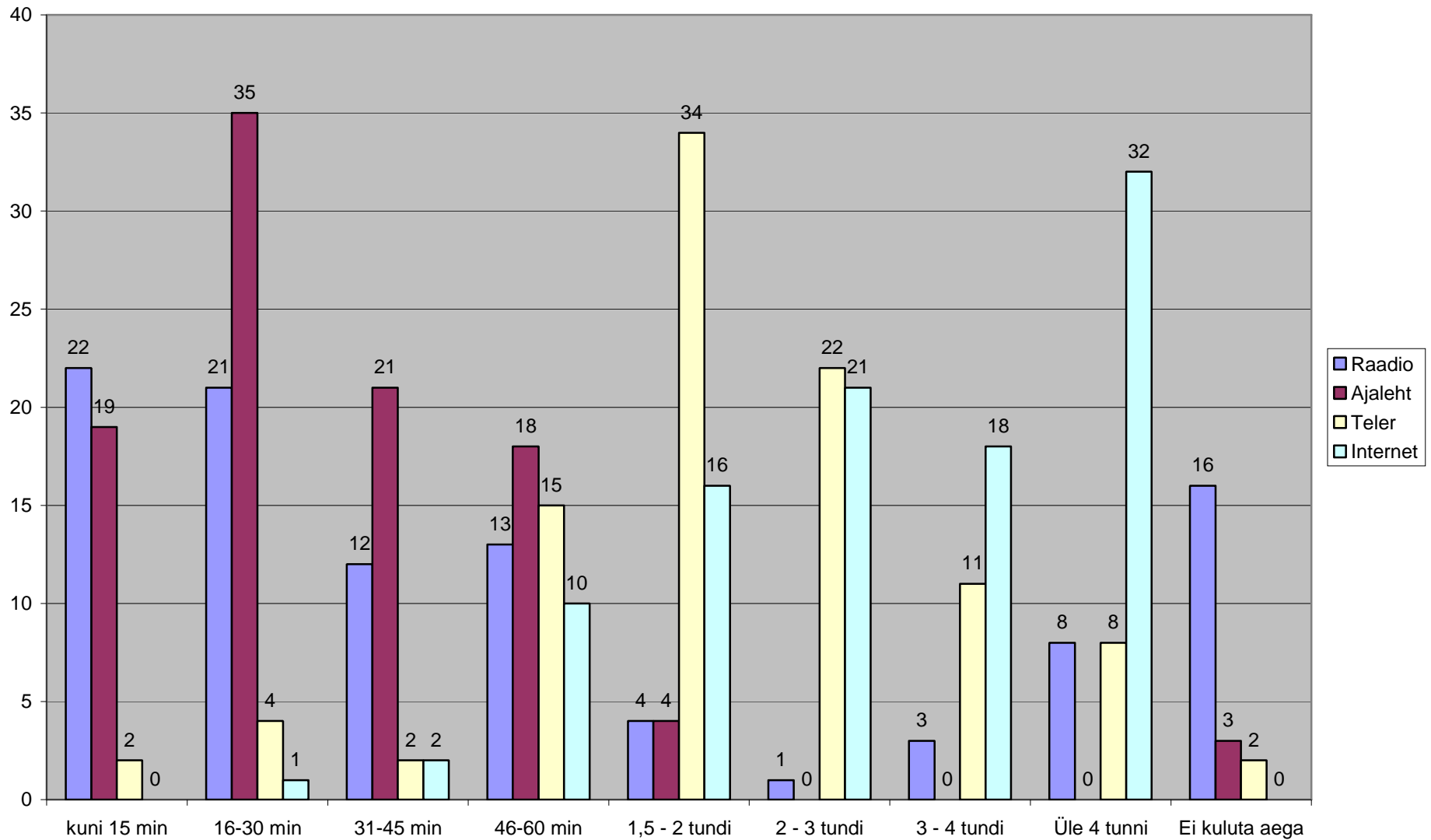
Eks Baruto kaudu seostab rahvas ennast oma kujutlusega saada suureks ja tugevaks, kellest maailm räägib. Me tahame, et meie väike rahvas lööks läbi nii spordis kui ka poliitikas ja me otsima kangelast. Kui Eesti jalgpallikoondis mängiks pidevalt tiitlivõistlustel, oleks meil kindel pidepunkt olemas, sest me teame, et see on niivõrd rahvusvaheline sport. Kuid sumo on meie jaoks täiesti teine kultuur. Lisaks on Jaapani peamiseks spordialaks hoopiski pesapall. Rahval on õigus nii mõelda, kuigi minu meelest on Barutoga natuke liialdatud. Aga vähemalt on see ilus muinasjutt.

Lisa 7 - Joonised

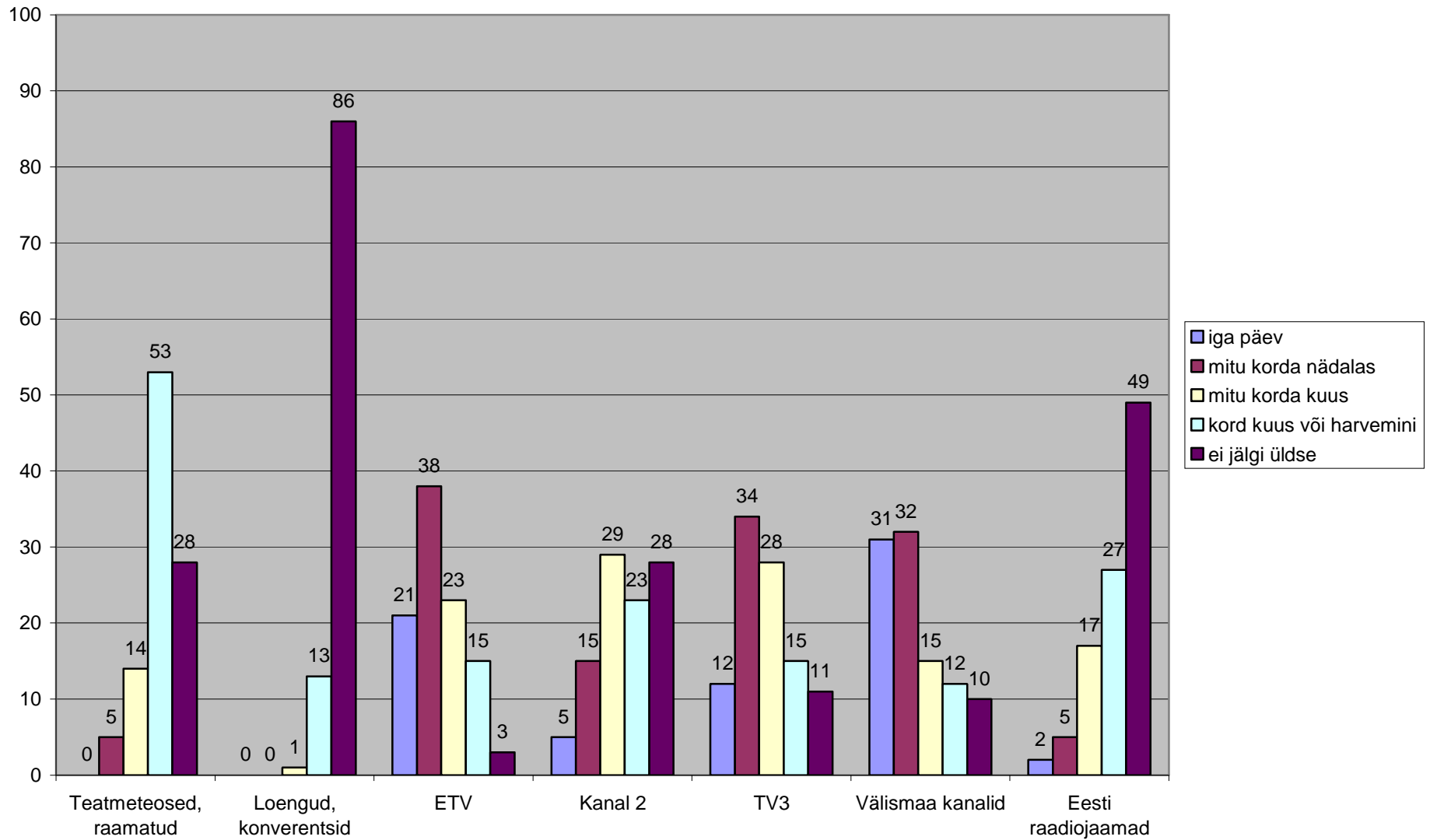
Joonis 2 - kui tihti kasutate/loete/vaatate...



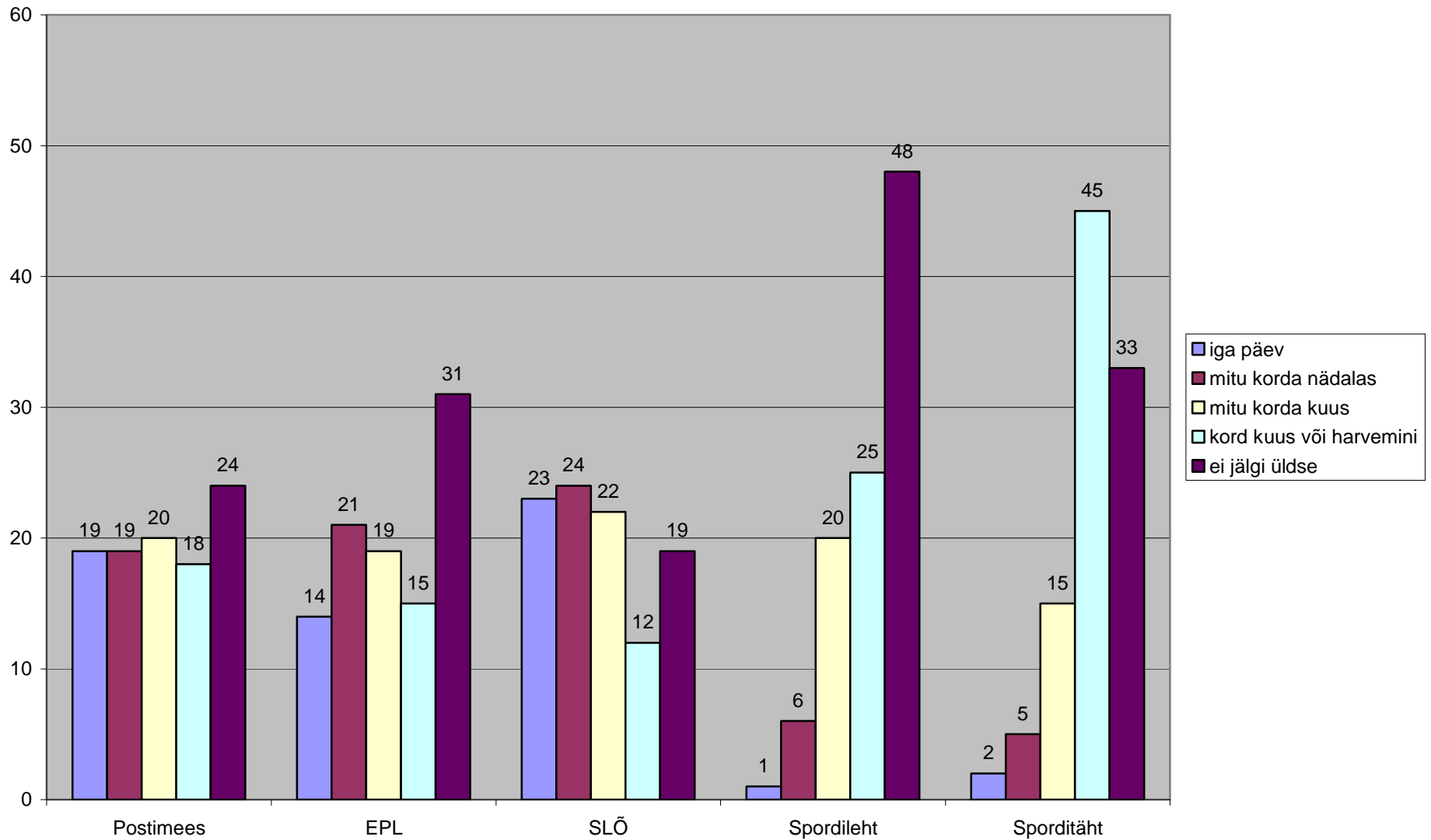
Joonis 3 - kui palju kulutate aega ... jälgimisele/vaatamisele/kuulamisele



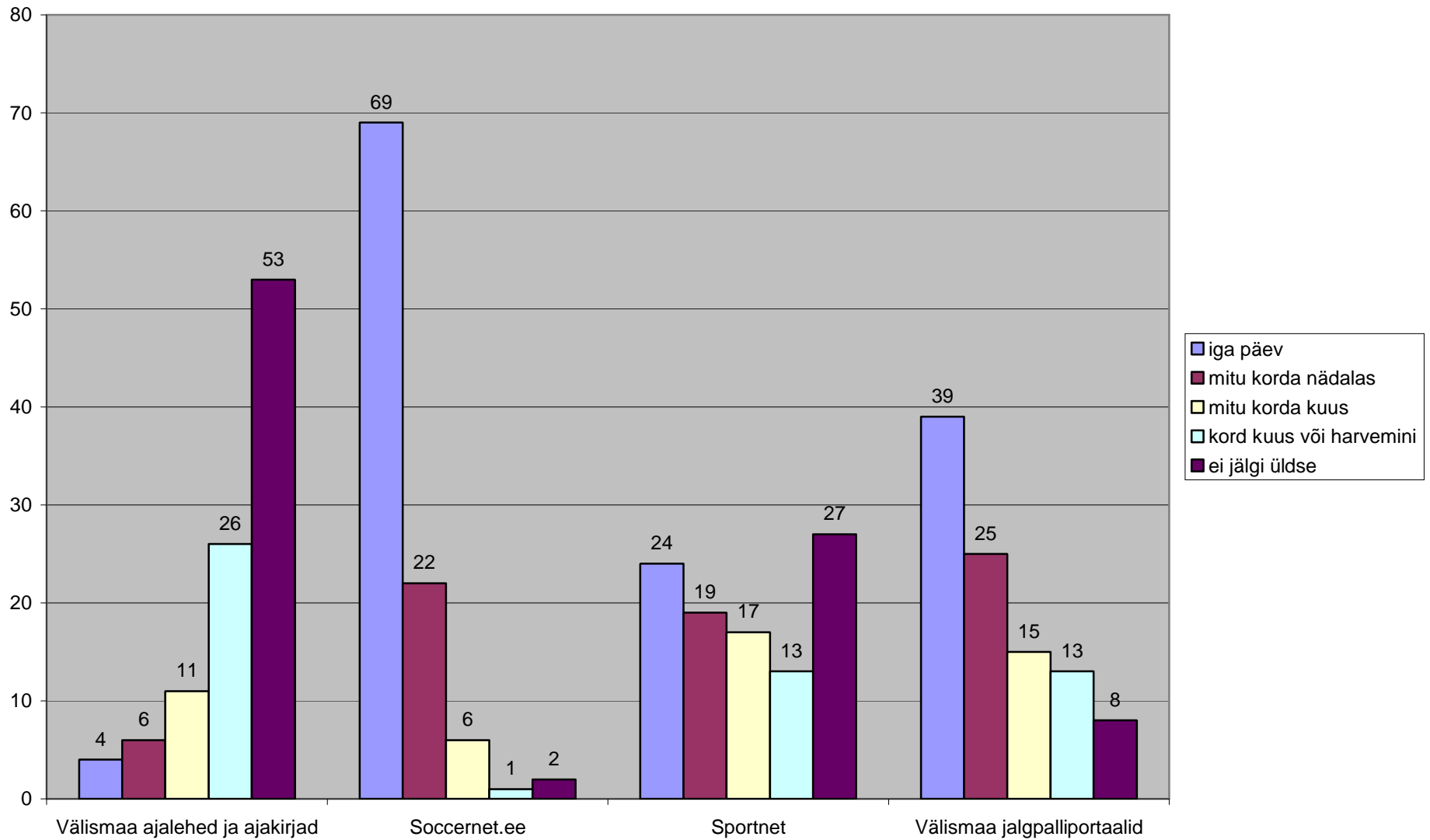
Joonis 4 - kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks (1)



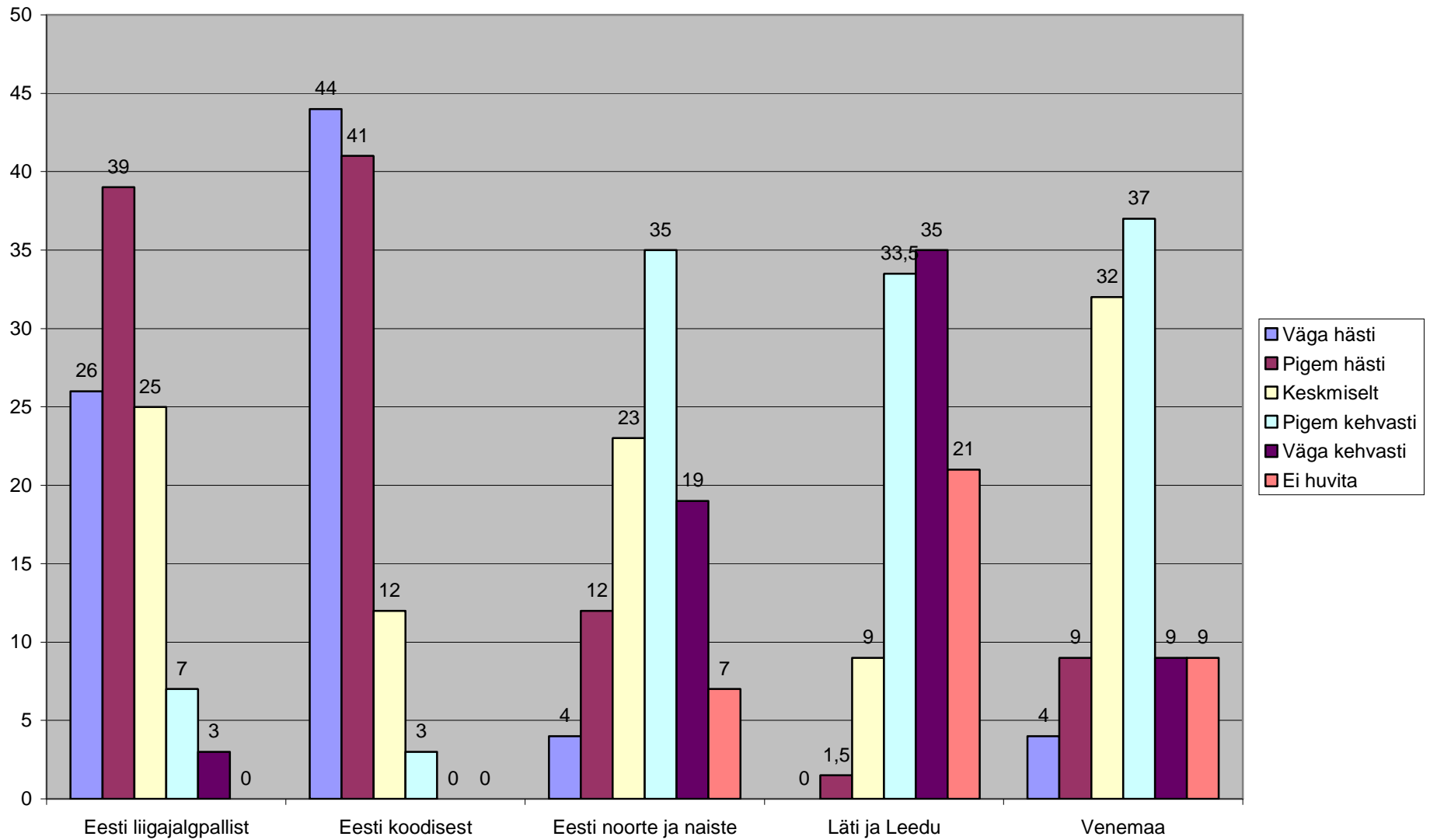
Joonis 4 - kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks (2)



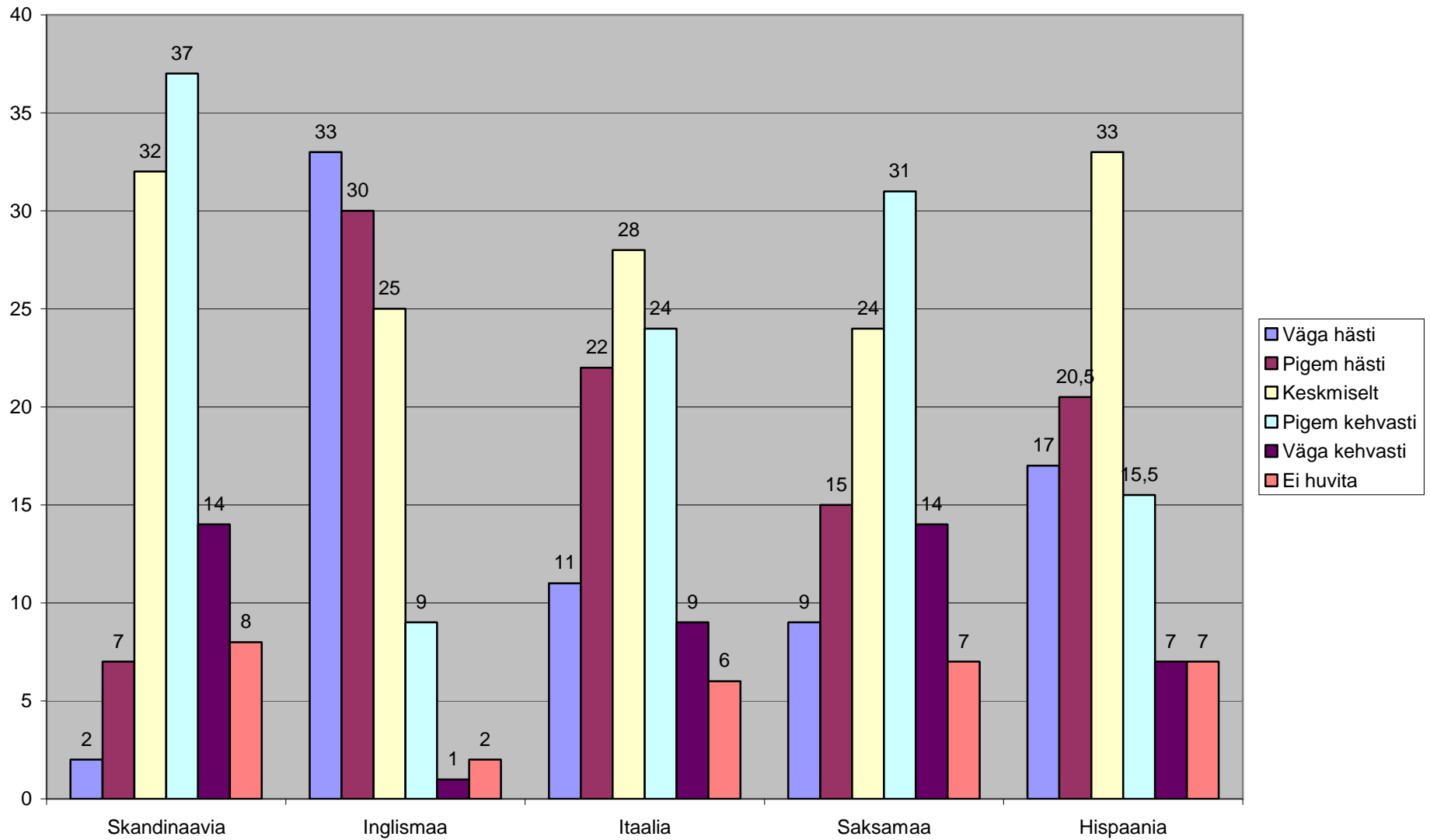
Joonis 4 - kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks (3)



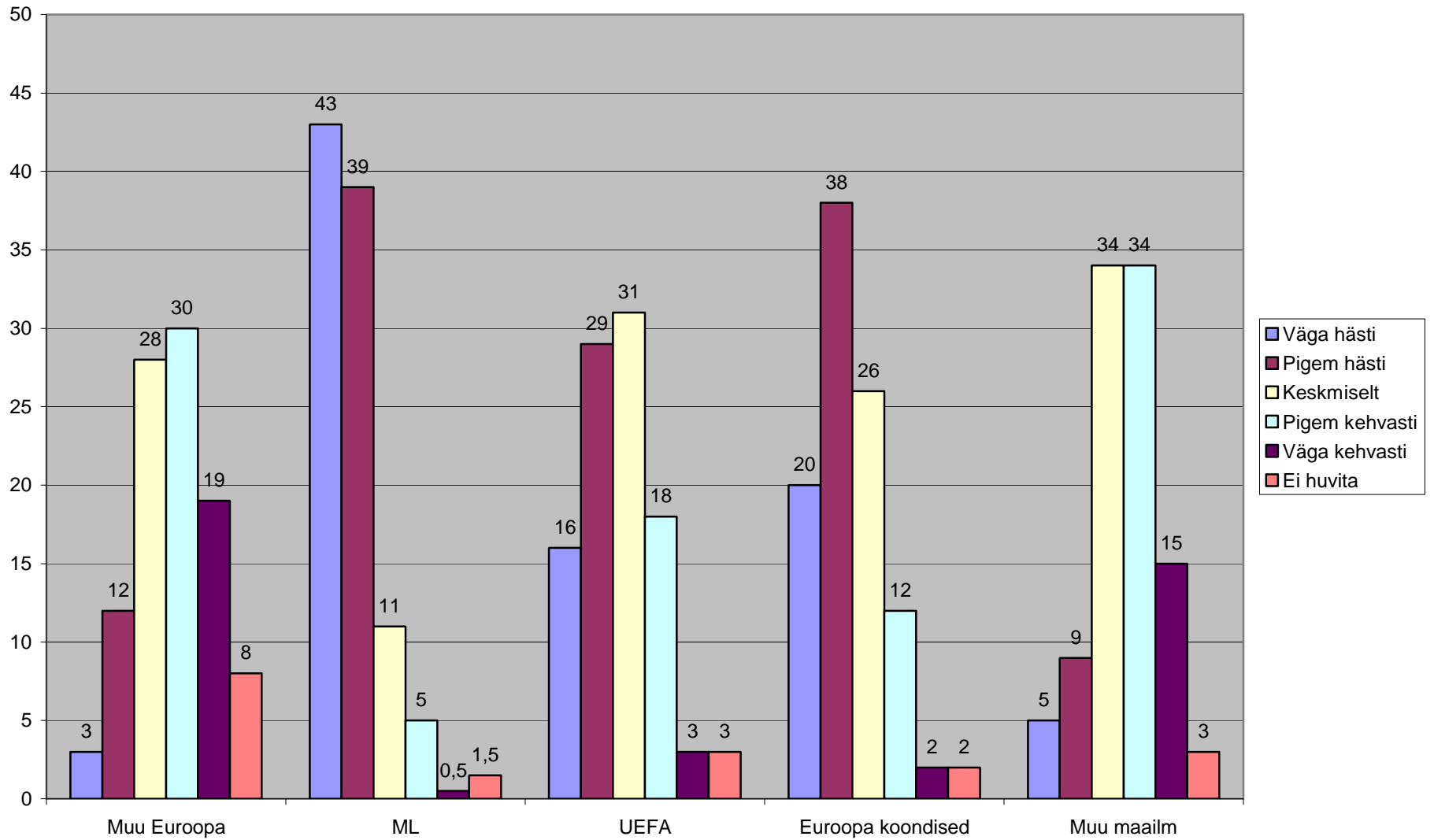
Joonis 5 - kui hästi olete informeeritud (1)



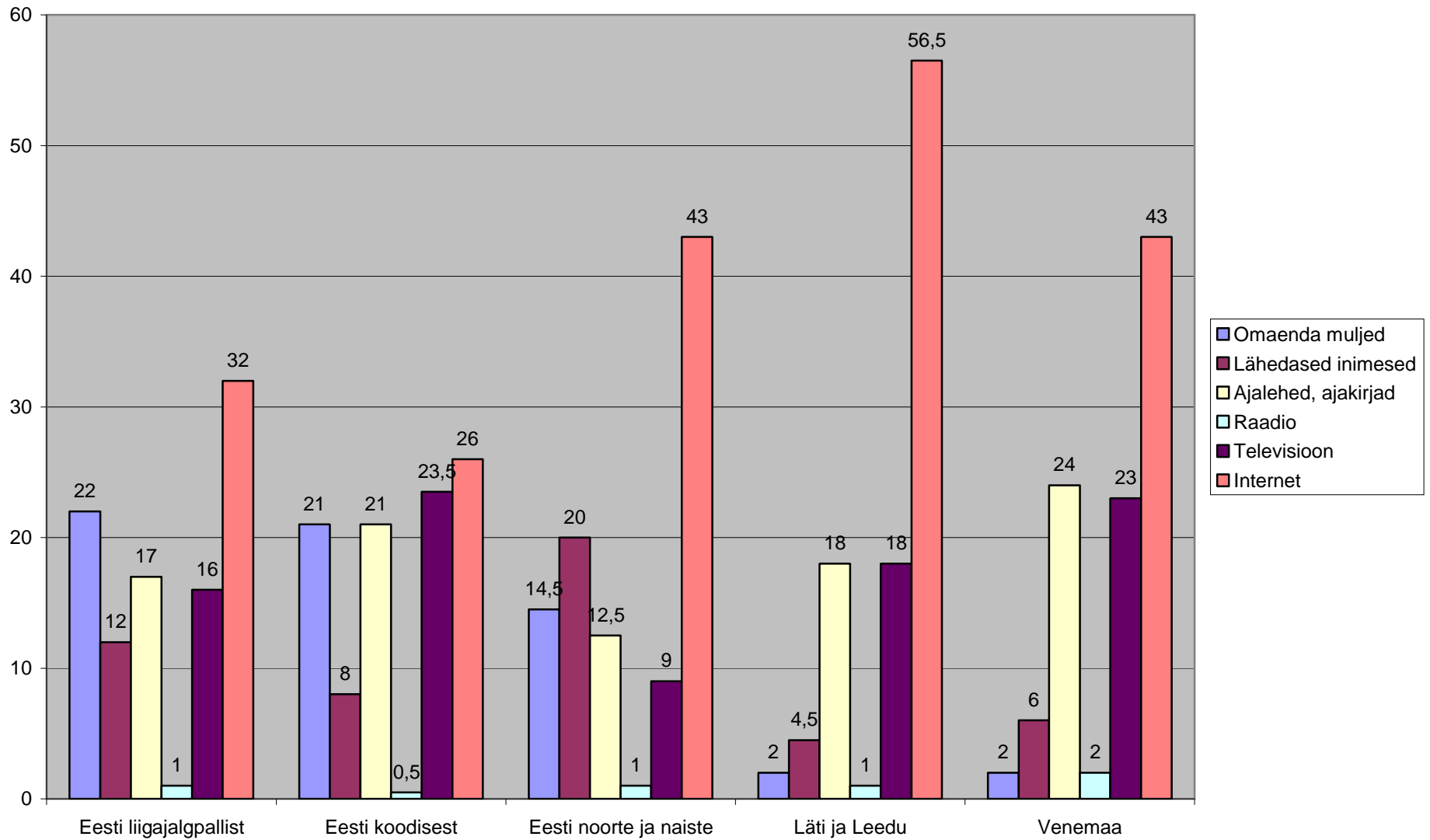
Joonis 5 - kui hästi olete informeeritud (2)



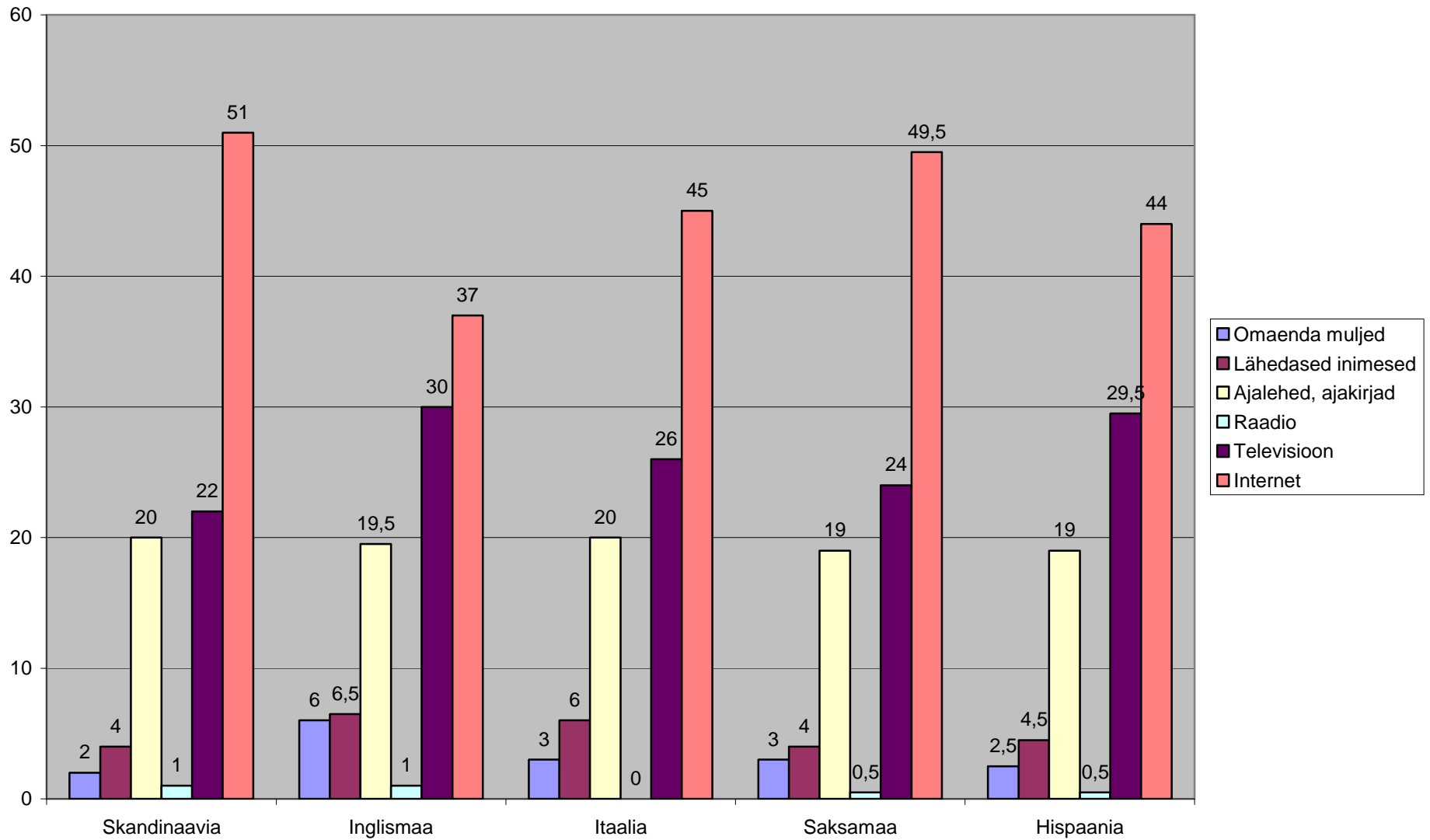
Joonis 5 - kui hästi olete informeeritud (3)



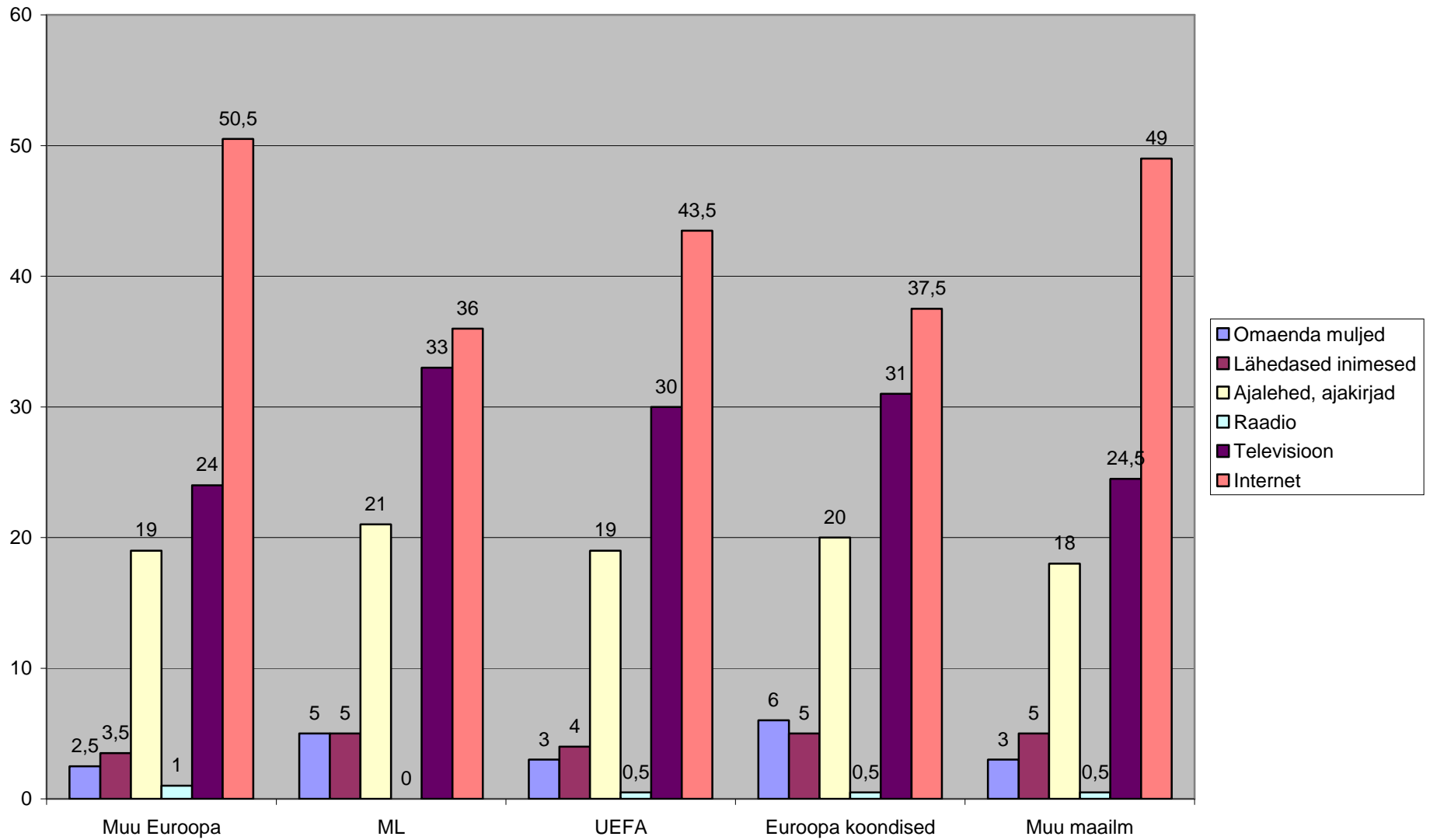
Joonis 6 - millised on kõige olulisemad infoallikad (1)



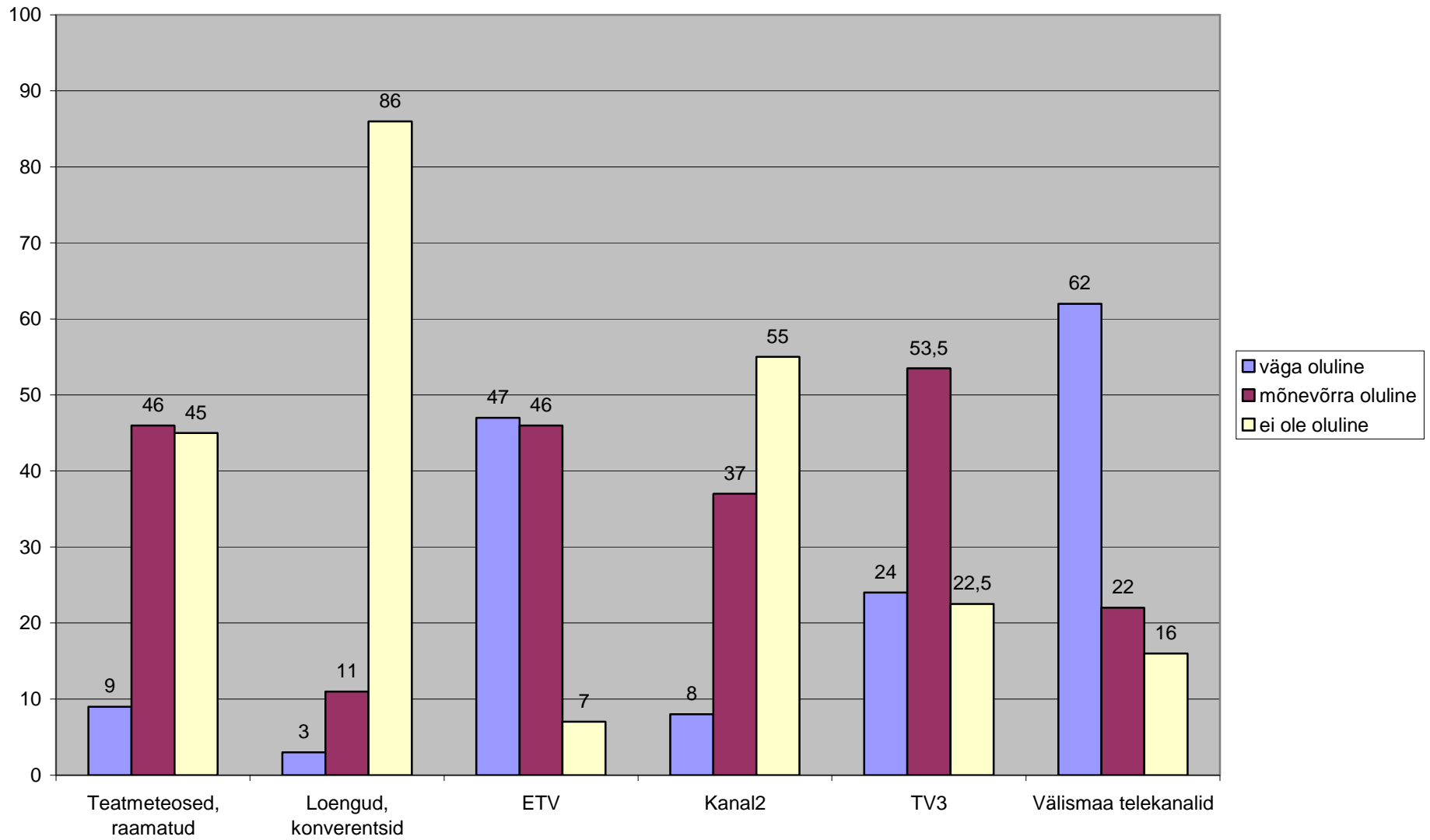
Joonis 6 - millised on kõige olulisemad infoallikad (2)



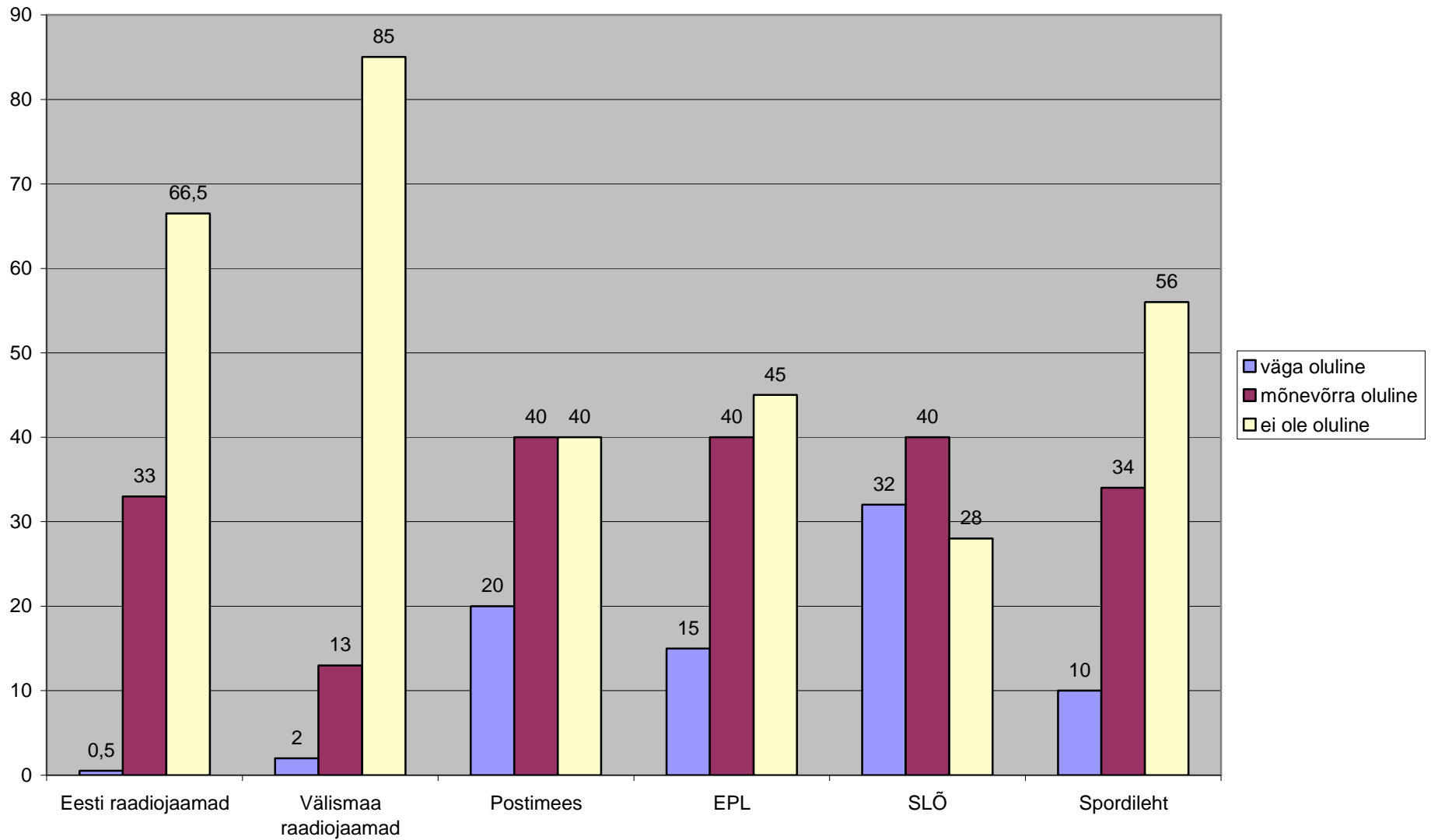
Joonis 6 - millised on kõige olulisemad infoallikad (3)



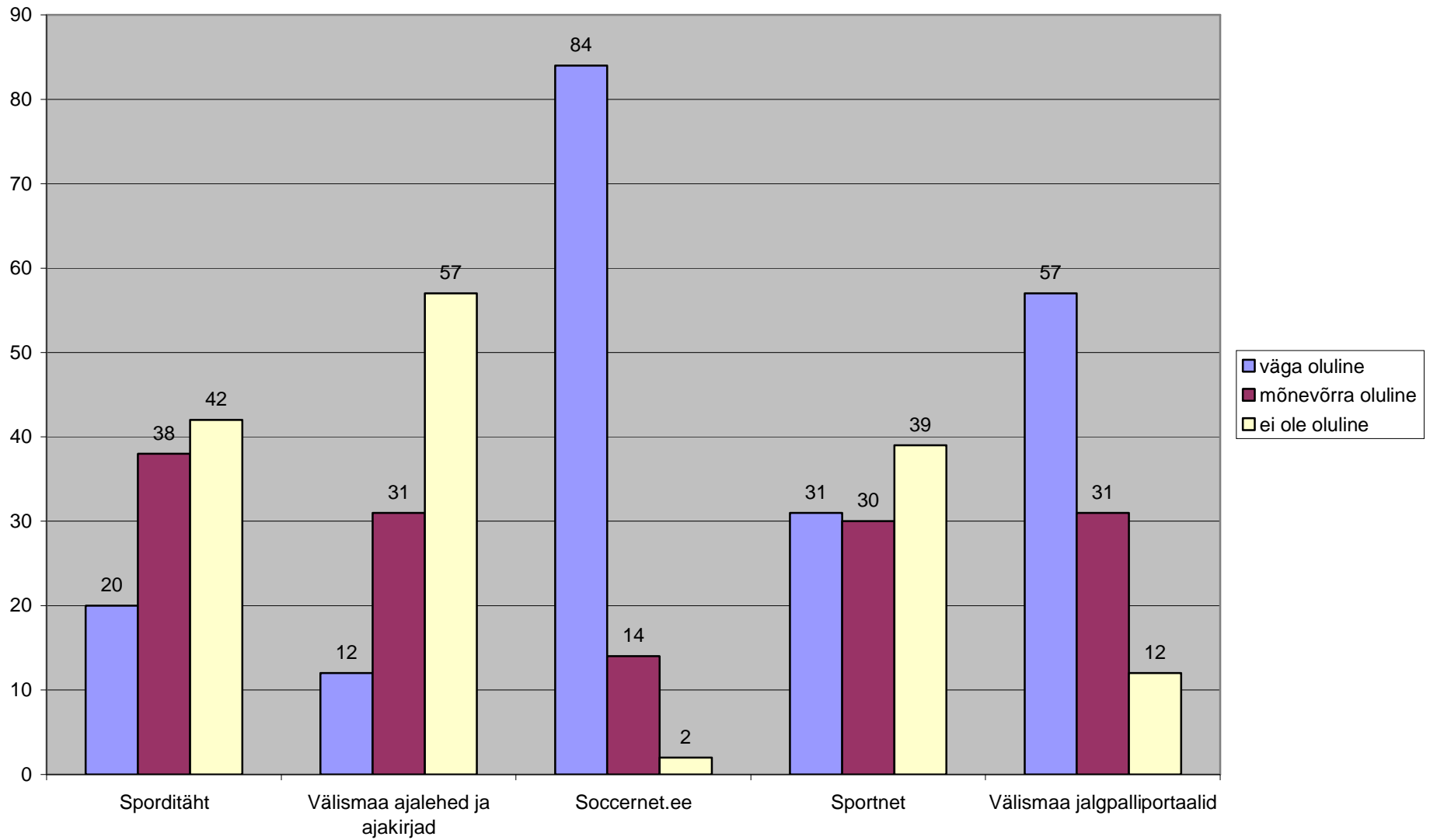
Joonis 7 - kui olulised on need kanalid infoallikana (1)



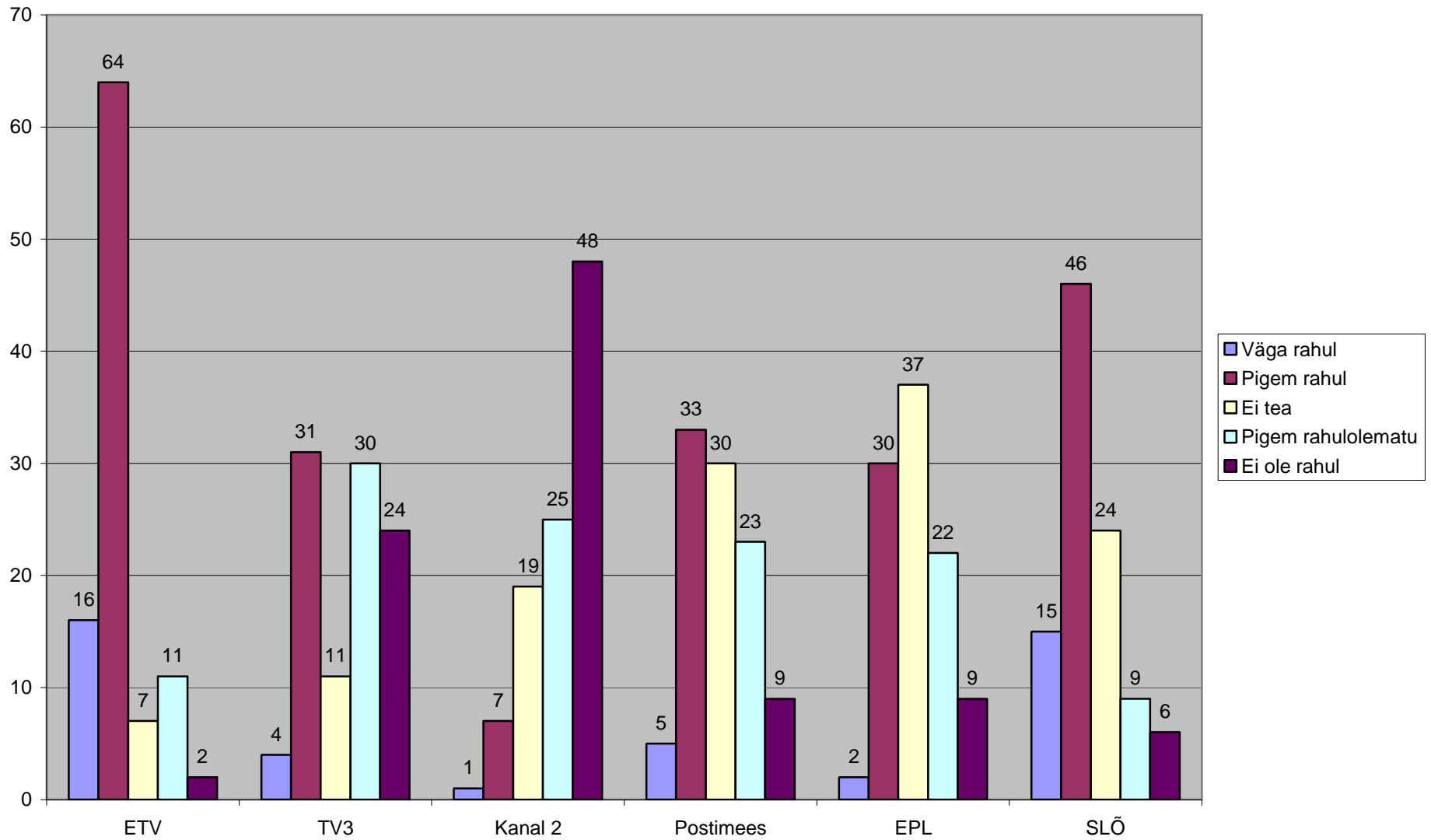
Joonis 7 - kui olulised on need kanalid infoallikana (2)



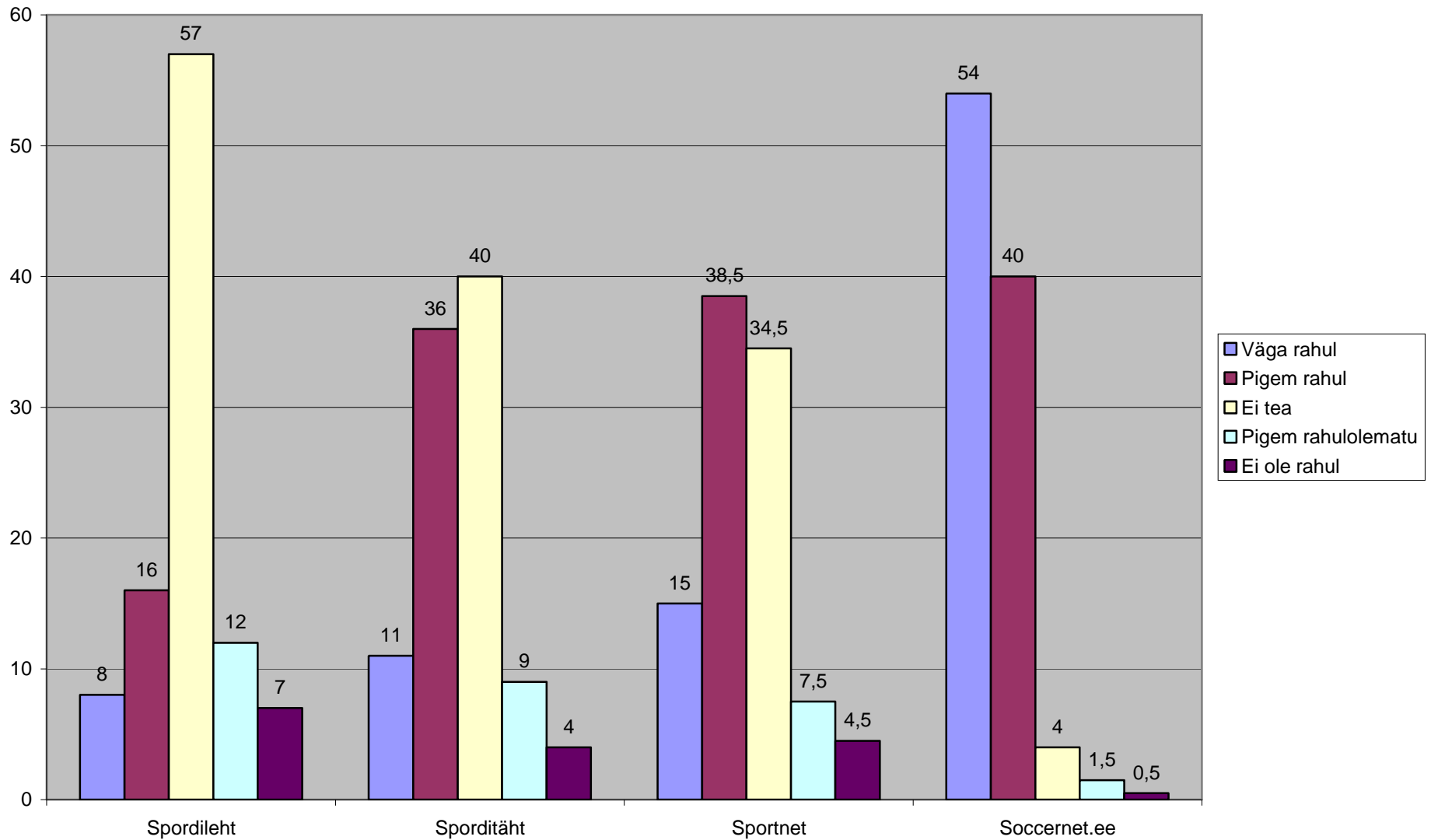
Joonis 7 - kui olulised on need kanalid infoallikana (3)



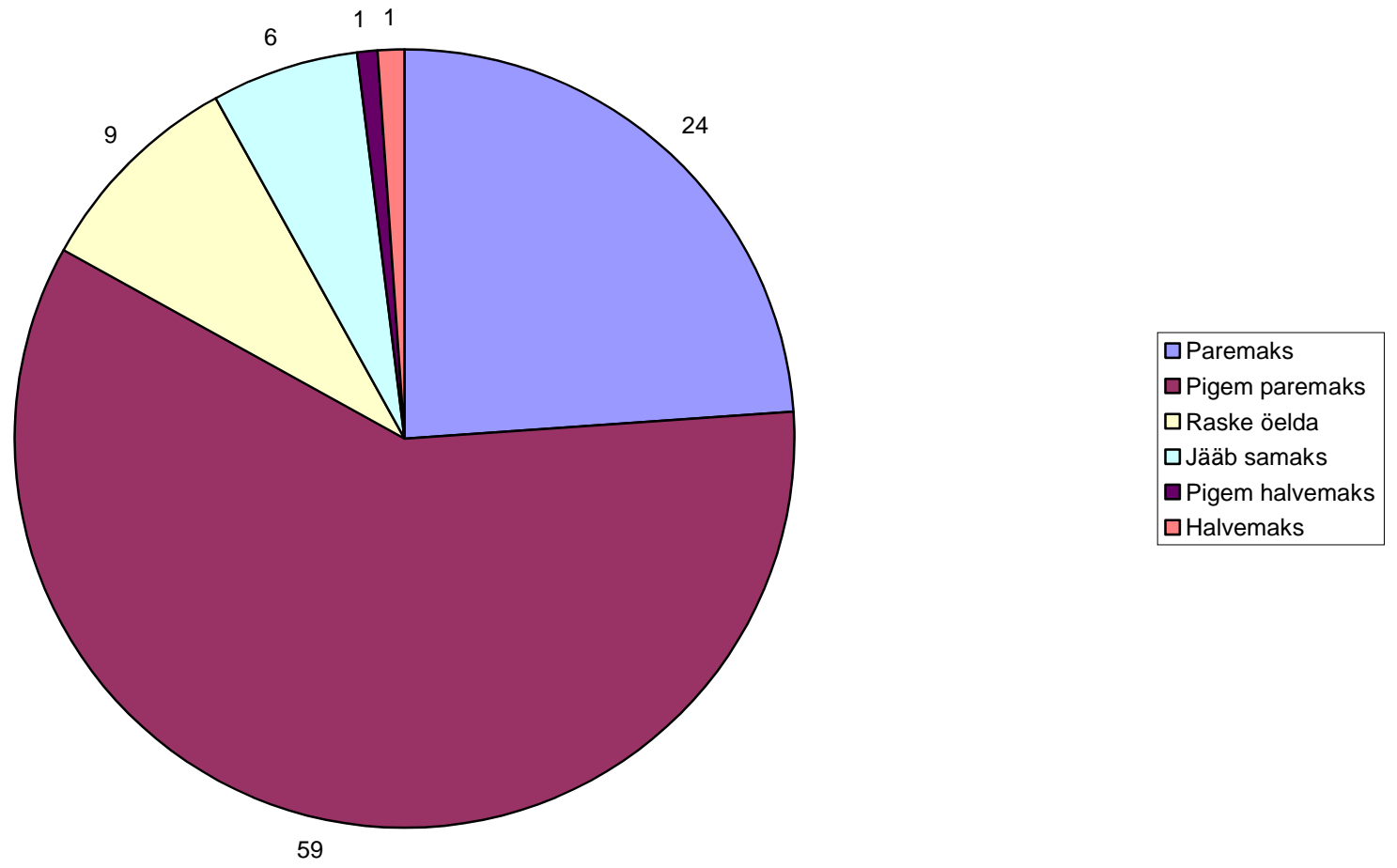
Joonis 8 - kuidas olete rahul meediaüksuse jalgpallikajastusega? (1)



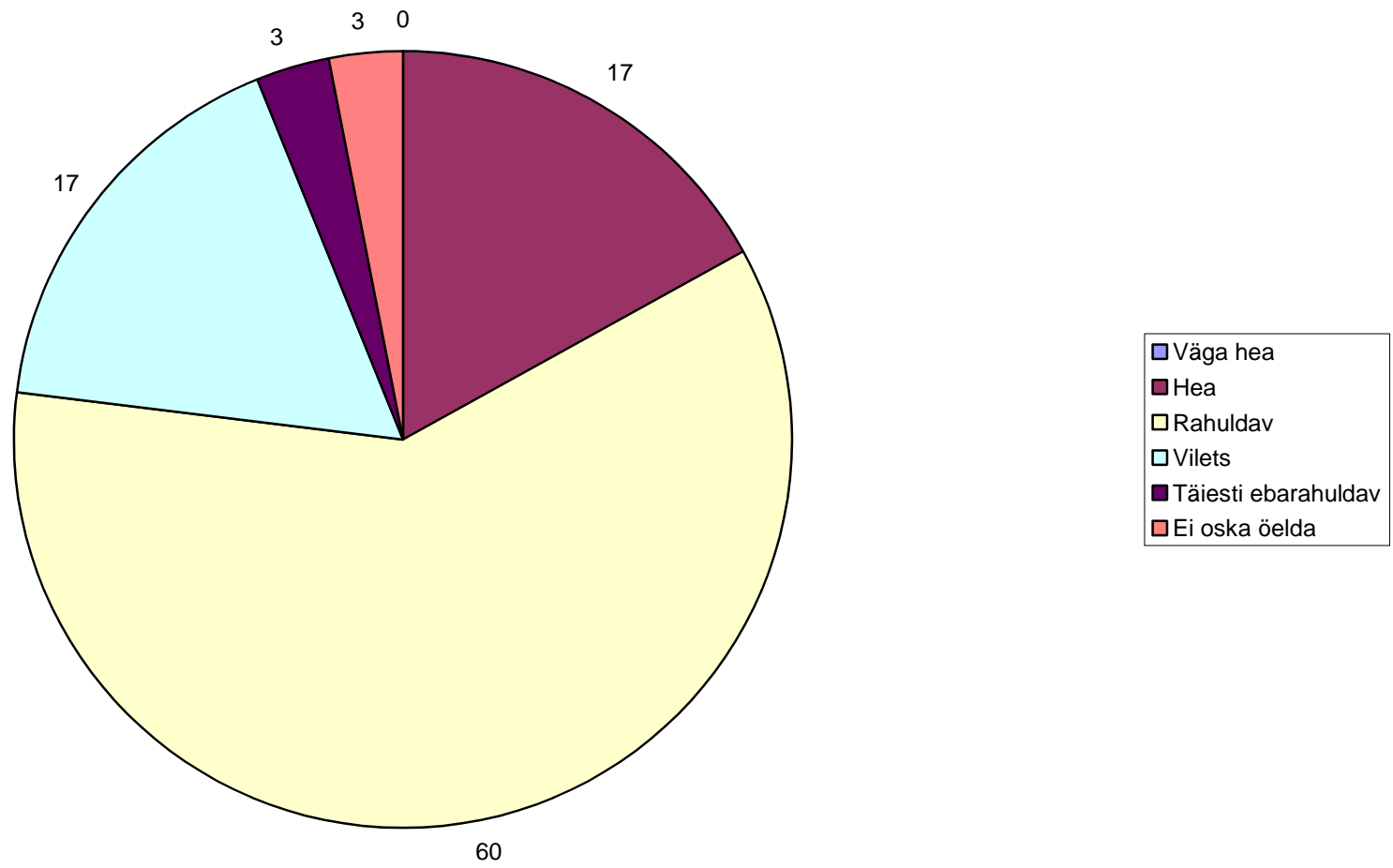
Joonis 8 - kuidas olete rahul meediaüksuse jalgpallikajastusega? (2)



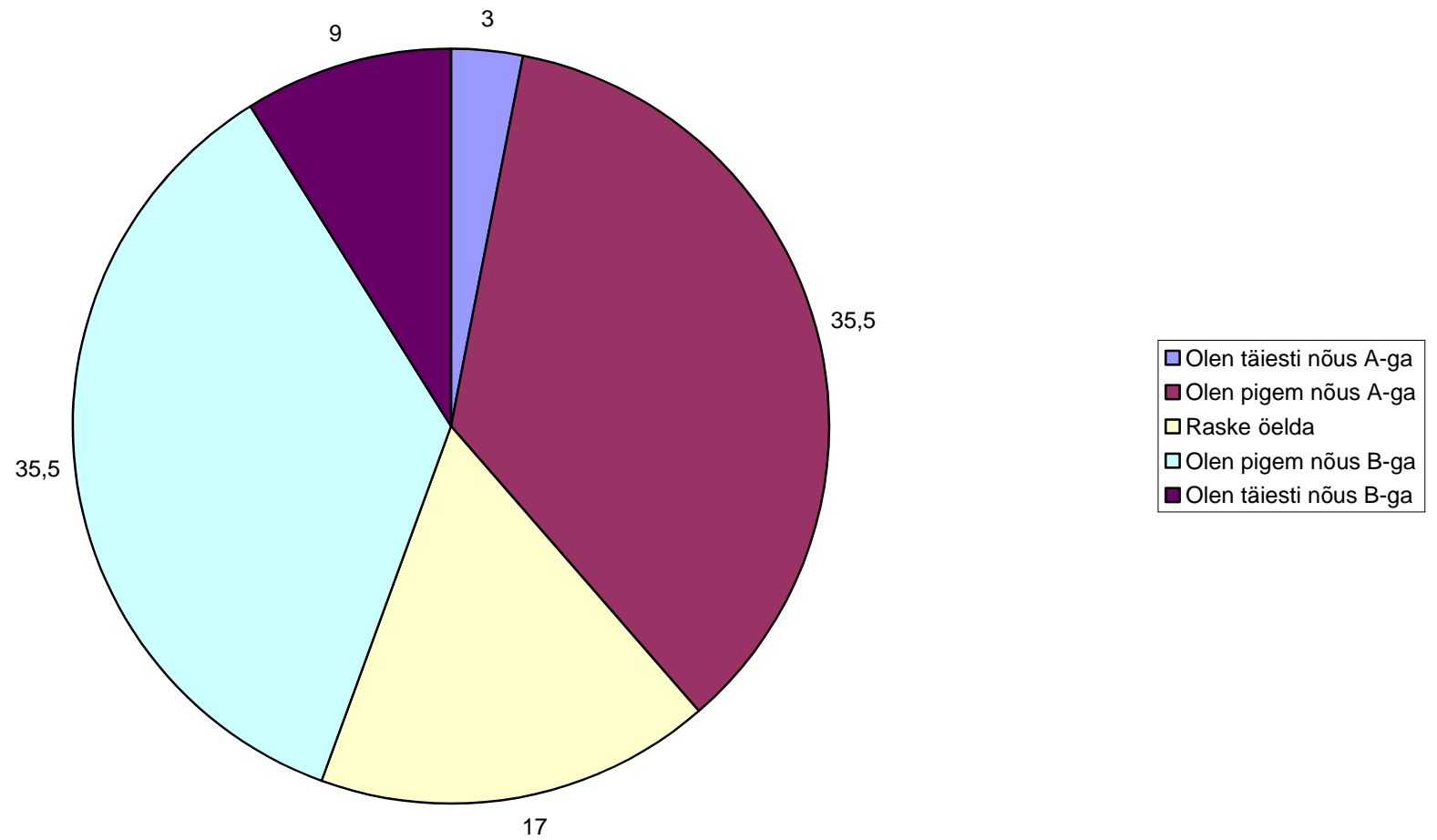
Joonis 9 - kuidas muutub tulevikus Eesti meedia jalgpallikajastus?



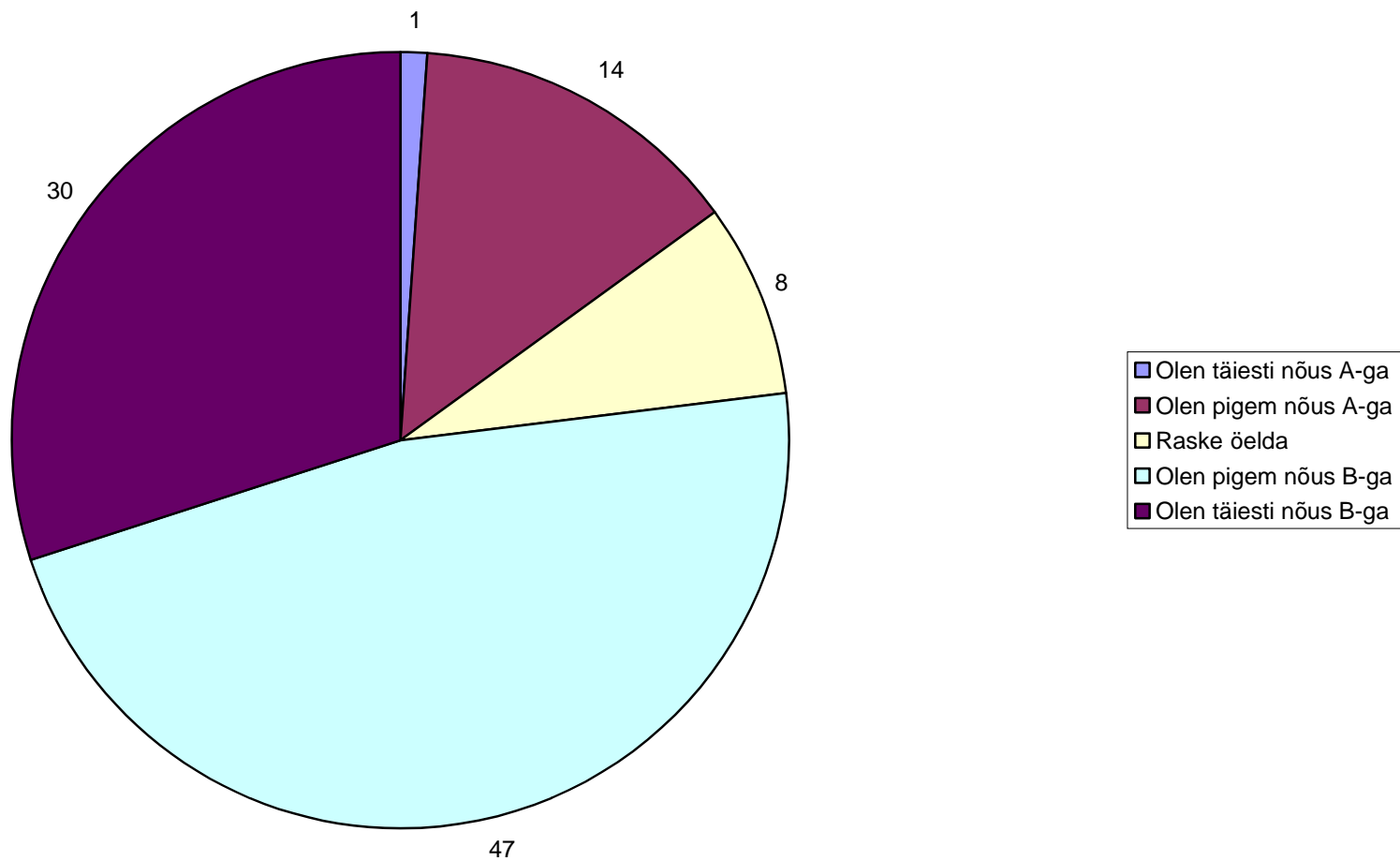
Joonis 10 - milline on jalgpalli puudutavate kirjutiste tase Eesti meedias?



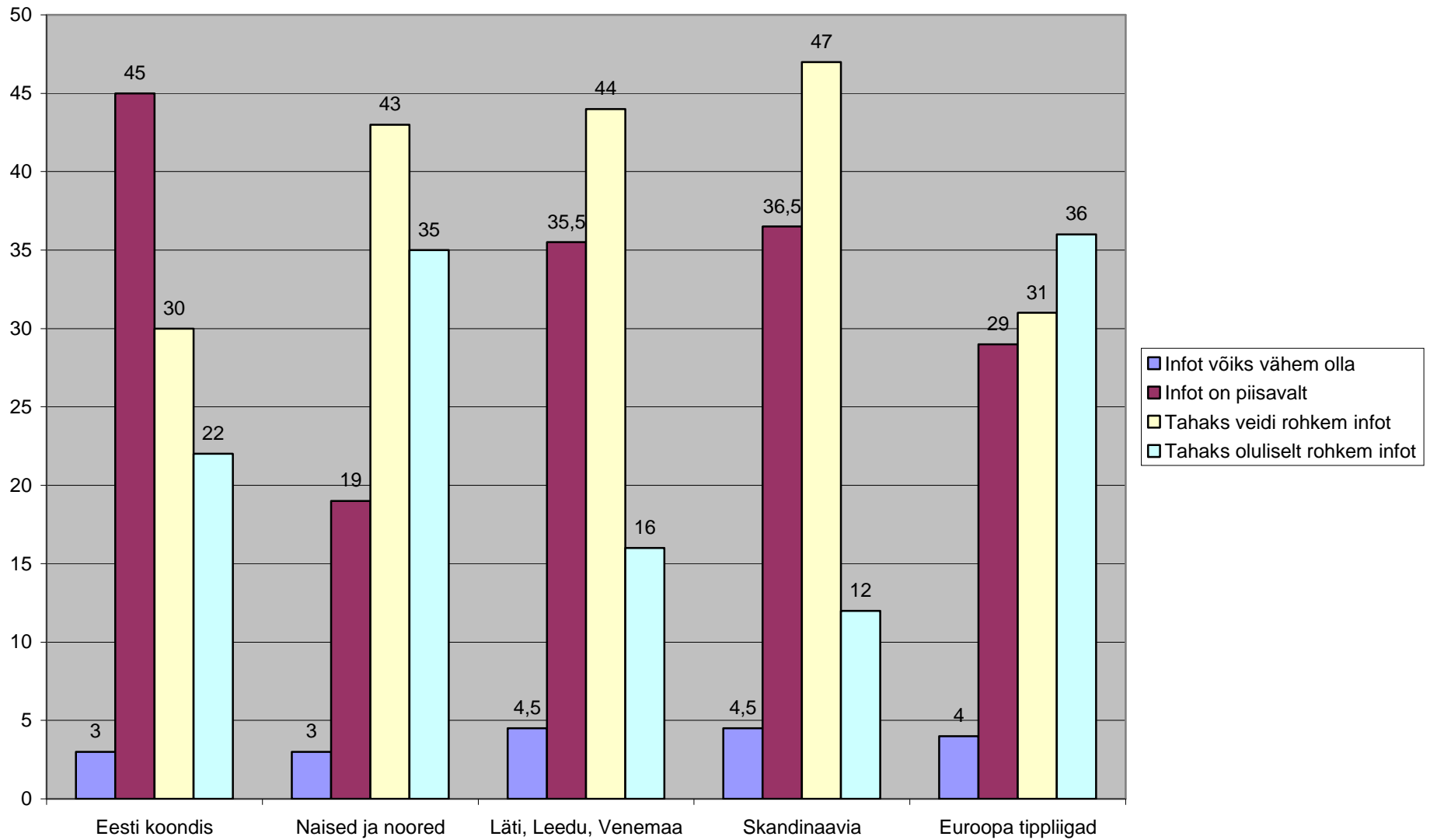
Joonis 11 - kumma väitega nõustute: a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli huvitavalt või b) ebahuvitavalt?



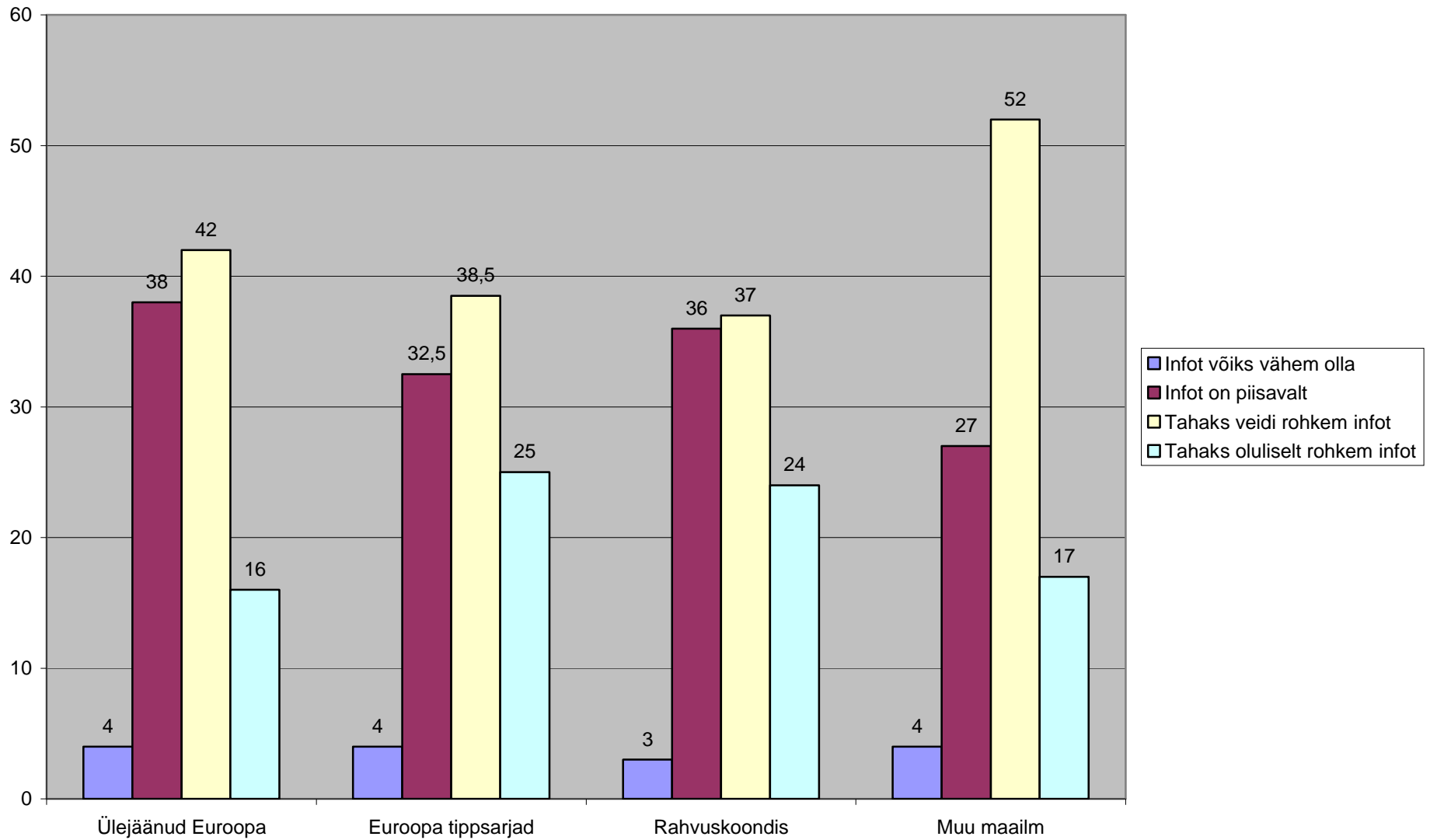
Joonis 12 - kumma väitega nõustute: a) Eesti ajakirjandus kajastab jalgpalli põhjalikult või b) lünklikult?



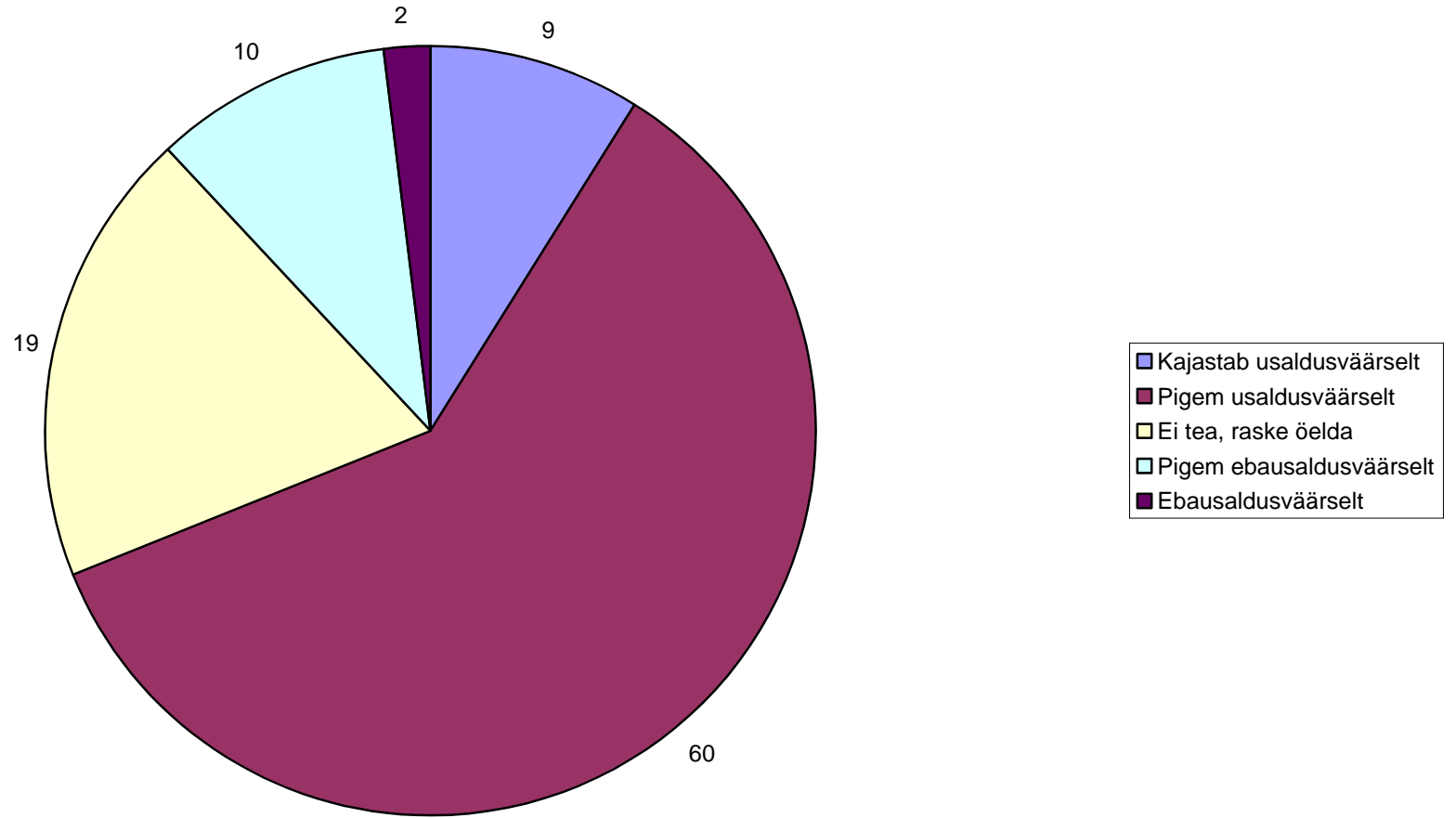
Joonis 13 - kuidas olete rahul Eesti meedia pakutavaga? (1)



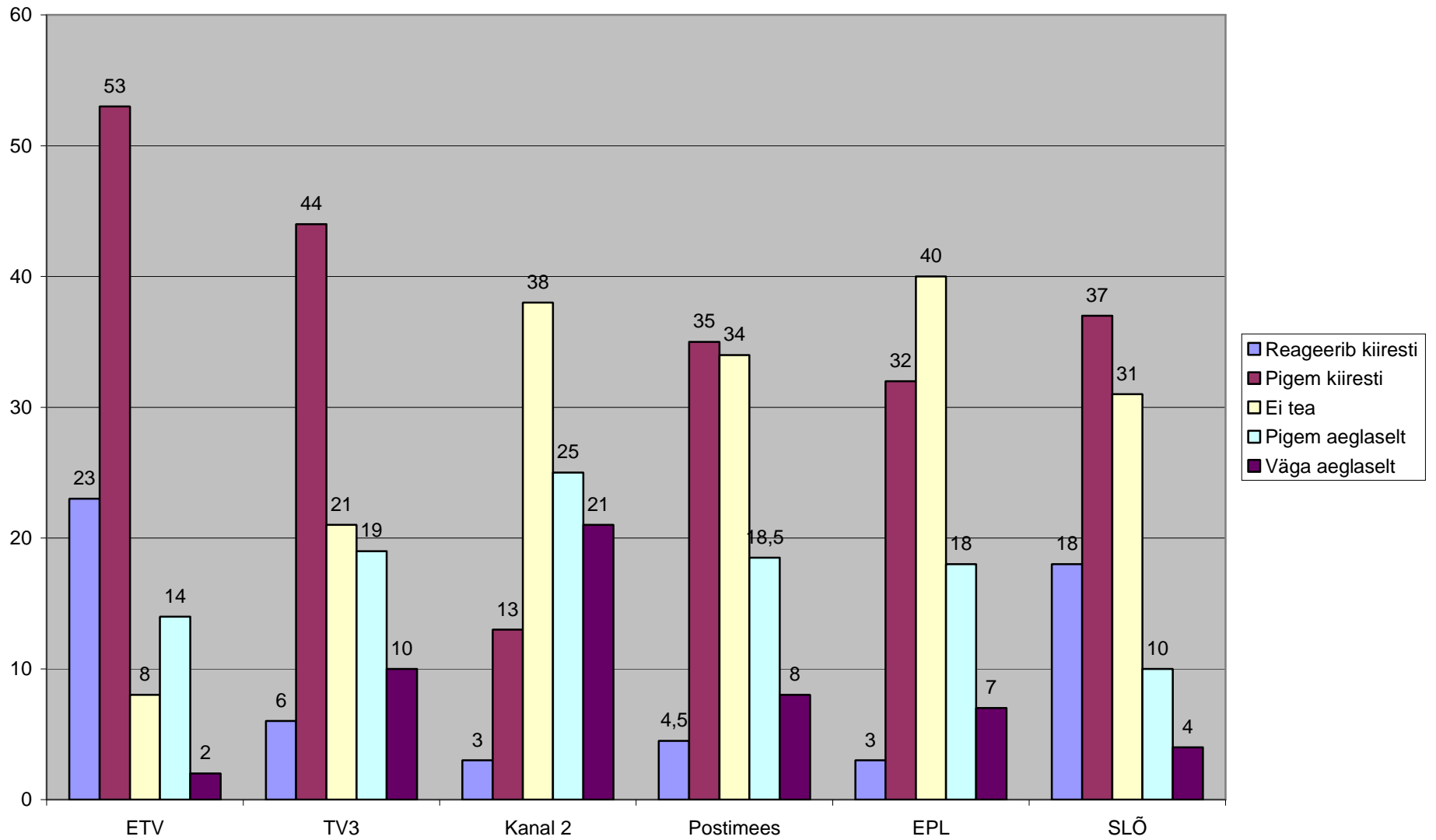
Joonis 13 - kuidas olete rahul Eesti meedia pakutavaga? (2)



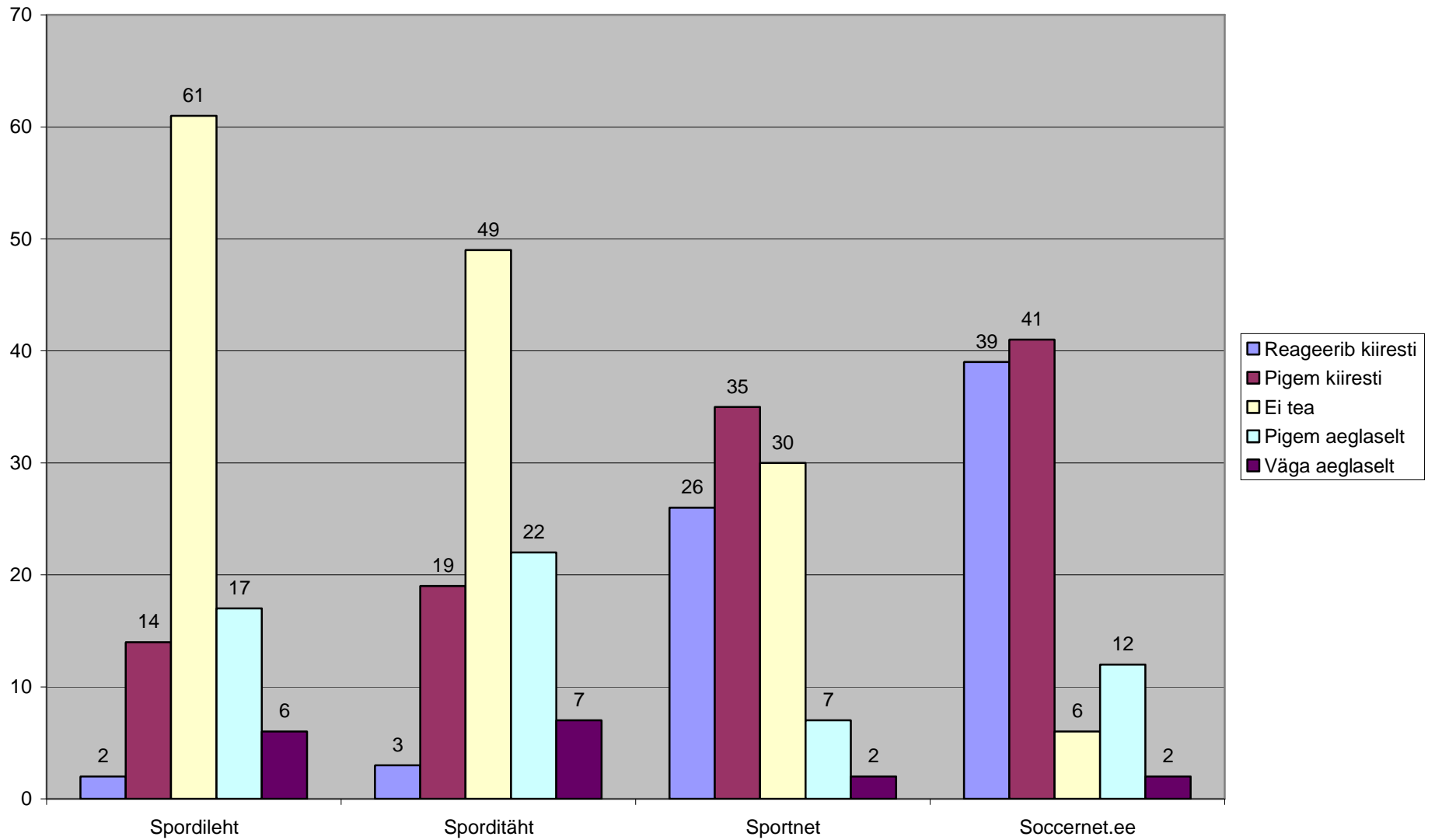
Joonis 14 - kui usaldusväärseks pead Eesti meediat jalgpalli ajal?



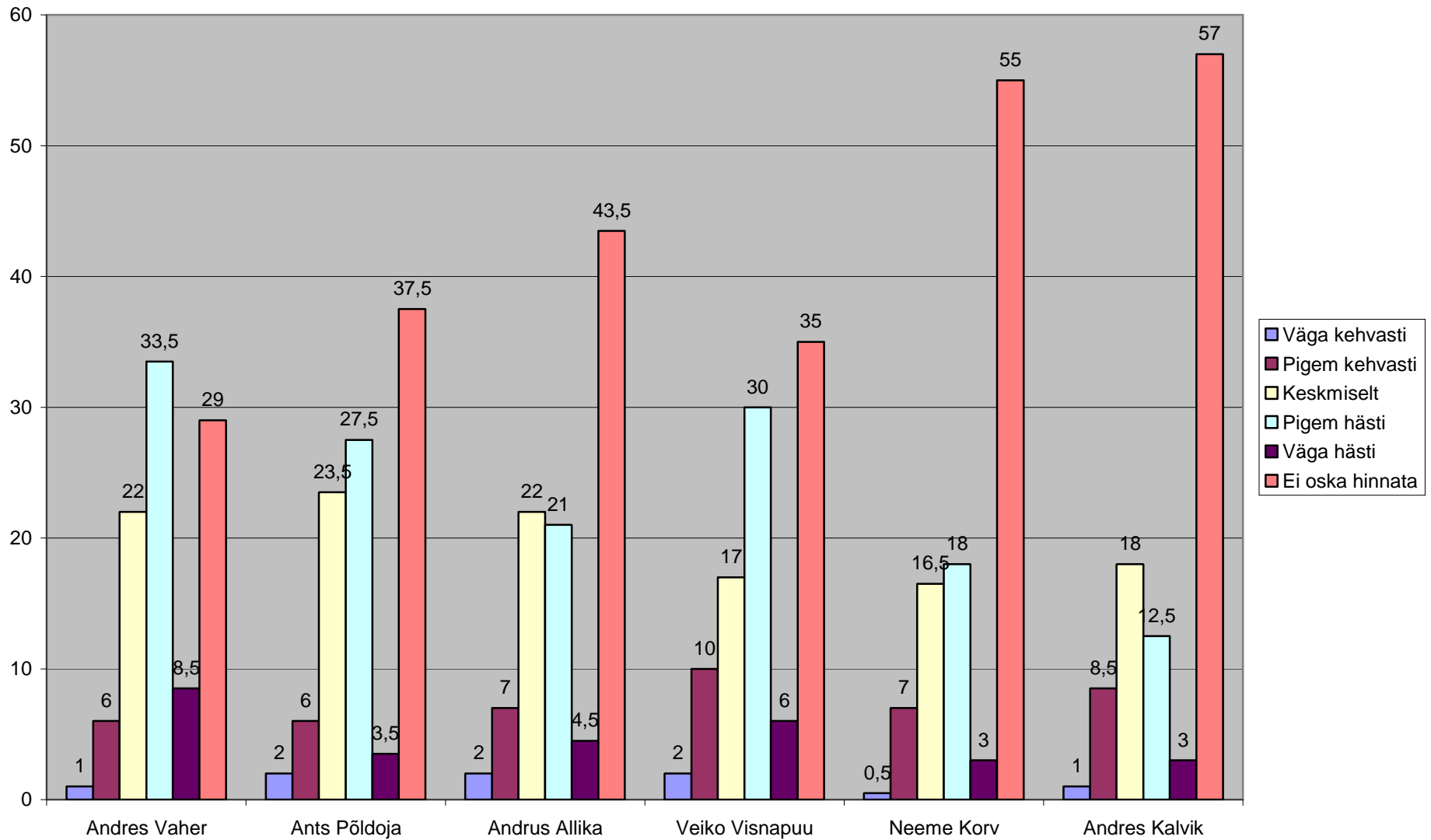
Joonis 15 - kas kanal reageerib jalgpalliuudistele kiiresti? (1)



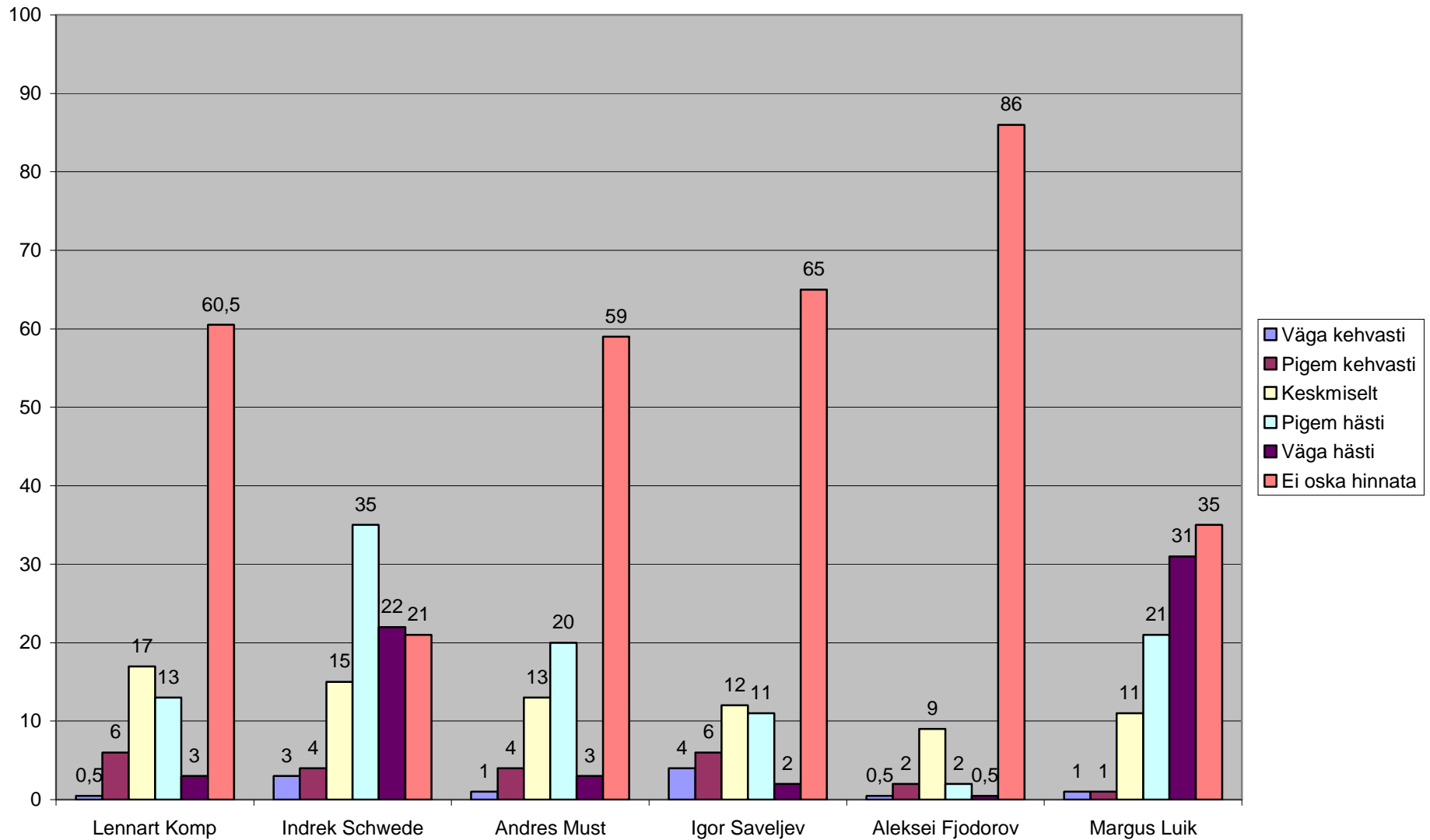
Joonis 15 - kas kanal reageerib jalgpalliuudistele kiiresti? (2)



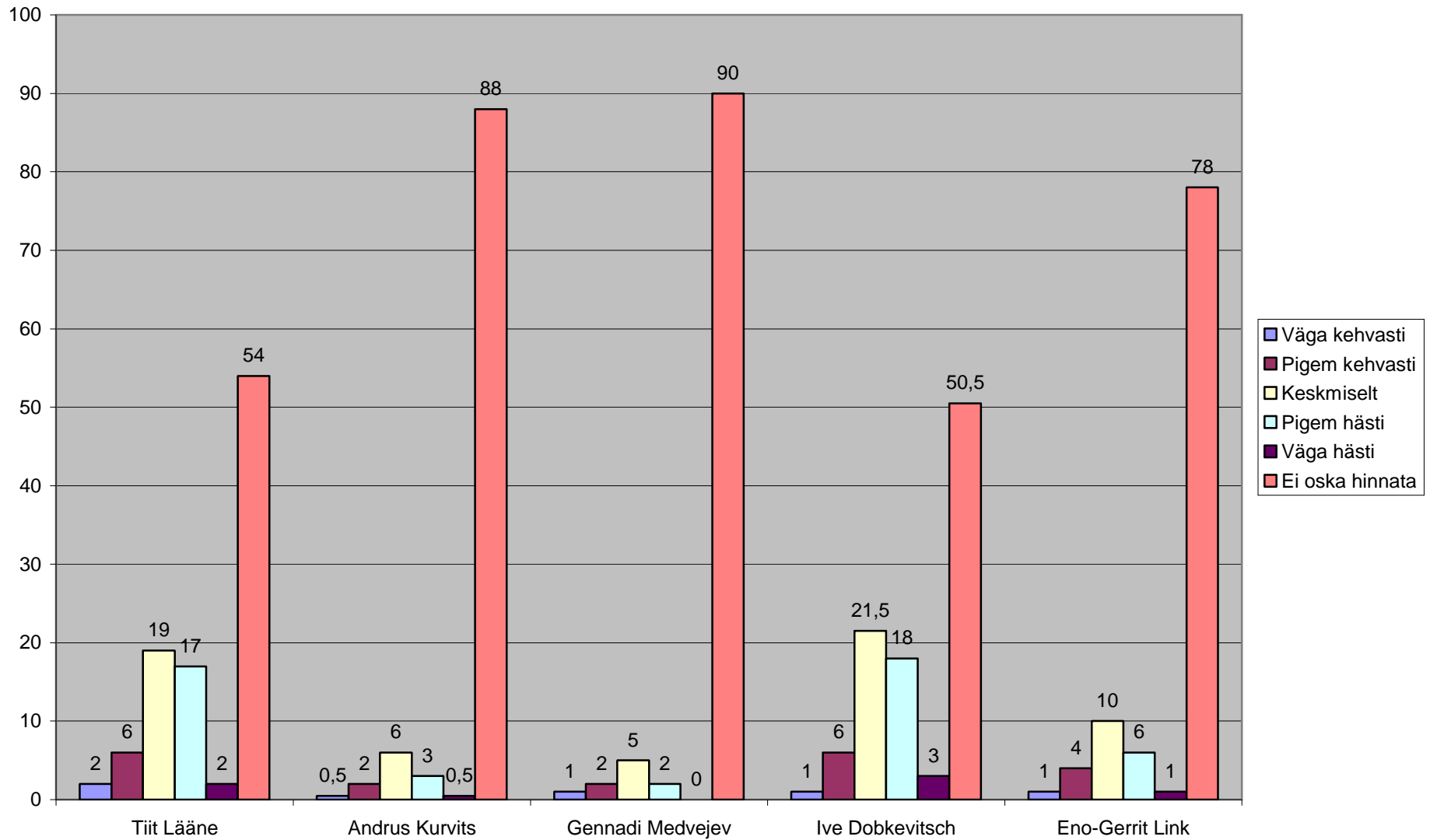
Joonis 16 - kui oskuslikult kirjutavad ajakirjanikud jalgpallist? (1)



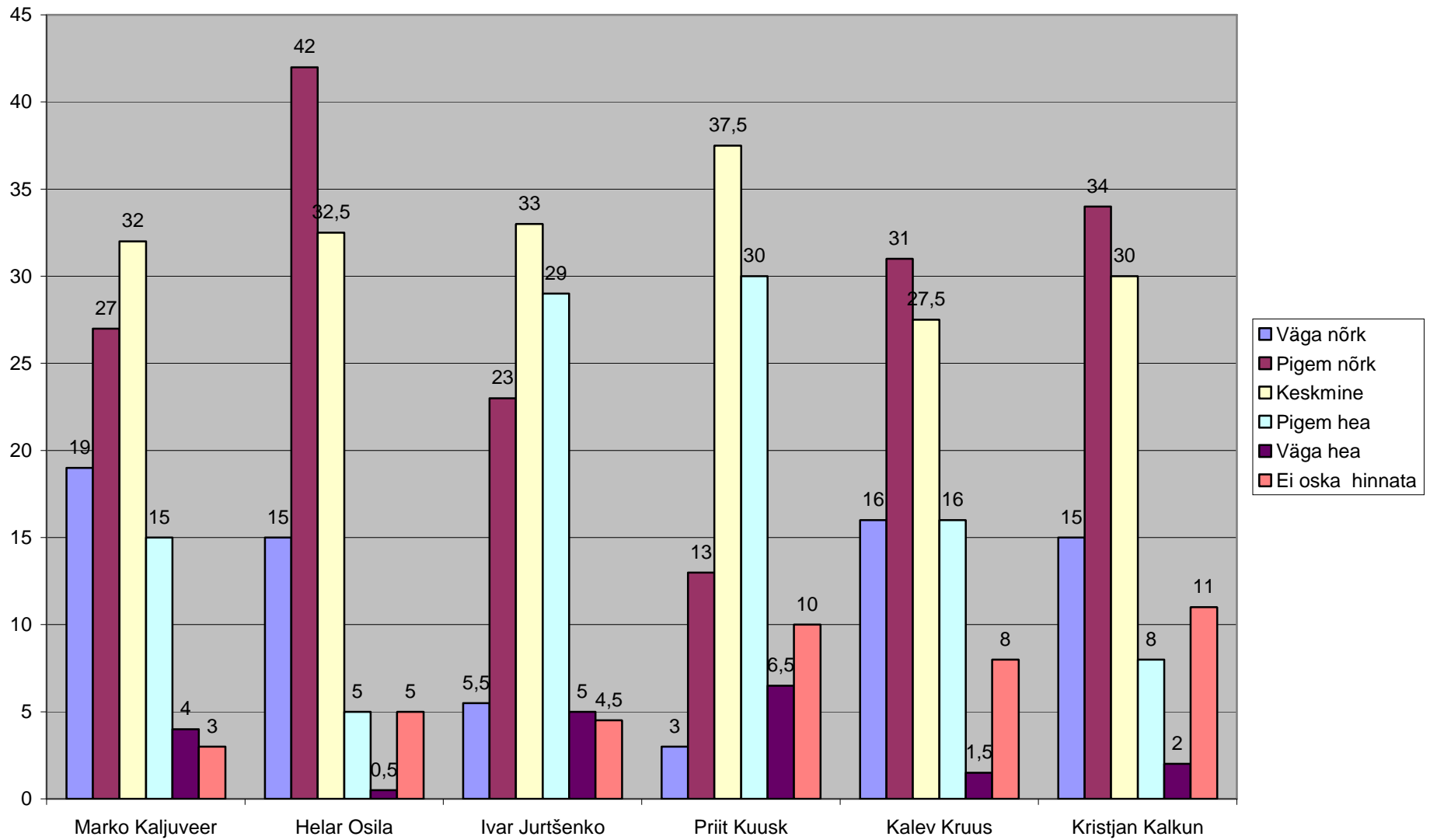
Joonis 16 - kui oskuslikult kirjutavad ajakirjanikud jalgpallist? (2)



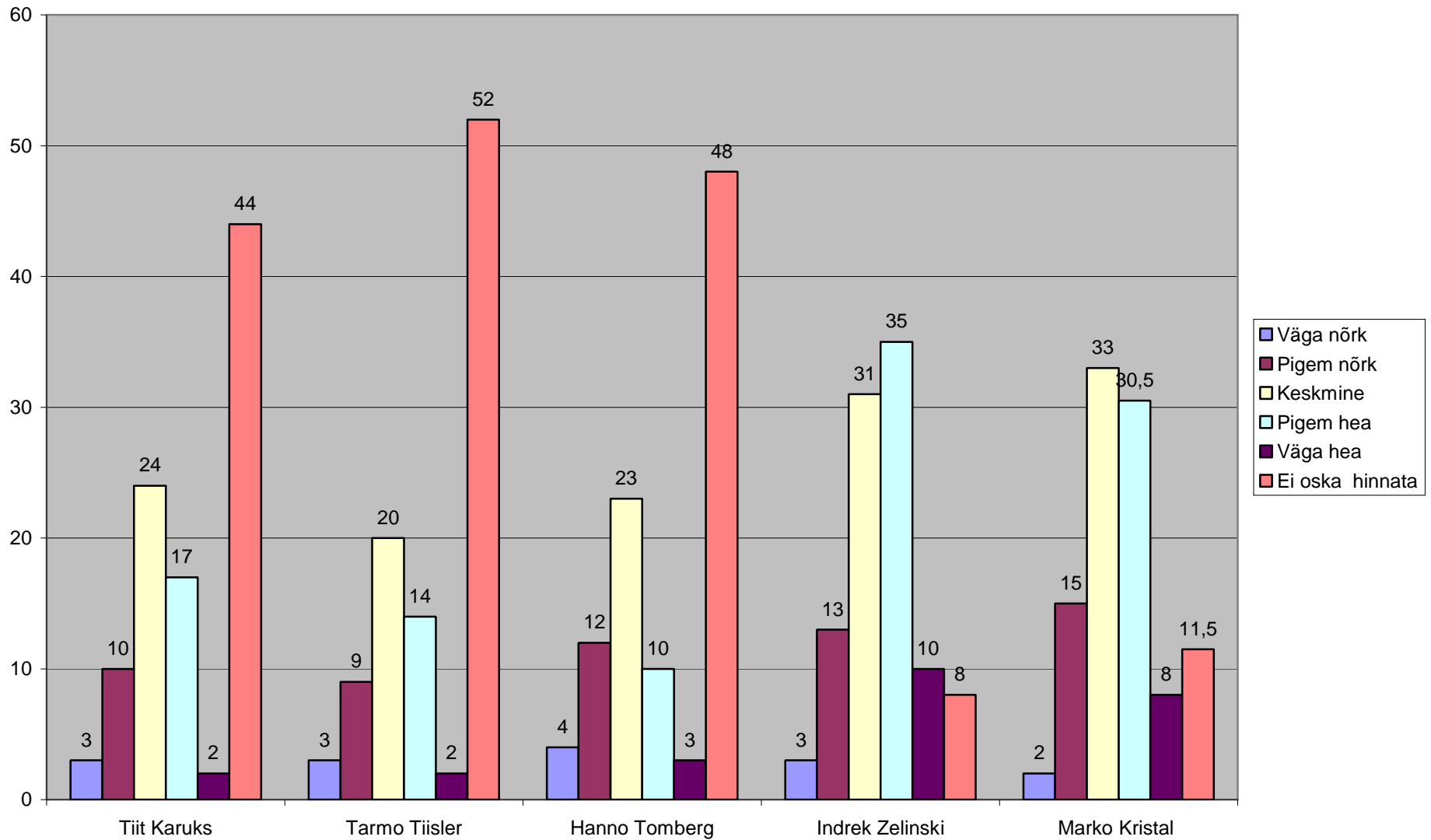
Joonis 16 - kui oskuslikult kirjutavad ajakirjanikud jalgpallist? (3)



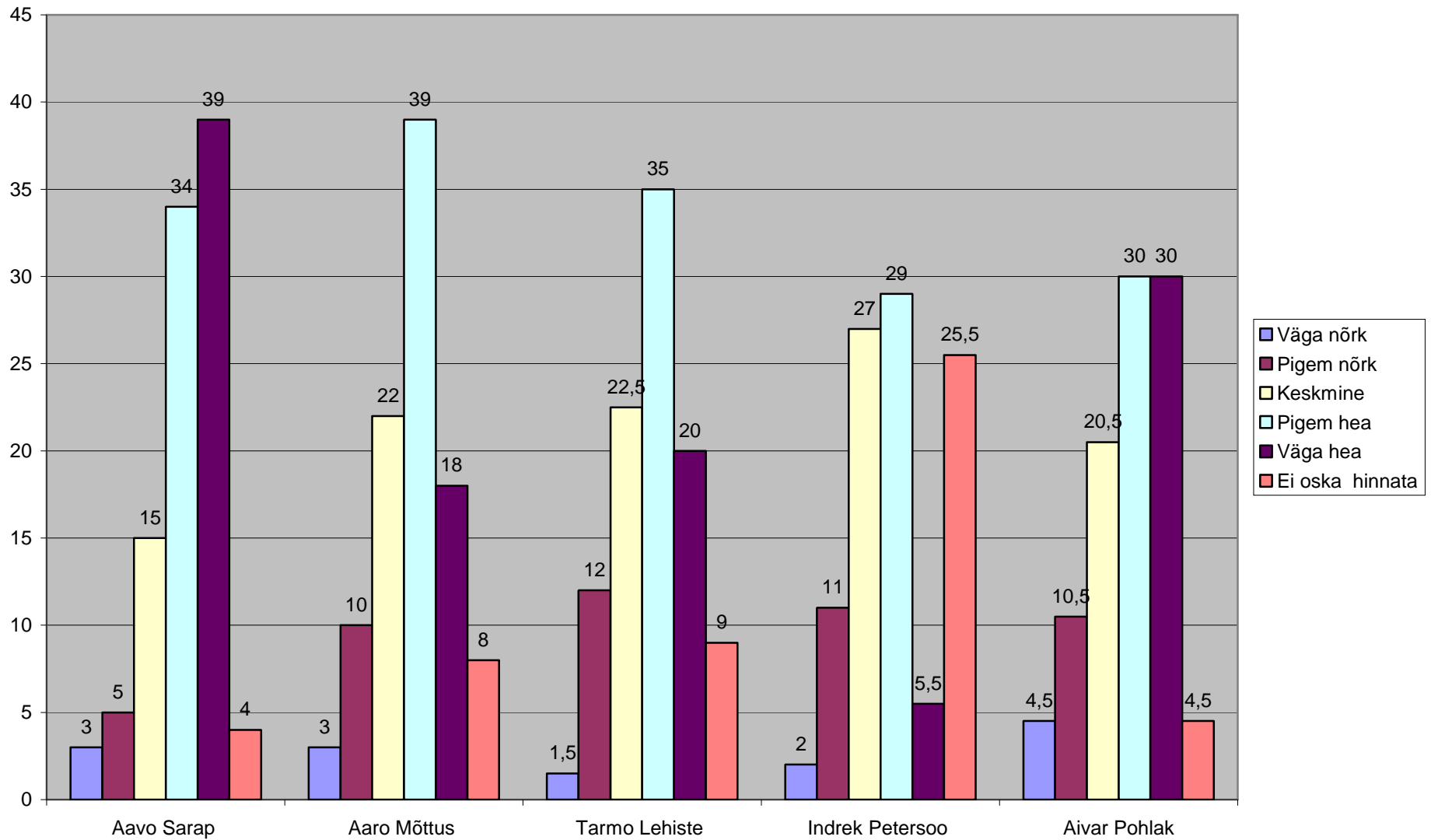
Joonis 17 - hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset (1)



Joonis 17 - hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset (2)



Joonis 17 - hinnake Eesti jalgpallikommentaatorite taset (3)



Lisa 8 – Hii-ruut-testi olulised jaotused

Jalgpalliga seotud meediakasutus (kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks...?)

Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks teatmeteoseid

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei kasuta üldse	21	25	4	50
kord kuus või harvemini	21	46	29	96
mitu korda kuus	1	13	12	26
mitu korda nädalas	0	4	5	9
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 26,6721318398656

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks ETVd

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei kasuta üldse	1	2	2	5
kord kuus või harvemini	14	9	4	27
mitu korda kuus	11	23	8	42
mitu korda nädalas	14	36	18	68
iga päev	3	18	18	39
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 23.52

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks välismaa telekanaleid

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei kasuta üldse	8	9	2	19
kord kuus või harvemini	6	10	5	21
mitu korda kuus	10	14	3	27
mitu korda nädalas	12	32	14	58
iga päev	7	23	26	56
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 21.57

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks Eesti raadiojaamu

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei kasuta üldse	27	41	21	89
kord kuus või harvemini	11	26	12	49
mitu korda kuus	2	14	14	30
mitu korda nädalas	0	6	3	9
iga päev	2	1	0	3
Kokku	42	88	50	180

Hii-ruut = 16.59

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,05$).

Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks Sportnetti

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei kasuta üldse	23	18	8	49
kord kuus või harvemini	9	12	2	23
mitu korda kuus	3	19	8	30
mitu korda nädalas	1	21	13	35
iga päev	6	18	19	43
Kokku	42	88	50	180

Hii-ruut = 39.10

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui sageli kasutate jalgpalliinfo saamiseks välismaa jalgpalliportaale

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei kasuta üldse	9	5	1	15
kord kuus või harvemini	13	7	3	23
mitu korda kuus	6	17	4	27
mitu korda nädalas	9	26	11	46
iga päev	6	32	31	69
Kokku	43	87	50	180

Hii-ruut = 43.00

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Jalgpalliga seotud meediakasutus (kui hästi olete informeeritud)

Kui hästi olete informeeritud Eesti liigajalgpallist

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
väga kehvasti	5	0	0	5
pigem kehvasti	9	5	0	14
keskmiselt	14	27	4	45
pigem hästi	12	39	19	70
väga hästi	3	17	27	47
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 62.64

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Eesti koondistega seonduvast

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
pigem kehvasti	3	2	0	5
keskmiselt	13	9	0	22
pigem hästi	17	47	9	73
väga hästi	7	30	41	78
Kokku	40	88	50	178

Hii-ruut = 58.89

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Eesti noorte ja naiste jalgpallist				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	7	5	0	12
väga kehvasti	15	16	4	35
pigem kehvasti	13	39	10	62
keskmiselt	2	18	21	41
pigem hästi	5	6	10	21
väga hästi	0	3	5	8
Kokku	42	87	50	179

Hii-ruut = 48.97

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Läti ja Leedu jalgpallist				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	22	14	2	38
väga kehvasti	18	38	7	63
pigem kehvasti	3	33	25	61
keskmiselt	0	2	14	16
pigem hästi	0	1	2	3
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 80,01

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Venemaa jalgpallist				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	15	1	0	16
väga kehvasti	12	4	0	16
pigem kehvasti	12	52	2	66
keskmiselt	4	28	26	58
pigem hästi	0	2	15	17
väga hästi	0	0	7	7
Kokku	43	87	50	180

Hii-ruut = 157.27

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Skandinaavia jalgpallist				
--	--	--	--	--

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	13	1	0	14
väga kehvasti	18	7	0	25
pigem kehvasti	11	47	8	66
keskmiselt	0	27	30	57
pigem hästi	1	2	9	12
väga hästi	0	1	3	4
Kokku	43	85	50	178

Hii-ruut = 127.60

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Inglismaa jalgpallist

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	3	1	0	4
väga kehvasti	2	0	0	2
pigem kehvasti	10	6	0	16
keskmiselt	19	23	3	45
pigem hästi	3	36	16	55
väga hästi	6	22	31	59
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 71.42

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Itaalia jalgpallist

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	8	2	0	10
väga kehvasti	14	3	0	17
pigem kehvasti	15	25	4	44
keskmiselt	4	38	8	50
pigem hästi	1	16	22	39
väga hästi	1	3	16	20
Kokku	43	87	50	180

Hii-ruut = 120.36

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Saksamaa jalgpallist				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	9	3	0	12
väga kehvasti	21	5	0	26
pigem kehvasti	10	45	2	57
keskmiselt	2	27	14	43
pigem hästi	1	4	22	27
väga hästi	0	4	12	16
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 155.71

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Hispaania jalgpallist				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	10	2	1	13
väga kehvasti	10	3	0	13
pigem kehvasti	11	17	0	28
keskmiselt	10	40	9	59
pigem hästi	1	17	19	37
väga hästi	0	9	21	30
Kokku	42	88	50	180

Hii-ruut = 105.22

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud muu Euroopa jalgpallist				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	10	3	1	14
väga kehvasti	21	13	1	35
pigem kehvasti	9	39	6	54
keskmiselt	2	27	21	50
pigem hästi	0	6	15	21
väga hästi	0	0	6	6
Kokku	42	88	50	180

Hii-ruut = 108.20

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Meistrite liigast

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	3	0	0	3
väga kehvasti	1	0	0	1
pigem kehvasti	8	1	0	9
keskmiselt	16	4	0	20
pigem hästi	13	46	11	70
väga hästi	2	37	39	78
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 107.02

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud UEFA karikasajast

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	5	0	0	5
väga kehvasti	5	1	0	6
pigem kehvasti	19	13	0	32
keskmiselt	10	37	8	55
pigem hästi	3	29	21	53
väga hästi	0	8	21	29
Kokku	42	88	50	180

Hii-ruut = 104.07

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud Euroopa rahvuskoondistega seonduvast

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	3	1	0	4
väga kehvasti	2	1	0	3
pigem kehvasti	16	5	9	30
keskmiselt	15	31	24	70
pigem hästi	6	39	10	55
väga hästi	1	11	7	19
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 43.12

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Kui hästi olete informeeritud muu maailma jalgpallist				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei huvita	5	1	0	6
väga kehvasti	19	9	0	28
pigem kehvasti	16	36	9	61
keskmiselt	3	34	24	61
pigem hästi	0	6	10	16
väga hästi	0	2	7	9
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 84.93

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Jalgpalliga seotud meediakasutus (kui olulised on Teile need kanalid infoallikana jalgpalli kohta?)

Kui olulised on infoallikana jalgpalli kohta: teatmeteosed ja raamatud				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei ole oluline	28	40	13	81
mõnevõrra oluli	15	40	29	84
väga oluline	0	8	7	15
Kokku	43	88	49	180

Hii-ruut = 16.26

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Kui olulised on infoallikana jalgpalli kohta: Välismaa telekanalid				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei ole oluline	13	11	5	29
mõnevõrra oluli	9	21	9	39
väga oluline	21	56	36	113
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 9.78

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,05$).

Kui olulised on infoallikana jalgpalli kohta: Sportitäh				
	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei ole oluline	26	38	11	75
mõnevõrra oluli	12	34	22	68
väga oluline	4	16	17	37
Kokku	42	88	50	180

Hii-ruut = 17.41

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Kui olulised on infoallikana jalgpalli kohta: välismaa ajalehed ja ajakirjad
--

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei ole oluline	34	48	21	103
mõnevõrra oluli	6	30	21	57
väga oluline	3	10	8	21
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 13.52

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Kui olulised on infoallikana jalgpalli kohta: Sportnet

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei ole oluline	25	35	10	70
mõnevõrra oluli	10	23	22	55
väga oluline	8	30	18	56
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 15.85

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Kui olulised on infoallikana jalgpalli kohta: välismaa porta

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
ei ole oluline	16	3	2	21
mõnevõrra oluli	12	31	14	57
väga oluline	15	53	34	102
Kokku	43	87	50	180

Hii-ruut = 37.45

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Rahulolu (kuidas olete rahul järgnevate meediaüksuste jalgpallikajastusega?)

Kuidas olete rahul Spordileht jalgpallikajastusega?

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
Ei ole rahul	0	6	6	12
Pigem rahulolem	5	10	7	22
Ei tea, raske öelda	31	50	18	99
Pigem rahul	5	14	8	27
Väga rahul	1	4	9	14
Kokku	42	84	48	174

Hii-ruut = 20.78

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Kuidas olete rahul Sporditähe jalgpallikajastusega?

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
Ei ole rahul	0	4	3	7
Pigem rahulolem	4	9	4	17
Ei tea, raske öelda	25	33	12	70
Pigem rahul	12	33	18	63
Väga rahul	1	7	12	20
Kokku	42	86	49	177

Hii-ruut = 21.65

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Kuidas olete rahul Sportneti jalgpallikajastusega?

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
Ei ole rahul	1	4	3	8
Pigem rahulolem	3	7	4	14
Ei tea, raske öelda	23	28	9	60
Pigem rahul	11	36	21	68
Väga rahul	4	11	12	27
Kokku	42	86	49	177

Hii-ruut = 15.81

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,05$).

Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot saada?

Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot: Läti, Leedu ja Venemaa jalgpallist

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
Infot võiks väh	2	1	4	7
Infot on piisav	24	32	8	64
Tahaks veidi ro	11	39	30	80
Tahaks olulisel	5	16	8	29
Kokku	42	88	50	180

Hii-ruut = 21.44

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot: Skandinaavia jalgpallist

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
Infot võiks väh	2	0	6	8
Infot on piisav	23	35	8	66
Tahaks veidi ro	13	43	29	85
Tahaks olulisel	5	10	7	22
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 23.94

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Millest tahaksid Eesti meediast rohkem infot: rahvuskoondistega seonduvast

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
Infot võiks väh	0	0	5	5
Infot on piisav	14	30	21	65
Tahaks veidi ro	17	36	14	67
Tahaks olulisel	12	22	10	44
Kokku	43	88	50	181

Hii-ruut = 15.99

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,05$)

Kas Teie arvates reageerib antud kanal jalgpalliuudistele piisavalt kiiresti?

Kas Teie arvates reageerib Kanal 2 jalgpalliuudistele kiiresti?

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
väga aeglaselt	8	13	16	37
pigem aeglaselt	5	28	12	45
Ei tea, raske öelda	22	35	12	69
pigem kiiresti	7	9	8	24
kiiresti	1	2	2	5
Kokku	43	87	50	180

Hii-ruut = 15.60

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,05$).

Kas Postimees reageerib jalgpalliuudistele kiiresti?

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
väga aeglaselt	0	6	8	14
pigem aeglaselt	9	16	8	33
Ei tea, raske öelda	19	24	18	61
pigem kiiresti	15	36	12	63
kiiresti	0	5	3	8
Kokku	43	87	49	179

Hii-ruut = 15.80

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,05$).

Kas Spordileht reageerib jalgpalliuudistele kiiresti?

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
väga aeglaselt	1	4	5	10
pigem aeglaselt	6	18	7	31
Ei tea, raske öelda	31	54	23	108
pigem kiiresti	4	9	13	26
kiiresti	1	0	2	3
Kokku	43	85	50	178

Hii-ruut = 16.14

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,05$).

Kas Sporditüht reageerib jalgpalliuudistele kiiresti?

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
väga aeglaselt	0	7	6	13
pigem aeglaselt	11	21	7	39
Ei tea, raske öelda	27	42	17	86
pigem kiiresti	3	15	15	33
kiiresti	1	0	4	5
Kokku	42	85	49	176

Hii-ruut = 24.82

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,01$).

Kas Sportnet reageerib jalgpalliuudistele kiiresti?

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
väga aeglaselt	0	1	2	3
pigem aeglaselt	4	5	3	12
Ei tea, raske öelda	23	26	5	54
pigem kiiresti	12	33	18	63
kiiresti	4	21	21	46
Kokku	43	86	49	178

Hii-ruut = 28.26

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).

Palun hinnake kui hästi kirjutavad Eesti ajakirjanikud jalgpallist

Andres Must

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
väga kehvasti	1	1	0	2
pigem kehvasti	2	1	4	7
keskmiselt	6	14	2	22
pigem hästi	3	16	17	36
väga hästi	0	2	3	5
Kokku	12	34	26	72

Hii-ruut = 16.78

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,05$).

Aivar Pohlak

	vähemteadjad	keskmiste teadmistega	enamteadjad	Kokku
väga kehvasti	1	3	2	6
pigem kehvasti	3	7	19	29
keskmiselt	4	23	7	34
pigem hästi	18	22	17	57
väga hästi	14	30	5	49
Kokku	40	85	50	175

Hii-ruut = 35.89

Jaotus on statistiliselt oluliselt erinev ($p \leq 0,001$).