

Tallinna Ülikool
Balti filmi, meedia ja kunstide instituut

Liisi Perli

NOORTE LINEAARTELEVISIOONI VAATAJATE TÜPOLOOGIA

Bakalaureusetöö

Juhendaja: *Indrek Treufeldt,*
PhD

Tallinn 2025

AUTORIDEKLARATSIOON

Mina, Liisi Perli,

1. olen koostanud bakalaureusetöö iseseisvalt. Teiste autorite uurimistööd, olulised seisukohad kirjandusest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.
2. annan Tallinna Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Noorte lineaartelevisiooni vaatajate tüpoloogia”, mille juhendaja on Indrek Treufeldt,
 - 2.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja elektroonilise avaldamise eesmärgil Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu repositooriumis alates lõputöö positiivsele tulemusele hindamisest kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;
 - 2.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu repositooriumis alates lõputöö positiivsele tulemusele hindamisest kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. olen teadlik, et punktis 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitset reguleerivatest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Töö autor: Liisi Perli
(digitaalne allkiri)

Töö on kaitsmisele lubatud.

Juhendaja: Indrek Treufeldt, PhD (digitaalne allkiri)

Kaitsmine toimub Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia ja kunstide instituudi bakalaureusetööde kaitsmiskomisjoni avalikul koosolekul.

SISUKOKKUVÕTE

Tallinna Ülikool	Balti filmi, meedia ja kunstide instituut
Autor Liisi Perli Pealkiri Noorte lineaartelevisiooni vaatajate tüpoloogia	
Õppekava Ajakirjandus	Tase Bakalaureusetöö
Kuu ja aasta Mai 2025	Lehekülgede arv 69
Kokkuvõte Bakalaureusetöö eesmärk oli uurida noorte lineaartelevisiooni vaatamise motiive. Täpsemalt, mis paneb neid veel lineaartelevisiooni vaatama, mis neid selle juures paelub ja millist telesisu nad eelistavad. Teoreetilises osas käsitletud tüpoloogiate põhjal sünteesisin ühe võimaliku noorte televaatajate tüpoloogia, mille täiustamiseks viisin läbi seitse poolstruktureeritud personaalintervjuud iga rühma juhusliku esindajaga, et mõista sügavuti iga tüübi lineaartelevisiooni vaatamise motiive ja harjumusi. Töö tulemused näitasid, et antud teleauditooriumi tüübid on esindatud ka praktikas ning noori televaataja tüüpe iseloomustavad spetsiifilised lineaartelevisiooni vaatamise viisid. Nende puhul eristuvad üksteisest televisiooni jälgimise harjumused (kui tihti, millal, kellega, mis seadmest vaadatakse), valikud (saated, žanrid, kanalid) ning motiivid (meelelahutus, uute teadmiste kogumine, ühiskonna eluga kursis püsimine, hea ajaviide seltskonnaga, taustameedium). Noored eelistavad lineaartelevisiooni muudele meediavormidele selle lihtsuse, mugavuse või lapsepõlves perekonnalt üle võetud harjumuste ja tekkinud traditsioonide pärast.	
Märksõnad Lineaartelevisioon, televisioon, noored, tüpoloogia, tüpologiseerimine	
Säilitamise koht Tallinna Ülikool, Balti filmi, meedia ja kunstide instituut	
Lisainformatsioon	

ABSTRACT

Tallinn University	Baltic Film, Media and Arts School
Author Liisi Perli Title Typology of young linear television viewers	
Curriculum Journalism	Level Bachelor
Month and year May 2025	Page count 69
Abstract The aim of this bachelor's thesis was to explore young people's motives for watching linear television. Specifically, what makes them still watch it, what they find appealing about it, and what kind of television content they prefer. Based on the typologies discussed in the theoretical part, I synthesized one possible typology of young television viewers. To refine it, I conducted seven semi-structured personal interviews with randomly selected representatives of each group to gain a deeper understanding of their motives and habits related to watching linear television. The results of the study showed that the proposed viewer types are also present in practice and that each type is characterized by specific ways of engaging with linear television. These types differ in their television viewing habits (how often, when, with whom, and on which device they watch), choices (programs, genres, channels), and motives (entertainment, gaining new knowledge, staying informed about societal matters, spending quality time with others, using it as background media). Young people prefer linear television over other forms of media due to its simplicity, convenience, or as a habit passed down from family during childhood, which has become a tradition.	
Keywords Linear television, television, youth, typology, typologizing	
Place of Preservation Tallinn University Baltic Film, Media and Arts School	
Additional Information	

SISUKORD

SISUKOKKUVÕTE.....	3
SISUKORD.....	5
SISSEJUHATUS.....	7
1. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD.....	10
1.1 Noorte defineerimine.....	10
1.1.1 Seda vanuserühma on määratletud kui Z-põlvkond.....	10
1.2 Noorte meediatarbimine.....	12
1.3 Lineartelevisioon.....	14
1.4 Digiaja televisioon.....	15
1.5 Traditsiooniline teleauditoorium ja toimunud muutused.....	17
1.5.1 Valikute paljususe.....	20
1.6 Televaatajate tüpoloogia.....	22
1.6.1 Žanripõhine segmenteerimine.....	22
1.6.2 Üleüldise televisiooni suhtumise järgi segmenteerimine.....	24
1.6.3 Pühendumise astme ja vaadatava programmi variatiivsuse järgi segmenteerimine.....	24
1.6.4 Huvide, elulaadi ja väärtuste alusel segmenteerimine.....	25
1.6.5 Vaatamissageduse ja žanrielistuse järgi segmenteerimine.....	26
1.7 Noorte lineartelevisiooni vaatajate tüpoloogia.....	28
2. UURIMISMEETOD JA VALIM.....	32
2.1 Uurimisküsimused.....	32
2.2 Uurimismeetod.....	33
2.3 Valim.....	34
2.4 Andmeanalüüs.....	35
3. UURIMISTULEMUSED.....	36
3.1 Meelelahutusele ja mälumängudele pühendunu.....	36
3.2 Rahvusringhäälingu fänn.....	38
3.3 Ühiskonnaeluga kursis olev, päevakajalisest sisust huvitunu.....	41
3.4 Üksnes otseülekannetele orienteeritud.....	44
3.5 Seltskondlik, väljaspool kodu televaataja.....	46
3.6 Sage taustameediumi tarbija.....	49
3.7 Väga kindla eelistusega harv vaataja.....	51
4. JÄRELDUSED.....	54
4.1 Kuidas avalduvad noorte televaatajate tüübid igapäeva praktikas?.....	54
4.2 Mis iseloomustab noorte televaatajate erinevaid tüüpe?.....	54
4.3 Miks ja kuidas vaatab noor lineartelevisiooni?.....	56

	6
KOKKUVÕTE.....	61
ALLIKAD.....	63
LISAD.....	68
Lisa 1. Intervjuukava.....	68

SISSEJUHATUS

Noored on sihtrühm, kelle meediatarbimine muutub kiiremini kui ühegi teise põlvkonna oma ning kelle eelistused mõjutavad otseselt meediaturu arengusuundi. Tehnoloogia arenguga on lineaartelevisiooni vaatamisele lisandunud palju uusi alternatiive, mida ka üha enam kasutatakse. Vanemaealiste puhul ei ole toimunud veel ehk suuri muutusi, aga noorte, kõige tehnoloogiateadlikuma sihtgrupi, puhul on muutused märgatavad. Niisiis on levinud teadmine, et noored ei vaata enam televiisorit, vähemalt mitte lineaartelevisiooni. Uuringud näitavad, et televaatajate osakaal noorte seas hakkas vähenema juba kümne aasta eest (Vihalemm & Kõuts-Klemm, 2018). Noored on kolinud sotsiaalmeediasse, voogedastus-ja videojagamisplatvormidele ning vabanenud saatekava alusel saadete jälgimisest.

Kuid vähe on tänapäeval uuritud neid noori, keda saab veel televaatajateks lugeda. Sellest tuleneb ka minu töö eesmärk uurida noorte lineaartelevisiooni vaatamise motiive – mis paneb neid veel lineaartelevisiooni vaatama, mis neid selle juures paelub ja millist telesisu nad eelistavad. Teoreetilises osas käsitletud tüpoloogiate ja tänapäevaste uuringute põhjal sünteesisin ühe võimaliku noorte televaatajate tüpoloogia, mille täiustamiseks viin läbi kvalitatiivintervjuu iga rühma juhusliku esindajaga, et mõista detailideni iga tüübi lineaartelevisiooni vaatamise motiive ja harjumusi. Töö eesmärgist lähtuvalt on uurimisküsimused sõnastatud järgmiselt:

1. Kuidas avalduvad noorte televaatajate tüübid praktikas?
2. Mis iseloomustab erinevaid noorte televaatajate tüüpe?
3. Miks ja kuidas vaatab noor lineaartelevisiooni?

Käesolev bakalaureusetöö ei keskendu vaadatavusele ega numbritele, vaid noorte televisiooni vaatamise praktikatele, motiividele ja harjumustele, mida ei ole praegusel ajal teleuuringutes uuritud. Teleauditooriumi tüpologiseerimine on küll levinud viis vaatajaskonna kirjeldamiseks, sest see püüab leida levinumaid teletarbimise mustreid, isegi juhul, kui tundub, et mingit domineerivat tarbimismustrit pole olemas. Kuid noorte

televaatajate puhul eraldi seda rakendatud ei ole. Minu töö jätkab mõnes mõttes Salme Rannu (2010) ja Eva Maria Põldmäe (2015) uurimissuundi, mis rõhutavad vaatajate sisueelistuste ja elulaadi vahelist seost ning põlvkondade meediatarbimise erinevuseid ja pakuvad alternatiivi kitsale reitingupõhisele lähenemisele teleauditooriumitele.

Minu uurimus on kasulik materjal teleinstitutsioonidele mõistmaks, kuidas noored tänapäeval lineaartelevisiooniga suhestuvad ja mis motiividel televiisorit vaatavad. Kuigi noored ei ole telekanalite peamine sihtrühm, on kanalitel siiski eesmärk kasvatada endale ka noori vaatajaid, sest nemad on n-ö tulevikuvaatajaid. Nad soovivad harjutada noori vaatama just nende saateid ja kanalit. Samuti on erameedia siht laiendada saadete vaatajaskonda, sest mida rohkem vaatajaid ja mida laiem vaatajaskond, seda kallimalt saab reklaami müüa, seda suurem on kasum ja seda atraktiivsemaid uusi programme suudetakse vaatajatele luua. Ühtlasi on töö oluline ajaloolises kontekstis, sest televisiooni roll on pidevas muutumises ning minu töö talletab, milline on televisiooni roll noorte elus praegusel, sotsiaalmeedia ajastul.

Antud uurimistöö ajendiks oli soov tulevikus teleajakirjanduses töötada, mistõttu tahtsin televisioonist rohkem teada saada. Uurimus on seega oluline ka isiklikus perspektiivis. Soovisin uurida midagi, millega saaksin televisiooni omalt poolt panustada, olgu selleks, siis noorte teleharjumuste tundmine.

Uurimistöös on kasutatud järgmiseid mõisteid:

Tüpoloogia – rühmituste süsteem, mille abil saab jagada nähtusi kindlatesse rühmadesse, mida nimetatakse tüüpideks, tuginedes teatud valitud omadustele ja tunnustele. Tüpoloogiate eesmärk on muuta keeruliste asjade uurimine lihtsamaks, jagades need mõtestatud kategooriatesse (The Editors of Encyclopaedia Britannica, kuupäev puudub).

Lineaartelevisioon – televisiooniteenus, kus teenusepakkuja edastab reaajas pidevat videovoogu ja kus kasutaja ei saa kontrollida sisu vaatamise ajalist järjekorda (Minoli, 2012).

Reiting (televisioonis) – Saate reiting näitab selle keskmist vaatajate arvu protsentides kogu elanikkonnast, kes on vähemalt nelja aasta vanused (Pullerits, 2004).

1. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

1.1 Noorte defineerimine

Definitsiooniga “noored” tähistasin antud uurimistöös 15-24 aastaseid nagu on defineeritud ülemaailmses tegevusprogrammis Action for Youth (United Nations, 2010). Jeffrey Arnett (2000) on seda inimese eluperioodi iseloomustanud armastuse, töö ja maailmavaadete uurimisega. Lisades, et see on suurenenud autonoomia aeg, mis on samas määratletud ebastabiilsuse, identiteediotsingute ja pikaajaliste kohustuste, nagu karjääri- või pereelu kindlustamise, puudumisega. Noorte definitsioon sõltub kultuurilistest normidest ning majanduslikud ja hariduslikud nõuded võivad traditsioonilisi täiskasvanuks saamise verstaposte edasi lükata (Arnett, 2000). Riigi Teatajas (2020) toodud määratluse järgi defineeritakse Eestis noort, kui seitsme kuni kahekümne kuue aastast füüsilist isikut. Kuid mina valisin määratluse ÜRO käsitlemise järgi (United Nations, 2020), sest see on universaalsem ning rahvusvaheliseliste uuringutega sidusam.

1.1.1 Seda vanuserühma on määratletud kui Z-põlvkond

Antud vanuserühm, sündinud vahemikus 2001-2010, kuulub Z-põlvkonna määratlusse, kelleks peetakse 1997.-2012. aastal sündinuid (Cooper, 2024). Seda generatsiooni iseloomustab täielik juurdepääs internetile ja selle regulaarne kasutamine, erinevad identiteedid ja sotsiaalne teadvus (Cooper, 2024). Cooper (2024) märgib, et Z-põlvkond on üles kasvanud maailmas, mis järgnes 11. septembril 2001. aastal New Yorgis Maailma Kaubanduskeskusele toimunud terrorirünnakutele. Selle tragöödia tõttu oli põlvkonna kasvamise ajal olulised sellised probleemid nagu terrorism, USA juhitud sõjad Afganistanis ja Iraagis ning riiklik julgeolek. Nende murede levik koos keskkonna- ja muude sotsiaalsete temadega on muutnud selle generatsiooni veelgi innovaatisemaks, ettevõtlikumaks ja teadlikumaks oma tulevikust ja selle väljakutsetest (Cooper, 2024). Cooper (2024) lisab, et põlvkonda mõjutasid ka 2007.–2009. aasta majanduslangus, kasvav varanduslik ebavõrdsus, kõrge tööpuudus, COVID-19 pandeemia ja kõrge inflatsioon. Tema sõnul usutakse, et nende ülemaailmsete probleemide tõttu on

Z-põlvkonnal konservatiivsed hoiakud kulutuste, töökohtade valiku ja investeringute osas. Lisades, et tarbijatena eelistavad generatsiooni kuulujad jätkusuutlikkust, personaliseerimist ja üleüldiselt oma väärtustega vastavusse viimist, ning eluasemeturul ruumi kodukontoriks, taskukohasust ja turvalisust.

Pew uurimiskeskuse kohaselt on Z-generatsioon siiani üks kõige kõrgemalt haritud põlvkondi, 2018. aastal läks 57% noortest ülikooli edasi õppima (Parker & Igielnik, 2020). Uuringust selgus, et nad kukuvad väiksema tõenäosusega keskkoolist välja ja suurema tõenäosusega lähevad edasi ülikooli. See võib tuleneda sellest, et sellel generatsioonil on tõenäolisemalt kõrgharidusega vanem kui varasematel noorte põlvkondadel (Parker & Igielnik, 2020). Public Religion Research Instituut (PRRI, 2024) leidis, et Z-põlvkond on poliitiliselt liberaalsem ja samastub tõenäoliselt demokraatliku partega või sõltumatuna. Tervikuna hoolib Z-generatsioon väga sellistest probleemidest nagu abort, juurdepääs relvadele, LGBTQ õigused, kliimamuutused, immigratsioon ja vaimne tervis (Cooper, 2024). Nad kipuvad olema vähem religioossed kui nende eelkäijad ja toetavad rohkem erinevaid soolisi identiteete ja perekondlikke struktuure (Cooper, 2024).

Z-põlvkond on esimene generatsioon, kes ei mäleta elu enne nutitelefone ja on üles kasvanud ajal, mil voogedastusplatvormid ja sotsiaalmeedia olid kõikjal kättesaadavad (Eldridge, 2025). Selle põlvkonna internetisuhtlus erineb eelmistest põlvkondadest. Kui millenniumi põlvkond läbis ajastu, mil sotsiaalmeediasse postitati avatud ja sügavalt isiklikke postitusi, siis Z-põlvkond on eelistanud rohkem anonüümsust ja privaatsust (Eldridge, 2025). Kuid Cooperi (2024) sõnul on teadusuuringud seostanud sotsiaalmeedia rohket kasutamist kehva vaimse tervisega, mis on teine eluaspekt, mis on tugevalt seotud Z-põlvkonnaga. Nad kipuvad olema vaimse tervise probleemidest väga teadlikud ja avameelsed. Lisades, et paljud on töötanud vaimsete haiguste destigmatiseerimise ja nõustamise edendamise nimel. Samuti toob ta välja, et töö valdkonnas on Z-põlvkond tuntud töö- ja eraelu tasakaalu suurendamise poolest, alates kaug- ja paindliku töökorralduse eelistamisest kuni rohkemate haiguspäevade võtmiseni.

Kuigi "Z-põlvkond" on selle generatsiooni üks levinumaid nimetusi, on populaarsed ka "Google'i põlvkond" ja "iPõlvkond", mis võib viidata Apple'i toodetele, mis algavad

samuti väikese “i” tähega, nagu iPod ja iPad (Cooper, 2024). Ühtlasi on neid nimetatud digimeedia põlvkonnaks, sest nende noorusaeg langeb kokku *online*-meedia hiilgeaja algusega (Põldmäe, 2015). Mõiste "Z-põlvkond" tekkis tänu oma tähestikulisele kohale pärast X- ja Y-põlvkonda (Cooper, 2024).

Põlvkondadele hüüdnime andmine on olnud Ameerika kultuuris populaarne alates sellest, kui mõiste "beebibuumi põlvkond" esmakordselt 1950. ja 1960. aastatel levima hakkas (Cooper, 2024). See termin viitab inimestele, kes on sündinud pärast teist maailmasõda, aastatel 1946–1964, suurima rahvaarvu kasvu ajal. Beebibuumeritele järgnes X-põlvkond, mis sai alguse 1960. aastate algusest ja jätkus 1980. aastate alguseni, ning millenniumi põlvkond (või Y-põlvkond), nimi peegeldab nende ühist teekonda 1980. aastate algusest 2000. aastate algusesse ja uuele aastatuhandele (Cooper, 2024).

1.2 Noorte meediatarbimine

Cooperi (2024) sõnul on Z-põlvkond tuntud oma tehnoloogilise taibu ja sotsiaalmeedia suhtluse poolest. Lisades, et sellel põlvkonnal on alati olnud juurdepääs rohkemale teabele ja kiiremini, kui igal eelneval põlvkonnal, muutes nad sotsiaalselt teadlikumaks ja seotumaks, eriti veebiväljundite kaudu nagu sotsiaalmeedia. Kui varasemad põlvkonnad kohtusid näost näkku või suhtlesid telefoni teel, siis Z-põlvkond tugineb tekstisõnumitele, sotsiaalmeediale, e-postile ja häälsõnumitele (Cooper, 2024). Pew uurimiskeskuse andmetel kasvas mobiiltelefonidega teismeliste osakaal 2018. aastal 95 protsendini, võrreldes 2004. aasta 45 protsendiga (Anderson & Jiang, 2018).

Juba Z-generatsioonile eelnevat, millenniumi põlvkonda, peeti uute meediatehnoloogiatega kodustamises nobedaks, sest nende kasutuses oli enim uusi vahendeid – mobiil- ja nutitelefone, süle- ja tahvelarvuteid –, nad olid aktiivseimad netikasutajad, tajusid kõige selgemini uue meediumi eeliseid ega lasknud end kuigivõrd häirida internetiriskidest (Kalmus et al., 2017). Võrreldes vanemate põlvkondadega oli Y-põlvkonna edumaa uue meedia kasutuselevõtus suurim just uusima platvormi – sotsiaalmeedia – kasutamises ning loomingulises ja suhtlemiskeskses veebikasutuses (Kalmus et al., 2017). Samas olid nad

kõige tagasihoidlikumad traditsioonilise meedia, eriti raadio, ajalehtede, teleuudiste, arutus- ja dokumentaalsaadete tarbijad, võimalik, et nende infovajaduse rahuldab suurel määral internet, sh sotsiaalmeedia (Kalmus et al., 2017).

Kuid Z-põlvkonnal on uue meedia kasutamine veelgi võimendunud. Nad eelistavad traditsioonilisele meediale voogedastusplatvorme, lühivideoid, videomänge ja interaktiivset meediat (Cooper, 2024). Professori Hadiza Isa Wada tehtud uuringus, kus ta võrdles Y-põlvkonna ja Z-põlvkonna meediatarbimist, selgus, et kui vanema põlvkonna, Y-generatsiooni, uudisteallikaks on põhiliselt televisioon ja raadio (42%) ning sotsiaalmeedia vaid 9%, siis Z-põlvkonnast kasutab internetti uudisteallikana koguni 54% ning 23,5% sotsiaalmeediat (tabel 1). Uuring näitab, et noortel on ilmselge suundumus eelistada digi- ja sotsiaalmeediat infoallikana, kuigi teatakse, et see ei pruugi alati olla usaldusväärne.

Tabel 1. Generatsioonide peamine uudisteallikas

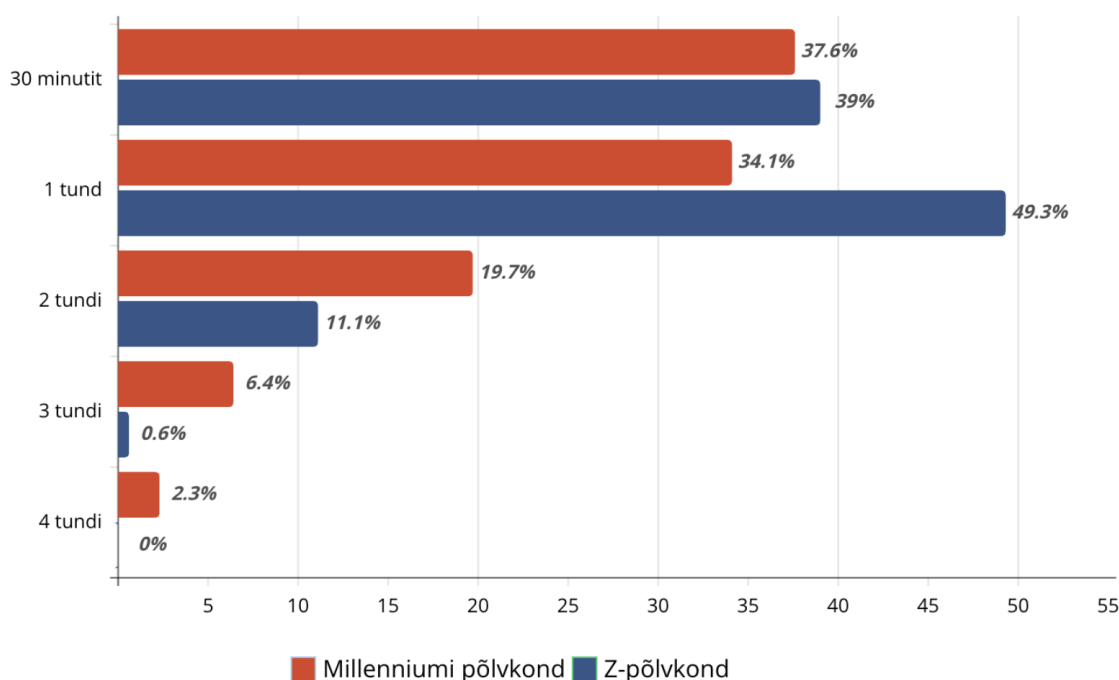
Vastusevariandid	Z-põlvkond	Y-põlvkond
Raadio ja televisioon	16,5%	42%
Sotsiaalmeedia	23,5%	9%
Internet	54%	26%
Ajalehed	6%	23%
	100%	100%

Allikas: Wada H. I., 2019

Uudised ja telesaated võtavad noorte audiovisuaalsele sisule pühendatud ajast vaevalt 2% (López Vidales & Gómez Rubio, 2021). Ülejäänud aja võtavad videod, muusika ja oluline koht on ka videomängudel (Cortés Quesada et al., 2023). Kuigi televisioon on ikkagi noorte elus omal kohal, siis igapäevane tarbimine on langustrendis (Cortés Quesada et al.,

2023). Nagu on näidatud joonisel 1, ei ole lineaarsele televisioonile pühendatud igapäevane aeg kuigi suur. Kui millenniumi põlvkond võis veel veeta televiisori ees ka neli tundi, siis Z-põlvkond enam mitte.

Joonis 1. Millenniumi ja Z-põlvkonna lineaarteleviseiooni igapäevane tarbimine



Allikas: Cortés Quesada et al., 2023

1.3 Lineaarteleviseioon

Lineaarteleviseioon on televisiooniteenus, kus teenusepakkuja edastab reaajas pidevat videovoogu ja kus kasutaja ei saa kontrollida sisu vaatamise ajalist järjekorda (Minoli, 2012). Etteantud programmikava järgmist peetaksegi üheks põhiliseks lineaarteleviseiooni tunnuseks (Abreu et al., 2016). Aastakümneid oli see kõige traditsioonilisem ja populaarsem viis saadete vaatamiseks ning riiklike tasuta televisiooniteenuste seas domineerib see televaatamise viis siiani (Abreu et al., 2016). Niisiis lineaarteleviseioon kui traditsiooniline televisiooni ringhääling edastab programmi paljudele vaatajatele korraga, kindlatel kellaaegadel ja kindlatel kanalitel (Vinikas, 2024). See tähendab, et oma lemmiksaateid saab vaadata määratud aegadel, mitte siis, kui ise soovid. Korraga saab

vaadata ainult ühte kanalit ja kui mõni saade eetriajal vahele jääb, siis pole seda võimalik tagasi kerida ega järgi vaadata (Vinikas, 2024). Teisisõnu on televaatajal piiratud kontroll sisu üle, nad saavad küll vahetada kanalit, aga puudub võimalus sisu peatada ja tagasi või edasi kerida (Amirtham, 2025).

Traditsiooniline televisioon on üle elanud internetipõhise meedia, sealhulgas videojagamisplatvormide ja mittelineaarsete tellitavate audiovisuaalsete meediateenuste ägeda konkurentsi (Richter, 2023). Voogedastus ei asenda lineaartelevisiooni, vaid pigem on lineaarsed kanalid integreeritud kaasaegsesse meedia ökosüsteemi (Johnson, 2024). Eriti mõjukas on lineaartelevisioon ürituste, uudiste ja spordisündmuste otseülekannete edastamisel, kus sageli eelistatakse reaalajas vaatamist (Yamatsu & Lee, 2023) ja meelitatakse ligi suur reaalajas vaatajaskond (Rowe, 2016). Lineaarse televisiooni plaanipärane olemus soodustab jagatud vaatamiselamust auditooriumite vahel, mis on killustatud vaatamisharjumuste ajastul oluline eelis (Rowe, 2016) ja aitab kaasa traditsioonilise televisiooni püsimisele (Yamatsu & Lee, 2023).

Lineaarne televisioon viitab sisule, mis on ajastatud ja mida vaadatakse kindlatel kellaaegadel ja seda **olenemata vaatamiseks kasutatavast seadmest** (Zixi, 2022). Traditsiooniliselt pääses sellele ligi satelliidi- või kaabelvõrkude kaudu, kuid tänu tehnoloogilisele arengule on võimalik voogestada ajastatud otseülekandeid erinevates seadmetes, sealhulgas nutitelefonides ja arvutites, mistõttu telesaate reaalajas vaatamist telefonist või arvutist võib siiski pidada lineaarseks televisiooniks (Zixi, 2022). See erineb tellitavatest teenustest, kus vaatajad saavad valida sisu, mida vaadata neile sobival ajal (Amirtham, 2025). Seetõttu kvalifitseerub sisu lineaarseks televisiooniks isegi siis, kui saadete vaatamine toimub muudest seadmetest või kaasaegsete voogedastusplatvormide reaalajas vaatamise funktsiooni kaudu (Amirtham, 2025).

1.4 Digiaja televisioon

Teleteadlase Hagi Šeini (2021) sõnul sai 2000ndate algusest analoogajast digiaeg ja algas “kõigile” suunatud ringhäälingu järgne ajastu. Digipöörde esimeseks laineks nimetab ta

antenniteleviseiooni üleminekut digiedastusele, teiseks laineaks kaabelteleviseiooni järkjärgulist üleminekut digiedastusele ning kolmandaks laineaks lineaarsete ja mittelineaarsete tele-ja videoteenuste pakkumist internetis. 2015. aastal seoti maaapealne vabalevi hübriid-TV lahenduse abil internetiga, millele abil sai individuaalantenni kasutavatele vaatajatele kättesaadavaks ka mittelineaarsed teenused.

Suurimad seni toimunud muutused on televiseiooni vabanemine reaalarajas vaatamisest ehk lineaarsusest ja digitaalselt ühendatud leviplatvormide tekkimine (Šein, 2021). Digiajastut iseloomustab tehnoloogia alal meedia-ja teleteenuste platvormide mitmekesisustumine ja sarnastumine, sisupakkumise osas tohutu kanalite ja saadete valik, auditooriumi alal killustumine niši-ja mikroauditooriumiteks ning kasutamise alal vaatamine endale sobival ajal, endale sobivas kohas ja seadmes, liikumine viie ekraani – teleri, laua-, süle- ja tahvelarvuti ning mobiili – pildimaailmas (Šein, 2021). Šeini (2021) sõnul hakkas digiaja inimeste telekogemust kujundama lineaarse ja mittelineaarse televoo kohandamine oma isikliku eluilmaga ja identiteediga.

Seoses uute võimalustega on televiseiooni mõiste tänapäeval järjest hāgustumas. Hagi Šein (2021) on välja pakkunud, et televiseiooni on pikka aega nimetatud elektrooniliste vahendite abil edastatavat ja jagatavat, institutsionaalselt teleprogrammi tarbeks toodetud audiovisuaalset sisu, ja see võiks mõneks ajaks nii ka jääda.

2023. aastal läbiviidud Kantar Emori uuringu andmetel on digiajast alguse saanud video-ja voogedastusplatvormid tugevaks alternatiiviks ja konkurendiks klassikalisele televiseoonimeediumile (Saks et al., 2023). Nii kohalikud (nt Jupiter, Elisa Elamus, GO3) kui rahvusvahelised (nt Netflix, Disney+, Amazon Prime), Instagrami ja TikToki videod ning Telegrami ja YouTube'i kanalid. Eriti olulisel kohal on need noorte sihtrühmas, aga kasutajate hulk on juba suur ka kakskeelsete ja vanemate inimeste hulgas (Saks et al., 2023). Platvormide eeliseks toodi võimalus vaadata täpselt enda huvidest lähtuvat sisu endale sobival ajal, endale meelepärases keeles ja paljudel juhtudel ka reklaamivabalt (Saks et al., 2023).

Võib öelda, et Z-põlvkond sündis koos digiajaga, mistõttu on nende meediatarbimine arusaadavalt eelnevatest põlvkondadest erinev. Hagi Šein (2021) on arutlenud, et kui digieelse ajastu põlvkonnad, kelle televaatamise harjumus on olnud suur, lahkuvad järgmise kahekümne-kolmekümne aasta jooksul ja nooremates eagruppides traditsiooniline telerivaatamine väheneb, siis kas on põhjust arvata, et noortel telesisu vaatamise soov kaob, kui nad ei vaata enam televisiooni kui levikanalit? Kui koduse televaatamise asemel saab uueks normaalsuseks elu äppide ja portaalide maailmas (Šein, 2021). Tema sõnul on oletatud, et kui Y- ja Z-põlvkonnad saavad vanemaks, siis muutuvad nende telekasutuse mustrid eelmiste põlvkondade omadega sarnasemaks. Kuid tugev põhi on all ka vastupidisel veendumusel, et uued meediapõlvkonnad käituvad neile eelnenutega sarnaselt ja võtavad tulevikku kaasa oma kujunemisaastate meediaharjumused (Šein, 2021). Sellisel juhul ei oleks audiovisuaalse sisu edastajaks enam televisioon.

1.5 Traditsiooniline teleauditoorium ja toimunud muutused

Kantar Emori kohaselt on televiisoriga veedetud minutite hulk päevas 20 aasta jooksul langenud vaid 15 minuti võrra (Pihel, 2020). Ometigi on MeeMa andmetel Eestis järjest suurenenud inimeste hulk, kes ütlevad, et nad ei vaata üldse televiisorit – juba 2014. aastal vastas nii kümnendik vastajatest ja nooremate vanuserühmade hulgast kaks korda rohkem (Vihalemm et al., 2017). Võimalust määrata ise, mida ja millal vaadatakse, kasutatakse üha enam – peaaegu pool (46%) nii eestlastest kui ka mitte-eestlastest vaatasid MeeMa andmetel 2014. aastal filme ja seriaale internetist tagantjärele. Meelelahutussaadete (40%) ja uudiste (38%) puhul oli järelvaatamise võimaluse kasutajate osakaal veidi väiksem. Samuti tuli uuringust välja, et üle 90% noortest kasutab meedia jälgimiseks arvutit (Vihalemm et al., 2017).

Vihalemma ja Kõuts-Klemmi (2018) sõnul on meedia mõju ajakasutuse tegurina, päevaste tegevusrütmide määrajana, vähenenud. Vähem on neid, kes istuvad igal õhtul kell üheksa teleri ette, et “Aktuaalset kaamerat” vaadata, sest seda saab teha ka muul ajal ja muust seadmest (Vihalemm & Kõuts-Klemm, 2018). Kui 2015. aastal moodustas järelvaatamine

vaatamisajast ainult kaks protsenti, siis viis aastat hiljem oli see protsent juba 11 (Pihel, 2020).

2023. aastal viis Kantar Emor läbi uuringu, mille käigus uuriti Eesti elanike meediakasutust ja usaldust meedia vastu. Saks et al. (2023) leidsid, et tänapäeval on televisioon pigem taustameedium, mida pannakse näiteks hommikuse ärkamise, söögitegemise, koristamise või muude asjatoimetuste taustal mängima, kuid mida täie tähelepanuga ei jälgita. Heaks taustasaateks peeti näiteks hommikuprogramme “Terevisioon” ja “Kofe+”.

Uuringus toodi välja, et huvi televisiooni vastu erineb sõltuvalt inimeste vanusest: eesti- ja venekeelsetes gruppides osalenud noored vaatavad televisiooni väga vähe ja eelistavad pigem voogedastusplatvorme, YouTube’i ja sotsiaalmeediavideoid (Saks et al., 2023). Noorte hinnangul on televisioon vanamoeline meedium, mis on mõeldud liiga üldisele auditooriumile (midagi kõigile, aga mitte konkreetselt neile), kuid videoplatvormidelt saab vaadata üksnes seda sisu (filme, sarju, muusikat jm videoid), mis konkreetselt huvi pakub (Saks et al., 2023). Lisati, et voogedastusplatvormide puhul on oluline eelis ka reklaamide puudumine võrreldes televisiooniga, kus reklaamid on noorte meelest pikad ja tüütud. Noored tõid uuringu vastustes välja järgmist:

“Ei vaata telekat üldse, minu jaoks pole seal midagi huvitavat. Kõik saab kätte telefonist ja arvutist.” (M, 16, Pärnumaa, lk 23)

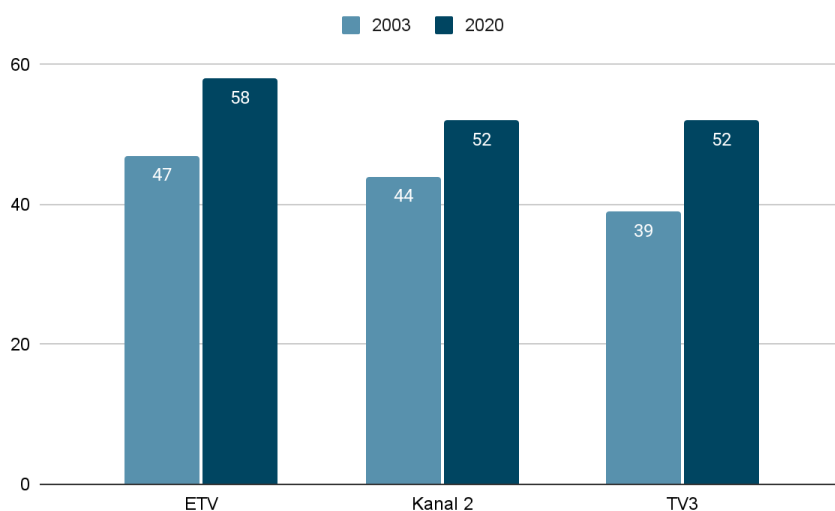
“See sisu, mida (TVs) luuakse, on kuidagi vanamoodne ja lihtne.” (N, 28, Harjumaa, lk 23)

“Kui ma räägin oma tädiga, kes on minust mitukümmend aastat vanem ja kes vaatab telekat, siis minu jaoks on see täiesti võõras maailm. Mingid saated nagu “Su hää l kõlab tuttavalt” – minu jaoks täiesti sisutu, mõttetu, ma ei näe seal midagi kasulikku ja see ei paku meelelahutust.” (N, 23, Harjumaa, lk 23)

Televaatajate osakaal noorte seas hakkas vähenema juba kümne aasta eest. Kui 2003. aastal vaatas vähemalt korra nädalas televiisorit 92% 4-29 aastastest eestlastest, siis 2015. aastal oli see osakaal juba 82% (Vihalemm & Kõuts-Klemm, 2018). 2014. aastal läbi viidud küsitluses, kus uuriti, mis telesaateid inimesed vaatavad, selgus, et noored vaatavad televisioonist enim meelelahutussaateid (Vihalemm & Kõuts-Klemm, 2018). Teisele kohale jäid loodus-ja teadussaadet ning kolmandale kultuurisaated. Kõige vähem vaatasid noored uudiseid ning vähene huvi oli ka arutus-ja doksaadete vastu. Mida noorem vaataja, seda enam huvitab teda meelelahutus, mida pakuvad ulatuslikult kommertskanalid, kuid vanematel vanusegruppidel on olulisel kohal ka uudised ja tõsisem programm, mistõttu jaotub nende televaatamine telekanalite vahel võrdsemalt (Viilup, 2007).

Keskealised ja vanemad intervjuueeritud vaatavad telerit rohkem (nt hommikuprogrammi, uudiseid, filme, teemasaateid) kui noored, kuid ka neis gruppides selgus, et paljud vaatasid varem telerit rohkem kui praegu, sest nad on klassikalise televisiooni asemel hakanud kasutama voogedastusplatvorme ja YouTube'i (Saks et al., 2023). Kui 2020. aastal oli vaataja keskmine vanus ETV-s 58, Kanal2-s 52 ja TV3-s 52 (joonis 2), siis 2023. aasta uuringule toetudes võib oletada, et vaatajate keskmised vanused on endiselt tugevas tõusutrendis.

Joonis 2. Eesti peamiste telekanalite vaatajate keskmine vanus aastates 2003. ja 2020. aastal



Allikas: Kantar Emor, viidatud Pihel, 2020, kaudu

Üks populaarsemaid videoplatvorme nii nooremate kui ka vanemate vaatajate seas on uuringu kohaselt YouTube, mille suurim eelis on mitmekülgsus ja võimalus vaadata väga paljudes eri keeltes (Saks et al., 2023). Võrreldes paljude teiste sotsiaalmeedia- ja voogedastusplatvormidega on YouTube'i eripäraks ühes kanalis nii meelelahutusliku kui ka tõsise sisu pakkumine, sest ülejäänud kanalid seostuvad selgemalt kas uudiste, tõsise sisu või meelelahutusega (Saks et al., 2023). Näiteks on võimalik vaadata konverentse, uudiseid, õppevideoid, sündmuste otseülekandeid, aga ka filme, sarju või kuulata muusikat. Küsitlusest selgus, et YouTube'i kasutavad ka nn peavoolumeedia suhtes väga skeptilised inimesed, kes leiavad endale sealt alternatiivseid vaatepunkte sisaldavaid saateid (Saks et al., 2023).

Voogedastusplatvormidest toodi esile Jupiteri, sest sealt saab vaadata eestikeelset originaalsisu, saadete kordusi, filme, sarju endale sobival ajal, tasuta ja reklaamideta. Platvormi eeliseks on võimalus vaadata n-ö Eesti klassikat, mida ükski teine voogedastusplatvorm ei paku, näiteks töid lapsevanemad välja, et Jupiter annab hea võimaluse tutvustada lastele filme, mis neile omal ajal meeldisid ja mis on oluline osa Eesti kultuurist (Saks et al., 2023).

1.5.1 Valikute paljus

Maailm meie ümber on muutunud niivõrd keeruliseks ja inimene peab päevas tegema nii palju valikuid, et järjest enam väärtustatakse lihtsust, et saab lihtsalt teleri käima panna. Duo Media juht Jüri Pihel (2020) toob välja, et televiisorit vaadatakse hoopis teisel põhjusel, kui tellitud kanaleid, tellitavat sisu:

“Inimene vaatab televiisorit, sest ta on väsinud ja mugav. Ta tahab, et tema eest valitakse ja talle pakutakse, mida vaadata. Selles ei ole mitte midagi halba.” (lk 29)

Traditsiooniline lineaarne televisioon on tugev just sellel põhjusel, mis on tema nõrkus: puudub võimalus pakutavasse sisusse sekkuda, saab vaid valida kanalite vahel, mis sisu pakuvad (Pihel, 2020).

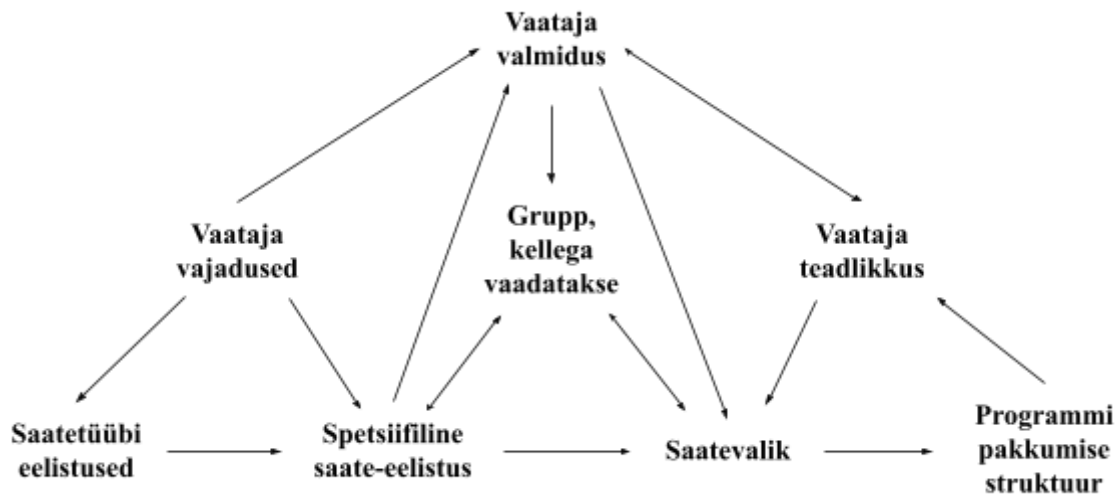
Telestrateegi Joel Päärmani sõnul jälgiti 2005. aastal televisiooni keskmiselt 222 minutit päevas ning sellest 59 protsenti ehk 131 minutit läks kolme peamise telekanali, ETV, Kanal 2 ning TV3 jälgimisele, see-eest 2019. aastal jälgiti televisiooni 226 minutit päevas, kuid antud kanalid vaadati vaid 37 protsenti ajast ehk 83 minutit (Niido, 2020).

Jüri Piheli (2020) sõnul ei ole televiisori vaatamine kui niisugune eriti muutunud, vaid muutunud on kanalite arv, hulk ning võimalused (nt järelvaatamine). Ta nendib, et reitingud on madalad sellepärast, et tänapäeval on kanaleid nii palju ja inimestel on kordades suurem valik, mida vaadata kui oli aastakümneid tagasi. Lineaartelevisioon on muutunud varasemast nõ kahe kanali televisioonist paljukanaliliseks, mis toob kaasa vaatajate jagunemise, kuid mitte vaatamise summaarse vähenemise (Pihel, 2020).

2011. aasta Eesti uuringu põhjal on formaat, mida kõik vanuserühmad (vahemikus 15-74a) tarbivad peaaegu võrdsel määral ning mis põlvkondi meediakasutuse kaudu ühendab, meelelahutussaated (Kalmus et al., 2017). Kalmus et al. (2017) sõnul hõlmates Eesti ja välismaiseid pereseriaale, seebikaid, krimisarju ja tõsielusaateid ning komöödia-, põnevus- ja armastusfilme, pakub see formaat oma mitmekesisuses midagi nii noorematele kui ka vanematele.

Seda laiaulatuslikku tarbimismustrit aitab paremini mõista Websteri ja Wakshlagi (1983) mudel telesaadete valimise kohta (joonis 3). Loodud mudeli põhjal mõjutavad valikut peamiselt vaataja vajadused, eelistused, teadlikkus ja sotsiaalne keskkond (kellega vaadatakse). Näiteks peab televaataja teadma, millised saated on üldse valikus. Autorite sõnul põhineb mudel eeldusel, et konkreetse programmi eelistus on programmi valiku põhjus. Antud mudel eeldab, et programm on vähemalt lühiajaliselt fikseeritud. Teiseks peab kogu programm olema kõigile tasuta kättesaadav või ühtselt samaväärse hinnaga. Kolmandaks on mudel spetsiifiline üksikule vaatajale ühel ajahetkel ega iseloomusta publiku koondkäitumist.

Joonis 3. Telesaate valimise mudel



Allikas: Webster & Wakshlag, 1983

1.6 Televaatajate tüpoloogia

Televaatajate tüpologiseerimine on vaatajaskonna analüüsimise viis, kus sarnase vaatajakäitumisega inimesed koondatakse rühmadesse, mida on võimalik eristavate tunnustega kirjeldada (Rannu, 2010). Televaatajaid on läbi aegade tüübitatud nii Eestis kui välismaal.

1.6.1 Žanripõhine segmenteerimine

Üks viis on kategoriseerida vaatajaid nende žanrieelistuste järgi. Jaapani teadlased (Yumiko H. et al., 2002) sel moel jagasid lineaartelevisiooni vaatajad järgmistesse kategooriatesse:

1. Naeru-/stimulatsiooniotsija (*Laughter-/stimulation-seeker*);
2. Tihe kanalivahetaja (*Diversion-seeking zapper*);
3. Romantikle/ilukirjandusele orienteeritud (*Romance-/fiction-oriented*);
4. Trenditeadlik televisioonile pühendunu (*Trend-conscious TV devotee*);
5. Lihtne huviotsija (*Easy going interest-seeker*);

6. Vaevalt huvitatud (*Barely interested*);
7. Mõistlik ja praktiline tüüp (*Wholesome and practical type*);
8. Uudistele/kultuurile orienteeritud (*News-/culture-oriented*).

Nende tüpoloogia kohaselt vaatab naeru-või stimulatsiooniotsija tihti animatsioone, filme, komöödiasketše ja suurte sündmuste otseülekandeid. Antud tüüp tõi televiisori vaatamise põhjusteks välja: “sest ma saan naerda” ja “sest ma saan vaadata, ilma et peaksin pingutatult kaasa mõtlema.” Tihe kanalivahetaja vaatab palju erinevaid programme ja kanaleid. Motiivid televisiooni vaatamiseks olid samad, mis naeru-ja stimulatsiooniotsijal koos variandiga “sest ma saan näha oma lemmikisikuid.” Romantikale/ilukirjandusele orienteeritud vaataja vaatab põhiliselt dramat ja romantikat ning oluliseks motivaatoriks on “sest see tekitab emotsioone.” Trenditeadlik televisioonile pühendunu vaatab palju televiisorit. Sellel kategoorial on oma saated, mida ta iganädalaselt ootab ja ta arvestab teleri vaatamise eraldi oma päevaplaani. Lihtne huviotsija soovib vaadata saateid, millest ta saab mingit kasu, lihtsal viisil. Põhiliseks televiisori vaatamise motiiviks oli: “sest saan sealt kasulikku informatsiooni.” Vaevalt huvitatud said oma nime selle järgi, et ei olnud ühtegi saadet, mida üle 20% neist oleks põhjalikult vaadanud, nad ei ole otseselt televisioonist huvitatud. Mõistliku ja praktilise tüübi vaatajaid huvitab krimi, põnevus, ajaloolised draamad, aga ka teave igapäevaelu kohta ja üldised teadmised. Võrreldes teiste tüüpidega, vastasid nemad kõige vähem, et vaatavad telerit selleks, et saaks naerda ning põhimotivatsiooniks oli hoopis “sest seda saab teha koos perega.” Uudistele/kultuurile orienteeritud vaatab palju uudissaateid ja dokumentaale. Nende ajendid televiisori vaatamiseks erinevad teistest tüüpidest kõige rohkem ning need on järgmised: “sest ma saan teada, mis maailmas toimub” ning “sest saan sealt kasulikku informatsiooni.”

Toona läbi viidud uuringust selgus, et televaatajate tüüpides “Tihe kanalivahetaja”, “Vaevalt huvitatud” ja “Uudistele/kultuurile orienteeritud” esines rohkem mehi ning kategooriates “Romantikale/ilukirjandusele orienteeritud”, “Trenditeadlik televisioonile pühendunu” ja “Mõistlik ja praktiline tüüp” oli märkimisväärselt rohkem naisi.

1.6.2 Üleüldise televisiooni suhtumise järgi segmenteerimine

Samuti on võimalik tüübistada vaatajaid televisiooni suhtumise järgi. 2017. aastal Indias läbi viidud uuringust (Behal & Soni, 2017) joonistusid välja järgnevad televaatajate tüübid:

1. Fokuseeritud vaatajad (*Focused viewers*);
2. Vaba aja veetmisele orienteeritud vaatajad (*Leisure oriented viewers*);
3. Skeptilised vaatajad (*Skeptical viewers*).

Behal ja Soni (2017) iseloomustasid fokuseeritud vaatajaid üdini positiivse suhtumisega telesisusse. Vaba aja veetmisele orienteeritud vaatajad peavad televisiooni meelelahutuseks, infoallikaks ja heaks stressi leevendamise vahendiks. Skeptilised vaatajad peavad telesisu igavaks ja väsitavaks ning näevad sellel pigem negatiivset mõju. Lisaks leiti, et fokuseeritud ja vaba aja veetmisele orienteeritud vaatajate hulka kuulusid pigem vanemad ning skeptiliste vaatajate hulka nooremad inimesed.

1.6.3 Pühendumise astme ja vaadatava programmi variatiivsuse järgi segmenteerimine

Kõige lihtsam ja sagedasem vaatajatüüpide määratlus on kergete (*light*) ja sagedate (*heavy*) televaatajate eristamine (Bulck, 1995). Teised autorid on püüdnud eristada vaatajaid ka kanalitele lojaalseks jäämisega – tihe ja harv kanalivahetaja (*heavy and light zappers*) (Bulck, 1995). Weimann et al. (1992) kombineerisid need kaks kõige populaarsemat eristusviisi ning jagasid Briti uuringu põhjal televaatajad kategooriatesse pühendumise ja programmeelistuse mitmekesisuse järgi. Tekkisid järgmised tüübid:

1. Väike kõigevaataja (*Light mixers*);
2. Suur kõigevaataja (*Heavy mixers*);
3. Kergelt pühendunud (*Light devoted*);
4. Täielikult pühendunud (*Heavy devoted*).

Weimann et al. (1992) järgi vaatab väike kõigevaataja vähe televiisorit, aga kui vaatab, siis eriilmelisi saateid eri žanritest. Suur kõigevaataja vaatab paljusid telesaateid, mis on samuti oma tüübilt väga erinevad. Kergelt pühendunud on need, kes ei vaata palju, aga pühendavad oma aja mõnele teatud tüüpi saadetele. Täielikult pühendunud on vaatajad, kes vaatavad palju teatud tüüpi saateid.

1.6.4 Huvid, elulaadi ja väärtuste alusel segmenteerimine

Eesti televaatajaid on tüübistanud kauaaegne teletöötaja Salme Rannu oma magistritöös “Teleauditooriumi jagunemine vaatajahuvid, elulaadi ja väärtuste alusel”. Inimeste huvid, elulaad ja väärtused mõjutavad väiksemal või suuremal määral nende televisiooni eelistusmustrit ja programmivalikut (Rannu, 2010). Väärtusorientatsioonid ja eluviisid loovad ootusi meediasisu suhtes ning need ootused suunavad, milliseid saateid vaadatakse sagedamini ja milliseid pigem välditakse (Rannu, 2010). Salme Rannu (2010) sõnul on meediavaliku mudelis määratletavaks ja püsivaks teguriks sotsiaalne ja kultuuriline taust ning üldised maitse ja eelistused, meeldivused ja huvid.

Tema vaatajatüüpide koondportreed on nimetatud järgmiselt:

1. Meelelahutusele orienteeritud, kodukeskne suurtarbija (12,1% eestlastest);
2. Eesti lugudele orienteeritud, maalähedane traditsionalist (15,4% eestlastest);
3. Avalikule sfäärile orienteeritud senior (10,8% eestlastest);
4. Elamustele orienteeritud, välismaise programmi vaataja (9,7% eestlastest);
5. Tasakaalukas vaatleja (15,8% eestlastest);
6. Seltsielukeskne põnevuseotsija (13,3% eestlastest);
7. Uude meediasse kalduv intellektuaal (12,7% eestlastest);
8. Eksikülaline internetist (10,2% eestlastest).

Meelelahutusele orienteeritud, kodukeskset suurtarbijat iseloomustab Rannu (2010) üliagara televaatajana, kes vaatab regulaarselt pea kõiki saatetüüpe, aga eelkõige meelelahutussaateid. Eesti lugudele orienteeritud, maalähedane traditsionalist on samuti mitmekülgsete eelistustega sagedane televaataja, aga pigem kuuluvad tema telerepertuaari

uudised ning kodumaine üldhuvi- ja elamuslik programm, eriti draamasarjad. Avalikule sfäärile orienteeritud senior vaatab televiisorit väga sageli ning eelistab teistest olulisel enam ratsionaalset programmi nagu uudised, arutelu- ja päevakajasaated ning kultuuriprogrammi. Kui eelmise kahe rühma eelistuses olid ETV, Kanal 2 ja TV3 võrdselt, siis selles kategoorias domineerib ETV programm. Elamustele orienteeritud, välismaise programmi vaataja vaatab Rannu sõnul elamuslikke saateid nagu välis- ja kodumaised põnevussarjad, huumor, mängud, tõsielu-, pere- ja romantikasarjad. Ta on sage televaataja, kes ei jälgi päevakajalisi saateid ning eelistab kanalitest Kanal 2-e ja TV3-e, aga ka Kanal 11. Tasakaalukas vaatleja on mõõdukas televisioonijälgija, kes eelistab elamussaateid, aga vaatab erinevaid programme ka juhuslikult ning vaatab veidi vähem TV3-e. Seltsielukeskne põnevuseotsija on kasin televaataja, kes eelistab elamuslikke saateid nagu krimi- ja olmereportaažid ning välismaised põnevussarjad, kanalitest Kanal 2-e ning TV6. Uude meediasse kalduv intellektuaal on aga harv televaataja. Kui üldse, siis vaatab ta ratsionaalset programmi nagu uudised või ka ajaloo-ja kultuurisaateid, aga ebaregulaarselt. Eelistab ETV-d ja ETV2-e. Eksikülaline internetist on juhuslik televaataja, kes juhtub vahel vaatama elamuslikku programmi, näiteks krimi-ja olmereportaaže, mängu, tõsielusarju ja välismaiseid põnevussarju. Kanalitest on eelistuses pigem TV3 ja TV6.

1.6.5 Vaatamissageduse ja žanrieelistuse järgi segmenteerimine

Eva Maria Põldmäe (2015) uurib magistritöös “Erinevad põlvkonnad teleauditooriumina 2014. aasta uurimuste põhjal” generatsioonide lineaartelevisiooni jälgimist ning jaotab televaatajad järgmistesse rühmadesse:

1. Sage kultuuri- ja arutlussaadete jälgija;
2. Sage uudiste- ja meelelahutussaadete jälgija;
3. Arutlus- ja uudistesaadete jälgija;
4. Meelelahutussaadete jälgija;
5. Mõõdukas uudiste jälgija;
6. Harv, kuid mitmekülgne vaataja;
7. Ebaregulaarne vaataja.

Põldmäe (2015) jaotuse kohaselt eelistab sage kultuuri- ja arutlussaadete jälgija lisaks ka loodus-ja teadussaadete ning vaatab keskmisest harvemini meelelahutuslikke žanreid. Selle rühma keskmine saadete vaatamissagedus on teistega võrreldes kõrgeim. Sage uudiste-ja meelelahutussaadete jälgija vaatab harvemini arutus-ja kultuurisaateid. Arutus-ja uudistesaadete jälgija eelistab ka dokumentaalsaadeteid, kuid ei huvitu kultuurisaadetest ega meelelahutusest. Meelelahutussaadete jälgijate hulgas on väga madal kultuuri-ja arutlussaadete keskmine vaatamine. Mõõdukas uudiste jälgija vaatab televiisorit mõõdukalt, kuid enim uudissaateid ja dokumentaalfilme. Harv, kuid mitmekülgne vaataja jälgib palju eri žanreid, tal on laialdane huvi erinevate teemade vastu, kuid keskmine vaatamissagedus on madal. Ebaregulaarne vaataja vaatab televiisorit kõige vähem ning satub teleri ette juhuslikult.

Ebaregulaarsete vaatajate rühmas esineb kõige rohkem Z-põlvkonna esindajaid – 45% (Põldmäe, 2015). Kusjuures on selles kategoorias märkimisväärselt suurem meeste osakaal – 63% (Põldmäe, 2015). Z-generatsiooni vaadatuim telekanal oli TV3 ning olulisel määral jälgiti ka väiksemaid telekanaleid, mis pakuvad pigem meelelahutust (Põldmäe, 2015).

Digimeedia põlvkonda iseloomustab väga harv lineaartelevisiooni vaatamine (Põldmäe, 2015). Kuid siiski on mõnevõrra noori meelelahutussaadete jälgijate hulgas, 26%, ning sinna kuulunud noored elavad pigem väikelinnades, mida on oluline ära mainida, sest uuringu autor tõi välja arvestatava järelduse:

“Seega võib öelda, et suures osas mõjutab vaatamiseelistusi siinkohal see, kus piirkonnas elatakse – väiksemates maapiirkondades, kus meelelahutusvõimalusi on vähem, täidab seda funktsiooni küllap paljuski teler vastupidiselt suurlinnadele, kus meelelahutusvõimalusi on rohkem.” (lk 63)

Põldmäe (2015) sõnul võib arvata, et tegu on ühe põlvkonna alamgruppidega, mis eristuvad meediakasutuselt küllaltki suurel määral.

1.7 Noorte lineaartelevisiooni vaatajate tüpoloogia

Minu eesmärk on grupeerida noori televaatajaid ühiste tunnusjoonte alusel, koostades tüpoloogia, mis võimaldab teha üldistusi sarnaste tunnuste ja nende kombinatsioonide põhjal. Võtan arvesse eelnevalt alapeatükkidena välja toodud aspektid, mis televiisori vaatamist mõjutavad ning lähtuvalt noortest sünteesin need kokku uueks, noori iseloomustavaks, tüpoloogiaks.

Vihalemma ja Kõuts-Klemmi (2018) 2014. aasta uuringust selgus, et noored vaatavad televiisorist enim meelelahutust, sama trend jätkus ka Põldmäe (2015) uurimistöös, kus noori leidis žanrieelistuse rühmadest enim meelelahutussaadete jälgijate klastris. Seega võib järeldada, et meelelahutus on digipõlvkonna teletarbimises veel omal kohal. Nagu tõi välja Põldmäe (2015) täidab väiksemates linnades meelelahutusfunktsiooni just teler. Siit tulenevalt ka esimene eristuv rühm – **meelelahutusele ja mälumängudele pühendunu**. Kuna praeguse aja teleprogrammis esineb palju meelelahutuslikke mälu- ja viktoriinimänge, siis tõin selle eraldi žanrile juurde. See rühm noori vaatab televiisorit põhiliselt vaid meelelahutuse eesmärgil, uudised ja muu informatsioon saadakse teistest meediakanalitest, näiteks internetist või sotsiaalmeediast.

Kantar Emori (2025) kohaselt on ETV vaatamisaja osakaal (*daily share %*) kogu vaatamisajast võrreldes teiste telekanalitega üldjuhul suurim. Näiteks 2025. aasta jaanuaris oli see 15,8%, teisele kohale jäi Kanal 2 (10,1%) ning kolmandale TV3 (5,3%). Samal ajal on võrreldes teiste väiksemate telekanalitega suurem vaadatavus ka teistel rahvusringhäälingu kanalitel nagu ETV2 (2,3%) ja ETV+ (2,1%), võrdluseks TV6 (1,3%) ja Duo 4 (0,9%). Kantar Emori teleauditooriumisse kuuluvad 4-aastased ja vanemad Eesti elanikud, ehk ka noored, mistõttu on alust arvata, et mingi osa ETV vaatamisaja osakaalust tuleneb ka sellelt põlvkonnalt. Salme Rannu (2010) televaatajate tüpoloogias eristusid tüübid “avalikule sfäärile orienteeritud seenior” ning “uude meediasse kalduv intellektuaal.” Esimene neist eelistas teistest oluliselt enam ratsionaalset programmi (uudiseid, arutelu- ja päevakajasaateid, kultuuriprogrammi) ning kanalitest ETV-d. Teist kategooriat iseloomustas harv teleri vaatamine, aga kui üldse, siis ratsionaalset programmi nagu uudised või ka ajaloo-ja kultuurisaateid, kuid ebaregulaarselt. Ka see rühm eelistas

kanalitest ETV-d või ETV2-e. Ühtlasi nähtus Metsmaa (2013) teleuuringust, et kõige populaarsem telekanal üliõpilaste hulgas oli justnimelt ETV. Sellest kõigest tulenevalt pakun välja järgmine noorte televaatajate tüübi – **rahvusringhäälingu fänn**. Need on noored, kes vaatavad lineaartelevisioonist kõige rohkem rahvusringhäälingu programmi. Need on ühtlasi ainsad telekanalid, mida saab tasuta otsepildis vaadata ERR'i kodulehelt, arvuti või nutitelefoni vahendusel.

Noored vaatavad televiisorit ka sellepärast, et kerge vaevaga ühiskonnaeluga kursis olla, kui ajakirjandust igapäevaselt süvitsi jälgida ei jõua ja raadiot kodus ei ole. Uudisteallikana kasutavad noored kindlasti ka sotsiaalmeediat (Wada, 2019). Kuid kuna Wada 2019. aasta uuringu põhjal oli Y-generatsiooni põhiliseks uudisteallikaks veel televisioon ja raadio, siis võib arvata, et samuti vanemad Z-põlvkonna esindajad jälgivad aktuaalsete teemadega kursis olemiseks päevakajalisi saateid. Nagu on välja pakkunud ka Yumiko H. et al. (2002) kategooriana “lihtne huviotsija”, kuhu kuuluvad televaatajad, kes soovivad vaadata saateid, millest nad saavad mingit kasu, lihtsal viisil, ja kelle põhiliseks televiisori vaatamise motiiviks oli: “sest saan sealt kasulikku informatsiooni.” Sarnase rühma eristas ka Rannu (2010) nimega “seltsielukeskne põnevuseotsija” – televaataja, kes eelistab elamuslikke saateid nagu krimi- ja olmereportaažid. Neid aspekte kokku sünteesides saab noorte televaatajate tüübi – **ühiskonnaeluga kursis olev, päevakajalisest sisust huvitunu**. See on tüüp, kes vaatab televiisorit selleks, et ennast päevakajaliste uudiste ja sündmustega kursis hoida, et olla informeeritud.

Nagu sai eelnevalt ka välja toodud siis lineaartelevisiooni üheks tugevuseks on otseülekanded, nii ürituste kui spordisündmuste (Yamatsu & Lee, 2023), mis meelitavad teleri ette suure reaalajas vaatajaskonna (Rowe, 2016). Kantar Emori (2024) andmetel innustab võimalus jälgida spordiülekandeid otsepildis inimesi tellima tasulist televisiooni või voogedastusteenust. Isegi, kui noored enam igapäevaselt lineaartelevisiooni ei jälgi, siis suurtest otsesündmustest ei taheta siiski ilma jääda. Kuna telekanali otseülekande vaatamist telefonist või arvutist saab samuti pidada lineaarseks televisiooniks (Zixi, 2022) ning üle 90% noortest kasutab meedia jälgimiseks arvutit (Vihalemm et al., 2017), siis võib siit tuletada ka järgmise rühma – **üksnes otseülekannetele orienteeritud**. Jaapani teadlased (Yumiko H. et al., 2002) klasterdasid otseülekannete vaatajad naeru-või

stimulatsiooniotsijate hulka, kelle teleri vaatamise motiiviks olid “sest ma saan naerda” ja “sest ma saan vaadata, ilma et peaksin pingutatult kaasa mõtlema.” Aga näiteks spordi vaatamise ajendid on täiesti teised, sport paneb inimesi kaasa elama ja sellel on üleilmne kõlapind (Kantar Emor, 2024), mistõttu tõin otseülekannete kategooria täiesti eraldi välja. See on tüüp, kes muidu televisiooni ei jälgi, kuid reaallaja otsesündmustest osasaamiseks seab end teleri ette.

Kodust välja kolinud noortel ei ole enam tingimata televiisorit, või kui on, siis ei ole tingimata ostetud lineaartelevisiooniteenuseid. Aga see ei tähenda, et nad ei vaataks üldse televisiooni. Ameerika meediauuringute ettevõtte Nielsen viis 2019. aastal läbi uuringu, millest selgus, et noored tarbivad lineaarset telesisu sageli väljaspool oma kodu, näiteks sõprade juures, restoranides või baarides. Koguni 61% 18-24 aastastest vastas, et vaatab televisiooni kellegi teise kodus (Nielsen, 2019). Metsmaa (2013) bakalaureusetöös toodi välja, et teler on üliõpilaste jaoks ideaalseks „passiivse vaatamise“ võimaluseks, mis tähendab, et suures osas vaatab ta telerist seda, mida keegi teine vaatab, ning see muudab teleri jälgimise tema jaoks lihtsaks. Niisiis kui noorel endal telepakatilepingut ei ole, võib ta siiski vaadata lineaartelevisiooni sõprade või pere juures. Sellest ka järgmine rühm – **seltskondlik, väljaspool kodu televaataja**. Seda tüüpi noore vaatamiskogemust mõjutab ilmselt paljuski, kellega koos televiisori ees istutakse. Ka Websteri ja Wakshlagi (1983) telesaadete valimise mudel tõi ühe valikutegurina välja seltskonna, kellega koos telerit vaadatakse. Kui seda rühma määratlada televisiooni suhtumise järgi, siis sarnaneb see Behal ja Soni (2017) vaba aja veetmisele orienteeritud vaatajate kategooriaga, sest arvatavasti noor veedabki kellegi teise kodus televiisorit vaadates vaba aega.

Nagu selgus Eesti elanike meediakasutuse uuringust (Saks et al., 2023) siis tänapäeval on televisioon pigem taustameedium. Inimesed tõid vastustes välja, et panevad teleri mängima hommikuse ärkamise, söögitegemise, koristamise või muude asjatoimetuste taustaks, kuid ei jälgi ekraanil toimuvat täie tähelepanuga. Seda tüüpi televisioonivaataja on oma olemuselt Behali ja Soni (2017) tüpoloogias “fokuseeritud vaataja” vastand, kuid Weimann et al. (1992) järgi võiks sobitada “kergelt pühendunute” rühma, sest kuigi televiisor käib taustaks, siis valib vaataja siiski taustameediumiks teatud saate teatud kanalilt ning ilmselt aeg-ajalt jääb siiski ka tähelepanelikumalt vaatama. Kuid näiteks üksi

elavate noorte puhul ei pruugita isegi kanalit ega saadet valida, vaid lihtsalt televiisor taustaks sisse lülitada. Mistõttu saaks sellist tüüpi vaatajat siduda ka kategooriaga “väike kõigevaataja” (Weimann et al., 1992), televaataja, kes jälgib pigem vähe televiisorit, aga kui vaatab, siis väga eriilmelisi saateid eri žanritest. Koondnimetusena kutsuksin sellist noort televaatajat kui – **sage taustameediumi tarbija**. Teda iseloomustab televiisori pidev töös hoidmine, kuid mitte tähelepanelik jälgimine.

Kuna uuringute järgi ei vaata noored enam palju televiisorit, siis pühendumise astme järgi analüüsides võib öelda, et nad ei ole televiisorile kuigi pühendunud. Weimann et al. (1992) tüpoloogia, mis segmenteeris pühendumise astme ja vaadatava programmi variatiivsuse järgi lõi televaatajate tüübi, kes ei vaata palju, aga pühendavad oma aja mõnede teatud tüüpi saadetele – kergelt pühendunud. Sarnase kategooria tõi välja ka Rannu (2010) nimega “harv, kuid mitmekülgne vaataja”, kelle vaatamise sagedus on madal, aga üksikute jälgitavate saadete žanrid laialdased. Kombineerisin need kaks tüüpi Yumiko H. et al. (2002) trenditeadliku televisioonile pühendunuga, kes vaatas küll palju televiisorit, aga kellel olid samuti oma kindlad saated, mida ta iganädalaselt ootas ja ennast konkreetseks ajaks teleri ette sättis, ning sain viimaseks noorte televaatajate tüübiks – **väga kindla eelistusega harv vaataja**. Selle rühma esindajad ei vaata peaaegu üldse telerit, kuid neil on siiski üks-kaks saadet, mida nad jälgivad ja mille ajaks nad end ekraani ette seavad.

Sellest tulenevalt oleks üks võimalik noorte televaatajate tüpoloogia järgmine:

1. Meelelahutusele ja mälumängudele pühendunu
2. Rahvusringhäälingu fänn
3. Ühiskonnaeluga kursis olev, päevakajalisest sisust huvitunu
4. Üksnes otseülekannetele orienteeritud
5. Seltskondlik, väljaspool kodu televaataja
6. Sage taustameediumi tarbija
7. Väga kindla eelistusega harv vaataja

2. UURIMISMEETOD JA VALIM

Töö eesmärk on uurida noorte lineaarteleviseiooni vaatamise motiive. Mis paneb noori veel lineaarteleviseiooni vaatama, mis neid selle juures paelub ja millist telesisu nad eelistavad. Teoreetilises osas käsitletud tüpoloogiate põhjal sünteesisin ühe võimaliku noorte televaatajate tüpoloogia, mille analüüsimiseks viin läbi kvalitatiivintervjuu iga rühma juhusliku esindajaga, et mõista sügavuti iga tüübi lineaarteleviseiooni vaatamise motiive ja harjumusi.

2.1 Uurimisküsimused

Lähtudes töö eesmärgist ja teoreetilises osas esitatud tüpoloogiast on põhiuurimisküsimused sõnastatud järgmised:

1. Kuidas avalduvad noorte televaatajate tüübid praktikas?
2. Mis iseloomustab erinevaid noorte televaatajate tüüpe?
3. Miks ja kuidas vaatab noor lineaarteleviseiooni?

Intervjuukava koosneb 15st küsimusest ning on esitatud lisades (Lisa 1). Uurimisküsimused jagunevad nelja alagruppi: televiseiooni vaatamise harjumused, sisu eelistused ja selle põhjused, reaalajas vaatamine ning televiseiooni roll noore elus.

Esimeses küsimuste osas selgitan välja detailsed televiseiooni vaatamise harjumused argielus, milline on teleri vaatamise rutiin. Uurin välja, millal, kus, kaua, kuidas, kellega noor lineaarteleviseiooni jälgib.

Sisu eelistuste ja nende põhjuste osas esitan küsimusi vaadatava sisu kohta, milliseid saateid, mis žanreid, mis kanalitelt noor eelistab ning miks.

Reaalajas vaatamise alamkategorias saan teada, kuidas suhtub Z-generatsiooni televaataja otseülekannetesse ning tihti ta lineaartelevisionist kõrvale kaldub ehk vaatab saateid järelvaatamisest või voogedastusplatvormidelt.

Viimases osas, “Televisiooni roll noore elus”, selgitan välja, millist rolli televisioon nende argielus mängib ning miks eelistatakse teatud olukordades lineaartelevisioni teiste meediakanalitele. Samuti uurin vastaja varasema teletarbimise kohta ning palun spekuloida, millised võiksid tema televisiooni vaatamise harjumused välja näha tulevikus.

2.2 Uurimismeetod

Kvalitatiivse uurimuse üheks tüüpiliseks tunnuseks on, et otsitakse vastust küsimusele, miks inimesed teatud viisil käituvad ja mõtlevad (Õunapuu, 2014). Kuna käesolev uurimus keskendub noorte harjumuste ning nende põhjuste mõistmisele, on see oma olemuselt kvalitatiivne. Niisiis kasutan uurimiseks kvalitatiivset uurimismeetodit, sest see võimaldab saada detailseid kirjeldusi inimeste käitumisest ja arvamustest (Õunapuu, 2014).

Andmekogumismeetodina kasutan poolstruktureeritud personaalintervjuusid. Intervjuu eelis teiste andmekogumismeetodite ees on paindlikkus – võimalus andmekogumist vastavalt olukorrale ja vastajale reguleerida (Laherand, 2008). Poolstruktureeritus tähendab, et intervjuu algab kavakindlalt, kuid kulgeb avatult, lähtudes situatsioonist ning võimaldades töö autoril küsida lisaküsimusi (Õunapuu, 2014). See sobib antud tööga kõige paremini, sest lisaks üldisele televaatamise harjumuste uurimisele on vaja erinevate tüüpide esindajate käest küsida ka lisaküsimusi, lähtudes konkreetse tüübi eripäradest.

Intervjuud toimusid perioodil 04.03 – 18.03.2025 ning ühe intervjuu kestus oli keskmiselt 42 minutit. Seitsmest intervjuust kaks toimusid silmast silma kohtumisel ning ülejäänud videokõne vahendusel, sõltuvalt intervjuueeritavate kaugest asukohast või tihedast ajagraafikust. Kõik intervjuud on transkribeerimise eesmärgil lindistatud.

2.3 Valim

Valimi koostamisel kasutasin mittetõenäosuslikku valimi käsitlest ning kombineerisin omavahel sihipärase ja mugavusvalimi. Seeläbi otsisin valimisse kõige tüüpilisemad ja ideaalsemad küsitletavad (Rämmer, 2014), inimeste seast, kes on mulle kergemini kättesaadavad (Õunapuu, 2014). Selle jaoks küsitlesin oma tutvusringkonda ning uurisin 25-lt noorelt nende lineaarteleviseiooni vaatamise harjumuste kohta. Saadud tulemuste põhjal leidsin nende hulgast kõige tüüpilisemad seitsme televaatajate tüübi esindajad. Antud valimi meetodit kasutades piisas 25st küsitletavast, et need juhuslikud tüübi esindajad leida. Valimist jäid välja noored, kes ei vaadanud piisaval määral lineaarteleviseiooni või ei olnud kõige ideaalsemad tüüpi esindama.

Intervjueeritavad on tähistatud tähtedega A, B, C, D, E, F, G, et mitte omistada tüüpide tunnuseid konkreetsele isikule (tabel 2).

Tabel 2. Personaalintervjuudes osalejad

Intervjueeritavad	Tüüp	Vanus	Elukoht	Eluala
A	Meelelahutusele ja mälumängudele pühendunu	22	Tallinn	Tudeng
B	Rahvusringhäälingu fänn	22	Tallinn	Tudeng
C	Ühiskonnaeluga kursis olev, päevakajalisest sisust huvitunu	22	Tallinn/Viljandi	Tudeng
D	Üksnes otseülekannete tele orienteeritud	22	Tartu	Tudeng
E	Seltskondlik, väljaspool kodu televaataja	20	Tartu	Tudeng

F	Sage taustameediumi tarbija	21	Tallinn/Pärnu	Tudeng
G	Väga kindla eelistusega harv vaataja	15	Tallinn	Õpilane

2.4 Andmeanalüüs

Töös kasutan kombineeritud analüüsitehnikat ning kombineerin juhtumipõhise ning juhtumiülese analüüsi. See võimaldab mul kõigepealt vaadelda igat intervjuud eraldi ning seejärel järelduste tegemiseks võrrelda omavahel kõiki intervjuusid ning tuua välja sarnaseid mustreid. Juhtumipõhise ehk vertikaalse analüüsi keskmes on korraga üks terviktekstist koosnev juhtum, näiteks intervjuu, ning selle üks eesmärkidest on kirjeldamine, mistõttu sobib see noorte televisiooni vaatamise harjumuste kirjeldamiseks (Kalmus et al., 2015). Seevastu juhtumiülene ehk horisontaalne analüüs võimaldab analüüsida ja võrrelda mitut intervjuud samal ajal, mis loob eeldused suuremaks üldistatavuseks ning on seeläbi hea alus järelduste tegemiseks (Kalmus et al., 2015).

3. UURIMISTULEMUSED

Tulemustes toon esile iga vaatajatüübi juurde kuuluvad televisiooni vaatamisega seotud harjumused, eelistused ja põhjused. Välja toodud tsitaadid aitavad laiendada rühmale kuuluvat tunnist.

3.1 Meelelahutusele ja mälumängudele pühendunu

Intervjueeritaval A on harjumus igal õhtul, kui ta kodus on, teler tööle panna. Niisiis vaatab ta telerit vähemalt viis korda nädalas, vähemalt tund aega. Põhiliselt jälgibki ta õhtust võõndit, umbes kella seitsmest, sest päevane programm koos kõigi korduste ja seriaalidega talle huvi ei paku. Vahel kasutab ta televiisorit ka taustameediumina, näiteks koristamisele.

Kuigi tänapäeval on võimalik televisiooni jälgida erinevatest seadmetest, eelistab intervjueeritav ikkagi televiisorit ning arvutit vaid juhul, kui teda mõne olulise otseülekande ajal kodus ei ole. Suurte ürituste või spordisündmuste otseülekandeid jälgib ta pea kõiki, näiteks lauluvõistlusi, auhinnagalasid, vabariigi aastapäeva paraadi või ka edukate Eesti sportlaste saavutusi. Suuremateks otsesündmusteks tulevad tal tavaliselt ka sõbrad kokku, et koos kaasa elada ja muljetada.

Intervjueeritava telerepertuaari kuuluvad meelelahutuslikud vestlussaated, nagu “Õhtu!” ja osati ka “Hommik Anuga”, suured muusikalised telešõud ning viktoriinisaated. Mälumängusaated on intervjueeritava sõnul kaasakiskuvad tekkiva võistlushimu ning uute teadmiste ja faktide poolest. Samuti jälgib ta võistlejaid – kuidas nad hakkama saavad, kes võidab ning kas viis saadet järjest võitnud osaline langeb lõpuks välja?

“Vaatan erinevaid mälumängu saateid, “Kuldvillak”, “15 küsimust”, “Kahevõitlus”, ja ka “Suurt lotokolmapäeva: Rooside sõda”, seda mängime vahel isegi koos sõpradega

meelelahutuseks kaasa. /.../ Mälumänge vaadates olen ise nagu kolmas võistleja ja mõtlen alati kaasa, kas ma oskan vastata või mitte.”

Lisaks pühapäevaõhtustele suursaadetele ja kõiksugustele mälumängudele vaatab intervjuueeritav ka spetsiifiliselt oma huvidele vastavaid saateid:

“Mulle meeldivad väga erinevad kodusisustuse saated, nagu “Kodud rahaks” ja “Minu IKEA kodu”, sest kolisin üksi elama ja proovin vaikselt ka oma kodu hubasemaks muuta. /.../ Veel meeldivad mulle reisieemalised saated, nagu “Eluga Hispaaniasse”, kahe kange seiklused, Tuuli Roosma pere reisisaated ja nüüd ka Taavi Libe omad. Huvitav on näha, kuidas teised oma elu elavad ja mis võimalusi välismaa pakub ja kuna mulle meeldib ka reisida, siis on lahe läbi nende silmade näha erinevaid kultuure, kuhu ma ise veel niipea ei satu, ning tavaliselt nendes saadetes jagatakse ka uusi teadmisi.”

Antud noore televaataja tüüp on üks vähestest, kes võib vaadata lineaartelevisioonist ka filme. Sarju aga enam mitte, sest neid on tema sõnul mugavam vaadata reklaamideta mujalt platvormidelt. Voogedastusplatvorme kasutab ta suures osas sealsete originaalsarjade pärast, mida kuskilt mujalt ei näe. Järelvaatamise võimalust aga siis, kui mõni lemmiksaade jääb muude toimetuste pärast vaatamata või kui teleprogrammist ei tule parasjagu midagi huvipakkuvat, siis otsib ta järelvaatamisest midagi meelepärast. Õhtuti meelelahutust otsides läheb tal kõigepealt siiski tööle teler, kui sealt midagi meelepärast ei leia, siis suundub alles voogedastusplatvormide juurde. Päevasel ajal on meelelahutuseks ka sotsiaalmeediakanalid. Intervjuueeritava sisueelistusest sõltuvalt jälgib ta põhiliselt Kanal 2-e ja TV3-e ning vahel TV6:

“Telekanali valik sõltub mul ikkagi sisust, mul ei ole kindlalt niimoodi reeglid paigas, et mulle meeldib TV3 ja nüüd ma ainult seda vaatan. Mul oleneb pigem sellest, et milline sisu mind köidab ja siis vastavalt ma valin, et see on täiesti suva tegelikult, millisel kanalil see saade parasjagu on.”

Intervjuueeritav tunnistab, et televisioon mõjutab ka tema argielu – kui õhtul on mingid saated, mida ta soovib vaadata, siis käib oma käimised ja teeb toimetused selleks ajaks ära.

Näiteks tõi ta välja, et teeb õhtusöögi täpselt selleks ajaks valmis, et saaks söömise kõrvale oma lemmiksaateid vaadata.

Kokkuvõttes vaatab meelelahutusele ja mälumängudel pühendunu televiisorit vaid selleks, et puhata ja meelt lahutada. Informatsiooni ühiskonnas toimuva kohta ja muu olulise teabe ammendab ta mujalt meediakanalistest nagu uudisteportaalidest või sotsiaalmeediast.

“Ma ütleks, et televisioon muudab mu õhtud lõbusamaks. Kuna ma olen siin niikuinii üks, siis kodus on muidu päris vaikne, aga kui teler mängib, siis ta sisustab mu õhtuid ja viib need töö ja kooli mõtted korra eemale, et saan ennast korra välja lülitada.”

Uudis-või debatisaateid intervjueeritav pigem ei jälgi, ainult, kui ühiskonnas on mõni suur intrigeeriv teema üleval või on saates välja kuulutatud tema jaoks huvitav teema või saatekülaline. Vahel harva satub ta siiski vaatama “Aktuaalset kaamerat.” Üldjoontes otsib sellist tüüpi noor televaataja teleprogrammist vaid pehmet ja meelelahutuslikku sisu:

“Televiisor on mulle meelelahutuseks. Ma vaatan televisiooni, et saaks enda rutiinist välja ja mõtted mujale. Või siis selleks, et olla kursis tähtsamate ürituste ja otsesündmustega, mis on Eestile olulised või millega ma ise tahan kursis olla. ”

Harjumus televisiooni vaadata ja olulisel määral ka sisueelistus pärineb intervjueeritava lapsepõlvest, vanemate harjumustest. Tulevikule mõeldes prognoosis intervjueeritav A, et tema harjumused eeldatavasti tulevikus väga palju ei muutu, kui üldse, siis jääb ehk televaatamist rohkemate kohustuste tõttu mingiks eluperioodiks veidi vähemaks.

3.2 Rahvusringhäälingu fänn

Intervjueeritav B vaatab lineaartelevisiooni kuus kuni seitse korda nädalas, keskmiselt kaks tundi päevas. Päevaste toimetuste ja programmeelistuse tõttu vaatab ta televiisorit ainult õhtuti, mõnikord ka hommikul, kuid siis pigem taustaks. Lisaks televiisorile jälgib ta teleülekandeid ka telefonist, kui parasjagu kodus ei ole või elutoast eemal on.

OtseülekanDED on rahvusringhäälingu fännile olulisel kohal. Näiteks jälgib ta paljusid ETV või ETV2 spordiülekanDEid, aga vahel ka riigikogu istungeid või pressikonverentse. Kui mõni soovitud spordisündmus jääb reaajas vaatamata, siis ei loe ta terve päev uudiseid ja vaatab ülekanDET järgi, sest nii säilib hasart kaasa elada ja teada saada, millised on tulemused. Võistluste puhul on intervjueeritavale oluline reaajas sellest osa saada, näiteks ka lauluvõistluste, kuid auhinnagalaDE või muude tseremoniaalsete ülekanDET puhul võib ta vaadata ka väikese hilinemisega järelvaatamisest.

Lisaks meeldib intervjueeritavale televisiooni juures see, et õhtul koguneb terve pere teleri ette kokku, vaadatakse koos saateid ja arutatakse nähtu üle. Kõige rohkem vaatab ta kanalitest ETV-d, osasid spordiülekanDEid ka TV3 Spordist või TV6st ning järelvaatamisest mingil määral ka Kanal 2-e.

“Seda infot tuleb koguaeg nii palju, et need TV3 ja Kanal2 nagu väsitavad, et siis ma olengi need pigem kõrvale jätanud. Ka reklaamide olemasolu rikub paratamatult seda efekti, et ma otse midagi vaataks, nii et siis hakkangi saateid järgi vaatama. Nii et ETV pluss ongi see, et pole reklaame ja seal on ka ikkagi teatud põhisaated, mis mind kõnetavad ja mis on ühiskondlikult olulised.”

Ta vaatab telerit selleks, et olla kursis sellega, mis Eestis ja mujal maailmas toimub. Et kui kuskil millestki räägitakse, siis ta saaks aru, millest juttu ja tunneb, et selleks peab televisiooni vaatama. Tema telerepertuaari kuuluvad põhiliselt ETV saated:

“Vaatan neid igapäevasaateid nagu “Ringvaade”, “Aktuaalne Kaamera”, siis ka “Pealtnägijat” ning kui on mõni huvitavam teema, siis ka “Impulssi” ja kultuurisaateid nagu “Plekktrumm” ja “OP”. ”

“Pealtnägijat” eelistab ta teistele erakanalite uuriva ajakirjanduse saadetele, sest seal on tõsisemad ja ühiskonda laiemalt puudutavad teemad ning erakanalite saated, nagu “Kuuuuriija” või “Laser”, tunduvad talle pigem meelelahutuslikud. Uudissaadetest eelistab intervjueeritav rahvusringhäälingu uudiseid ning erakanalite omi vaid juhul, kui teda

huvitab mõni kollase ajakirjanduse teema, mida rahvusringhääling ei kajasta, kuid ka siis enamjaolt järelvaatamisega, ebahuvitavatest kohtadest mööda kerides.

“Aktuaalne kaamera” on esiteks väga usaldusväärne ja kajastab infot rangelt, et seal ei ole ebaolulist ja muud jama nii palju. Ja ETV puhul on ka see hea, et neil on eraldi kultuuriuudised ja spordiuudised, mis mind kõnetavad.”

Järelvaatamist kasutab intervjuueeritav B kolm kuni neli korda nädalas, seda põhiliselt meelelahutusprogrammidega. Näiteks mälumängude või vahel ka filmidega. Samuti tunneb ta ühiskondliku survet olla kursis suurte meelelahutussaadetega, mistõttu näiteks kerib ta järelvaatamisega “Maskis laulja” saate lõppu ja vaatab, kes maski langetab, kuid muus osas saadet ei vaata. Sarju vaatab ta voogedastusplatvormidelt, sest sinna jõuavad need üldjuhul varem kui teleeetrisse ning samuti on tema sõnul sealt kõige lihtsam ja mugavam vaadata.

Intervjuueeritava sõnul televisioon tema argielu eriti ei mõjuta, aga enne oma põhisaateid, nagu “Pealtnägija”, üritab ta siiski toimetustega ühele poole saada. Paanikasse ta ei satu, kui midagi õigel ajal vaatamata jääb ning elab pigem ikka enda rütmis, kui telekava rütmis.

Lineaartelevisioon on rahvusringhäälingu fännile ühiskonnaeluga kursis püsimise kanaliks. Meelelahutust ta sealt ei otsi, see tuleb voogedastusest, järelvaatamisest ja sotsiaalmeediast. Ta vaatab televiisorit, sest see on mugav ja niivõrd harjumuspärane, et ta tunnistab, et isegi ei teadvusta, et seda teeb:

“See (televisiooni vaatamine - toim) on mul nagu osa päevast. Ma ei oskagi rohkem kirjeldada, kui ma nüüd sellele mõtlen, miks ma seda teen, siis ega ma ei teagi. See lihtsalt on kuidagi harjumus, et kell seitse hakkab “Ringvaade” ja siis läheb televiisor tööle.”

Televisioon jätab ära valimis- ja otsustamismomendi ning ta saab lihtsasti selle informatsiooni kätte, mis on tegelikult oluline:

“Televiisoriga on kõik selles mõttes lihtsam, et ma panen selle ETV käima ja seal ta siis käib, sageli on see, et kui ma pean midagi valima, siis mul on enne juba need asjad tehtud, et toit söödud või midagi, enne kui ma midagi välja jõuan valida.”

Sellised harjumused tulenevad intervjueeritava perekonna televisiooni vaatamise harjumustest, kaasa arvatud kanalieelistus. Oma tuleviku teleharjumusi analüüsides tõi ta välja, et kuigi lineaartelevisiooni vaatamist võib vähemaks jääda, siis päeva lõpus paneks ta siiski televiisori tööle ja jälgiks nii palju kui ta saab:

“Ma arvan, et ma jään niisuguseks inimeseks, kellele meeldib kõigega kursis olla. Et vaadata see oluline ära ja meelelahutus jääb sinna tahaplaanile. Aga samas see võib ka muutuda, et kui ongi kaheksast viieni töö ja päevad läbi millegagi tegelen, siis võib-olla ei tahagi seda mahtu nii palju. Mina praegu tunnen, et ma võin veel vastu võtta, olgugi et ma ka päevad läbi toimetan, siis mulle ikkagi kuidagi see meeldib, et mind see nagu ei väsita see liigne informatsioon.”

3.3 Ühiskonnaeluga kursis olev, päevakajalisest sisust huvitunu

Intervjueeritav C jälgib lineaartelevisiooni iga päev ning keskmiselt 2 tundi. Tema vaatamine jaguneb nii hommiku- kui õhtutundidesse, kuid pigem õhtuti peale tööpäeva. Seadmetest kasutab ta kodus olles televiisorit ning liikvel olles arvutit, telefoni ei kasuta, sest selle ekraan jääb talle liiga väikeseks. Kuna ta sõidab tihti bussi või rongiga Tallinna ja Viljandi vahet, siis meeldib talle sõitude ajal arvutist saateid vaadata.

Kuna Tallinnas elab intervjueeritav üksi, siis kasutab ta tihtipeale televiisorit ka taustameediumina, et ei peaks üksi vaikuses istuma. Näiteks meeldib talle teler sisse lülitada või nägemata jäänud saateid järgi vaadata koristamisele või söögitegemisele taustaks. Lepingut mõne teleteenusepakkujaga tal ei ole, lineaartelevisiooni vaatamiseks kasutab ta voogedastusplatvormi GO3 reaajas vaatamise funktsiooni ja ühendab arvuti teleriga.

Sisueelistuselt vaatab intervjueeritav C uudiseid, ühiskonnaelu üle diskuteerivaid arutlussaateid ja päevakajalisi vestlussaateid. Samuti meeldivad talle dokumentaalfilmid, viimati vaatas näiteks dokumentaali Ukraina sõjast. Kuid meelelahutuslikke filme ei vaata ta televisioonist kunagi, sest sinna jõuavad tema sõnul ainult vanemad filmid. Ühtlasi ei ole ta suur sarjavaataja, kui siis vahel harva voogedastusplatvormidelt, kuid üldiselt ei taha ta sarjade peale aega kulutada.

“Kõige rohkem vaatan “Aktuaalset kaamerat”, või noh üritan vaadata, isegi kui vahepeal ei viitsi, siis sunnin ennast vaatama, et oleksin ikka toimuvaga kursis. Ja siis “Esimest stuudiot” ja mingeid selliseid poliitsaateid nagu “Välisilm”, sest ma tunnen, et poliitikas olen vist kõige nõrgem, nii et pean vaatama rohkem poliitikat.”

Samuti jälgib ta uuriva ajakirjanduse saateid nagu “Kuuuurija”, “Pealtnägija” ja “Laser” ning hommikuprogrammidest “Terevisiooni”, sest see ei ole tema sõnul niivõrd meelelahutuslik, pigem loetakse uudiseid, analüüsitakse sündmuseid ja jagatakse kokandusnippe. Vahel jälgib ka “Reporterit”, kuid meelelahutusprogramme ei vaata ta üldse:

“Meelelahutus mind niivõrd ei huvita, jätab mind suhteliselt külmaks. Tunnen et seda meelelahutust on igal pool juba niigi palju.”

Reaalajas tähtsatest sündmustest osa saamine on intervjueeritava C jaoks oluline. Ta toob veel välja, et kui juhtub midagi vapustavat või traagilist, siis toob televisioon tänu otselülitustele kogu info otse koju kätte. Otseülekannetest jälgib ta alati vabariigi aastapäeva paraadi ja suuremaid spordivõistlusi, näiteks laskesuusatamist. Ka ülekannete puhul ei huvitu intervjueeritav meelelahutusest:

“Eesti Laulu hästi pisteliselt võibolla vaatan, et käib taustaks, aga ma ei süvene sellesse, aga kui ma paraadi vaatan, siis ma ikkagi istun ja vaatan pingsalt, et issand meie kodumaa! Aga Eesti Laulu ma ei viitsi vaadata, kuulan ühe laulu ära, siis lähen pesen nõusid ja koristan ja siis vaatan, et juba ongi viimane laul.”

Kanalitest vaatab ta ETV-d, Kanal 2-e ja vähesel määral TV3-e. Tema jaoks ei ole oluline, mis telekanalit ta vaatab, vaid sõltub ikka programmi sisust. Intervjueeritav tõi välja, et sotsiaalmeedial on suur võim selle üle, mida ta televiisorist vaatab, sest seal reklaamitakse, mis teemad saates tulekul on ja selle järgi teeb ta valiku, mida vaadata.

Televisioon igapäevaselt tema argielu ning päevaplaani ei mõjuta, kuid suurte otseülekannete puhul, nagu 24. veebruari paraad või kuninganna matused, seab küll muud asjad tahaplaanile ja sätib ennast teleri ette.

Intervjueeritava sõnul tuleb meelelahutust sotsiaalmeediast nii palju, et ta ei näe vajadust ja ei võta eraldi aega selleks, et seda veel ka televisioonist vaadata. Lineaarteleviisioonist tahab ta saada vaid ühiskonna mõistes olulist teavet ja harivat sisu või uusi teadmisi.

“Lineaarteleviisiooni vaatan ma ikka selleks, et kõigega kursis olla, selleks, et esimesena kursis olla. Et ma ka Viljandis ikka teaksin, kui Narvas hakkavad pommid vuhisema, sest ma usun, et televisioon ja raadio on need esimesed kohad, kust info kätte saab. Sotsiaalmeedia ka kindlasti, aga sealne info ei ole niivõrd kontrollitud kui televisioonis. /.../ Usun, et tänapäeva kontekstis on eriti oluline, et me teaksime näiteks, mis toimub Ameerikas, mis toimub meie naaberriikides.”

Televisioon läheb tema sõnul tihtipeale teemadega rohkem süvitsi, kui digiplatvormide uudisnupud ja pakuvad eksperdi nägemust sündmustele ja muutustele, mis meid kõiki mõjutavad.

“Ühiskonnaelu jälgimise kanalina loen päevasel ajal kirjutavat ajakirjandust, aga kui ma õhtul koju tulen, siis ma ikka vaatan, et kuidas televisioon neid teemasi kajastab ja mis on see suurem ja ülevaatlikum pilt asjadest, sest viimasel ajal olen märganud, et ühest teemast kirjutatakse kümme erinevat artiklit ja ma ei jõua neid kõiki jälgida. Televisioon pakib kõik info kokku ja kajastab ainult olulist.”

Intervjueeritava televaatamise harjumused tulenevad tema kodust ja perekonnast, kuigi praegusel ajahetkel vaatab ta rohkem lineaarteleviisiooni, kui tema vanemad nüüd.

Tulevikku vaadates usub ta, et tema televisiooni vaatamine jääb üldjoontes samasuguseks, ühiskonnaelu jälgimiseks, ning meelelahutus sinna juurde ei lisandu.

3.4 Üksnes otseülekannetele orienteeritud

Intervjueeritav D kuulub rühma üksnes otseülekannetele orienteeritud ja vaatab televisiooni harva. Keskmiselt kord nädalas ning kaks tundi, olenevalt otseülekande pikkusest. Põhiliselt läbi arvuti, sest televiisorit tal ei ole ning telefonist vaid juhul, kui ta samal ajal kodust eemal on. Televisiooni ei kasuta ta ka taustameediumina ning paneb selle käima vaid siis, kui ta tõesti soovib midagi vaadata.

Otseülekannetest jälgib ta muusikasündmusi nagu Eesti Laul ja Eurovisioon ning spordiülekandeid nagu laskesuusatamist, kergejõustikku, korvpalli ja jalgpalli. Kuid ühtki teist žanrit televisioonist ei jälgi, ei uudiseid ega meelelahutust. Tema sõnul peab lineaartelevisiooni vaatamiseks kogu oma nädalaplaanid selle ümber seadma, aga kord nädalas otseülekannetega peab sättima vaid ühe päeva plaane.

“Televiisori vaatamine on aeganõudev töö, nii et kui mul juba on vaba aega ja ma mõtlen, et võiksin midagi vaadata, siis ma võtan juba Netflix'i või midagi sellist lahti ja vaatan midagi, mida ma kindlasti tahan näha, mis mind kindlalt huvitab.”

Teatud otsesündmusi jälgib üksi, teisi aga meeldib talle koos sõbrannaga vaadata, näiteks korvpalli ja lauluvõistlusi, sest siis saab samal ajal nähtu üle arutleda. Kanalitest jälgib ta vaid Inspirat, ETV-d ning ETV2. Tema sõnul on sport osa ühiskonnast, mistõttu on televisioon talle mõneti toimuvaga kursis olemise kanaliks. Kuid muu päevakajalise informatsiooni saab ta digimeediast, nii et sel põhjusel ta siiski ülekandeid ei jälgi. Intervjueeritav vaatab otsesündmusi, sest see pakub talle kaasaalamist, põnevust ja teatavat elamust:

“Laskesuusatamist, seda ma mäletan lapsepõlvest, emaga koos vaatasin. Laskesuusatamine on selle võrra atraktiivsem murdmaasuusatamisest, et seal on

tulistamise aspekt ja seal ei sõltu kõik sellest, et kui kiiresti sa suusatud. Seal on väga palju ka täpsuse küsimust ja lihtsalt juhus, nii et need seisud võivad muutuda väga järsult. Ehk siis see ongi huvitav.”

Intervjueeritava kaasaelamine ei sõltu sellest, kas ka mõni eestlane on stardijoonel, sest kui ei ole, siis elab lihtsalt kellelegi teisele kaasa, aga tema sõnul on kindlasti emotsioonid ülevamad, kui saab omade peale loota. Suur osa spordiülekannete vaatamisest on hingestatud kaasaelamine. Ta tunnistab, et nooremana oli seda adrenaliini rohkem, kuid siia maani tekib hasart, kui võistlusel juhtub mingi nõ ime, mida varem pole juhtunud.

“Mu ema vaatas kergejõustikut, kui ma väike olin ja siis see kuidagi lihtsalt jäi mulle külge. Mul on spordiülekannete vaatamisega palju mälestusi lapsepõlvest, näiteks Gerd Kanteri võiduga, kuidas terve pere juubeldas ja plaksutas.”

Erinevaid reaalarajasündmusi vaatab ta eri põhjustel. Sporti vaatab ta, sest ta on seda terve oma elu vaadanud ja talle on alati meeldinud sporti teha. Samuti toetab ta nüüdseks juba teatud klubisid, kelle tegemistega soovib kursis olla. Muusikasaateid “Eesti Laul” ja “Eurovisioon” vaatab ta sel põhjusel, et ka nendes on võistluslik aspekt, mis talle huvi pakub, mida tema sõnul näiteks galaülekannetes ei ole, sest seal on juba tulemused enne ära otsustatud.

Seega sündmustest reaalarajas osa saamine on selle televaataja tüübi jaoks võtmetähtsusega:

“Kui oluline? Väga oluline, sellepärast et spordiülekandeid ma järele ei vaata. Pole mõtet, see tundub ajaraiskamine, sest ma ei ole enam osa sellest. Ma pigem siis lihtsalt vaatan, mis tulemus oli ja lähen oma eluga edasi.”

Järelvaatamist kasutab ta vahel ainult muusikasaadete ülekannetega ning seda väikese hilinemisega ja selleks, et sõbrannaga koos vaadata. Voogedastusplatvormidest kasutab Jupiteri ja Netflixi. Igapäevane meelelahutus tuleb intervjueeritaval eelkõige voogedastusest, videojagamisplatvormidelt ja sotsiaalmeediast ning seejärel alles televisioonist. Kuid kui mõni spordivõistlus on korraga nii televisioonis kui

videojagamisplatvormis või digimeedias, siis valib intervjueeritav siiski teleülekanne, sest see on tema sõnul mugavam ja lihtsamini kättesaadav. Televisioon tema nädalaplaani ei mõjuta, aga päevaplaani küll, kui ta teab, et õhtul on spordiülekanne, mis ta soovib vaadata, siis teeb kohustused ja toimetused enne ära.

“Ma vaatan lineaartelevisiooni otseülekandeid, sest see on mul väga pikaajaline harjumus, need on tohutult põnevad ja kaasakiskuvad ja need meeldivad mulle.”

Intervjueeritava sõnul vaatas ta nooremana kindlasti rohkem lineaartelevisiooni ning muutunud on ka tema sisueelistus. Varem eelistas ta välismaa kanaleid, sest need tundusid põnevamad, kuid nüüd vaatab ainult Eesti kanaleid. Samuti vaatas ta nooremana rohkem erinevaid žanreid, kuigi see sõltus paljuski vanemate teleharjumustest. Hüpoteetiliselt analüüsides arvas intervjueeritav D, et tema televisiooni harjumused tulevikus ei muutu, sest ta on samas rütmis elanud juba pikka aega ja see on osa tema elust. Samuti ei uskunud ta, et hakkab rohkem erinevaid saateid vaatama, kuid jääb siiski avatuks, kui peaks televisiooni tekkima uut, teda kõnetavat, programmi.

3.5 Seltskondlik, väljaspool kodu televaataja

Intervjueeritav E vaatab oma kodus telerit vaid kord nädalas, kui sedagi, aga väljaspool kodu, koos vanemate või poiss-sõbraga, peaaegu iga päev. Kui kodus vaatab ta lineaartelevisiooni ühe saate kaupa, siis teiste juures võib ta televiisorit vaadata ka terve päev:

“Kui ma Tallinnas käin (ise elab Tartus - toim), siis võib juhtuda ka nii, et kui mul on näiteks täiesti vaba laupäev, siis hommikul istun teleri ette maha ja õhtul lõpetan. Telekavas on tavaliselt päeval alati selline paaritunnine vahemik, kus näitab “Kirgede tormi” ja muud sellist, mis mind ei huvita, siis ma vaatan paar tundi näiteks saateid järelvaatamisest või hoopis Netflixi, ja siis kui hakkab jälle see parem programm pihta, siis vaatan jälle seda.”

Seadmetest kasutab televiisorit ja arvutit, viimast siis, kui on soov vaadata teleprogrammi kõõgis või magamistoas. Kuid eelistab siiski telerit, sest suurelt ekraanilt on mugavam vaadata ja see võimaldab samal ajal kasutada ka teisi seadmeid. Televisiooni ta teadlikult enda tegemistele taustaks käima ei pane, selleks kasutab ta pigem video-ja voogedastusplatvorme.

Üksinda vaatab ta lineaartelevisiooni harva ning kindlaid saateid, nagu “Impulssi” või “Aktuaalset Kaamerat”. Küll aga kasutab ta järelvaatamist ning vaatab sealt aeg-ajalt reisisaateid või pühapäevaõhtuseid meelelahutussaateid, kuid seda ainult juhul, kui voogedastusest või videojagamisplatvormidelt ei leia midagi huvitavat. Seltskondlikult meeldib intervjueeritavale vaadata kõiksuguseid saateid, aga pigem rohkem meelelahutust.

“Kui ma käin vanematel külas ja näen, mida nemad televiisorist vaatavad, siis see kujundab ka minu sisueelistusi, sest kui ma vaatan koos nendega ja on päris huvitav, siis ma võibolla vaatan seda ka hiljem üksi edasi.”

Korterikaaslasega on tal välja kujunenud traditsioon, et kord nädalas vaadatakse koos “Kuldvillakut”, sest see on tema sõnul tore ajaviide ja meelelahutus, mida koos teha. Koos mõeldakse ja mängitakse kaasa ning omavahel tekib ka teatud võistlusmoment.

“Pigem vaatan televiisorit kellegagi koos, kui üksi. Kas siis oma kuti, pere, korterikaaslase või sõpradega.”

Teleri vaatamine täidab intervjueeritava jaoks kahte funktsiooni. Esiteks see informeerib. Tema sõnul on televisioon meelelahutuslikum viis, kuidas ennast ühiskonnaeluga kursis hoida. Teiseks ongi televisiooni meelelahutuslik funktsioon. Saateid, mida ta vaatab informatsiooni saamiseks meeldib talle vaadata üksi, sest siis saab paremini keskenduda ja süveneda, kuid teisi eelistab jälgida seltskondlikult.

Ka suurematest otseülekannetest osasaamine on intervjueeritava jaoks oluline, sest nendest hiljem ühiskonnas räägitakse ning ta tahab ka aru saada, millest jutt. Näiteks jälgib ta lauluvõistlusi, auhinnagalasid, vabariigi aastapäeva tseremoniat ning mõningaid

spordivõistluseid. Ülekandeid vaatab ta tihti sõprade juures, sest suuremateks sündmusteks tulevad sõbrad kokku ja elatakse kõik koos kaasa:

“Ma pole küll suur spordivaataja, aga kui olid need suured jalgpallimängud, siis me saime sõpradega regulaarselt kokku ja vaatasime koos seda otseülekannet. See on äge, ma ei ole mingi fänn, aga niimoodi mulle meeldib. Minu jaoks ei olegi niivõrd oluline see jalgpall seal, vaid pigem, et see on nii tore tegevus koos sõpradega!”

Filme jälgib ta televisioonist harva, ainult kui juhuslikult on telekavas film, mida ta on ammu vaadata soovinud. Sarju vaatab aga ainult voogedastusest. Voogedastusplatvormidest kasutab Netflixit, GO3-e ja Jupiteri ning telekanalitest vaatab ETV-d, Kanal2-e ja TV3-e. Nooremana vaatas ka välismaa kanaleid, kuid enam ei vaata neid üldse.

Oma päeva ta teleri järgi ei säti, mistõttu televisioon tema argielu eriti ei mõjuta. Kuid kui ta on kodust eemal, siis suuri meelelahutussaateid vaatab ta alati perega koos ning see siiski mingil määral mõjutab tema plaane.

Kokkuvõttes vaatab intervjuueeritav televiisorit pigem meelelahutuseks, sest seda on teistega koos põnevam jälgida kui uudissaateid. Ühtlasi on märkimisväärne, et väljaspool kodu televaataja eelistab üksi olles nii informatsiooniallikana kui meelelahutusena teisi meediakanaleid, nagu digi-ja sotsiaalmeedia või voogedastusplatvormid, kuid seltskonnas olles on esimeseks ajaviiteks justnimelt televisioon. Põhjuseks toob ta näiteks, et inimestel on liiga erinevad huvid, et kõik koos Netflixist mõnda sarja või filmi vaadata, kuid televisioon justkui ühendab kõigi huvid ja on universaalsem ajaviide.

Seltskondlikult vaatab intervjuueeritav kordades rohkem televiisorit, sest talle meeldib, et saab vaatamise ajal nähtu üle arutleda:

“Televiisor kuidagi ühendab, et me teeme kõik justkui koos mingit tegevust. /.../ Pärast on hea ka arutleda, näiteks nende šoudega, et kes täna ikkagi kõige parema esituse tegi ja kelle oma välja ei tulnud.”

Intervjueeritava sõnul vaatas ta nooremana kindlasti rohkem lineaartelevisiooni, seda kuni põhikooli lõpuni ja gümnaasiumini, kus oli juba vähem vaba aega ja teised huvi, kuid nüüd, ülikooli ajal, on hakanud jälle veidi vaatama. Eelistuste mõttes on ta hakanud rohkem ETV-d vaatama kui varem, sest ühiskonna arutelud ja debatisaated pakuvad nüüd rohkem huvi kui nooremana. Tulevikku vaadates arwab intervjueeritav, et tema televiisori vaatamine suureneb, sest kolib poiss-sõbraga kokku ning siis tekib seltskondlikku televisiooni vaatamist juurde.

3.6 Sage taustameediumi tarbija

Intervjueeritaval F käib televisioon iga päev, pärastlõunast õhtuni, reaalselt vaatamist on aga minimaalselt.

“Iga päev tulen koju, siis panen teleri mängima ja kui magama lähen, siis panen kinni. Ma arvan see mängib kuskil viis-kuus tundi, võibolla rohkem, mõni päev vähem.”

Seadmetest kasutab ta arvutit ja telerit või bussiga sõites ka telefoni. Lineaartelevisioon käib tal põhiliselt vaid taustaks ning seda ta keskendunult ei jälgi, kui midagi huvitab, siis vaatab ta saateid ilma reklaamideta järelvaatamisest. Televisioon on intervjueeritavale taustameediumiks pea igale tegevusele:

“No ma ütleks, et kõik kodused tegevused, ma ei tea, teen süüa, pesen pesu, koristan. Isegi kui ma lihtsalt istun telefonis, siis mul ikka teler mängib taustal, isegi kui ma ei jälgi seda.”

Ainus reaalajas saade, millele ta pöörab tähelepanu on “Aktuaalne Kaamera.” Põhjuseks toob ta, et seal pole reklaame ning samuti kui ta juba uudiseid vaatab, siis ta tahab, et need oleks tõsised, usaldusväärsed ja mitte meelelahutuslikud, nagu tema sõnul on erakanalite uudissaated. Seega vaatab ta keskendunult kõige rohkem ETV-d, kuid taustaks eelistab ta

kanalitest hoopis Kanal2-e ja TV3-e, sest need on tema jaoks noortepärasemad ja seal on vabam ja lihtsam sisu.

“Ma vaatan telekavast, mis parasjagu käib ja siis valin sealt midagi endale taustaks. Pigem midagi kergemat. Ma valiks enne igal juhul endale taustaks mingi “Suletud uste taga” kui uudised. Et niisugune lihtsam programm, mida on lihtsam tarbida, et isegi kui ma ei keskendu saatele, siis saan kuulata.”

Saated, mida ta eelistab taustameediumiks valida on näiteks “Meisterkokk”, “Kättemaksukontor”, “Suletud uste taga” ja “Sotid selgeks.”

“Ma olen niisugune inimene ka, et ma võin tunda, et ma hakkan magama jääma, aga panen ikkagi endale midagi käima. Ja siis las see pigem olla niisugune kerge meelelahutuslik saade, mitte tõsine.”

Järelvaatamist kasutab ta igapäevaselt, näiteks hoiab ta ennast kursis “Õhtu!”, “Kuuuurija”, “Laseri”, “Meisterkoka”, “Maskis laulja”, “Kuldvillaku” ja Taavi Libe saadetega. Suurim põhjus, miks ta ei vaata neid lineaartelevisioonist on reklaamid, mis teevad saated ajaliselt palju pikemaks, kui need tegelikult on. Samuti meeldivad talle voogedastusplatvormid, sest sealt on lihtne saateid ja seriaale järgi vaadata, paned lihtsalt otsingusse ja valid episoodi.

Televisiooni puhul on reaalajas otsesündmustest osa saamine intervjueeritava jaoks siiski oluline. Ta vaatab nii spordisündmuseid, lauluvõitlusi, tseremooniaid kui ka auhinnagalasid. Viimaste puhul meeldib talle sealne meeleolu – suur publik, saatejuhtide dialoogid, lavašõud.

Lineaartelevisioon on intervjueeritava jaoks pigem hääbuv meedium, mida veel vaid meelelahutusena taustaks panna. Tema sõnul televisioon ta elu ei mõjuta, aga teeb argipäevad lihtsalt veidi põnevamaks. Ta eelistab taustameediumina just lineaartelevisiooni, mitte sotsiaalmeediat, videojagamisplatvorme või järelvaatamist, sest

tema jaoks on oluline, et taustaks käiks ainult eesti keel ning ühtlasi on see lihtsaim variant:

“See on nii lihtne, lihtsalt paned käima. Nagu ma ütlesin, siis ma võin ju korra vaadata, mis telekavas on, aga kui enamjaolt midagi erilist ei tule, siis ma jätan lihtsalt ühe kanali käima. Ma ei pea mitte midagi valima, mitte midagi mõtlema. Aga kui ma teen Youtube lahti, siis mul on seal ees 100 videot.”

Kokkuvõttes vaatab intervjuueeritav lineaarteleviseiooni meelelahutuslikul eesmärgil:

“Kui sa teed päev otsa mingeid enda tegevusi ja tuled õhtul koju ja paned midagi käima, siis minule eelistatavalt sobiks niisugune asi, et ma ei pea mõtlema. Lihtsalt vaatan ja saan naerda või millelegi kaasa elada.”

Varasemalt vaatas ta saatekavapõhist televisiooni kindlasti rohkem, sest siis järelvaatamise ja voogedastuse mugavusi ei olnud ning kui õigeaks ajaks teleri ette ei jõudnud, siis jäigi vaatamata. Intervjuueeritava sõnul saadete ja kanalieelistus tal aastatega muutunud ei ole, muutunud on vaid telekava. Tema teleri vaatamise harjumused pärinevad kodust, kus ta üles kasvas:

“Ja üleüldse see teleri vaatamise harjumus, kui ma väike olin siis ka telekas koguaeg kodus mängis, et see on lihtsalt külge jäänud.”

Tulevikus näeb intervjuueeritav, et tema lineaarteleviseiooni vaatamine võib täielikult kaduda, sest aega on vähem ning siis jääkski alles vaid järelvaatamine, mida saab kasutada igal ajal ja kus ei pea kulutama aega reklaamidele.

3.7 Väga kindla eelistusega harv vaataja

Intervjuueeritav G vaatab televiisorit üks kuni kaks korda nädalas umbes pool tundi või tund. Seadmetest kasutab ta selleks ainult telerit, sest see on kõige lihtsam ja mugavam viis. Samuti vaatab ta aeg-ajalt lineaarteleviseiooni taustaks, näiteks hommikusöögi kõrvale,

sest hommikuti on tal kiire ja ta ei jõua hakata muud programmi valima, ning hilisõhtuti üksi kodus olles, sest televiisor pakub seltsi.

Väga kindla eelistusega harv vaataja jälgib paari konkreetset saadet, mis talle huvi pakuvad, kuid muidu televisiooni ei jälgi. Intervjueeritaval G on selleks huviobjektiks reisisaated, täpsemini Kristjan Jõekalda ja Teet Margna reisiseiklused ning Tuuli Roosma perereisid. See žanr pakub talle huvi, sest tema sõnul õpib reisisaadetest kõige rohkem ning kuna ta ise ei saa palju reisida, siis pakuvad need saated head võimalust justkui ekraani vahendusel reisida.

“Ma olen lihtsalt harjunud neid vaatama, juba esimestest hooaegadest, sest mu pere vaatas neid. Sealt jäi see külge ja hakkas meeldima. /.../ Kaks kanget ja “Meie aasta” saated meeldivad mulle sellepärast, et sealt saab teada uusi fakte, aga ei ole lihtsalt igav faktide jada, vaid saab nalja ka.”

Teised reisisaated, nagu “Kolm naist karavanis”, “Eluga Hispaaniasse” või “Taavi Katiga Indias”, talle huvi ei paku, sest ta ei ole neid kunagi vaadanud, seega ei ole harjumust ega soovi. Samuti ei ole tal telekanali eelistust ning ta ei huvitu ühestki teisest teležanrist:

“Televiisorist ei tule väga midagi, mis mind huvitaks, need reisisaated ongi ainsad.”

Intervjueeritav kasutab ka järelvaatamist, kui lemmiksaadet ei õnnestu õigel ajal toimetuste tõttu näha, siis vaatab endale sobival ajal. Voogedastusplatvorme ta ei kasuta ning meelelahutus tuleb ainult sotsiaalmeediast või videojagamisplatvormidelt:

“Teisi saateid ma ei vaata, sest mul ei ole aega nii palju teleri ees istuda. Kui mul tekib vaba hetk, siis ma pigem olen telefonis (sotsiaalmeediaplatvormides – toim) või vaatan Youtube’i, sest need videod seal ei ole nii pikad kui telesaated.”

Ta toob veel televisiooni miinusena välja, et televiisorist ei tule alati temale huvipakkuvat programmi, kuid näiteks Youtube’ist saab ise valida just seda, mis teda parasjagu huvitab.

Ühtlasi meeldivad talle videojagamisplatvormide sisu formaadid rohkem, kui telesaadete ülesehitus.

Suuremaid otseülekandeid ta siiski televisioonist jälgib, nagu “Eesti Laul”, “Eurovisioon” või ka mõningad auhinnagalad, sest tema sõnul on see kujunenud traditsiooniks ja ta on alati neid koos perega vaadanud. Spordiülekanded aga huvi ei paku.

Televisioon tema päevaplaane ja argielu eriti ei mõjuta, ainsa mõjutegurina tõi ta välja, et saab televisioonist tarkusi, mida argielus kasutab. Ühtlasi kui kord nädalas tema lemmiksaade on, siis teeb oma toimetused selleks ajaks ära ja sätib end teleri ette, kui võimalik.

Kokkuvõttes ei ole televisioon intervjueeritava jaoks ei meelelahutuse ega informatsiooni allikaks, vaid on seotud üksnes spetsiifilise huviga. Olukordi, kus ta eelistab lineaartelevisiooni muudele meediavormidele on minimaalselt, põhiliselt ainult reisisaadete puhul:

“Reisisaateid ma vaatan televisioonist, sest need tunduvad reaalsemad ja usutavamad kui Youtube’s. Näiteks kui vaadata sealt, kuidas Ameeriklased reisivad, seal ei ole kõik üldse nii usutav ja loogiline. Ja eestlasi reisimas vaadata on kuidagi palju lähedasem.”

Nooremana vaatas intervjueeritav palju rohkem lineaartelevisiooni kui praegu, kuid tulevikule mõeldes usub ta, et vaatab telerit ikkagi senisest enam. Ta prognoosib, et tema huvid muutuvad ning arvutimängude mängimise asemel, hakkab ta hoopis telerist uudiseid vaatama, et saada rohkem teada, mis maailmas toimub. Samuti arvab ta, et kuna tulevikus tuleb ehk vaba aega veidi rohkem juurde, siis ka see annab võimaluse rohkem televiisorit vaadata. Ühtlasi tõi ta välja, et ehk hakkab isegi vanemate kombel õhtuti televiisorist filme või seriaale vaatama.

4. JÄRELDUSED

Lähtuvalt uurimisküsimustest analüüsin tulemusi ning toon välja järeldused. Muuhulgas esitan sarnasused, mis intervjueeritavate harjumuste seast esile kerkisid, et teha laiemaid üldistusi noorte televaatamise kohta.

4.1 Kuidas avalduvad noorte televaatajate tüübid igapäeva praktikas?

Intervjuud näitasid, et antud teleauditooriumi tüübid on esindatud ka praktikas, sest tüpoloogiat määravad tunnused leidsid kinnitust. Noori televaataja tüüpe iseloomustavad spetsiifilised lineaartelevisiooni vaatamise viisid. Nende puhul eristuvad üksteisest televisiooni jälgimise harjumused (kaua, kui tihti, millal, kellega, mis seadmest vaadatakse), valikud (saated, žanrid, kanalid) ning motiivid (meelelahutus, uute teadmiste kogumine, ühiskonna eluga kursis püsimine, hea ajaviide seltskonnaga, taustameedium).

Kuigi tüüpide vahel esines suuri erinevusi, siis olid osade puhul ka teatavad sarnasused. Näiteks kasutasid mitme tüübi esindajad lineaartelevisiooni oma tegemistele taustaks või eelistasid telekanalitest rahvusringhäälingu omasid, kuid see ei kalluta tüüpide spetsiifilisust, sest tüübistatud rühmade tunnused esinesid maksimaalselt siiski vaid nende esindajatel.

4.2 Mis iseloomustab noorte televaatajate erinevaid tüüpe?

Meelelahutusele ja mälumängudele pühendunu vaatab küllaltki palju lineaartelevisiooni ning otsib sealt lõbusat ajaviidet ja võimalust lõõgastuda, naerda ja mõtteid mujale suunata. Ta eelistab kergemat sisu ning huvitub paljudest meelelahutuslikest teležanritest, näiteks reisi-, muusika-, kodusisustussaadetest. Ta vaatab televisioonist meelelahutust, sest see muudab tema argipäevad lõbusamaks ning aitab mõneks ajaks rutiinist välja tulla. Mälumänge ja viktoriine jälgib ta aga selle kaasakiskuva olemuse, tekkiva hasardi ja

võistlushimu ning põnevate uute faktiteadmiste pärast. Informatsiooni ühiskonnas toimuva kohta ammendab ta mujalt meediakanalitest ning uudiseid televiisorist ei jälgi. Televisioon mõjutab tema argielu, sest telekava kujundab päevaplaani.

Rahvusringhäälingu fänn, nagu nimigi ütleb, vaatab lineaartelevisioonist põhiliselt vaid rahvusringhäälingu programmi. Ta eelistab neid kanaleid, sest teda kõnetavad sealsed saated ning seal pole reklaame, mis programme asjatult pikemaks venitavad. Ta peab rahvusringhäälingu sisu ühiskondlikult oluliseks ning leiab, et seal kajastatavad teemad on tõsisemad ja ühiskonda laiemalt puudutavad. Ta peab sealset sisu väga usaldusväärseks ja väärtustab nende ranget infokajastust – ainult oluline! Lineaartelevisioon on talle päevakajalisega kursis püsimise kanaliks, mitte meelelahutuseks, kuid ta teeb seda vaid rahvusringhäälingu kanalite läbi.

Ühiskonnaeluga kursis olev, päevakajalisest sisust huvitunu vaatab lineaartelevisioonist igapäevaselt uudiseid, arutus- ja debatisaateid ning päevakajalisi vestlussaateid. Ühtlasi dokumentaalfilme ja kõiksuguseid uuriva ajakirjanduse saateid. Meelelahutus jätab teda külmaks, seda ta ei vaata, sest seda saab igalt poolt mujalt.. Ta vaatab lineaartelevisiooni selleks, et kõige toimuvaga kursis olla ja just esimesena kursis olla. Tema sõnul läheb televisioon oluliste teemadega rohkem süvitsi, kui veebiuudised, ning pakub ülevaatlikumat pilti, kajastades sealjuures vaid olulist.

Üksnes otseülekannetele orienteeritud vaataja jälgib lineaartelevisiooni pigem harva. Tema televaatamine piirdub vaid otseülekannetega, näiteks spordi-ja lauluvõistlustega. Spordiülekanded pakuvad talle põnevust, ülevaid emotsioone ja hingestatut kaasa elamist. Ka lauluvõistluste võistluslik aspekt pakub võimalust kaasa elada. Niisiis vaatab ta televiisorit, sest see pakub talle adrenaliini ja hasarti. Teisi teležanreid ta ei vaata ning meelelahutus ja päevakajaline sisu tuleb mujalt meediakanalitest. Otseülekandeid eelistab ta vaadata televisioonist mugavuse ja lihtsuse tõttu.

Seltskondlik, väljaspool kodu televaataja on usin teleri vaataja väljaspool kodu või koos teistega, kuid iseseisvalt oma kodus satub ta lineaartelevisiooni vaatama harva. Selliseks tüübiks võivad olla näiteks pere juurest välja kolinud noored, kes muidu televisiooni ei

jälgi, kuid vanemaid külastades võivad televiisori ees istuda kasvõi terve päeva. Tema saatevalik ja kanalieelistus sõltub paljuski seltskonnast, kellega koos televiisorit vaadatakse, kuid üldjuhul kipuvad need olema pigem meelelahutuslikud saated, sest neid on ühise ajaviitena lõbusam koos vaadata ja kommenteerida. Kui üksi olles on lineaarteleviseioon viimane koht, kust ta meelelahutust otsib, siis seltskonnas või teiste juures aga just esimene. Televiseioon on tema jaoks ühendav ja see on hea koos ajaveetmise viis.

Sage taustameediumi tarbija on samuti pigem harv lineaarteleviseiooni vaataja, kuid see-eest televiisor töötab taustal kogu aeg. Teler pakub seltsi igasugustele tegevustele – näiteks koristamisele, söögi tegemisele, pesu pesemisele, sotsiaalmeedias aja veetmisele või ka magama jäämisele. Taustameediumina eelistab ta kergemat, meelelahutuslikumat sisu, mitte uudiseid või tõsiste teemadega saateid, sest neid on lihtsam ja meeldivam kuulata. Ta eelistab taustaks panna just lineaarteleviseiooni, mitte järelvaatamist või voogedastusplatvorme, sest see on kõige lihtsam ja mugavam viis, mis ei nõua erilist valimist, otsimist või otsustamist. Televiseioon tema elu ei mõjuta, teeb argipäevad lihtsalt veidi põnevamaks ning täidab meelelahutaja või seltskonnapakkuja rolli.

Väga kindla eelistusega harv vaataja jälgib televiseiooni minimaalselt. Tal on üks-kaks saadet, mis ta iganädalaselt vaatab, kuid muust programmist ei huvitu. Ta ei kasuta lineaarteleviseiooni ei meelelahutuseks ega informatsiooni saamiseks, vaid ainult oma spetsiifiliseks huviks, kõik muu tuleb mujalt meediakanalitest. Ta eelistab teisi meediavorme televiseioonile, sest nendest saab ise valida parasjagu huvipakkuvat sisu, mitte ei pea vaatama seda, mis telekava ette näeb. Kuid mõni saade on siiski nii eriline või põnev, et sunnib kord nädalas televiisori ette tulema.

4.3 Miks ja kuidas vaatab noor lineaarteleviseiooni?

Uurimise tulemusena selgus, et televiseioonil on spetsiifilised tunnused ja eelised, mis noori kõnetavad ja lineaarteleviseiooni juures hoiavad.

Üheks juurpõhjuseks on selle kättesaadavus, lihtsus ja mugavus. Lineaartelevisioon ei nõua eraldi välja otsimist ega suurest hulgast valikute tegemist, mistõttu sobib see hästi näiteks taustameediumiks või seltskondlikuks ajaviiteks. Aga ka puhkamiseks ja lõõgastumiseks, sest valikud ja otsused on ette tehtud, jääb üle vaid teleri ette istuda. Nii meelelahutuseks kui uudistega kursis püsimiseks on ka teisi meediakanaleid peale televisiooni, kuid valitakse lineaartelevisioon just selle lihtsuse ja mugavuse poolest.

Teiseks on televisiooni suureks eeliseks reaajas sündmuste näitamine. Otseülekanded suudavad pakkuda vaatajatele emotsioone, tundeid ja läbielamist, mida voogedastusplatvormid või järelvaatamine ei asenda. Ülekanded tähtsamatest sündmustest meelitavad televiisori ette ka need, kes sinna tavaliselt ei satu. Olgu nendeks sündmusteks siis vabariigi aastapäeva paraad, olümpiamängud või Eurovisioon, lähtuvalt, mida keegi oluliseks peab.

Kolmandaks, kõige levinumaks põhjuseks, mida intervjuueeritavad välja tõid, on kasvuaas väljakujunenud harjumused. Tihti oli vastus küsimusele, miks saadet, telekanalit või televiisorit vaadatakse, et see on lihtsalt juba lapseeest pärit harjumus, nii on alati olnud. Niisiis kujundab noorte teleri vaatamisest suures osas nende perekonna harjumused.

Seega televaatamine ei ole noorte puhul juhuslik, vaid tihedalt seotud nende eelistuste, eesmärkide ja väljakujunenud tavadega. Kui võrrelda omavahel kõigi intervjuueeritavate televiisori vaatamise harjumusi, siis jäid silma teatud sarnasused.

Esiteks ei vaadanud ükski intervjuueeritav noor välismaiseid telekanaleid. Kõigi telerepertuaari kuulusid vaid kodumaised kanalid. Mõni tõi intervjuus välja, et noorena jälgis usinalt välismaist programmi, kuid nüüd enam mitte. Sellest võib järeldada, et **välismaa telekanalid on noorte jaoks asendunud voogedastuse, videojagamisplatvormide ja sotsiaalmeediaga.** Sealt saab valida täpselt sellist võõrkeelset sisu, mis endale parasjagu huvi pakub või vaadata täpselt sellel ajal, kui endale sobib.

Teiseks jäi intervjuudest kõlama, et **filme ja seriaale enam lineaartelevisioonist pigem ei vaadata**. Põhiliselt tüütute reklaamipauside pärast:

“Filmidega on see jama, et neid ei taha televiisorist vaadata, sest mulle ei meeldi reklaamid.” (intervjueeritav D)

Reklaamide vältimiseks kasutatakse näiteks järelvaatamist:

“Ma ei viitsi filme reklaamidega vaadata. Isegi kui ma näen, et laupäeval on “Shrek”, siis ma vaatan seda pühapäeval järgi, ilma reklaamideta.” (intervjueeritav F)

Kuid kuna ka reklaamide edasi kerimine järelvaatamises on tüütu, siis eelistatakse võimalusel siiski voogedastusplatvorme:

“Filme ja sarju vaatan pigem voogedastusplatvormidelt, sest siis ei pea nägema vaeva reklaamide edasi kerimisega ja saan valida just selle žanri, mis mind parasjagu huvitab.” (intervjueeritav A)

“Voogedastusplatvormid on ära kaotanud järelvaatamise mõtte. Miks ma peaksin telekavast õiget aega otsima ja reklaame kerima, kui ma saad voogedastusest lihtsalt hooaja ja episoodi valida ja ilma reklaamideta sisu vaadata.” (intervjueeritav B)

Samuti jõuavad paljud uued sarjad või filmid esimesena just voogedastusplatvormidele ning alles kuid hiljem lineaartelevisiooni:

“Näiteks GO3-e või Elisa Huubi näitel ongi see, et need valmis sarjad tulevad sinna nii palju varem kui lineaartelevisiooni, et ongi täpselt see, et meedias juba räägitakse 20.-st osast ja siis televiisoris on alles esimene osa. Tekib nihe ja see hakkab mind häirima, sellepärast mulle meeldib, et kohe kui on olemas, siis vaatan kõik ära, mitte ei pea kaks kuud ootama kuni see lineaartelevisiooni jõuab.” (intervjueeritav B)

Kolmanda läbiva sarnasusena **jälgisid tähtsamaid otseülekandeid kõik intervjuueeritavad**, kaasa arvatud need, kes sattusid harva televiisori ette. Otsesündmustest reaalsajas osa saamine on noorte jaoks oluline. Paljude jaoks on teatud otseülekannete vaatamisest saanud traditsioon, mida tehakse alati koos sõprade või perega.

“No sellised suured asjad, nagu vabariigi aastapäev, siis ju vaba päev, kõik istuvad koos televiisori ees ja vaatavad, kui just ise paraadil ei ole, see on niisugune traditsioon.”

(Intervjuueeritav F)

“Minu jaoks on oluline otseülekannete puhul toimuvaga reaalsajas kursis olla, samal ajahetkel näha, kas Johannes Erm saab siis teibaga sealt latist üle või ei saa.”

(intervjuueeritav A)

Neljandaks võib üldistada, et **kõik intervjuueeritavad vaatasid nooremana rohkem lineaartelevisiooni**. Kuid tekkinud uute meediumite keskel ei ole lineaartelevisioonil noorte elus enam nii suur kaal nagu varem. Ühtlasi tõid pea kõik küsitletavad välja, et põhikooli või gümnaasiumi ajal vähenes nende televisiooni vaatamine märgatavalt, ajapuuduse või uute huvide tõttu, kuid peale kooli lõppu hakkas televaatamine jälle kasvama:

“Täitsa nooremana vaatasin rohkem, aga gümnaasiumis lõpetasin ära teleri vaatamise. Siis läksin arvutisse.” (intervjuueeritav D)

“Nooremana vaatasin kindlasti rohkem televiisorit, aga põhikooli lõpus ja gümnaasiumis ei vaadanud hetkeks enam üldse. Sellepärast, et aega ei olnud nii palju – läksid kaheksaks kooli, kolmest koju, siis trenni ja kodutööd ja kukkusidki juba magama.” (intervjuueeritav E)

Nagu mainisin juba ka televisiooni vaatamise põhjuste all, siis viiendaks saab järeldada, et **televaatamise harjumused tulenevad suures osas vanemate harjumustest, lapsepõlvest**. Pea kõik intervjuueeritavad jõudsid enda harjumusi analüüsides tulemusele, et nende televiisori vaatamise harjumused või kanali-ja saateelistused on suurel või

väiksemal määral tingitud vanemate omadest. Televiisor täidab noorte elus sama funktsiooni, mis lapsepõlves nende perekonnal. Olgu selleks, siis meelelahutus, ühiskonnaeluga kursis püsimine või spordivõistluste ülekandmine:

“Ma olen tähele pannud, et ma olen isegi mingid oma ema maneerid sporti vaadates üle võtnud, mingid hääletsused.” (intervjueeritav D)

KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli teada saada, miks osa noortest veel lineaartelevisiooni vaatab, mis motiividel ja viisidel, ning seda läbi noorte televaatajate tüpoloogia.

Teoreetilises osas defineerisin, kes on minu töö kontekstis noored, tutvustasin nende põlvkonda ja meediatarbimist, selgitasin lahti mõistete, nagu “lineaartelevisioon” ja “tüpologiseerimine”, olemuse, tutvustasin televisiooni arengut ja teleauditooriumis toimunud muutusi, ning esitlesin varasemalt loodud televaatajate tüpoloogiaid nii Eestist kui välismaalt. Esitatud tüpoloogiate ja tänapäevaste teleuuringute põhjal sünteesisin ühe võimaliku noorte lineaartelevisiooni vaatajate tüpoloogia.

Selleks, et teoreetilist tüpoloogiat televaatamise praktika kaudu täpsemalt kirjeldada ja täiustada, viisin läbi seitse poolstruktureeritud personaalintervjuud iga tüübi juhusliku esindajaga. Valimi koostamisel kombineerisin omavahel sihipärase ja mugavusvalimi ning analüüsitehnika puhul kombineerin juhtumipõhise ning juhtumiülese analüüsi, keskendudes uurimistulemustes igale intervjuule eraldi ning seejärel järeldustes kõiki intervjuusid omavahel võrreldes.

Kõik püstitatud uurimisküsimused said töö tulemusena vastused. Intervjuud näitasid, et antud noorte televaatajate tüübid on esindatud ka praktikas, igapäevaelus. Neid tüüpe iseloomustavad spetsiifilised lineaartelevisiooni vaatamise viisid ja motiivid. Kuigi praegusel ajal peetakse noori teleauditooriumist eemaldunuks või koguni kadunuks, siis uurimine näitas, et lineaartelevisioonil on omad eelised ning teatud noorte vajadused on televisiooniga siiski seotud, mistõttu neile on seda endiselt veel vaja.

Kui teha kokkuvõtlike üldistusi, siis noored vaatavad televisiooni selle lihtsuse, mugavuse või lapsepõlves perekonnalt üle võetud harjumuste ja tekkinud traditsioonide pärast. Isegi kui noor vaatab televiisorit meelelahutuseks või ühiskonnaeluga kursis püsimiseks, siis kuna nendeks on olemas ka teisi meediakanaleid, valitakse lineaartelevisioon ikkagi just

selle lihtsuse ja mugavuse pärast. Kuid väga suureks mõjuteguriks on ka juurdunud perekonna harjumused ja eelistused, kus noor üles kasvas.

Intervjuude analüüsi käigus ilmneseid noorte teletarbimises olulised sarnasused. Esiteks on välismaa telekanalite jälgimine on asendunud uue meediaga. Seitsmest eri harjumustega noorest ei jälginud ükski välismaakanaleid, kuigi tunnistati, et nooremana seda tehti. Sellest võib järeldada, et tänapäeval vaadatakse võõrkeelset sisu voogedastusest ja videojagamisplatvormidelt. Teiseks filme ja seriaale lineaarteleviseioonist pigem enam ei vaadata. Selleks eelistatakse reklaamivabasid voogedastusplatvorme, kust saab valida täpselt sellist filmi, mis parasjagu huvi pakub või täpselt õiget seriaali hooaega ja episoodi. Kolmandaks vaatavad suuremaid otseülekandeid ka need, kes muidu teleri ette ei satu. Kõik intervjuueeritavad vaatasid tähtsamaid otsesündmusi ning paljude sündmuste jälgimisest on noortel välja kujunenud omad traditsioonid.

Antud uurimistöö annab võimaluse mõista, millisele kohale tänapäeva noore meediatarbimises asetub lineaarteleviseioon. Kuigi kuulun ka ise noorte hulka ja vaatan lineaarteleviseiooni, sain töö käigus väga palju uusi teadmisi noorte eelistustest ja erinevatest põhjustest, miks televiseiooni vaadatakse. Samuti tekitas töö veel suuremat huvi teleauditooriumi uurimise ja mõistmise vastu.

Bakalaureusetöö raames koostatud tüpoloogia annab hea aluse edasiseks uurimiseks. Esiteks võimaldab see kvantitatiivset edasiuurimist, mille tulemusena saaks lisada noorte lineaarteleviseiooni vaatajate tüpoloogiale numbrilisi näitajaid. Teiseks annab uurida millised sotsiaaldemograafilised tunnused igat tüüpi iseloomustavad. Samuti võimaldab minu töö uurida noorte televaatajate tüüpide ajas muutumist – millised muutused toimuvad noorte teleauditooriumis järgmise viie või kümne aasta jooksul?

ALLIKAD

Abreu, J., Nogueira, J., Becker, V. & Cardoso, B. (2016). Survey of Catch-up TV and other time-shift services: a comprehensive analysis and taxonomy of linear and nonlinear television. *Telecommun Syst* 64, 57–74 (2017). <https://doi.org/10.1007/s11235-016-0157-3>

Amirtham, V. (11.01.2025). What is Linear TV? The Difference Between Linear TV vs OTT. *VPlayed*. <https://www.vplayed.com/blog/what-is-linear-tv/> (vaadatud 29.01.2025)

Anderson, M., & Jiang J. (2018). Teens, Social Media & Technology 2018. *Pew Research Center*. www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/

Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=0194af743cf01b2d97f59148eb599e5282086d80>

Behal, M. & Soni, P. (2017) Understanding Attitude of Young Media Users in India – Is An Ardent TV Viewer Also An Ardent Internet User? *Management & Change*, 21(1/2), 29-47.

Bulck, J. den. (1995). The Selective Viewer: Defining (Flemish) Viewer Types. *European Journal of Communication*, 10(2), 147-177. <https://doi.org/10.1177/0267323195010002001>

Cooper, P. G. (2024). Generation Z. *Salem Press Encyclopedia*. <https://research-ebsco-com.ezproxy.tlu.ee/linkprocessor/plink?id=e00ffacc-6ecc-3519-8407-516513d0c395> (vaadatud 08.02.2025)

Cortés Quesada J.A., Barceló Ugarte T. & Fuentes Cortina G. (2023). Audio-visual consumption of Millennials and Generation Z: preference for snackable content. *Doxa Comunicación*, 36, 303-320. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1687>

Eldridge, A. (2025). Generation Z. *Encyclopædia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/Generation-Z> (vaadatud 28.04.2025)

Johnson, C. (2024). Provocation: An agenda for the future of TV studies: Technology, audiences, stakeholders. *Critical Studies in Television*. *Sage Journals*. <https://doi.org/10.1177/17496020241308763>

Kalmus, V., Masso, A., & Linno, M. (2015). *Kvalitatiivne sisuanalüüs*. Sotsiaalse Analüüsi Meetodite ja Metodoloogia õpibaas. <https://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyyis/>

Kalmus V., Masso A. & Lauristin M. (2017). Põlvkondade eristumine muutuvast ühiskonnas. Eesti ühiskond kiirenevas ajas. Uuringu "Mina. Maailm. Meedia" 2002-2014 tulemused, 620–664. Tartu Ülikooli Kirjastus.
https://www.researchgate.net/publication/329071963_Polvkondade_eristumine_muutuvast_uhiskonnas

Kantar Emor (01.02.2024). Spordiülekanded innustavad voogedastusteenust tellima.
<https://www.kantaremor.ee/blogi/spordiulekanded-innustavad-voogedastusteenust-tellima/>
 (vaadatud 18.02.2025)

Kantar Emor. (2025). Telekanalite vaatamisaja osakaal (daily share %) kogu vaatamisajast.
<https://www.kantaremor.ee/teleauditooriumi-ulevaade/> (vaadatud 18.02.2025)

Laherand, M.-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. OÜ Infotrükk.

López Vidales, N. & Gómez Rubio, L. (2021). Tendencias de cambio en el comportamiento juvenil ante los media: Millennials vs Generación Z. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 543-552. <https://doi.org/10.5209/esmp.70170>

Metsmaa, K. (2013). *Telesaadete vaatamine internetist ja telerist üliõpilaste hulgas*. [Bakalaureusetöö, Tartu Ülikool]. ADA.
<https://dspace.ut.ee/server/api/core/bitstreams/b80cbaf5-ff46-45f3-b771-2c1104591e09/content>

Minoli, D. (2012). *Linear and Non-Linear Video and TV Applications: Using IPv6 and IPv6 Multicast*. John Wiley & Sons, 11-14.

Nielsen. (2019). Out-of-Home Viewing is Helping Boost Linear TV Viewership Amid 24/7 News Cycle.
<https://www.nielsen.com/insights/2019/out-of-home-viewing-is-helping-boost-linear-tv-viewership-amid-24-7-news-cycle/> (vaadatud 18.02.2025)

Niido, E. (13.07.2020). Faktikontroll: Aivar Riisalu kuulutas televisiooni surnuks. On tal õigus? *Postimees*.
<https://faktikontroll.postimees.ee/7016363/faktikontroll-aivar-riisalu-kuulutas-televisiooni-surnuks-on-tal-oigus> (vaadatud 29.01.2025)

Parker, K. & Igielnik, R. (2020). On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know about Gen Z so Far. *Pew Research Center*.
www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far/ (vaadatud 18.01.2025)

Pihel, J. (12.02.2021) Milline oli Eesti ajakirjandus aastal 2020? Eesti telemaastik, vaadates aastale 2020. Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat, 28-30. <https://dea.digar.ee/article/JVestakadajakselts/2021/10/0/1>

PRRI, (22.01.2024). A Political and Cultural Glimpse into America's Future: Generation Z's Views on Generational Change and the Challenges and Opportunities Ahead. www.prri.org/research/generation-zs-views-on-generational-change-and-the-challenges-and-opportunities-ahead-a-political-and-cultural-glimpse-into-americas-future/ (vaadatud 18.01.2025)

Pullerits, P. (22.09.2004). Telereitingud külvavad segadust. *Postimees*. <https://www.postimees.ee/1435181/telereitingud-kulvavad-segadust> (vaadatud 01.05.2025)

Põldmäe, E. M. (2015). *Erinevad põlvkonnad teleauditooriumina 2014. aasta uurimuste põhjal*. [Magistritöö, Tartu Ülikool]. ADA. <https://dspace.ut.ee/server/api/core/bitstreams/82396ace-3ebb-4c4c-8777-52ea7fd7806b/content>

Rannu, S. (2010). *Teleauditooriumi jagunemine vaatajahuvide, elulaadi ja väärtuste alusel*. [Magistritöö, Tartu Ülikool]. ADA. <https://dspace.ut.ee/server/api/core/bitstreams/d1aeacc7-2a2c-4a59-a625-2b4e7f35d1e3/content>

Richter, A. (20.11.2023). Designed for Service: The Role of Television in Today's Troubled World. *United Nations*. <https://www.un.org/en/un-chronicle/designed-service-role-television-today%E2%80%99s-troubled-world> (vaadatud 12.01.2025)

Riigi Teataja, (2020). Noorsootöö seadus. <https://www.riigiteataja.ee/akt/NTS>

Rowe, D. (2016). Cultural citizenship, media and sport in contemporary Australia. *International Review for the Sociology of Sport*. <https://doi.org/10.1177/1012690216641147>

Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamine*. Sotsiaalse Analüüsi Meetodite ja Metodoloogia õpibaas. <https://samm.ut.ee/valimid/>

Saks, K., Lauristin, M., Petermann, A., Klopets, M., Varblane, A., Seppel, K. & Mäll, K. (2023). Eesti elanike meediakasutus ja usaldus meedia vastu. Eesti ühiskonna lõimumisuuringu lisa 1. <https://www.kantaremor.ee/wp-content/uploads/2024/04/Kvalitatiivne-meediauuring-EIM-2023-LISA-1.pdf>

Zixi. (24.11.2022). The Difference Between Linear Video, Live Streaming & Video-on-Demand. *Zixi Press Release*.

<https://zixi.com/news/streaming-101-the-difference-between-live-streaming-linear-video-and-video-on-demand/> (vaadatud 29.01.2025)

The Editors of Encyclopaedia Britannica. (kuupäev puudub). Typology. <https://www.britannica.com/science/typology> (vaadatud 29.04.2025)

United Nations. (2010). The World Programme of Action for Youth. <https://www.un.org/esa/socdev/unyin/documents/wpay2010.pdf>

United Nations. (2020). World youth report: Youth social entrepreneurship and the 2030. <https://social.desa.un.org/sites/default/files/publications/2023-08/2020-World-Youth-Report.pdf>

Vihalemm P., Lauristin M., Kalmus V., Vihalemm T. (2017). Eesti ühiskond kiirenevas ajas: uuringu „Mina. Maailm. Meedia“ 2002–2014 tulemused. *Tartu Ülikooli Kirjastus*.

Vihalemm, P. & Kõuts-Klemm, R. (2018). Meediakasutuse muutumine: internetiajastu saabumine. Eesti ühiskond kiirenevas ajas: elaviku muutumine Eestis 2002-2014 Mina. Maailm. Meedia tulemuste põhjal, 251-278. *Tartu Ülikooli Kirjastus*

Viilup, T. (2007). *Noored Eesti televisiooni auditoriumina aastatel 2003-2006*. [Bakalaureusetöö, Tartu Ülikool]. ADA. <https://dspace.ut.ee/server/api/core/bitstreams/c4ca14ae-2fe8-4136-baef-ceb900d78c99/content>

Vinikas I. (29.02.2024). Linear TV: all you need to know. *Kaltura Blog*. <https://corp.kaltura.com/blog/linear-tv-all-you-need-to-know/> (vaadatud 29.01.2025)

Wada, H. I. (2019). Media Consumption Trends: Comparing Millennials and Generation Z. *Scientia Moralitas Research Institute*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3549993>

Webster J. G. & Wakshlag, J. J. (1983). A theory of television program choice. *Sage Publications*, 10 (4), 430-446. <https://doi.org/10.1177/009365083010004002>

Weimann, G., Brosius, H.-B., & Wober, M. (1992). TV Diets: Towards a Typology of TV Viewership. *European Journal of Communication*, 7(4), 491-515. <https://doi.org/10.1177/0267323192007004004>

Õunapuu, L. (2014). *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. Tartu Ülikool.

Yamatsu, T., & Lee, S. gil. (2023). Multiple Relationships between Streaming and Linear TV: Examining Media Substitution Theory Using Big Data. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(4), 442–465. <https://doi.org/10.1080/08838151.2023.2250039>

Yumiko H., Yumiko T. & Maki S. (2002). Categorization of Japanese TV Viewers Based on Program Genres They Watch. *User Modeling and User-Adapted Interaction* 14, 87-117, 2004. *Kluwer Academic Publishers*.

LISAD**Lisa 1. Intervjuukava****Televisiooni vaatamise harjumused**

1. Kui tihti ja kui kaua vaatate tavaliselt lineaartelevisiooni?
2. Millisel ajal ööpäevas kõige sagedamini televiisorit vaatate? Mis kellaaegadel ja miks?
3. Kas teil on püsileping mõne teleteenusepakkujaga?
4. Millistest seadmetest ja kus televisiooni jälgite? Miks?
5. Kas vaatate üldjuhul üksi või kellegagi koos? Miks?
6. Kas kasutate televiisorit ka taustameediumina? Millele taustaks?

Sisu eelistused ja selle põhjused

7. Milliseid telesaateid või žanreid te vaatate?
8. Mis telekanaleid te kõige rohkem jälgite? Kas teie jaoks on oluline, mis telekanalit te vaatate?
9. Mis põhjustel eelistate just neid saateid ja kanaleid?

Reaalajas vaatamine

10. Kui oluline on teie jaoks ekraani vahendusel reaalajas sündmustest osa saamine? Milliseid otseülekandeid jälgite?
11. Kas kasutate ka järelvaatamise võimalust? Kui tihti ja mis saadetega? Miks?
12. Kas kasutate ka voogedastusplatvorme? Miks?

Televisiooni roll noore elus

13. Kas ja kuidas mõjutab televisioon teie argielu? Mil määral on teile televisioon ühiskonnaelu jälgimise kanaliks?
14. Millistes olukordades ja miks eelistate lineaartelevisiooni muudele meediavormidele?

15. Kas varasemalt on olnud teie elus lineaartelevisioonil suurem kaal kui praegu? Mil määral on vanusega muutunud telesaadete-ja kanalite eelistus/žanrieelistus?
16. Mis te arvate kuidas teie televisiooni vaatamise harjumused võivad järgmise 5 aasta jooksul muutuda, kui üldse muutvad? Kui saate sama vanaks kui teie vanemad praegu, millised võiksid need harjumused olla siis?
17. Miks te vaatate lineaartelevisiooni?