

Erinevad põlvkonnad teleauditooriumina 2014. aastal

Eva Maria Põldmäe

Meediavallas on põlvkonnauuringud viimastel aastatel muutunud üha olulisemaks, sest meediakasutus, sh televaatamine eristub eri vanuses inimeste seas aina drastilisemalt. Kui TNS Emori andmetel erines 2000. aastal televaatamisele päevas kulutatav aeg kõige nooremas ja kõige vanemas vanuserühmas ligikaudu ühe tunni võrra (oli vanimas vanuserühmas 59 minutit suurem noorima omast), siis 2014. aastal oli see erinevus neli korda suurem — 241 minutit.¹ Seda erinevust ning televaatamisele kulutatava aja vähenemist nooremates vanuserühmades üldiselt võib vaadelda televisiooni tähenduse muutumisena, mille on tinginud digitaalmeedia esiletõus.

Minu 2015. aastal kaitsstud magistritöö pakub ühe võimaliku lahenduse, kuidas põlvkonnad jagunevad meediakasutuse, ennekõike televaatamise põhjal. Kuid mille alusel eristada põlvkondi ning mis on ühe põlvkonna tunnused? Põlvkonnateooria üks olulisemaid autoreid Karl Mannheim peab põlvkonda enam-vähem ühel ajal sündinud inimeste rühmaks, kes on nooruses koos läbi elanud olulise ajaloolise sündmuse, mis vormib nende sotsiaalse teadvuse. Mannheimi teooriast tulenevalt on Gary Gumpert ja Robert Cathhart öelnud, et meediatehnoloogiad ja -sisu, mida inimene tarbib oma kujunemisaastatel, kujundavad tema kogu ülejäänud elu meediakogemuse ja -eelistused. Nii kujunevadki nende hinnangul erinevad meediapõlvkonnad —

ühiste kogemuste, konkreetsete meediatehnoloogiate ning sisu koosmõjul². Järgnevalt annan ülevaate, millised meediapõlvkonnad eristuvad televaatamise alusel Eestis ning mis neid põlvkondi peamiselt iseloomustab.

Vanuserühmast põlvkonnaks

Kui varasemates töodes on (meedia)põlvkondi tinglikult eristatud suurte ajalooliste sündmuste põhjal, mis indiviidide noorusaastatel nende kujunemisele olulist mõju on võinud avaldada, siis selles töös on lähtutud inimeste endi vastustest tulenevatest tendentsidest. Kuna töö keskendub televaatamise analüüsimisele, on põlvkondade eristamise aluseks võetud televaatamisega seotud tunnused, täpsemalt televisiooni eri žanride jälgimisega seotu. Sarnaste vaatamistendentsidega vanuserühmade selgudes on võetud kõrvale nii ühiskonna kui ka meedia arengud lähiajalooos, et mõtestada, miks on põlvkond just selline. Et generatsioonide kujunemisel on oluliseks faktoriks noorus- ja kujunemisaastad (mis Mannheimi järgi algavad 17. eluaastast),³ on huvipakkuv defineerida meediapõlvkondi just televaatamise perspektiivist, sest televisioon on domineerivaks kultuurilevi meediumiks olnud aastakümneid ning peaaegu kõik uuritavad on oma noorusajas olnud selle meediumi mõjualas.

Töös kasutatud andmestik pärineb Tartu ülikooli ühiskonnateaduste instituudi läbiviidavast sotsio-

Artikkel põhineb 2015. a juunis Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudis kaitsstud magistritööl (juh Peeter Vihalemm). Vt <http://hdl.handle.net/10062/47367>.

¹ Peeter Vihalemm. Meediakasutuse üldtendentsid. — Indrek Ude, Peeter Vihalemm. (Toim) Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2014. Tartu: Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Selts, 2015.

² Refereeritud artikli kaudu Göran Bolin, Eli Skogerbo. Age, Generation and the Media. — Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook. 2013, Vol 11, lk-d 3–14.

³ Karl Mannheim. Essays on the Sociology of Knowledge. New York: Oxford Press, 1952 [1928], lk 300.

loogilisest uuringust „Mina. Maailm. Meedia 2014“ ning valimisse kuulus 1028 eestlast vanuses 15–79. Selleks et välja selgitada, millised indiviidid televaatamise sarnasuse põhjal ühte vanuserühma koonduvad, vaatlesin iga vanuse (ühel aastal sündinute) keskmist televaatamise sagedust mitme indeksi ja üksiktunnuse kaupa ning koondasin sarnaste tunnustekombinatsioonidega vastajad üheks vanuserühmaks.

Võrdluse aluseks, vanuserühmade piiride määramiseks olid kasutusel järgmised tunnused:

- uudiste vaatamise indeks,
- arutlus- ja dokumentaalsaadete vaatamise indeks,
- kultuurisaadete vaatamise indeks,
- meelelahutussaadete vaatamise indeks,
- loodus- ja teadussaadete vaatamise indeks,
- ETV vaatamise üksiktunnus.

Varasemate uurimuste põhjal on selgunud, et põlvkonnad eristuvad üksteisest meelelahutuslike žanride jälgimise poolest.⁴ Seetõttu on lisaks indeksi sisse võetud ka viimasena nimetatud üksiktunnus, mis on ainsana kanalipõhine. ETV on meelelahutuslikust ja kommertslikust sisust vähem mõjustatud kui erakanalid, mistõttu peaksid selle telekanali jälgimise põhjal erinevused põlvkondade vahel hästi välja joonistuma.

Kuue ülaltoodud näitaja põhjal eristusid sarnaste vaatamistendentside alusel järgmised vaatajarühmad (tabel 1).

Kõige erinevama tulemuse põlvkondade kujunemisel andis loodus- ja teadussaadete vaatamise indeks. Selle põhjal eristus selgemalt neli põlvkonda, samas kui teiste tunnuste põhjal eristus viis. Kõige selgemalt saab välja tuua kõige noorema põlvkonna piiri, milleks on 25. eluaasta — nii uudiste- kui ka arutlus- ja dokumentaalsaadete vaatamise puhul lõpeb 25. eluaasta juures suhteliselt ühetaoline keskmine jälgitavus ning alates 26. eluaastast võib märkata keskmise vaadatavuse tõusu. Et lõplikult välja tuua erinevad põlvkonnad, on ennekõike lähtutud eri üksikindeksite kattuvuspunktidest. Kokkuvõtvalt on analüüsi tulemusel selgunud põlvkondade lõplikud sünni- ja noorusaastad esitatud tabelis 2.

Meediapõlvkonnad Eestis

Selleks et tabelis 2 esitatud vanuserühmi vaadelda põlvkondadena, on järgnevalt kirjeldatud rühmade noorusaastate olulisi sündmusi nii ühiskonnaku kui ka meediaajaloo aspektist⁵ ning sellest tulenevalt antud neile ka nimetused.

I. Trükimeedia põlvkond (sündinud 1935–1947, kujunemisaastad 1952–1964). See on põlvkond, kelle noorusaeg langeb II maailmasõja järgsesse aega, mille algust iseloomustab tugev tsensuur, kuid lõppu juba sula- ning lootusteage. Põlvkonna noorusajal võib olulisemateks meediumideks lugeda trükimeediat ja raadiot, kuna televisioon hakkas laiemalt levima ning selle tähtsus kasvama alles 1960ndatel. Kujunemisaastatel mängis põlvkonna jaoks olulist rolli kultuuriajakirjandus, mis oli rahvusliku eneseteadvuse kandjaks, ning seetõttu on kultuuriajakirjandus selle põlvkonna jaoks senini olulisel kohal.⁶

II. Televisiooni põlvkond (sündinud 1948–1959, kujunemisaastad 1965–1976). See on esimene põlvkond, kelle noorusajal sai televisioonist arvestatav ja domineeriv kultuurilevi massimeedium, arenesid erinevad teležanrid ja -vormid ning kerksid esile esimesed telestaarid. 1960ndatel sai hakata vaatama ka Soome TVd, mis oli oluline infoallikas ning aken läände. Põlvkonna noorusaeg langeb ühest küljest kokku sulajaga, mida 1960ndate lõpuni iseloomustas kultuuriline ja majanduslik elavnemine, ning lõpeb stagnatsiooni algusega, mil süvenes taas ideoloogiline kontroll.

III. Ühiskonna-ajakirjanduse põlvkond (sündinud 1960–1975, kujunemisaastad 1977–1992). Sel perioodil sündinud inimestele viidatakse sageli kui võitjate põlvkonnale, sest nad olid sobivas eas Eesti taasiseseisvumise ajal, mil tuli hakata uut ühiskonda üles ehitama. Selle põlvkonna kujunemisaastad langevad ühest küljest kokku stagnatsiooni ja venestamisega, mil kasvas kontroll meedia üle, mistõttu oluliseks sai kultuuriajakirjandus ning allegoo-

⁴ Veronika Kalmus, Anu Masso, Marju Lauristin. Preferences in Media Use and Perception of Inter-Generational Differences among Age Groups in Estonia: A Cultural Approach to Media Generations. Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook. 2013, Vol 11, lk 21.

⁵ Erinevate perioodide iseloomustamisel on lähtutud Peeter Vihalemma ja Marju Lauristini esitatud periodiseeringust: Peeter Vihalemm, Marju Lauristin. Eesti ühiskonna ja meedia muutumine 1965–2004. — Peeter Vihalemm. (Toim) Meediasüsteem ja meediakajastus Eestis. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2004, lk-d 1–22.

⁶ Marju Lauristin. Eestlaste kultuurisuhte muutused liikumisel siirdeühikonnast võrguühikonda. — Aili Aarelaid-Tart. (Koost) Nullindate kultuur I: teise laine tulemine, Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2012, lk-d 13–43.

Tabel 1. Vanuserühmad erinevate televaatamise tunnuste sarnasuse põhjal

		I põlvkond	II põlvkond	III põlvkond	IV põlvkond	V põlvkond
Uudistesaadete keskmise vaatamise järgi	Vanuserühm	67–79	53–66	39–52	26–38	15–25
	Sünniaeg	1935–1947	1948–1961	1962–1975	1976–1988	1989–1999
	Nooruspõlve aeg (17 a)	1952–1964	1965–1978	1979–1992	1993–2005	2006–...
Arutlus- ja dokumentaalsaadete keskmise vaatamise järgi	Vanuserühm	67–79	55–66	43–54	26–42	15–25
	Sünniaeg	1935–1947	1948–1959	1960–1971	1972–1988	1989–1999
	Nooruspõlve aeg (17 a)	1952–1964	1965–1976	1977–1992	1993–2005	2006–...
Kultuurisaadete keskmise vaatamise järgi	Vanuserühm	73–79	59–72	43–58	29–42	15–28
	Sünniaeg	1935–1941	1942–1955	1956–1971	1972–1985	1986–1999
	Nooruspõlve aeg (17 a)	1952–1958	1959–1972	1973–1988	1989–2002	2003–...
Meelelahutussaadete keskmise vaatamise järgi	Vanuserühm	66–79	52–65	37–51	24–36	15–23
	Sünniaeg	1935–1948	1949–1962	1963–1977	1978–1990	1991–1999
	Nooruspõlve aeg (17 a)	1952–1965	1966–1979	1979–1994	1995–2007	2008–...
Loodus- ja teadussaadete keskmise vaatamise järgi	Vanuserühm	69–79	49–68	29–48	15–28	
	Sünniaeg	1935–1945	1946–1965	1966–1985	1986–1999	
	Nooruspõlve aeg (17 a)	1952–1962	1963–1982	1983–2002	2003–...	
ETV keskmise vaatamise järgi	Vanuserühm	67–79	53–66	39–52	25–38	15–24
	Sünniaeg	1935–1947	1948–1961	1962–1975	1976–1989	1990–1999
	Nooruspõlve aeg (17 a)	1952–1964	1965–1978	1979–1992	1993–2006	2007–...

Tabel 2. Televaatamise põlvkondade sünni- ja nooruspõlve aastad

Põlvkond	Sünniaasta	Nooruspõlve aeg (alates 17. eluaastast)	Vanus 2014. a
I põlvkond	1935–1947	1952–1964	67–79
II põlvkond	1948–1959	1965–1976	55–66
III põlvkond	1960–1975	1977–1992	39–54
IV põlvkond	1976–1988	1993–2005	26–38
V põlvkond	1989–1999	2006– ...	15–25

rilised ja kahemõttelised tekstid. Teisest küljest langeb see Nõukogude Liidu vaikselt lagunemise aega 1980ndate teisel poolele, mil tsensuur ajakirjandusele vähenes ning meedia mängis olulist rolli ühiskonna koondamisel, organiseerimisel ja muutuste algatamisel. Seega seostub meedia selle põlvkonna jaoks arutlemisega ühiskonnas olulistel teemadel ja kaasärääkimisega nii varjatult kui ka avalikult.

IV. Vaba meedia põlvkond (sündinud 1976–1988, kujunemisaastad 1993–2005). See on esimene vabas Eestis iseseisvat elu alustanud põlvkond, kel oli oma kujunemisaastatel esmakordselt võimalik tarbida vaba ajakirjandust. Sel ajastul tekkis palju uusi žanre ja kanaleid kõigis eri meediumides. Huvipakkuval kombel ei eristu selles generatsioonis ühegi meediumi teisest aktiivsem või mitmekülgsem kasutamine, vaid kõiki (trükiajakirjandus, televisioon, raadio, internet) jälgitakse ühesuguse

aktiivsusega (vt joonis 1). See võib tuleneda asjaolust, et taasiseseisvumise algusaajal olid kõik meediumid mingis mõttes uued ning huvipakkuvad, kuna alustasid uued kanalid ja formaadid, mis ei sõltunud enam ideoloogilisest kontrollist ja propagandast. Seetõttu mõjutasid erinevad novaatorliku sisuga meediumid noorte meediateadvust sel ajahetkel võrdväärselt.

V. Digimeedia põlvkond (sündinud 1989–1999, kujunemisaastad 2006–...). Selle põlvkonna noorusaeg on ühtlasi *online*-meedia hiilgeaja algus. *Online* saavutas esimest korda tugeva ülevaalu enne majanduskriisi⁷ ning süvenes veelgi enam pärast seda. Lisaks võrguväljaannete väga

⁷ Igor Rõtov. Ajakirjanduse olevik ja tulevik subjektiivsel ajateljel 1988–2018. — Indrek Ude, Peeter Vihalemm. (Toim) Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2014. Tartu: Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Selts, 2015, lk 123.

aktiivsele kasutamisele on see põlvkond üles kasvanud sotsiaalmeediaga kui loomuliku kommunikatsiooniplatvormiga, mille abil nii suhelda sõpradega kui ka hankida infot, mida saab samades portaalides jagada. Ajakasutuse piirid info tarbimise ning sotsiaalse suhtluse vahel on selle põlvkonna jaoks hägustunud.

Televaatajate tüübid Eestis 2014. aastal

Enne iga põlvkonna täpsema meediakasutuse iseloomustamist toon välja televaatajate tüübid Eestis 2014. aastal, mis on üheks generatsioonide meediakasutuse kirjeldajaks töös. Vaatajatüüpide loomisel on koostatud klasteranalüüs telesaadete vaatamissageduse põhjal, sellesse kuulus 19 tunnust. Klasteranalüüs võimaldab suurt hulka vastajaid grupeerida ühesuguste hoiakute ja eelistuste põhjal ning annab alternatiivse ja huvipakkuva viisi kirjeldada Eesti televaatajat. Parimaks osutus seitsmeklastriline lahend ning eestlastest televaatajate seas joonistuvad välja järgmised tüübid.

- **Sage kultuuri- ja arutlussaadete jälgija (1. klaster).** See vaatajarühm on väga sage telesaadete jälgija. Võrreldes teiste tüüpidega on näha, et neid iseloomustab keskmisest oluliselt sagedasem arutus- ja kultuurisaadete jälgimine (vt tabel 3). Sagedaste jälgijate osakaal on kultuurisaadete puhul absoluutne ning arutlussaadete sagedasi jälgijaid on 90%. Vaatajarühma kuuluvad peamiselt kahe vanema põlvkonna esindajad, suurem osa vastajaist on naised, kõrgharitud ning peamiselt tallinlased.
- **Sage uudiste- ja meelelahutussaadete jälgija (2. klaster).** Seda vaatajarühma iseloomustab keskmisest sagedasem uudiste ning meelelahutussaadete jälgimine. Vaatajarühma keskmisest harvemini jälgitakse mõningaid arutus- ja kultuurisaateid. Ka see klaster koosneb suuremas osas kahest vanemast põlvkonnast. Valdav osa vastajaist on naised, keskharidusega ja maapiirkondadest ning väikelinnadest.
- **Arutus- ja uudistesaadete jälgija (3. klaster)** Vaatajarühma iseloomustab enim erinevate arutus- ja uudistesaadete sage jälgimine, võrdlemisi palju on ka uudistesaadete sagedasi jälgijaid

(59%). Klatri keskmisest jälgitakse harvemini meelelahutuslikke žanre ning huvitaval kombel ka mõningaid kultuurisaateid. Suurima osakaalu vaatajatüübist moodustab I põlvkond. Pigem on vastajad mehed, keskharidusega ja maapiirkondadest ning väikelinnadest.

- **Meelelahutussaadete jälgija (4. klaster)** Seda vaatajarühma iseloomustab keskmisest sagedasem meelelahutuslike saadete jälgimine. Väga madal on aga arutus- ja kultuurisaadete keskmine jälgimine. Vaatajarühmas on enim V ja IV põlvkonna liikmeid, kuid mitte oluliselt väiksem ei ole ka III ja II põlvkonna osakaal. Klattris on valdavalt naised, keskharitud, maapiirkondadest ja väikelinnadest pärit inimesed.
- **Möödukas uudiste jälgija (5. klaster).** Selles vaatajarühmas on teleri keskmine vaatamissagedus möödukas. Ennekõike jälgitakse uudistesaadeteid, aga ka dokumentaal- ja loodusfilme. Suurima osa sellest vaatajatüübist moodustab III põlvkond. Naisi ja mehi on võrdselt, peamiselt on liikmed keskharitud ning pigem suurlinnadest.
- **Harv, kuid mitmekülgne vaataja (6. klaster).** Selles vaatajarühmas jälgitakse keskmisest sagedamini erinevaid meelelahutuslikke žanre, uudistesaadeteid ning loodus- ja teadusfilme. Klatri keskmine üldine vaatamissagedus on suhteliselt madal ning jälgitavad saated on võrdlemisi erinevatest žanridest. Seega võib öelda, et tegu on küllalt ebaregulaarse, kuid samas mitmekülgse vaatajaga. Enim kuulub sellesse vaatajarühma IV põlvkonna esindajaid. Klatri liikmed on peamiselt mehed, keskharitud ning võrdväärselt erinevatest Eesti paikadest.
- **Ebaregulaarne jälgija (7. klaster).** Selles vaatajarühmas on keskmine vaatamissagedus kõige madalam. Võrreldes teiste tüüpidega jälgitakse peaaegu kõiki saateid harvemini. Vaatajarühmas on kõige enam noorima ehk digimeedia põlvkonna esindajaid. Vaatajarühma kuuluvad pigem mehed, keskharitud ning ühtviisi nii suurlinnadest kui ka väiksematest piirkondadest.

Tabelis 3 on täpsemalt välja toodud kõigi klasterite üksiksaadete keskmised vaatamissagedused. Klattrid on järjestatud üldise vaatamissageduse järgi kahanevas järjekorras.

Tabel 3. Saadete keskmised vaatamissagedused ja indeksi keskmised klastrites

Klastri nr	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	Saate keskmine vaatamis-sagedus
Klastri suurus (%)	12%	15%	10%	16%	18%	18%	11%	
Klastri keskmine üldine vaatamissagedus (viiepalliskaalal)	3,49	3,14	3,06	2,53	2,48	1,98	1,44	
„Aktuaalne kaamera“	4,66	4,67	4,74	3,33	4,20	3,01	2,20	3,83
„Seitsmesed uudised“	3,57	4,30	3,93	3,51	3,39	2,95	1,78	3,35
„Reporter“	3,48	4,44	3,78	4,10	3,26	3,24	1,80	3,44
„Vabariigi kodanikud“	3,92	2,86	4,04	1,41	2,57	1,26	1,19	2,46
„Foorum“	3,90	2,94	4,05	1,42	2,41	1,21	1,21	2,45
„Välisilm“	3,69	2,34	3,98	1,33	2,42	1,23	1,26	2,32
„Kapital“	3,26	1,85	3,21	1,21	1,95	1,17	1,16	1,97
„Kahekõne“	3,55	2,90	3,29	1,40	2,30	1,23	1,17	2,26
„OP! teater ja film“	3,54	2,01	1,69	1,27	1,79	1,17	1,21	1,81
„OP! kunst“	3,44	1,58	1,55	1,16	1,69	1,08	1,10	1,66
„OP! Kirjandusministeerium“	3,48	1,69	1,60	1,09	1,71	1,08	1,08	1,68
„MI“	2,95	1,33	1,35	1,10	1,48	1,04	1,06	1,47
Telemängud („Võta või jäta“, „Rooside sõda“, „Kuldvillak“ jms)	2,97	4,31	3,22	4,00	2,65	2,71	1,53	3,06
Meelelahutussaadet („Eesti laul“, „Su nägu kõlab tuttavalt“ jt)	3,69	4,54	3,52	4,48	2,93	3,25	1,89	3,47
Pereseriaalid („Pilvede all“, „Õnne 13“, „Kodus ja võõrsil“ jt)	3,60	4,53	3,01	4,52	2,53	2,28	1,25	3,10
Romantilised draamad, armastusfilmid	2,78	3,42	2,00	3,36	1,78	1,77	1,26	2,34
Komöödiad	2,77	3,28	2,54	3,67	2,38	2,90	1,82	2,76
Dokumentaal- ja loodusfilmid	3,64	3,74	3,55	3,24	3,00	2,76	1,77	3,10
Teadussaadet, populaarteaduslikud filmid	3,43	2,98	3,10	2,37	2,61	2,20	1,65	2,62
Indeksi keskmine väärtus klastris	3,91	3,57	3,46	2,78	2,90	2,18	1,58	Kõigi vastajate keskmine
Teleuudiste jälgimine	3,54	3,87	3,73	2,94	3,13	2,39	1,57	3,02
TV arutlus- ja doksaadete jälgimine	4,41	3,57	4,41	2,21	3,27	1,89	1,68	3,06
TV kultuurisaadete jälgimine	4,74	2,95	2,77	1,75	2,76	1,52	1,56	2,58
TV meelelahutussaadete jälgimine	3,10	4,00	2,74	4,13	2,39	2,61	1,44	2,92
TV loodus- ja teadussaadete vaatamine	3,75	3,46	3,63	2,84	2,96	2,51	1,65	2,97
Saadete sagedaste jälgijate osakaal klastris								
Teleuudiste sagedaste jälgijate osakaal	46%	64%	59%	24%	32%	7%	3%	
TV arutlus- ja doksaadete sagedaste jälgijate osakaal	90%	47%	93%	1%	29%	0%	0%	
TV kultuurisaadete sagedaste jälgijate osakaal	100%	35%	38%	5%	35%	4%	7%	
TV meelelahutussaadete sagedaste jälgijate osakaal	27%	66%	14%	72%	3%	6%	0%	
TV loodus- ja teadussaadete sagedaste jälgijate osakaal	65%	42%	56%	22%	22%	22%	3%	

Erinevate põlvkondade meediakasutus

Järgmisena on toodud ülevaade töös selgunud põlvkondade meediakasutuse iseloomustusest nii erinevate indeksite (nt uudistesaadete/meelelahutus-saadete jt vaatamine) kui ka eelmises peatükis välja toodud klasteranalüüsi põhjal.

Trükimeedia põlvkond (sündinud 1935–1947)

Selles põlvkonnas jälgitakse kõige rohkem erinevaid trükiväljaandeid. Need olid selle põlvkonna noorusajal domineeriv meedium, mistõttu mängib nende jälgimine endiselt suurt rolli. Selle põlvkonna meediateadvus on arenenud just ennekõike paberväljannete baasil.

Kui aga vaadata täpsemalt televaatamist puudutavaid tunnuseid, võib peamistena välja tuua järgmised punktid.

- Selles põlvkonnas on enim arutus- ja dokumentaalsaadete ning uudistesaadete sagedasi jälgijaid, kõige vähem aga meelelahutussaadete jälgijaid (vt täpsemalt vaatajate osakaale põlvkondades jooniselt 1). See näitab, et põlvkonnas soovitakse ennekõike kursis olla päevakajaliste temadega ning televaatamisel on ennekõike arutlev ja informatiivne funktsioon.
- Kanalite lõikes on I põlvkonnas kõige rohkem ETV sagedasi jälgijaid (95%), mis toetab järeldust, et telerit vaadatakse peamiselt arutleva ja informatiivse sisu saamise eesmärgil. Lisaks ETV-le on väga palju ka Kanal 2 ja TV3 jälgijaid, kuid väiksemate telekanalite jälgimine on marginaalne. Ühest küljest võib seletada suuremate telekanalite eelistust sellega, et need kanalid on olnud turul kõige kauem ning televaatamisharjumused on just nende kanalite jälgimisega välja kujunenud. Teisest küljest on väiksemad telekanalid pigem meelelahutusliku saatekavaga, mida vanim põlvkond jälgib vähem regulaarselt.
- Selles põlvkonnas on keskmine üldine vaatamis-sagedus võrdlemisi kõrge, mis annab aimu, et olakse harjunud sageli telerit vaatama.

Televisiooni põlvkond (1948–1959)

Selle põlvkonna kujunemisaastad langesid aega, mil televisioonist kujunes massimeedium. Küll aga on II põlvkonnas siiski enim ajalehtede aktiivseid ja mitmekülgseid jälgijaid. Võib järeldada, et trükimeedia mõju on selle põlvkonna kujunemisaastatel vägagi olulist rolli mänginud, hoolimata televisiooni kui novaatorliku meediumi tekkest ning massilisest kasutuselevõtust.

Kui vaadata täpsemalt televaatamist puudutavaid tunnuseid, võib peamistena välja tuua järgmised punktid.

- Selles põlvkonnas on peaaegu kõigi saateliikide sagedasi jälgijaid ühevõrra palju — uudiste, arutus- ja dokumentaalsaadete, kultuurisaadete ja loodussaadete sagedasi jälgijaid on kõiki ligikaudu 40%. Vaid meelelahutussaadete regulaarseid jälgijaid on televisiooni generatsioonis suhteliselt vähe. Võrreldes I põlvkonnaga on kõigi saateliikide sagedasi jälgijaid vähem. Üldistavalt võib öelda, et televaatamisel pakuvad võrdväärselt huvi pigem informatiivset ning arutuslikkuharivat funktsiooni kandvad saateliigid.
- Kanalite jälgimise alusel on televisiooni põlvkond kõige sagedasem Eesti suuremate telekanalite jälgija (ETV 97%, Kanal 2 88%, TV3 85%, olulisena tõuseb esile ka ETV2 74%). Võib täheledada, et väiksemate telekanalite jälgimine on oluliselt ebaregulaarsem. Ka siinkohal kehtib arvamus, et suuremad kanalid on olnud kõige kauem eetris ning televaatamisharjumused on just nende kanalite jälgimisega välja kujunenud.
- Klasteranalüüsi põhjal leidub enim televisiooni põlvkonna esindajaid sagedaste kultuuri- ja arutlussaadete (1. klaster) ning sagedaste uudiste- ja meelelahutussaadete (2. klaster) jälgijate seas. Mõlemaid klastreid iseloomustab väga sagedane televaatamine, selles põlvkonnas vaadatakse telerit regulaarselt ning sageli. Ühtlasi on saate-eelistuste spekter võrdlemisi mitmekülgne.

Ühiskonna-ajakirjanduse põlvkond (sündinud 1960–1975)

Ka selles põlvkonnas, sarnaselt kahe vanema põlvkonnaga, on enim trükiväljannete jälgijaid. Võrreldes kahe vanema põlvkonnaga on näha, et kõiki

meediume jälgitakse selles põlvkonnas aktiivsemalt. Kui aga vaadata täpsemalt televaatamist puudutavaid tunnuseid, võib peamistena välja tuua järgmised punktid.

- Ühiskonna-ajakirjanduse põlvkonda iseloomustab enim uudistesaadete sage jälgimine, kuid pea võrdväärselt jälgitakse ka muud informatiivset-arutlevat programmi (nt arutus- ning loodussaateid).
- Sagedasi jälgijaid kanalite kaupa analüüsides on näha sarnast tendentsi I ja II põlvkonnaga — kõige rohkem on ETV sagedasi jälgijaid (90%), suured on ka Kanal 2 ja TV3 sagedaste vaatajate osakaalud (vastavalt 88% ja 84%) ning märkimisväärtne on ka ETV2 sagedaste vaatajate osakaal (70%). Selles põlvkonnas on aga väiksemate telekanalite jälgimine kõrgem kui II põlvkonnas.
- Ühiskonna-ajakirjanduse põlvkonda iseloomustavad enim mõõduka uudiste jälgimise ning harva, kuid mitmekülgse jälgimise klaster (5. ja 6. klaster). Mõlemale klastrile on omane suhteliselt madal keskmine üldine vaatamissagedus. Saadetest eelistatakse pigem uudiseid. Võib arvata, et suhteliselt mõõdukas saadete jälgimine on ennekoike tingitud elukaarest, telerile pühendatav aeg ja teadlik sihipärane jälgimine on töö ja pereelu kohustuste tõttu suhteliselt juhuslik.

Vaba meedia põlvkond (sündinud 1976–1988)

Selles põlvkonnas ei saa esile tuua ühe kindla meediumi aktiivset ja mitmekülgset kasutamist. Kui vaadata täpsemalt televaatamise erinevaid tunnuseid, võib välja tuua järgmised peamised punktid.

- IV põlvkonnas on enim meelelahutussaadete jälgijaid (25%). Üldiselt aga on kõigi saateliikide jälgijate osakaal samal tasemel. Seega ei eristu lisaks meediumide eelistusele tugevalt ka ühegi žanri sagedasem jälgimine.
- Kanalite arvestuses on näha, et põlvkonnas ei ole enim jälgitav enam ETV (76%), vaid TV3 (sagedasi jälgijaid 79%). Vaba meedia põlvkonnas tõuseb ka väiksemate telekanalite jälgimine. Suurte telekanalite aktiivne jälgimine selles põlvkonnas nii oluliselt enam ei domineeri ning vanematest põlvkondadest sagedasem on väiksemate, pigem meelelahutusliku saatekavaga

kanalite jälgimine. Selle põlvkonna põhjal on hästi näha, et kuna nende kujunemisaastatel tulid eetrisse ka TV3 ja Kanal 2 ning ETV ei olnud enam ainus eestikeelne telekanal, siis on kõigi kolme kanali jälgimine võrdväärsel tasemel.

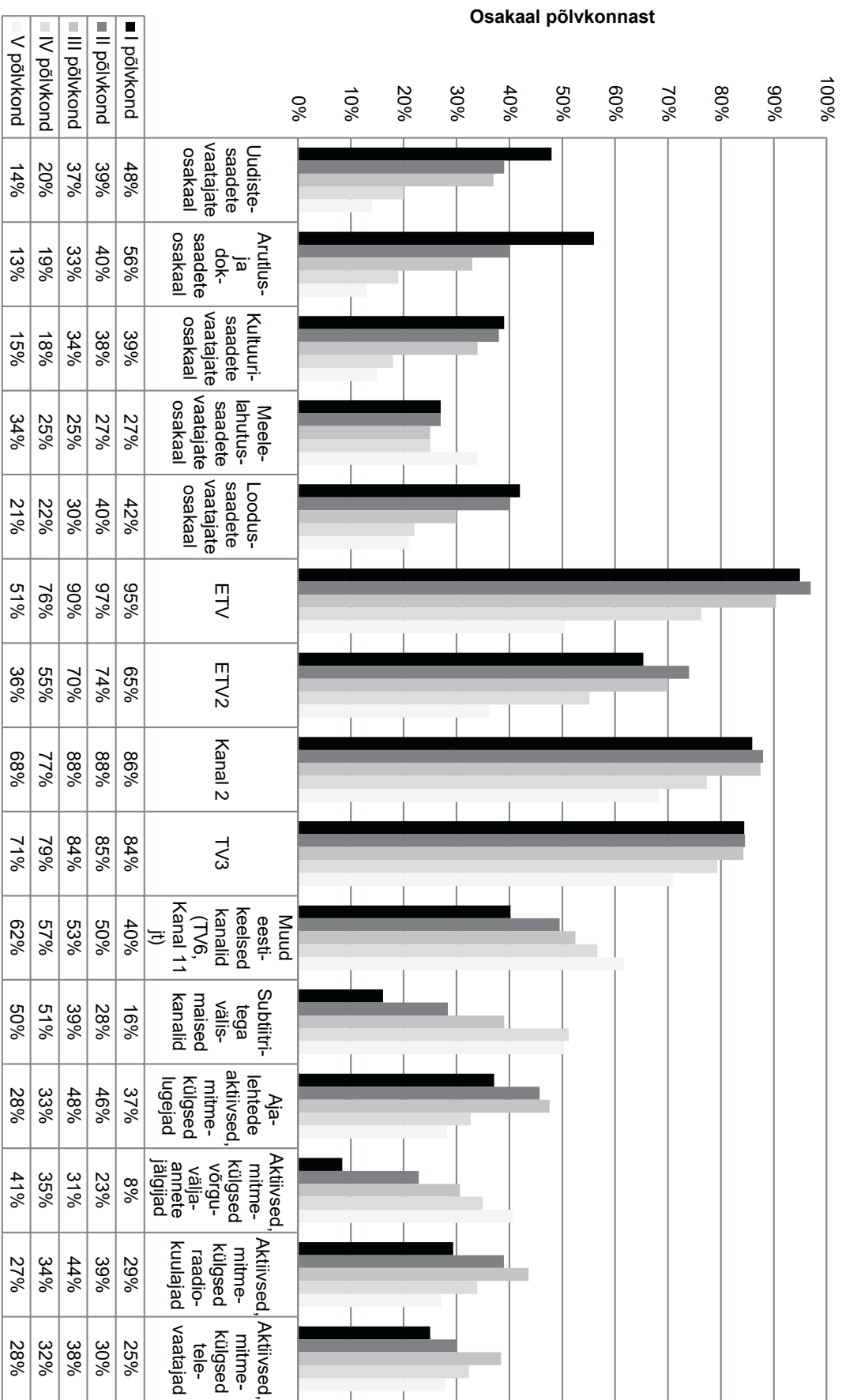
- Vaba meedia põlvkonda iseloomustab enim harv, kuid mitmekülgne telerivaatamine (6. klaster) ning meelelahutussaadete jälgimine (4. klaster). Tegu on põlvkonnaga, keda iseloomustab pigem harv ning juhuslik telerivaatamine, kuid paljude jaoks on olulisel kohal ka meelelahutuslike žanride jälgimine.

Digimeedia põlvkond (sündinud 1989–1999)

Selles põlvkonnas on väga selgelt märgata suurt hulka aktiivseid ja mitmekülgseid võrguväljaannete jälgijaid (41% põlvkonnast). Teiste meediumide aktiivne kasutamine jääb oluliselt madalamale tasemele. Televaatamise seisukohast iseloomustavad V põlvkonda järgmised punktid.

- Digimeedia põlvkonnas on ainsana näha tugevat orientatsiooni meelelahutussaadetele — nende sagedaste jälgijate osakaal on kõigi põlvkondade seas suurim (34%). Seevastu uudiste- ja arutlus- ning dokumentaalsaadete sagedasi jälgijaid on vähe.
- Kanalite sagedasi vaatajaid analüüsides on kõige enam TV3 jälgijaid. Kui vanemates põlvkondades oli ETV sagedaste jälgijate osakaal peaaegu absoluutne, siis noorimas põlvkonnas on see vaevu üle poole (51%). Noorimas põlvkonnas näha ka väiksemate telekanalite olulisuse tõusu — sagedaste vaatajate osakaalud on peaaegu samaväärsed kui suurematel Eesti telekanalitel. Ka väiksemate, pigem meelelahutuslikku sisu pakuvate telekanalite olulisuse tõus telekanalite jälgimisel annab tunnistust noorima põlvkonna tugevast meelelahutuslike saadete eelistamisest.
- Klasteranalüüsi põhjal iseloomustavad digimeedia põlvkonda enim ebaregulaarsete jälgijate ning meelelahutussaadete jälgijate klaster (7. ja 4. klaster). See näitab ilmekalt noorima põlvkonna harjumusi — ühest küljest ei jälgita telerit peaaegu üldse, kuid need, kes vaatavad, eelistavad peaaesjalikult vaid meelelahutuslikke saateid.

Meediakasutus erinevates põlvkondades



Joonis 1. Meediakasutus erinevates põlvkondades eri indekseite ja tunnuste kaupa

Üldisi järeldusi

Analüüsist nähtub, et nooremate ja vanemate põlvkondade televaatamises on suhteliselt suured erinevused. Kui vanemate põlvkondade puhul (I, II ja III põlvkond, sünniaastad 1935–1975) saab välja tuua, et sagedamini eelistatakse vaadata erinevaid informatiivseid, arutlevaid ja pigem hariva sisuga saateid (nt loodus- ja teadussaadet ning kultuurisaadet), siis alates IV põlvkonnast (sündinud 1976–1988) toimub televaatamises märgatav muudatus. Nimelt muutub IV generatsioonis kõigi saateliikide vaatamise sagedus — kõigi saateliikide sagedasi vaatajaid on võrreldes vanemate põlvkondadega oluliselt vähem. Samuti muutub žanrielistus — veidi sagedamini vaadatavamaks osutuvad meelelahutuslikud saated. Need tendentsid süvenevad aga veelgi V põlvkonnas (sündinud 1989–1999) – meelelahutuslike saadete sagedasi jälgijaid on selles põlvkonnas teistega võrreldes kõige rohkem, teiste saateliikide sagedasi jälgijaid suhteliselt vähe. See näitab, et telerist eelistatakse vaadata peamiselt meelelahutuslikku sisu, muu informatiivne ja hariv programm niivõrd huvi ei paku.

Samasugust tendentsi näitas ka klasteranalüüs ning põlvkondade koosseis erinevates klasterites. Vanemates põlvkondades domineerisid ennekõike klastrid, mida iseloomustab informatiivsete, arutlevate ning harivate saadete sagedasem jälgimine, mingil määral ka meelelahutuslike saadete sagedane jälgimine. Kuna vanemad põlvkonnad veedavad kõige enam aega teleri ees, on mõisteta ka nende mitmekülgsem žanride jälgimine. Nooremaid põlvkondi aga iseloomustasid enam klastrid, milles domineeris orienteeritus meelelahutuslikele saadetele, või klastrid, milles vaatamissagedus oli suhteliselt madal ning saadete jälgimine väga ebaregulaarne.

Analüüsides televaatamise tendentse põlvkondade teooriast lähtuvalt, saab öelda, et kohati kattuvad need üsna hästi selle teooriaga, kohati aga mitte. On näha, et vanemad põlvkonnad on selgelt sagedasemad ja mitmekülgsema saate-eelistusega televaatajad. Kuna nende noorusajal televisioon kui uenduslik meedium alles tekkis, on nemad ka need, kes selle omaks võtsid. Võiks arvata, et selle alusel pidanuks nad kujundama kogu oma meediateadvust. Kuid kui jätta põlvkondadevaheline võrdlus kõrvale ning vaadata, millised on meediumieelistused põlv-

konna sees, on näha, et kaks vanemat põlvkonda on siiski aktiivsemad trükiväljaannete lugejad kui televaatajad. Põhjust, miks on vanemates põlvkondades siiski enam trükimeedia jälgijaid, võib otsida asjaolust, et televisiooni algusaegadel oli eetris vaid üks eestikeelne kanal, mistõttu sisuvaliku võimalusi oli vähe. Samal ajal ilmus mitmeid sisukaid trükiväljaandeid, kultuuriväljaanded pakkusid tsensuurist hoolimata ühiskonnakriitilisemat käsitlust. Televisioon oli aga enam kontrollitud, ei võimaldanud varjatult ühiskonnakriitilisi vorme.

Huvipakkuvaks osutus vaba meedia põlvkond, kelle puhul ei eristunud ei sagedamini jälgitavat meediumi ega ka eelistatumat teležanri. Selle põlvkonna kujunemisaastatel iseloomustas televisiooni uute kanalite ja saateformaate teke. Seega on nende meediateadvus tekkinud juba küllaltki mitmekülgse televisiooni ajastul, mistõttu nende arusaam televisioonist ei koosne vaid avalik-õiguslikust kanalist, vaid peab loomulikuks žanride ja kanalite mitmekülgset. Selle heaks iseloomustajaks võib tuua näiteks asjaolu, et see põlvkond ei eelista selgelt kolme suuremat telekanalit, vaid jälgib vanematest põlvkondadest aktiivsemalt ka väiksemaid kanaleid. Küll aga on näha, et televisiooni kõrval on selle põlvkonna seas suhteliselt palju ka ajalehtede ja raadio jälgijaid. Ehk võib seda põhjendada asjaoluga, et taasiseseisvumisajal uuenesid kõik need meediumid ning žanriline mitmekülgsus kasvas. Kõik meediumid võisid ühtviisi huvi pakkuda oma uuenenud vormi ja sisu poolest, mistõttu Eesti ühiskonnas sel ajaperioodil sirgunud noorte jaoks väga selget eelistust välja ei ole kujunenud.

Digimeedia põlvkonna puhul on aga selgelt näha suuremat võrguväljaannete aktiivsete ja mitmekülgsete kasutajate osakaalu. Nende kujunemisaastail muutusid nii võrguväljaanded kui ka sotsiaalmeedia domineerivaks ja massiliseks, mistõttu on selle põlvkonna meediateadvus just digimeediast lähtuvalt arenenud ning jätnud teised meediumid tagaplaanile. Televaatamise koha pealt iseloomustab selle põlvkonna kujunemisaastaid fragmenteerunud ja meelelahutuslike saadete/kanalitega televisioon. Kuna hetkel on nooremas põlvkonnas erinevate telekanalite sagedasem jälgimine juba suhteliselt ühtlaselt jaotunud erinevate telekanalite vahel, võib ennustada, et tulevikus võivad nn suured telekanalid oma suurema osatähtsuse sootuks kao-

tada ning asenduda nišistunud saatepakkumusega kanalitega. Kindlasti on noorema põlvkonna saate liikide ja kanalite eelistuste taga ka tugev elukaarest tingitud mõju.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et sagedaste televaatajate hulk on seda väiksem, mida noorem on põlvkond. Kui senini on televisioon olnud domineeriv massimeedium kõige kauemat aega, siis vormilist mitmekülgset võimaldava võrgumeedia tulekuga on televisioonile ennustatud kriisi. Vaadates töös

esitatud andmeid erinevate põlvkondade vaatamisharjumuste kohta, võib eeldada, et vanemate põlvkondade sagedase televaatamise harjumus ei kao. Küll aga kaovad ühel hetkel need vanemad põlvkonnad ning asenduvad praeguste noortega. Nooremate põlvkondade vaatamiseelistuste põhjal võib vaid spekuloida, et tulevikus hakkavad aina suuremat osa mängima televisiooni meelelahutussaadet ning tõenäoliselt leiab aset ka tugevam nišistumine, mis on juba mingil määral alanud.