

Meediapõlvkonnad uudistemeedia tarbijana

Signe Opermann

Sissejuhatus

Viimaste kümnendite jooksul toimunud digitaalse pöörde taustal oleme olnud variatiivsema, hübriidse ja suures ulatuses rist- või transmeedialise kommunikatsioonivälja¹ kujunemise tunnistajaks. Nimetatud areng on pannud proovile nii ajakirjanikud, auditooriumi kui ka meediauurijad. Osa neist väidab, et õigupoolest ei tuleks enam rääkida anonüümsest massiauditooriumist, vaid erisuguste huvide, informatsiooniliste vajaduste, eelistuste ja ootustega väiksematest auditooriumidest, keda iseloomustavad ja/või liidavad teatavad sotsiaalsed tunnused, nt keeleoskus, sotsiaalne staatus, haridus, aga ka põlvkondlik identiteet. Teisalt on digitaalse meediasisu kasutamise ja suurandmete (*big data*) analüüsi kontekstis huviorbiiti tõusnud just hiigelsuured kogukonnad ning digitaalse elustiili massiline levik.

Põlvkondlik identiteet, samuti vanusest ja positsioonist elukaarel tingitud erisused sotsiaalsetes praktikates (sh igapäevases meediakasutuses) on viimase kümnendi jooksul pälvunud sotsioloogide ja meediateadlaste kasvavat tähelepanu. Ometi selgub, et pelgalt sünniaasta põhjal ei saa teha kaugeleulatuvaid järeldusi ja üldistusi tervete meediakasutajate gruppide harjumuste ja oskuste kohta (nt di-

Artikkel põhineb 17. oktoobril 2014. a Stockholmis Södertörni ülikooli meedia ja kommunikatsiooni osakonnas kaitsitud doktoritööl „Generational Use of News Media in Estonia. Media Access, Spatial Orientations and Discursive Characteristics of the News Media“ („Uudistemeedia põlvkondlik kasutus Eestis. Juurdepääs kanalitele, ruumilised praktikad ja uudistemeedia diskursiivsed omadused“; juh Göran Bolin, Cecilia von Feilitzen). Vt <http://sh.diva-portal.org/smash/get/diva2:748704/FULLTEXT02.pdf>. [13.01.2015].

¹ Jakob Bjur, Kim Christian Schröder, Uwe Hasebrink, Cédric Courtois, Hanna Adoni & Hillel Nossek. Cross-Media Use — Unfolding Complexities in Contemporary Audiencehood. — Nico Carpentier, Kim Christian Schröder, Lawrie Hallett. (Toim) Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity. New York, Oxon: Routledge, 2013, lk-d 15–29.

gitaalse võimekuse kohta), sest nagu näitab ka see uurimus, ei pruugi kasutusmustreid eristavad jooned joosta hüpoteetiliselt konstrueeritud põlvkonnagruppide piire mööda; seda enam, et erinevus noorema ja vanema elanikkonna arvuti- ja internetikasutuses üha väheneb.² Erinevusi meediarepertuaarides³ leiab nii kohortide vahel kui ka nende sees, kuigi vähemal määral. Siit kerkib küsimus, millised üldse on põlvkondlikkust kujundavad ja määravad tegurid ning kuidas sotsiaalne põlvkond ühiskonnas (välja) kujuneb ja avaldub.

Artikkel asetab selle probleemi mitme faktori kokkupuutepunkti ja uurib lähemalt vanuse, elutee eri etappide, põlvkondliku enesemääramise, aga ka meediaväljal ja Eesti ühiskonnas viimase kümnendi jooksul toimunud arengu mõju uudistemeedia repertuaaride kujunemisele.

Väitekirja üks põhilisi eesmärke oli leida vastus küsimusele, milliseid uudistemeedia repertuaare võib eristada põlvkonnagruppides ning kuidas on need aastatel 2002–2012 muutunud. Analüüsi, milliseid meediakanaleid ja platvorme eri generatsioonidesse kuuluvad kasutavad, samuti vaadeldi meediasisu temaatilisi eelistusi. Siinkohal tuleb toonitada, et väitekirja empiirilise osa kirjutamise ajal pärinesid kõige värskemad uuringuandmed aastatest 2011/2012, mil nt nutitelefonide ja tahvelarvutite kättesaadavus ja kasutamine ei olnud Eestis veel praegust taset saavutanud.⁴ Probleem on aga

² Tiina Pärson. Digilõhe noorte ja eakamate vahel väheneb. — Statistikaamet, 19. september 2014, [<http://www.stat.ee/72306>].

³ Informatsioonilise repertuaari all peetakse silmas igapäevase meediakasutuse valikustrateegiat. Vt Uwe Hasebrink, Jutta Popp. Media Repertoires as a Result of Selective Media Use: A Conceptual Approach to the Analysis of Patterns of Exposure. — Communications, 2006, Vol. 31, nr 2, lk-d 369–387.

⁴ Riigi Infosüsteemi Ameti tellitud ja TNS Emori korraldatud „Nutiseadmete kasutajate turvateadlikkuse ja turvalisuse käitumise uuringust“ selgus, et 2014. aasta detsembriks oli isiklik nutitelefoni peaaegu pooltel Eesti inimestel ning isiklik või perekasutuses olev tahvelarvuti enam

iseloomulik peaaegu kõigile statistilistele uuringutele, mis tahes-tahtmata tegelevad ühiskonnas avalduvate tendentside tagasivaatelse, mitte hetkeanalüüsiga.

Lisaks pöörati tähelepanu kommunikatsiooni-geograafilistele aspektidele, täpsemalt sellele, milline ruumiline orientatsioon peegeldub uudistekasutuses ja kultuurilistes kontaktides. Fookusgruppide kaudu käsitleti põlvkondade suhteid erisuguse meediaga ning uudistemeedia kui terviku, aga ka uudiste kui žanri tõlgendusi.⁵ Eritähelepanu alla võeti intervjuutekstides sisalduvad diskursused ja sõnavara (sh laensõnad ja -väljendid).

Eeltoodud probleemide analüüsimiseks moodustati Eesti lähiajaloo murrangulisemate perioodide alusel viis kohorti indiviididest, kes on kasvanud ja kujunenud mõnevõrra erinevates tingimustes. Suurema üldistusjõu huvides püüti kooseksisteerivaid põlvkondi hõlmata võimalikult võrdväärse esindatusega. Gruppide moodustamisel võeti arvesse ka indiviidide paiknemist elukaarel (st esimene grupp esindab pensioniealist ja aktiivsest tööelust eemale tõmbunud osa elanikkonnast ning viies grupp hõlmab noori täiskasvanuid ehk vanemate kooliastmete õppureid ja tudengialisi inimesi). Kohordid on tinglikult nimetatud järgmiselt (illustreeritud joonisel 1): 1) *sõja-järgne põlvkond* (sündinud aastatel 1932–1941), 2) *nõukogude aja alguse põlvkond* (sündinud aastatel 1942–1957), 3) *kosmoseajastu põlvkond* (sündinud aastatel 1958–1971), 4) *siirdepõlvkond / üleminekuaja põlvkond* (sündinud aastatel 1972–1986), 5) *vabaduse lapsed* (sündinud aastatel 1987–1997). Meediamaastiku arengu vaatepunktist lähtudes on kolm viiest kirjeldatud generatsioonigrupist olnud mõne uue meediumi kasutuselevõtu tunnustajaks. Kui nõukogude aja alguse põlvkond nägi teismeeas Eesti Televisiooni sündi ning siirdepõlvkond tervitas satelliittelevisiooni ja globaalse televisiooni saabumist Eestisse, siis vabaduse laste kujunemisiga langes kokku internetiajastu alguse ning mobiili- ja digitaalmeedia plahvatusega, mis on kaasa toonud põhjanevaid muutu-

si meedia- ja kultuuritarbimises,⁶ aga ka lugemisharjumustes üldiselt.⁷

Töö empiiriline analüüs tugines kahe esindusliku valimiga uurimuse käigus kogutud andmehulgale: esiteks analüüsiti Tartu ülikooli ühiskonnateaduste instituudi uurimuses "Mina. Maailm. Meedia" aastatel 2002, 2005, 2008 ja 2011 kogutud küsitlusandmeid ning teiseks Södertörni ülikooli meedia ja kommunikatsiooni osakonna uurimisprojekti „Muutuv meediamaastik“ aastatel 2002, 2004, 2006, 2008, 2010 ja 2012 Eestis kogutud küsitlusandmeid. Iga andmekogumi valim hõlmas keskel läbi 1000 eesti ja 500 vene keele kõnelejat. Lisaks viidi 2011. aastal läbi fookusgrupi intervjuud nelja tinglikult määratletud põlvkonnagrupi esindajatega.

Artiklis antakse lühiülevaade peamistest teoreetilistest lähtekohtadest, esitletakse kokkuvõtlikult uurimistulemusi ning esitatakse mõned tulevikuväljavaated põlvkondliku analüüsi kasutamiseks meediauuringutes.

Kuidas defineerida põlvkonda?

Artikli aluseks oleva väitekirja üks eesmärke oli empiirilisel kontrollida meediateadlaste põlvkonnateoreetikute töödest⁸ inspiratsiooni saanud oletusi, mille kohaselt seisneb auditooriumide kasvava fragmenteerumise üks põhjendusi sotsiaalses diferentseerumises, täpsemalt erinevatel viisidel kohanemises muutuva meediamaastiku, uuenevate tehnoloogiliste vahendite ja sisuliste võimalustega, mida mõistetakse mediatiseerumise protsessina. Siinjuures võib kohanemise asemel esineda ka hoopis vastupidist – sotsiaalset, kultuurilist või ideoloogilist vastupanu⁹, mis väljendub tõrjehäälestuses. Nagu möönab ka Ragne Kõuts-Klemm,¹⁰ ei seis-

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

⁷ Marju Lauristin, Peeter Vihalemm. (Toim) Reading in Changing Society. Tartu: University of Tartu Press, 2014.

⁸ Karl Mannheim. The Problem of Generations. — Karl Mannheim. (Toim) Essays in the Sociology of Knowledge. London: Routledge & Keagan Paul, 1952; José Ortega y Gasset. The Modern Theme. London: The C. W. Daniel Company, 1931.

⁹ Friedrich Krotz. The Meta-process of "Mediatization" as a Conceptual Frame. — Global Media and Communication, Vol. 3, nr 3, 2007, lk-d 256–260.

¹⁰ Ragne Kõuts-Klemm. Media-connected Society: The Analysis of Media Content and Usage Patterns From a Systems-Theoretical Perspective. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2013.

kui kolmandikul. 2012. aastal oli Södertörni ülikooli uuringu andmetel nutitelefon umbes kolmandikul ja tahvelarvuti vaid kümnel protsendil elanikkonnast.

⁵ Vt Herbert J. Gans. Deciding What's News: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time. Evanston: Northwestern University Press, 1979/2004.

ne fragmenteerumine kapseldumises kindla kanali või teatud tüüpi meediasisu ümber, vaid valikute mitmekülguses ja individuaalsuses, mis tähendab ka mõningate kättesaadavate infovõimaluste teadlikku eiramist.

Töös on peamiseks lähtekohaks kultuuriline arusaam põlvkondadest kui "sotsiaalsetest formatsioonidest".¹¹ Sotsiaalse põlvkonna mõiste ulatub kaugemale termini algupärastest demograafilistest tunnustest ning keskendub pigem selle sisemisele struktuurile. Seetõttu on riskantne püüda põlvkondi eristavaid piire määratleda vaid väliste tegurite alusel. Põlvkond peaks ideaaljuhul olema nähtus, mis end n-ö sisemise äratundmise alusel ise defineerib ja teis(t)est eristab. Niisugust teatavate ajalooliste sündmuste kontekstis ja mingis piiritletud geograafilises punktis asetleidvate tähendusrikaste sündmuste sünergias toimuvat protsessi on nimetatud ka põlvkonnastumiseks (*generationing*), mille käigus settivad välja iseloomulikud praktikad.¹² Iseäranis oluline on indiviidide kohutumine mingi uudse fenomeniga ja nn värsket kontakti (*fresh contact*) tekkimine varases täiskasvanueas, mida sotsioloogiaklassik Karl Mannheim nimetas kujunemiseks või formatiivseks eaks.¹³ Ka psühholoogid väidavad, et just need sündmused, mis leiavad aset enne 25. eluaastat, jätavad indiviidi mällu ja meelde sügavama jälje kui see, mis toimub hilisemas elufaasis.¹⁴ Mitu autorit¹⁵ on leidnud, et sarnases võtmes võiks käsitleda ka kohanemist uute meediavormide ja kommunikatsioonitehnoloogiatega ning nende lülitamist igapäevastesse mee-

diapraktikatesse. Meediumikeskse loogika pinnalt on defineeritud erinevaid meediapõlvkondi. Näiteks eristatakse netipõlvkonda (sündinud 1970ndatel) nutipõlvkonnast (sündinud 1990ndatel ja hiljem) või televiisoripõlvkonda (sündinud 1950ndatel) raadio- ja trükimeediapõlvkonnast (sündinud 1930ndatel ja varem). Lisa Lee¹⁶ väidab koguni, et tehnoloogiad ja põlvkonnad (nende kasutajatena) osalevad vastastikusel teineteise konstrueerimise protsessis. Selles uurimistöös on püütud n-ö ühe meediumi põlvkonna diskursusest hoiduda ja käsitleda meediakasutust pigem osana igapäevastest omavahel ristuvatest kommunikatsioonitegevustest, mis moodustavad erinevaid informatsioonilisi repertuaare.¹⁷

Generatsioonidest rääkides ei pääse kuidagi mööda ajast ja selle erinevatest käsitlusvõimalustest (nt objektiivsuse ja subjektiivsuse kategooriates). Eriti oluline on siin tunnetusliku aja mõiste, mis erineb objektiivsest ajast selle poolest, et kui kosmiline aeg on kõigi jaoks sama, siis individuaalselt tajutav aeg on suhteline ja igäuhe jaoks erinev. Generatsioonide aspektist lähtudes võib seega väita, et kõik kõrvuti paikneva sündidaatumiga indiviidid ei pruugi sugugi kuuluda ühte ja samasse põlvkonda kultuurilises ja sotsiaalses tähenduses, nii et põlvkondlik aeg (nn meie aeg) nende tajus kattuks. Viimase määratlemisel on aluseks küll suuremalt jaolt oma eakaaslastega enam-vähem sarnasel eluperioodil jagatud kogemused, nt mõni murranguiline sündmus, sotsiaalne või kultuuriline muutus, millega puututakse kokku gümnaasiumi päevil, tudengiaastatel vms. Põlvkonnast vormib põlvkonna siiski mingit laadi vastus (reaktsioon) muutusele, mis võib väljenduda sarnastes hoiakutes, suhtumistes, käitumis- ja tegutsemisviisides. Seega võib väita, et ühte ja samasse sotsiaalsesse põlvkonda kuuluvad indiviidid jagavad sarnast kultuurilist viitesüsteemi, mis võimaldab ennast mõtteliselt siduda teatud ajastu, sündmuse, liikumise või voolu jne kontekstiga. Näiteks Mannheim ei pidanud võimalikuks, et maa- ja linnanoored võiksid moodustada sama põlvkonnagrupi, kuivõrd nende taustsüsteemid oleval sedavõrd erinevad, et selle pinnalt ei saa tekki-

¹¹ Vt Nicoletta Vittadini, Andra Siibak, Irena Reifová, Helena Bilandzic. Generations and Media: The Social Construction of Generational Identity and Differences — Audience Transformations. — N. Carpentier et al. 2014, lk-d 65–81.

¹² Vt Leena Alanen. Childhood as Generational Condition: Children's Daily Lives in Central Finland Town. — Conceptualizing Child-Adult Relations. Leena Alanen, Berry Mayal. (Toim) London: Routledge, 2001, lk-d 129–143.

¹³ Arvestades asjaolu, kui varakult algab laste kokkupuude meediaga tänapäeval, võib formatiivse perioodi ealiste piiride üle vaielda. Uuringu „EU Kids Online 2011“ andmetel alustab valdav osa Eesti lastest interneti kasutamist keskmiselt 5–6 aasta vanusena.

¹⁴ Kristina L. Steiner, David B. Pillemer, Dorthe Kirkegaard Thomsen, Andrew P. Minigan. The Reminiscence Bump in Older Adults' Life Story Transitions. — Memory, 2013, lk-d 2–9.

¹⁵ Ingrid Volkmer. (Toim) News in Public Memory: An International Study of Media Memories across Generations. New York: Peter Lang, 2006; Göran Bolin, Oscar Westlund, Mobile Generations: The Role of Mobile Technology in the Shaping of Swedish Media Generations. — International Journal of Communication, Vol. 3, 2009, lk-d 108–124; Oscar Westlund, Mathias A. Färdigh. Conceptualizing Media Generations: The Print, Online and Individualized Generations. — Observatorio (OBS*) Journal, Vol. 6, nr 4, 2012, lk-d 181–213.

¹⁶ Lisa Lee. Young People and the Internet: From Theory to Practice. — Young, Vol. 13, nr 4, 2005, lk-d 315–326.

¹⁷ Piermarco Aroldi, Fausto Colombo. Generational Belonging in Mediascape in Europe. — Journal of Social Science Education, Vol. 6, nr 1, 2007, lk-d 34–44.

Tabel 1. Juurdepääs eri meediumidele ja kommunikatsioonivahenditele põlvkonnagruppide kaupa (%)

Kanalid, meediavahendid	Sõjajärgne põlvkond		Nõukogude aja alguse põlvkond		Kosmoseajastu põlvkond		Üleminekuaja põlvkond		Vabaduse lapsed	
	2002	2012	2002	2012	2002	2012	2002	2012	2002	2012
<i>n</i> =	235	167	369	395	379	305	408	396	24	260
Ajalehetellimus	-	61	-	49	-	46	-	23	-	29
Raadio	97	94	97	98	99	98	97	98	100	96
Televiisor	97	95	97	98	99	98	97	98	100	96
Lauatelefon	73	66	75	55	68	47	65	34	88	36
Mobiiltelefon	37	87	68	96	84	99	91	98	54	99
Nutitelefon	-	3	-	8	-	26	-	52	-	57
Personaalarvuti	11	23	29	45	44	65	46	64	46	63
Sülearvuti	2	14	4	31	8	64	6	79	13	86
Tahvelarvuti	-	2	-	5	-	11	-	16	-	12
Lairiba internetiühendus	4	17	13	40	21	53	25	67	17	61
Mobiilne internetiühendus	-	4	-	11	-	32	-	46	-	51

Märkus: Tühjad lahtrid tähendavad seda, et see kanal või vahend ei olnud vastava aasta küsitlusandekes esindatud.

Allikas: „Muutuv meediamaastik“ 2002, 2012

da sarnane põlvkondlik identiteet või eneseteadvus. Hilismodernsel ajastul, ja eriti aegruumi (virtuaalse) kokkusurutuse¹⁸ ning kasvava mobiilsuse¹⁹ tingimustes võib esitatud väite muidugi kahtluse alla seada, kuivõrd tänapäeva kommunikatsioonitehnoloogia võimaldab ületada ruumilistes praktikates ette tulevaid piiranguid (nt geograafiline kaugus), vähendades sel moel ka inimestevahelist sotsiaalkultuurilist distantssi. Teisalt, nagu oletavad mõned ajateoreetikud, on praegused põlvkondadevahelised sidemed nõrgemad sel põhjusel, et n-ö koos mäletamise protsessi takistab sotsiaalse aja kiirenemine.²⁰

Põlvkondlikud positsioonid uudistemeedia kasutuses (2002–2012)

Kahe töös kasutatud esindusliku empiirilise uuringu („Muutuv meediamaastik“ ja „Mina. Maailm. Meedia“) andmete analüüs tõi esile märkimisvää-

seid erisusi viie kohordi vahel, nagu võis ka eeldada. Põhjused peituvad mitmesugustes asjaoludes ning ei ole kindlasti seotud üksnes ealiste iseärasustega, vaid on osalt seletatavad ka indiviidide paiknemisega teatavas elutee etapis. Nn põlvkondliku efekti ja selle allikate määramine on aga veelgi komplitseeritum eesmärk kui tulemuste ja muutuste interpreteerimine ea ja elukaare mõistete kaudu, samuti ei piisa põlvkondlike nihete märkamiseks ja seletamiseks üksnes kirjeldavast statistikast.

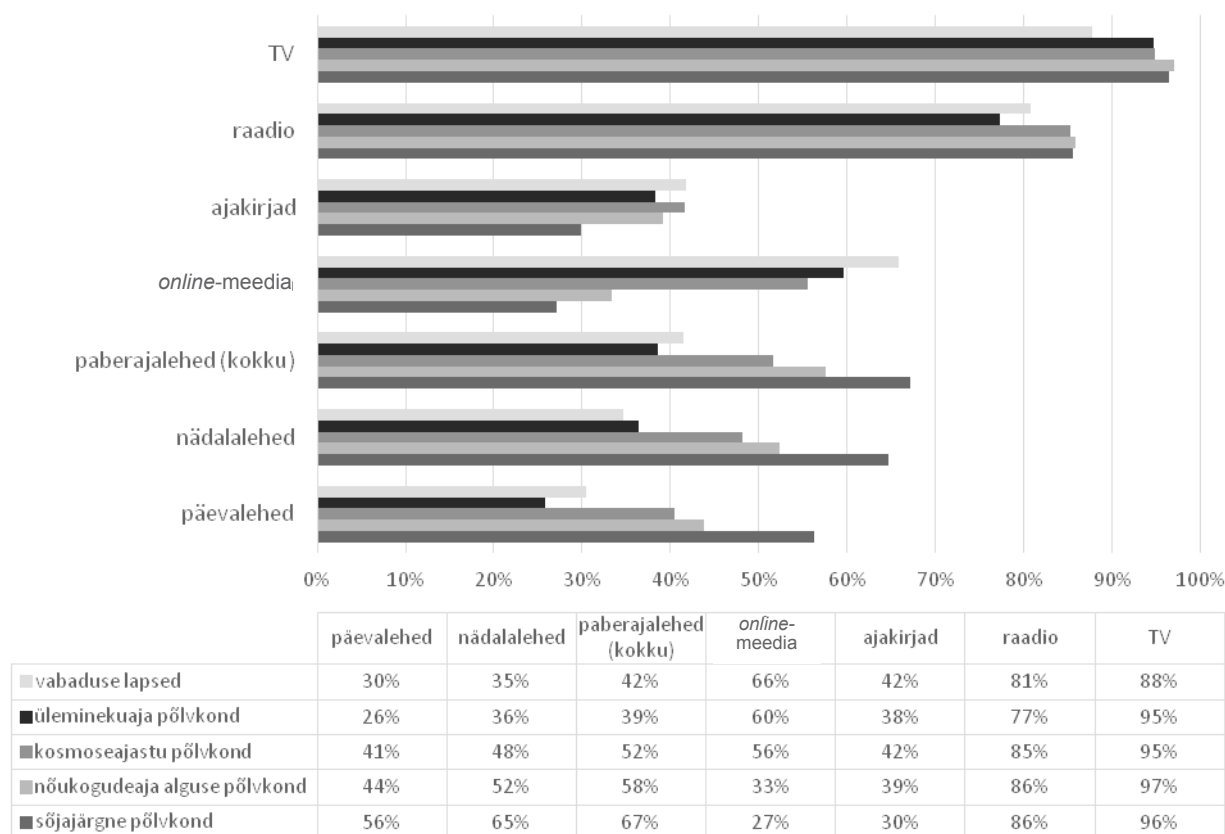
Kahtlemata saab tulemusi tõlgendada ka laiemate protsesside kontekstis. Üks varasemateski uuringutes esiletoodud nähtusi Eesti kiireloomulisel digitaliseerumise arenguteel on digitaalne kihistumine²¹, mis küllaltki selgelt osutab põlvkondlikele muustritele, mis mõnel juhul on suhteliselt kristalliseerunud (suuri muutusi ei toimu) ning teistel juhtudel on näha mõningat transformatsiooni. Samas oleks küsitav rääkida eksklusiivsest

¹⁸ Vt David Harvey. *The Urban Experience*. Oxford: Basil Blackwell, 1989.

¹⁹ Vt John Urry. *Mobilities*. Cambridge: Polity Press, 2007.

²⁰ Vt Hartmut Rosa. *The Speed of Global Flows and the Peace of Democratic Politics*. — *New Political Science*, Vol. 27, nr 4, 2005, lk-d 445–459; Hartmut Rosa. *Social Acceleration: A New Theory of Modernity*. New York: Columbia University Press, 2013.

²¹ Vt Veronika Kalmus, Kairi Talves, Pille Pruulmann-Vengerfeldt. *Behind the Slogan of “e-State”: Digital Stratification in Estonia*. — Massimo Ragnedda, Glenn Muschert. (Toim) *The Digital Divide: The Internet and Social Inequality in International Perspective*. London: Routledge, lk-d 193–206.



Joonis 1. Regulaarse meediakasutuse indeks kanalite ja põlvkonnagruppide kaupa (%)

Allikas: „Muutuv meediamaastik“, 2012

digipõlvkonnast,²² kel oma eelkäijatega üldse mingit ühist pidepunkti ei ole.

Kokkuvõtlikult võib viide kohorti jaotatud Eesti elanike uudistemeedia kasutust vaadelda kolme domineeriva struktuurina, mida alljärgnevalt ka lähemalt iseloomustatakse.

Traditsioonilise meedia ja klassikaliste uudiste eelistajad

Traditsioonilise uudistemeedia eelistajad on jäänud truuks trükimeedia traditsioonile. Audiovisuaalsest meediast eelistavad nad avalik-õigusliku ringhäälingu kanaleid kommertsraadiole ja -televisioonile. Alternatiivsed uudiste hankimise viisid (sh sotsiaalmeedia) ei kuulu nende tavapärasesse repertuaari (mis ei tähenda, et netimeediat või sotsiaalmeedia võrgustikke täielikult tõrjutaks). Suuremat huvi pakuvad poliitika- ja majandusuudised, aga ka muud ühiskonnaelu teemad, lisaks jälgivad traditsioonili-

se meedia eelistajad regulaarselt debatte ja arutlusi päevakajalistel teemadel.

Nagu võis ka eeldada, annavad tinglikult välja-joonistuvast traditsioonilise meedia põlvkonnas tooni kahe vanema grupi esindajad (sündinud vahemikus 1932–1957). 1970ndatel ja hiljem sündinute hulgas esineb sedalaadi meediakäitumist väga vähesel määral. Sõjajärgsel ja varasel nõukogude ajal sündinud ja kasvanud inimeste eelistused ja uudistemeedia repertuaar on üpris konservatiivsed, mis on harjumuste pikaajalist väljakujunemist arvestades ka mõistetav. Siiski esineb mõlemas kohordis väiksemal arvul indiviide, kes on põlvkonna-kaaslastest agaramalt uuemate trendidega kaasa läinud (kasutavad internetimeediat jm digitaalseid lahendusi märkimisväärse sagedusega). Tabel 1 võtab kokku põlvkonnagruppide juurdepääsu peamistele kommunikatsioonivahenditele ja kanalitele 2002. ja 2012. aasta võrdluses.

Kokkuvõtlikult võib väita, et kahe vanema kohordi esindajad, kes on kasvanud ja kujunenud trükiajakirjanduse ning nõukogude ajal ideoloogiliselt kontrollitud raadio ja televisiooni infoväljas,

²² Vt Veronika Kalmus. Digitaalne põlvkond või meediapõlvkondade digitaliseerumine? Jutt täiesti erakordsest ja eksklusiivsest digitaalsest põlvkonnast on müüt. — Sirp, 2014, nr 20, 23. mai, lk-d 34–35.

Tabel 2. Välisriikide uudistehuvi pingerida keelerühmades ja põlvkonnagruppides

Riigid, piirkonnad	Sõjajärgne põlvkond		Nõukogude aja alguse põlvkond		Kosmoseajastu põlvkond		Üleminekuaja põlvkond		Vabaduse lapsed	
	eesti k	vene k	eesti k	vene k	eesti k	vene k	eesti k	vene k	eesti k	vene k
Venemaa	1	1	2	1	1	1	3	1	7	1
Soome	2	5	1	2	2	2	1	2	1	4
Läti	3	2	3	6	4	5	4	5	2	7
Leedu	4	3	4	4	5	6	6	6	3	10
Rootsi	5	14	5	5	3	3	2	3	4	2
Saksamaa	6	6	6	7	7	7	8	7	8	3
USA, Kanada	7	15	8	14	10	8	9	8	6	8
Taani, Norra	8	7	7	15	6	15	5	15	5	12
Prantsusmaa	10	9	10	8	9	9	10	9	10	9
Suurbritannia, Iirimaa	9	8	9	11	8	10	7	10	9	5
Poola, Ungari, Tšehhi	13	11	11	16	12	12	13	12	16	13
Ladina-Ameerika	18	17	17	18	18	17	17	17	18	18
Aasia	16	12	14	9	14	16	12	16	11	11
Austraalia, Uus-Meremaa	14	18	16	17	17	18	14	18	13	14
Vahemere maad	12	13	12	12	11	11	11	11	12	6
Lähis-Ida	17	19	15	10	15	13	15	13	17	16
endine NL*	11	4	13	3	13	4	16	4	14	17
Balkani maad	15	10	19	13	16	14	18	14	19	15
Aafrika	19	16	18	19	19	19	19	19	15	19
n =	129	38	275	119	225	80	271	112	204	55

Märkus: Küsitluses osalejatel paluti hinnata oma huvi tabelis toodud riikides ja piirkondades asetleidvate sündmuste ja meedias neid kajastavate uudiste vastu kolmepallisüsteemis: 1 — ei huvita, 2 — huvitab mingil määral, 3 — huvitab väga. Analüüsi käigus summeeriti kahe viimase skaalapunkti tulemused, mille alusel on koostatud ka pingeread.

*Endiste NLi riikide all on silmas peetud näiteks Ukrainat, Gruusiat, Aserbaidžani, Valgevenet jt riike, tunnus ei hõlma Eestit, Lätit, Leedut ja Venemaad.

Allikas: „Muutuv meediamaa“ 2012

on juba väljakujunenud rutiini ka hilisemas elus alal hoidnud. Eesti Televisiooni jälgis 2012. aastal iga päev üle kahe kolmandiku ja Vikerraadiot kuulasid pooled neisse gruppidesse kuulunud respondentidest. Nagu selgub aastatel 1939–1941 sündinud inimestega läbiviidud fookusgrupi intervjuudest, käib ajakirjanduse tellimine mitmele üle jõu. Selle asemel külastatakse regulaarselt avalike raamatukogude lugemissaale ja loetakse tasuta levitatavaid väljaandeid (ükski teine grupp ei maininud oma meediarepertuaarist rääkides tasuta ajalehti). Ka 2012. aasta küsitlus „Muutuv meediamaa“ näitas, et paberlehtede suurima regulaarse lugejaskonna moodustavad just kahe vanema generatsioonigrupi — sõjajärgse ja varase nõukogude aja põlvkonna esindajad (vt joonis 1).

Trükimeedia ja kodumaise ringhäälingu kanalite kõrvale on mõistagi ka vanemate põlvkondade meediarepertuaari lisandunud globaalseid telekanaleid (nii vene- kui ka ingliskeelseid), aga samuti internetiportaale. Netimeediast rääkides näitavad küsitlustulemused ja fookusgrupid aga selgelt, et uudiste teksti integreeritud heli- ja videofailidele ei pööra vanemad kohordid suurt tähelepanu ning keskenduvad pigem teksti lugemisele. Eri tüüpi sisu jaoks eelistavad nad kasutada eraldi meediateid (st arvuti kaudu ei olda harjunud raadiosaateid kuulama ega telesaateid vaatama). Mobiilsed kommunikatsioonivahendid, mille suur enamik neist on viimase aastakümne jooksul (paljudel juhtudel lauatelefoni asemel) aktiivsesse kasutusse võtnud, funktsioneerivad peamiselt telefonside ja mitte uudiste-

meedia jälgimise vahenditena.

Fookusgruppidele tuginedes saab siinkohal välja tuua peamised selle põlvkonnagrupi kriitika alla langenud aspektid Eesti meedia arengus — kvaliteetpäevalehtede tabloidiseerumise ning poliitilise kallutatuse tendents. (Silmas peetakse ennekõike kallutatust valitsusparteide suunas, milleks 2011. aastal olid Reformierakond ning IRL.)

Meedia vahendusel jälgitavate uudiste teemaeelistuste analüüs näitas, et kui üldiselt huvitavad sisse- ja välisuudised üsna võrdsel määral kõiki uurimuse fookuses olnud gruppe, kuuluvad sellised teemad nagu poliitika, ajalugu, kultuurimälu ja keskkond suurema tõenäosusega vanemate, mitte nooremate meediakasutajate repertuaari. Vanemaealiste kõrgendatud huvi tervishoiu ja sotsiaalprobleemide vastu saab hästi tõlgendada elutee kontekstis.

Uurimuses võeti tähelepanu alla ka põlvkonnagruppide kontaktid eri geograafiliste ja kultuuriliste piirkondadega, samuti see, mil määral inividid huvituvad nende paikadega seotud uudiste ja sündmuste kajastamisest meedia vahendusel²³. Kokkuvõtlikult võib „Muutuva meediamaastiku“ küsitluse tulemustele tuginedes öelda, et auditooriumide tajutavat „ruumilist horisonti“ on meediauudiste jälgimise näitel mõjutanud ja kujundanud liitumine Euroopa Liiduga 2004. aastal, samuti majanduses ja rändepoliitikas toimuv (liitumine eurosooniga, majanduslangus, tööränne, haridusmobiilsus jne). Ülevaate sellest, millistes riikides ja piirkondades toimuvate sündmuste kajastusest oldi suuremal või väiksemal määral huvitatud 2012. aastal, annab tabel 2.

Traditsioonilise meedia põlvkonna tähelepanu fookuses on selgelt lähimad naaberriigid: Venemaa (mis on välisuudistes ka kõige sagedamini esindatud) ja Soome, neile järgnevad teised Balti riigid, Rootsi ja Saksamaa. Venemaa uudiste tähtsus kahes vanemas kohordis on 2002. ja 2012. aasta andmeid võrreldes eesti vastajate jaoks pisut kasvanud. Venekeelsete vastajate seas on aja jooksul veidi olulisemaks muutunud nt Leedus ja Soomes toimuv. Teatavat distantsi võib kõnealuse põlvkon-

nagrupi seas märgata geograafiliselt kaugemate ja kultuuriliselt eksootiliste riikide suhtes, mis jäävad uudistehuvi pingerea lõppu. Ka venekeelsete vastajate jaoks oli Venemaa ülekaalukalt kõige huvipakuvam riik välisuudistes. Lisaks on nad erinevalt eesti vastajatest enam huvitatud kunagi Nõukogude Liitu kuulunud riikide uudistest (nt Ukraina, Valgevene, Gruusia, Aserbaidžaan jne) ja võrdlemisi sagedasti jälgitakse uudiseid Balti riikide ja Soome kohta. Geograafiliselt ja kultuuriliselt kaugemad maad (Aasia, Aafrika, Austraalia jne) pakuvad huvi väga vähesel määral.

Nagu täheldab Elad Segev²⁴ riikide üle- ja alamäärast meediarepresentatsiooni analüüsides, on konfliktid, sõjad jms vaieldamatult meediahuvi käivitajad. Seega kui andmed oleksid kogutud pärast Vene-Ukraina konflikti puhkemist, erineks ka analüüsi tulemus suure tõenäosusega veidi siinkohal kirjeldatust. Igal juhul võib eeldada ja täheldada pingekollete kerkimist huvipingereas teatud aastatel (nt Balkani maad, mille vastu oli huvi 2012. aastaks vähenenud).

Vana ja uue meedia kombineerijad

Kohort, mida uurimistöös on nimetatud kosmo-seajastu põlvkonnaks (sündinud aastatel 1958–1971), on end näidanud uudistemeedia väljal toimuvate muutustega eespool iseloomustatud kohortidest paremini kohaneva generatsioonina. Võib isegi öelda, et see grupp mõjub eakamate ning veel lähemalt käsitlemata nooremate meediakasutajate vahel nn puhvergeneratsioonina.²⁵ Selle liikmeid iseloomustab meediapraktikate kombineerimine, mis tähendab suuresti seda, et internetikeskse uudistemeedia mõjuväljas ollakse küll arvestataval määral, kuid ka traditsioonilise trükimeedia lugemise harjumusest ei olda võõrdunud. Püütakse haarata võimalikult palju olemasolevast, seda nii vormilises kui ka sisulises mõttes.

Kohanemisvõimest rääkides oleks asjakohane teha kõrvalepõige siirdeaja esimesel perioodil (1991–

²³ Vt ka Peeter Vihalemm. Changing Spatial Relations in the Baltic Region and the Role of the Media: An Estonian perspective. — *European Societies*, Vol. 9, nr 5, 2007, lk-d 777–796; Anu Masso, Signe Opermann, Viivika Eljand. Changes in personal social space in a transition society. — *Przestrzeń Społeczna (Social Space)*, Vol. 7, nr 1, 2014, lk-d 53–90.

²⁴ Elad Segev. Visible and Invisible Countries: News Flow Theory Revisited. — *Journalism*. 2014, lk-d 1–18. <http://jou.sagepub.com/content/early/2014/03/03/1464884914521579>. [03.09.2014].

²⁵ Vt Veronika Kalmus, Anu Masso, Marju Lauristin. Preferences in Media Use and Perceptions of Inter-generational Differences Among Age Groups in Estonia: A Cultural Approach to Media Generations. — *Northern Lights*, 2013, Vol. 11, nr 1, lk-d 15–34.

1997) väljapakutud võitjate ja kaotajate põlvkondade ümber tekkinud diskussiooni juurde.²⁶ Teatavasti defineeriti „võitjatena“ 1960ndatel sündinuid, kelle aktiivsesse tööikka jõudmise faas kattus Eesti iseseisvuse taastamise perioodi algusega. Muutuste keerises suutsid paljud neist haarata olulisi positsioone majanduse, äri, poliitika jm valdkonnas ning minna kaasa uute ideede ja turumajandusliku ühiskonnakorraldusega. Kirjeldatud põlvkond on hea näide ülenevast mobiilsusest (*upward mobility*), sealjuures on alles hilisemates uuringutes toodud esile muu hulgas perekonna ressursside ja võrgustiku mõju toonastele karjääripüüdlustele varakapitalistlikus ühiskonnas.²⁷ See aga ei tähenda, et toona saavutatud positsioone oleks hiljem erisuguste mõjude foonil (sh globaalse majanduskriisi tingimustes) suudetud tingimata hoida ja säilitada. Remark võib mingil määral olla abiks kosmoseajastu põlvkonna kohanemisvõime tõlgendamisel ka info- ja meediatööstuse ning -tarbimise murrangulise arengu kontekstis.

Teisalt on analüüsi tulemustele ka teine, praktilisem seletus: olles interneti laiema kasutuselevõtu ajal ja järel (mil küsitlusandmed valdavalt on kogutud) aktiivses tööhõives, on digitaalse kirjaoskuse omandamine paljude selle põlvkonnagrupi liikmete jaoks olnud küllap üks professionaalses elus hakkamasaamise eeldusi. Võrreldes vanemate kohortidega, kellele selline surve või ootus niivõrd otsestelt ei laiene, on kosmoseajastu põlvkond suuremal määral sõltuv välistest teguritest. Lisapõhjendustena võib esile tuua eakamast elanikkonnast aktiivsema osaluse demokraatia protsessides. Näiteks on varasemad küsitlused toonud esile just keskealiste suurema valimisaktiivsuse võrreldes päris noorte, aga ka eakate kodanikega²⁸ ning avalike teenuste kasutamise, millesse on üha laiemalt integreeritud digitaalsed lahendused (e-hääletamine, e-tervis jm e-teenused). See annab tunnistust kõnealuse kohordi sujuvamast sotsialiseerumisest infoühiskonnas, mis

ka meediasfääris toimuvat suurel määral hõlmab.

Huvipakkuvate meediateemade faktoranalüüs („Mina. Maailm. Meedia“ 2002., 2008. ja 2011. aasta andmete põhjal) osutas põhjuslikule seosele infoelistuste ja -vajaduste ning indiviidi elutsükli ja selles sisalduvate üleminekute vahel (nendeks loetakse nt iseseisva elu alustamist, paarisuhte loomist, lapsevanemaks saamist, pensionile jäämist jms). Valdavalt 1960ndatel sündinud uudistetarbivate huvifookuses olid küllaltki kesksel kohal pere, laste, hariduse ning sotsiaalse turvalisusega seotud teemad ja sündmused, mis olid üheksa-aastase uuringuperioodi lõpuks tõusnud oluliste teemade ringi ka 1972.–1986. aastal sündinud siirdepõlvkonnas. Kuid kõigi viie kohordi võrdluses tuleb välja kosmoseajastu põlvkonna laiapõhjaline huvi maailmas toimuva ja meedias kajastatava suhtes. Seetõttu on ka arusaadav, et igakülgsete huvide rahuldamiseks kasutatakse erisuguseid meediakanaleid ja platvorme. Selle grupi puhul tuli iseäranis ilmselt esile eri meediumide erinev otstarve, millele on taanlaste uudistetarbimist uurides tähelepanu osutanud Kim Christian Schröder ja Bent Steeg Larsen.²⁹ Inimesed kasutavad teatud meediume ja uudistekanalid toimuvast kiire ülevaate saamiseks ning teisi põhjalikumaks süvenemiseks ning taustteabe kogumiseks. Eestis korraldatud fookusgruppides selgus, et niisugust strateegiat rakendavad kõige sagedamini just kosmoseajastu põlvkonna esindajad. Enamiku jaoks oli igahommikune harjumus kasutada kiirülevaate saamiseks *online*-uudiste kanaleid ning valida välja lood, mida paberlehest soovitakse päeva jooksul või hiljem lugeda, valdavalt oli sel juhul tegemist pikemate arutleva iseloomuga tekstidega. Mõistagi ei saa seda kohorti käsitleda homogeense süvendatud meediahuviga auditooriumina. Tõenäoliselt esineb igas analüüsitud sotsiaalses gruppis nii sügavama ja avarama kui ka pealiskaudsema uudistehuviga indiviide.

Kosmoseajastu põlvkonda kuuluvate vastajate meediageograafiline horisont on võrdlemisi sarnane eespool iseloomustatud põlvkonnagruppide omaga, st suuremat lähedust ja huvi tuntakse lähema naabruse — Venemaa, Balti riikide, aga ka Põhja- ja Soome, Rootsi, Taani, Norra) ning Kesk-

²⁶ Vt Mikk Titma, Nancy Tuma, Brian D. Silver. *Winners and Losers in the Postcommunist Transition: New Evidence from Estonia*. — *Post-Soviet Affairs*, Vol. 14, 1998, lk-d 114–135; Jelena Helemäe, Ellu Saar, Rein Võõrmann. *Kas haridusse tasus investeerida?: Hariduse selekteerivast ja stratifitseerivast rollist kahe põlvkonna kogemuse alusel*. Tallinn: Eesti Teaduste Akademia, 2000.

²⁷ *Ave Roots. Occupational and Income Mobility during Post-Socialist Transformation of 1991–2004 in Estonia*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2013.

²⁸ Vt Marti Taru. *Valimispäeva küsitluse tulemusi*. — Riigikogu valimised 1999, Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 1999, lk-d 156–184.

²⁹ Kim Christian Schröder, Bent Steeg Larsen. *The Shifting Cross-Media News Landscape: Challenges for News Producers*. — *Journalism Studies*. Vol. 11, nr 4, 2010, lk-d 524–534.

Euroopa (Saksamaa, Suurbritannia, Prantsusmaa) suhtes. Venekeelsed vastajad on võrreldes eestlastest eakaaslastega veidi enam huvitunud Leedus, endise NLi territooriumil ja Vahemere maades toimuvast.

Online-uudistele orienteeritud kasutajad

Kolmanda tingliku ja kontsentreeruva meediapõlvkonna moodustavad uudistetarbijad, kelle repertuaaris domineerib interneti vahendusel jälgitav meediasisu ning kes moodustavad suurema osa digitaalsete meedia- ja kommunikatsioonivahendite kasutajaskonnast (vt tabel 1).

Ootuspäraselt annavad selles auditooriumisegmendis tooni nooremate kohortide esindajad: siirde- või üleminekuaja põlvkond (sündinud aastatel 1972–1986) ja vabaduse lapsed (sündinud aastatel 1987–1997). Kui esimese kohordi varane täiskasvanuiga (Mannheimi järgi formatiivne periood, mis jääb vahemikku 17–25 eluaastat) langes kokku interneti saabumise ja massilise kasutuselevõtuga, siis teise kohordi esindajatel, nagu selgub küsitlusandmetest, on raske ette kujutada maailma, kus internetiühendust ei eksisteeri.³⁰ Nii uuringu „Muutuv meediamaastik“ kui ka „Mina. Maailm. Meedia“ tulemused näitavad, et nooremates kohortides on internetist saanud peamine ja eelistatuim info hankimise allikas ning erisuguse iseloomuga kommunikatsioonitegevuste platvorm.

Online-uudiste jälgimine, mis moodustab vaid osa mitmekülgsest kommunikatsioonipraktikast, ei ole sugugi prioriteetne tegevus, iseäranis vabaduse laste jaoks. Tulemus on mõistetav eriti olukorras, kus meediasisu esitatakse mitmel eri platvormil ja eri kanalites; kus auditooriumi seisukohalt vaadatuna on žanri- ja formaadipiirid mõnevõrra hägustunud ning üleminek üht tüüpi meediasisu jälgimiselt teisele toimub sujuvalt (ähmastub selge piir uudisväärtusliku ja muu materjali vahel). Tendentsi edasiarenduseks saab pidada sotsiaalmeedia kanaleid, kus isikutevahelise kommunikatsiooni eesmärgil sisenenud kasutaja võib hõlpsasti sattuda mõnele professionaalse uudistekanalile toodetud

materjali juurde viivale lingile, mida tema kontaktid jagavad, soovivad või kommenteerivad. Nii-sugune planeerimatu uudistetarbimine kui siiski üsna sagedasti esinev praktika tuli kõige selgemalt esile vabaduse laste osalusel toimunud fookusgrupi intervjuus.

Temaatilised eelistused uudistemeedias viitavad ka siin east ja eluteest tulenevatele mõjudele. Kui vabaduse lapsed pööravad enam tähelepanu arvuteid ja tehnoloogiat, haridust, noorsooküsimusi, muusikat ja meelelahutust käsitlevatele meediatekstidele, siis neist veidi vanem üleminekuajapõlvkond on uurimuses hõlmatud aastate vältel hakanud huvituma ka kodu ja perekonnaga seotud teemadest. Märkimisväärselt vähesel määral tunnevad nooremad kohordid huvi ajaloo ja kultuurimälu, aga ka poliitika ja sellele lähedaste valdkondadega seonduvate materjalide vastu. Noorte tagasihoidlikule poliitikaühendusele (nii Eestis kui ka terves Euroopas) juhivad tähelepanu ka Kalmus, Masso ja Lauristin.³¹ Samas nähtub „Muutuv meediamaastik“ andmetest, et vabaduse lapsi (teatud määral ka siirdepõlvkonda) iseloomustab suurem avatus geograafiliselt kaugete piirkondade suhtes, lisaks tajuvad nad eksootilisemaid kultuure arusaadavamana, kui seda esineb vanemates põlvkondades. Siinjuures ilmneb ka vene ja eesti keele kõnelejad rühmi kõrvutades märgatavalt suurem põlvkondlik sidusus (eriti vabaduse laste seas). Noorematesse põlvkonnagruppidesse kuuluvad esindavad globaalsemat maailmatunnetust, nende geograafilis-kultuuriline horisont ulatub kaugemale lähemast naabruskonnast (kuigi Skandinaavia on endiselt olulisel kohal) ning nad ei tunnetata samasugust sidet endise Nõukogude Liidu territooriumiga kui nende eelkäijad — paljude jaoks neist puudub isiklik kokkupuude iseseisvuse taastamise eelse ajastuga. Selle asemel huvitavad neid Austraalia ja Uus-Meremaa ning üldse ingliskeelsed kultuurid ja riigid.

Noorte selge orienteeritus ingliskeelsele informatsioonile tuleb välja nii statistilisest andmeanalüüsist kui ka fookusgruppidest ning seda leidu toetavad ka keeleteadlaste avaldatud uuringutulemused Eesti kooliõpilaste³² inglise keele kasutusest, mille proportsioon on noorte igapäevaelus aastate jooksul

³⁰ Esitatud argumenti toetab ka TNS Emori kogutud küsitlusandmete põhjal arvutatud meediakasutuse indeks, mille kohaselt oli 2013. aastal 15–29aastaste Eesti elanike internetitarbimine ligikaudu sajaprotsendiline. 30–39aastaste grupis kasutas internetti 96% ja 40–49aastaste grupis 87%.

³¹ V. Kalmus, A. Masso, M. Lauristin 2013.

³² Anni Tammemägi, Martin Ehala. Eesti õpilaste keelehoiakud 2011. aastal. — Keel ja Kirjandus. 2012, nr 4, lk-d 241–260.

märgatavalt suurenenud. 2011. aastal fookusgruppides intervjuueeritud noorte sõnul ei teki olulist barjääri ingliskeelse uudistemeedia mõistmisel (interneti vahendusel jälgitakse BBCd, CNNi jt kanaleid). Veelgi enam, ingliskeelseid allikaid peeti mitmel puhul eestikeelsetest usaldusväärsemaks, põhjalikumaks ja paremini tasakaalustatuks, eriti rahvusvaheliste sündmuste kajastamisel. Lisaks võis fookusgrupi vestluses täheldada, et vabaduse laste sõnavara on suurel määral inglise keelest mõjutatud, mida ei ilmnenu ülejäänud intervjuudes. Nähtust on siinkirjutaja oma väitekirjas käsitlenud keelenihke (*language shift*) kontekstis.³³

Lõpetuseks võib väitekirja aluseks oleva analüüsi põhjal tõdeda Karl Mannheimi värske kontakti hüpoteesi paikapidavust Eesti uudistemeedia põlvkondade uurimisel. Interneti kasutuselevõtt 1990ndatel ning massiline levik ja kättesaadavus 2000. aastatel on murranguliselt muutnud kogu kommunikatsiooni valdkonda, olles seega käsitletav ulatusliku ja mõjuka sotsiaalse muutuste ahela esilekutsujana, mis omakorda on vorminud uue sotsiaalse põlvkonna. Nende suhe internetimeediaga, nagu ülaltoodu ka rõhutab, erineb olulisel määral eelkäijate suhestumisest *online*-meediaga. Samas toimub, nagu toonitab Veronika Kalmus³⁴, ka vanemates põlvkondades järkjärguline kohanemine interneti ja digitaalse meedia vormidega, kuid pööre ei ole nii järsk ega kõikehõlmava ulatusega. Kuigi sotsiaalmeedia ja mobiilse meedia lisandumine uudistetarbimise rutiini ei ole veel põhjalikult läbiuuritud valdkond, saab siiski täheldada nende kasvavat tähendust esialgu kahe noorima kohordi esindajate seas. Nii formaliseeritud küsitlus kui ka fookusgrupid tõid välja, et alates aastatest 2011/2012 on nooremate uudistetarbijate repertuaari lisandunud sotsiaalmeedia võrgustikud (eriti Facebook, Twitter ja YouTube). Samuti andsid nimetatud aastatel kogutud andmed märku nutiseadmete rakendamise uudiste jälgimisel. Nagu artikli sissejuhatuses on rõhutatud, on meediakasutuse uurimine n-ö pidevalt liikuv sihtmärk, mis tähendab, et töö aluseks olev andmebaas ei võimalda teha käesolevat aastat ja tulevikku puudutavaid järeldusi nutisead-

mete ja mobiilse uudistemeedia kasutamise kohta. Võib vaid oletada, et viidatud aastatel alguse saanud trend on ajapikku süvenenud ning teisteski kasutajagruppides veidi laiemalt levinud.

Kokkuvõtteks

Põlvkonnastumise analüüsimiseks meediakasutuse või mistahes muus sotsiaalses kontekstis ei ole ühest lähenemist, samamoodi nagu ei eksisteeri ühte objektiivset viisi sotsiaalsete põlvkondade dateerimiseks ja põlvkondliku sidususe määratlemiseks.³⁵ Töö üheks olulisemaks järelduseks on tõdemus, et eraldiseisvate või eksklusiivsete meediapõlvkondade defineerimisel (nt digitaalne põlvkond, Facebooki või iPadi põlvkond) tuleks olla mõõdukalt ettevaatlik ja vältida käibefraasi tasandil toimivate terminite juurutamist. Selle asemel tuleks põlvkondlike nähtuste määratlemisel arvesse võtta nii sotsiaalajaloolist struktuuri, millesse ollakse sündinud, kui ka sotsiaalsete rühmade erinevat võimekust suhestuda ühiskondlike muutuste ja tehnoloogilise innovatsiooniga, pidades silmas ka erinevusi põlvkondlikes valikutest, kultuurimaitsetes ja väärtustes.

Viiest töös lähemalt analüüsitud rühmast neljal (sündinud vahemikes 1932–1941, 1942–1957, 1958–1971, 1972–1986) on olnud otsene kokkupuude ja kogemus nõukogudeaegse ühiskonnakorraldusega, kuigi töös käsitletud gruppide sotsialiseerumisperiood jääb ühiskonna arengu erinevatesse etappidesse ning see asjaolu on avaldanud ka erisugust mõju põlvkondlikule eneseteadvusele. Üks viiest kohordist on defineeritud iseseisvuse taastamise aega või selle järgsesse perioodi jääva sünniaja (1987–1997) ja kujunemisaastate järgi. Eespool kirjeldatud tegurid selgitavad ka tööka, miks põlvkonnagrupid katavad erineva ulatusega ajavahemikke. Konkreetsete gruppide formeerimine on mõistagi vajalik ja sobiv mistahes statistilise analüüsi tegemiseks, kuid tulevikuperspektiive silmas pidades võiks kaaluda põhjalikumalt kvalitatiivset lähenemist. Isäranis viljakas oleks longituuduuring, mis võimaldaks põlvkonnastumise protsessi põhjalikumalt analüüsida meediasüsteemi arengu ja laiemate sotsiaalsete muutuste taustal.

³³ Vt Sarah G. Thomason, Terrence Kaufman. *Language Contact, Creolization, and Genetic Linguistics*. Berkeley: University of California, 1991.

³⁴ V. Kalmus 2014.

³⁵ Vt Aili Aarelaid-Tart. Sissejuhatus: Põlvkondlik sidusus ja hajusus elaviku taustal. — Nullindate kultuur II: Põlvkondlikud pihtimused. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2012, lk-d 7–15.