

## Meediasotsioloogiline uuring „Kultuuriajakirjanduse sisu ja kasutajaskond“

2014. - 2016. aastani väldanud uuring kaardistas ja analüüsis Eesti kultuuriajakirjandust (nii avalikest vahenditest rahastatavat kui era- ja omaalgatuslikku), kultuuriväljaannete rolli kultuuriprotsessides ja kultuuripubliku kaasamises.

**Põhjäreldused:** Eesti kultuuriajakirjandus ja tema praegune publik on hästi toimiv kooslus, kuid aina teravam väljakutse on publiku kestlikkus, sest ühiskonnas kasvab kõige kiiremini raamatukaugete noorte osa, kelle kultuurihuvi on mh audiovisuaalse suunaga. Uuringu läbiviijad hoiatavad, et kultuuriväljaannete tulevikku ei käsitletaks vaid läbi loomemajanduse põhimõtete, vaid silmas peetaks ka vähemtasuvaid ja väiksema publikuga kultuurivaldkondi.

- Nii tegijate kui lugejate **kultuuriväljannetele suunatud ootused on pigem kaldu sotsiaalse tähendusrikkuse kui esteetiliste väärtuste poole.**
- **Kultuuriavalikkuses on kesksel positsioonil Sirp** kui valdkondlikult universaalne, samas ühiskondlikult tundlik väljaanne.
- Kultuuri populariseerimine, publiku harimine on jäänud eeskätt raadio ja televisiooni kultuurisaadete ning päevalehtede kultuurikülgede osaks (kultuuriajakirjadest on selle rolli kandjateks klassikalised valdkondlikud ajakirjad nagu Looming ja TMK).
- Kultuuriväljaannete **lugejaskond moodustab paljuski ühise kultuuripubliku**, erinevate väljaannete lugejaskonnad kattuvad keskmiselt 30-40%, ulatudes mõnel juhul (nt Akadeemia ja Looming) 50% lähedale.
- Uuringus on esitatud **Eesti elanikkonna jagunemine viieks kultuuriosaluse tüübiks** (aluseks see, kuidas inimesed end kultuurivaldkonnaga seovad - käivad teatris, kontserdil, muuseumis, raamatukogus, loevad raamatuid, otsivad kultuuriinfot ja osalevad kultuuridebatis kas traditsioonilises või uues meedias):
  1. **Uus multiaktiivne kõigi kultuuris osalemise võimaluste ja infokanalite kasutaja:** keskmisest kõrgema sotsiaalse enesekuvandiga, keskmisest haritum, noorem või keskealine, veidi sagedamini naissoost kultuurihuviline (26% eestlastest).  $\frac{2}{3}$  kultuuriväljaannete lugejaskonnast on selle tüübi esindajad. Eesti kultuuri tuleviku jaoks on oluline, et selline aktiivne ja asjatundlik eesti keelt valdav ja seda eneseväljenduseks kasutav kultuuripublik püsiks.
  2. **Aktiivne traditsiooniline raamatukeskne kultuurihuviline:** keskmise või madalama ühiskondliku staatusega, keskealine või vanem, keskmise haridustasemega meesvõi naine (16% eestlastest).

3. **Uus arvutikeskne, raamatukauge, audiovisuaalse ja performatiivse kultuurihuviga** sotsiaalselt edukas publik, keskmisest noorem, sagedamini meessoost (23% eestlastest). **Kõige kiiremini leviv tüüp**, mille esindajaid on nooremate vanuserühmade seas juba kaks korda enam kui A-tüübi esindajaid.
  4. **Mõõdukalt aktiivne, eeskätt traditsioonilise meedia kaudu kultuuris osalev publik:** vanem, keskmise sotsiaalse staatusega, keskmiselt haritud naine või mees (19% eestlastest).
  5. **Ülimalt passiivne kultuurikauge:** madala sotsiaalse enesekuvandiga, keskmisest vaesem, igas eas, veidi sagedamini meessoost (17% eestlastest).
- Kõigi **kultuuriväljaannete lugejaskonnas domineerib mitmekülgsede huvidega aktiivne kultuuris osaleja** (tüüp A), kellele sekundeerib eakam ja passiivsem meediakeskne kultuurihuviline (D). Seni on kõigi kultuuriajakirjade lugejaskond nende tüüpidega veel tagatud, kuid vanemat lugejaskonda esindava D-tüübi osakaal hakkab juba lähiaastail kiiresti kahanema, samas kui **A-tüübi juurdekasv noorte seas on ebapiisav** selle kahanemise korvamiseks.
  - Kõige teravam probleem on kultuuriajakirjanduse jõudmine nooremate põlvkondade lugejateni. Tegijate ja lugejate lahendused on erinevad - toimetustes ja tegijate seas levib seisukoht, et lahendus on tehnoloogilise iseloomuga (väljaannete parem kättesaadavus digitaalsel kujul peaks tagama ka nende suurema loetavuse noorte seas), noored ise ja õpetajad peavad sellist tehnoloogilist optimismi põhjendamatuks, sest **põhiline barjäär on noorte võõrdumine keerukamate ja abstraktsemate tekstide lugemisest**.

---

*Uuring: meediasotsioloogiline uuring "Eesti kultuuriajakirjanduse sisu ja kasutajaskond"*

*Uuringu teostamise aeg: sügis 2014 - suvi 2016*

*Uuringu läbiviija: Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut*

*Uuringu autorid: Peeter Vihalemm (uuringu juht), Marju Lauristin, Ragne Kõuts-Klemm, Maarja Lõhmus*

*Tellijä: Kultuuriministeerium*

<https://www.kul.ee/et/kultuuriajakirjanduse-uuringu-vahearuande-tutvustus>