



**Toetus Euroopa Liidule ja  
eurole seotuna RISC  
väärtushinnangute uuringuga  
EV Riigikantselei  
Aprill 2006  
Lisa maa-aruandele**



# Sisukord

<b>Sissejuhatus</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Toetus Euroopa Liidule</b> .....	<b>6</b>
1.1 Euroopa Liidu toetajad, vastased ja kõhklejad .....	6
1.2 Euroopa Liidu toetajad .....	6
1.3 Euroopa Liidu vastased .....	10
1.4 Euroopa Liidu osas kõhklejad .....	15
1.5 Kokkuvõte ja soovitused Euroopa Liidu alases kommunikatsioonis .....	22
<b>2. Toetus Eesti üleminekule eurole</b> .....	<b>25</b>
2.1 Toetus eurole ja huvi teema vastu .....	25
2.2 Eurole ülemineku toetajad .....	27
2.3 Eurole ülemineku vastased .....	32
2.4 Eurole ülemineku pigem toetajad .....	37
2.5 Eurole ülemineku pigem mittetoetajad .....	42
2.6 Eurot puudutava info allikad, sisu ja edastusviis .....	47
2.7 Kokkuvõte ja soovitused kommunikatsioonis eurole ülemineku kohta .....	50
<b>Metoodika kirjeldus</b> .....	<b>53</b>
<b>Lisad</b> .....	<b>56</b>
<b>Lisa 1: Küsitletute profiil (Eesti elanikud vanuses 15-74)</b> .....	<b>57</b>
<b>Lisa 2: Euroga seotud ootused ja mured: üldine jaotus 15-74 aastases Eesti elanikkonnas</b> ...	<b>58</b>
<b>Lisa 3: Väärtussegmentide lugemisõpetus</b> .....	<b>59</b>
<b>Lisa 4: Ankeet</b> .....	<b>60</b>
<b>Lisa 5: Tabelid</b> .....	<b>65</b>

# Sissejuhatus

Antud aruanne võtab kokku üle-eestilise väärtushinnangute uuringu tulemused, mille käigus kaardistati Eesti elanike hoiakuid ja arvamusi järgmistel teemadel:

- Toetus Eesti kuulumisele Euroopa Liidule
- Toetus Eesti üleminekule eurole
- Euroga seotud ootused ja mured
- Eurole üleminekuga seotud soovitatavad infoallikad ja –edastusviisid ning teemad.

Uuringu eesmärgiks oli kirjeldada Euroopa Liidu ja euro kommunikatsiooni sihtrühmi lähtuvalt nende sotsiaaldemograafilistest eripäradest, Euroopa Liidu ja euroga seotud veendumustest, reisikogemusest, hinnangust oma elule ja tulevikule ning väärtushinnangutest, mis võimaldaksid valida neile kommunikatsiooniks sobivaid kanaleid ja sõnumeid.

Aruandes kasutatav RISCi meetodika põhineb eeldusel, et inimeste kui kodanike ja tarbijate käitumisprintsiibid, see mida peetakse "õigeks", "kasulikuks", "sobivaks" jne, on tugevalt seotud nende jaoks oluliste väärtushinnangutega.

Tuntuimad väärtusteuurijad Milton Rokeach (1973) ja Shalom Schwartz (1992) käsitlevad väärtusi kui indiviidi suhteliselt muutumatuid veendumusi, uskudes, et teatud käitumisviisid ja/või (lõpp)eesmärgid on tema jaoks isiklikult soovitatavad või sotsiaalselt eelistatavad. Sellisest arusaamast lähtub ka RISC uuring. Rokeach kasutab mõisteid *terminaalsed väärtused* n-õ "lõpp-eesmärkide" tähenduses ja *instrumentaalsed väärtused* tähendamaks soovitud viise eesmärkideni jõudmiseks. Käesolev uuring, mis on läbi viidud RISC meetodika põhjal, keskendub Rokeachi mõistes peamiselt instrumentaalsetele väärtustele.

RISCi eripäraks, võrreldes abstraktseid sõnu ja väljendeid (*vabadus, puhas keskkond, mugav elu*) kasutavate Rokeach'i (1973) ja Schwartz'i (1992) süsteemidega, on ankeedi ülesehitatus käitumuslik-hoiakuliste väidete baasil. Lisaks on üksikvastuste baasil konstrueeritud üldistavad märksõnad (*labels*). Seega on RISCi meetodika pigem sarnane Hofstede käsitlusele, mille põhjal ühiskonnas (kultuuris) kehtivad väärtused avalduvad (kujuteldavate) käitumisprintsipiide põhjal konkreetses situatsioonis (vt Hofstede, 1980).

RISCi rahvusvahelise väärtuste seiresüsteemi aluseks on ligi sada indikaatorküsimust erinevate käitumispõhimõtete ja eluorientatsioonide kohta. Käesolev analüüs lähtub arusaamast, et nende väidetega nõustumise/mittenõustumise kaudu väljendab vastaja eelkõige oma ettekujutust soovitavast, st arvamust, et oleks hea mingil põhjusel toimida teatud viisil, kuigi ta ei pruugi seda reaalsuses teha. RISC Eesti 2006 uuringus on väärtusorientatsioonid seotud küsimustega meediatarbimise, ajakasutuse ja sotsiaal-demograafiliste eripärade kohta. Samuti on küsitud suhtumist oma kehasse, erinevatesse teenustesse-toodetesse ning turunduskommunikatsiooni võtetesse. Seega saame ühendada ideaali ja reaalsuse. Analüüs võimaldab määrata, milliste tegevuste ja hoiakute kaudu väärtused avalduvad ning vastupidi - millised üldisemad eluorientatsioonid ja väärtushinnangud kujundavad mingit konkreetset käitumistrendi.

Sihtrühmade veendumusi ning ettekujutusi teatud elulaadi ning toimimispõhimõtete kohta on käesolevas aruandes iseloomustatud kolme sisuliselt samatähendusliku terminiga: personaalsed väärtushinnangud, personaalsed väärtusorientatsioonid või ka lihtsalt eluorientatsioonid, vastavalt sellele, kas kontekst viitab pigem terminaalsetele või instrumentaalsetele väärtustele.

Rahvusvaheliste võrdluste puhul tasub arvesse võtta, et suurte ühiskonnas toimunud poliitiliste, majanduslike ja kultuuriliste muutuste tõttu on Eesti ühiskonnas ka väärtusorientatsioonid kiiremini muutuvad kui näiteks Põhjamaades (vt nt Lauristin & Vihalemm, 1997).

Käesoleva RISC-uuringu raames küsitleti **1001 Eesti elanikku vanuses 15-74 aastat**. Uuring viidi läbi 18. jaanuarist 14 veebruarini 2006 arvuti abil juhitavate personaalintervjuudena vastajate kodudes.

### Viited

Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences. International Differences in Work-related Values*. London: Sage

Lauristin, M., Vihalemm, T. (1997). Changing Value Systems. Civilizational Shift and Local Differences. Raamatus: M. Lauristin, P. Vihalemm, K-E. Rosengren & L. Weibull (toim.), *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*, Tartu: Tartu University Press 1997, 243-264

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press

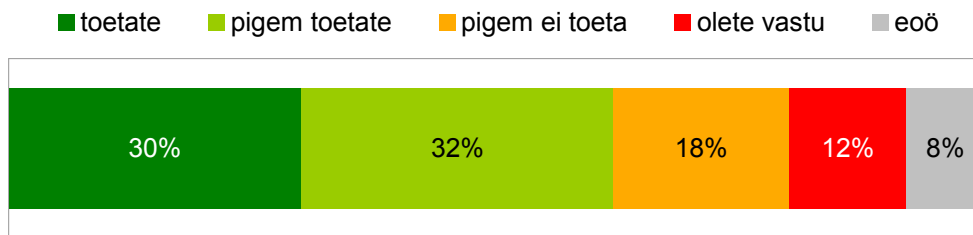
Schwartz, S. H.(1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in Twenty Countries. Raamatus: M. Zanna (toim.) *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, San Diego: Academic

# 1. Toetus Euroopa Liidule

## 1.1 Euroopa Liidu toetajad, vastased ja kõhklejad

Antud uuring näitab, et kindlat seisukohta Euroopa Liidu suhtes omavad ligikaudu 42% Eesti 15-74 aastastest elanikest: 30% elanikest toetavad Eesti kuulumist Euroopa Liitu ning 12% ei toeta. Pool elanikkonnast on kõhkleva seisukohal: 32% pigem toetavad liitu kuulumist ja 18% pigem ei toeta.

Joonis 1. Toetus Euroopa Liidule (Eesti elanikud 15-74, N=1001)



## 1.2 Euroopa Liidu toetajad

Euroopa Liidu toetajad eristuvad teistest hoiakulistest sihtrühmadest sellega, et nende hulka kuulub keskmisest enam **kõrgharidusega, materiaalselt hästi toimetulevaid** (igakuine sissetulek pereliikme kohta üle 4000 krooni) inimesi, kes **elavad Tallinnas või teistes Eesti suuremates linnades** (Tartu, Pärnu, Narva, Kohtla-Järve). Selles rühmas on vähem keskmise või madalama sissetulekuga ning maal elavaid inimesi. Ülejäänud peamiste sotsiaaldemograafiliste näitajate (sugu, vanus, rahvus, regionaalne paiknemine jne) poolest ei eristu see rühm Eesti keskmisest.

Ka subjektiivsete heaolu näitajate poolest hindavad Euroopa Liidu toetajad end teistest sihtrühmadest kõrgemalt: 55% neist leiavad, et nende elu on aastaga paranenud (keskmiselt 45%), ning 70% usuvad, et järgnev aasta tuleb veelgi parem (keskmiselt 53%).

Positiivne suhtumine Euroopa Liitu on ilmselt tingitud ka nende **inimeste laiemast silmaringist ning suuremast kokkupuutest teiste rahvuste ja kultuuridega**, sealhulgas ka Euroopa omadega. Euroopa Liidu toetajate hulgas on keskmisest oluliselt enam neid inimesi, kes teevad välisreise, samuti neid, kes on viimase 2 aasta jooksul külastanud mõnda Euroopa Liidu riiki. Ka on sellel sihtrühmal olnud keskmisest enam kokkupuuteid (isiklikke või tuttavate kaudu) Euroopa Liidu projektidega. Euroopa Liidu fondidest toetuse saamine liidu toetust ei mõjuta.

Ligi 80% toetajatest leiavad, et Eesti on Euroopa Liitu kuulumisest saanud kasu (keskmiselt 52%) ning sihtrühmas on ligi kolm korda vähem selliseid inimesi, kes leiavad, et liikmeksõlekust pole kasu saadud (12%).

**Elustiili** poolest need inimesed **keskmisest aktiivsemad**, nad käivad sõpradega väljas, kinos, teatris kontsertidel ja muudel kultuuri ja spordiüritustel enam kui keskmine eestlane. Samuti on nende seas enam spordiga tegelejaid.

**Meediatarbimise** poolest on siin sihtrühmast keskmisest enam **sagedasi lehelugejaid**: 70% neist loevad lehte iga päev või peaaegu iga päev (keskmiselt 63%). Keskmisest enam loeb see sihtrühm regulaarselt Postimeest (40%), Päevalehte (26%), Eesti Ekspressi (21%) ning Äripäeva (15%).

Keskmisest vähem loetakse kollast ajakirjandust (Kroonika 10%, SL Õhtuleht 21%), aga ka Maalehte (loeb 9%). Ajakirjade lugemise, raadio kuulamise ja teleri vaatamise poolest see sihtrühm keskmisest eestlasest ei eristu, küll aga kasutab ta keskmisest enam **interneti**: 49% kasutavad seda iga päev (keskmiselt 36%). Nii nagu keskmine eestlane, vaatab ka Euroopa Liidu toetaja regulaarselt enim uudistesasteid (85%). Keskmisest pisut enam eelistatakse ka ühiskonnaelu ja poliitikasaateid (34%) ning vähem ulme-, politsei- ja kriminaalfilme. Raadiojaamadest on eelistatuimad Sky Pluss (23%), Vikerraadio (22%) ja Raadio Elmar (19%).

**Väärtushinnangute poolest** on Euroopa Liidu toetajate hulgas keskmisest enam väljapoole orienteeritud **Hoolijaid** (33%) kuid samas ka väljapoole orienteeritud **Alalhoidlikke** (29%). Mõlemaid iseloomustab see, et nad ei hooli mitte vaid iseenda, vaid ka teiste inimeste heaolust, nad tunnevad vastutust selle osas, mis nende ümber toimub ning tahavad elada harmoonilises koosluses koos teiste inimestega. Nad tähtsustavad vaimseid väärtusi enam kui materiaalseid ja käsitlevad asju pikemas tulevikuperspektiivis. Sihtrühma väljapoole orienteeritus näitab seda, et eelkõige püütakse kujundada maailma enda ümber kui keskendutakse vaid iseendale.

Ülalkirjeldatud toetavad ka väärtustrendid, mis näitavad, et toetajaid nagu ka keskmist eestimaalast üldse, iseloomustavad kõige enam paindlike suhete, päritolu ning juurte tähtsustamine. Ehk siis hinnatakse võrdväärset, horisontaalset suhtlustasandit mitte hierarhilist ülalt allapoole suhtlust ning oluliseks peetakse oma kodukohas toimuvat, oma maailm ajalugu ja traditsioone. Oma võimete tunnetamine on oluline ligi kahele kolmandikule toetajatest samas kui raha tähtsustatakse keskmisest vähem (oluline pooltele toetajatest).

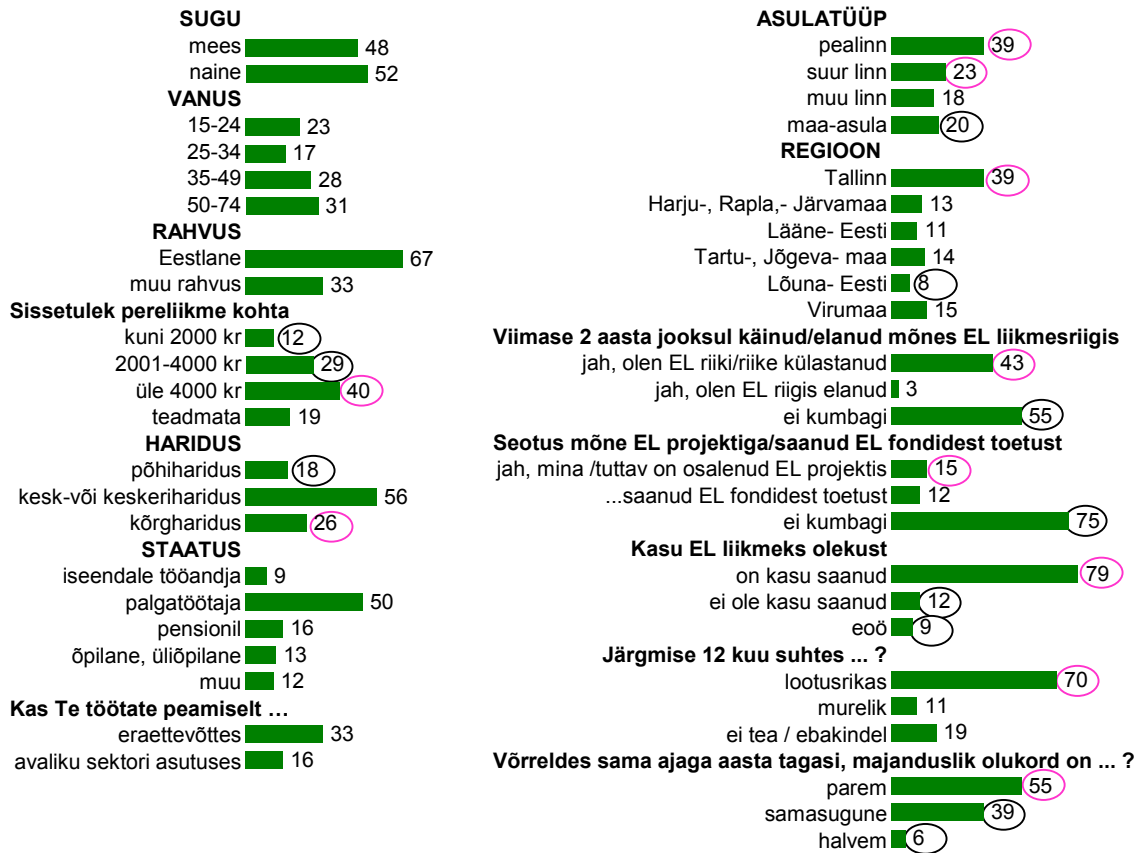
Kuivõrd nende sihtrühmade maailmanägemine on laiem ning nad on selgelt pigem väljapoole orienteeritud inimesed, on nad ka avatud sellisele kommunikatsioonile, mis ei räägi Euroopa Liidust vaid nende otsese heaolu terminites vaid näitab **laiemalt liidu mõju Eesti ühiskonnale ja teatud määral ka Euroopale tervikuna**.

Samas on **Hoolijatest** Euroopa Liidu toetajad alalhoidlikest enam orienteeritud arengule ja muutustele ning näevad Euroopa Liitu ilmselt ühe vahendina, mis aitab kaasa nii neid ümbritsevate inimeste kui nende endi arengule ja heaolule. Kommunikatsioon peab keskendub nende hoiaku säilitamisele tuues välja Euroopa Liiduga seotud **positiivseid ja edasiviivaid arenguid**.

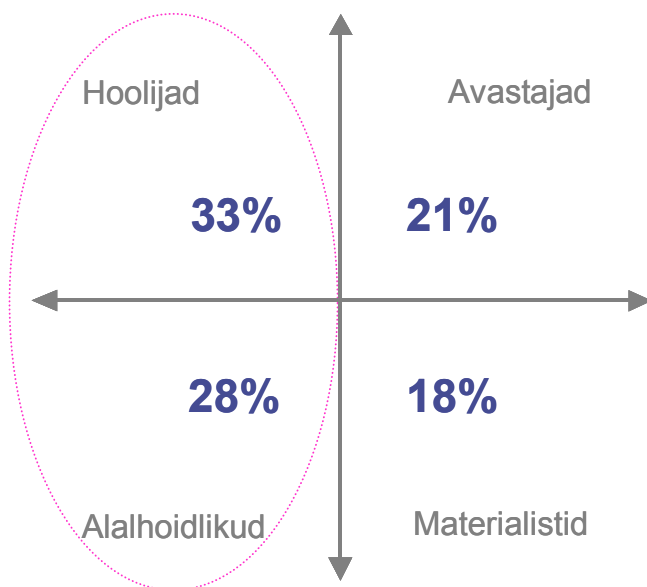
**Alalhoidlikud** on inimesed, kes väldivad muutatusi ning eelistavad minna kindalt ja väljakujunenud rada pidi. Üllatused ja uuendused neile ei meeldi. Nad on väga seotud oma elukohaga (kogukonna, linna, külaga) kui ühe turvalisuse ja stabiilsuse tagajaga ning huvituvad kohalikest asjadest. Euroopa Liidu suhtes positiivset hoiakut aitab nende jaoks tugevdada see, kui räägitakse sellest, kuidas Euroopa Liit aitab neile tuttavat ja armsat elukeskkonda kõige laiemas mõttes **säilitada**. Kuivõrd sihtrühm kohaneb muutustega pisut aeglasemalt, siis nende kommunikeerimisel tuleb asju **rahulikult ja põhjalikult lahti selgitada** maandades võimalikku tekkivat ohutunnet.

## Joonis 2. Euroopa Liidu toetajate profiil (N=296,

siin ja edaspidi: ○ keskmisest enam, ○ keskmisest vähem)



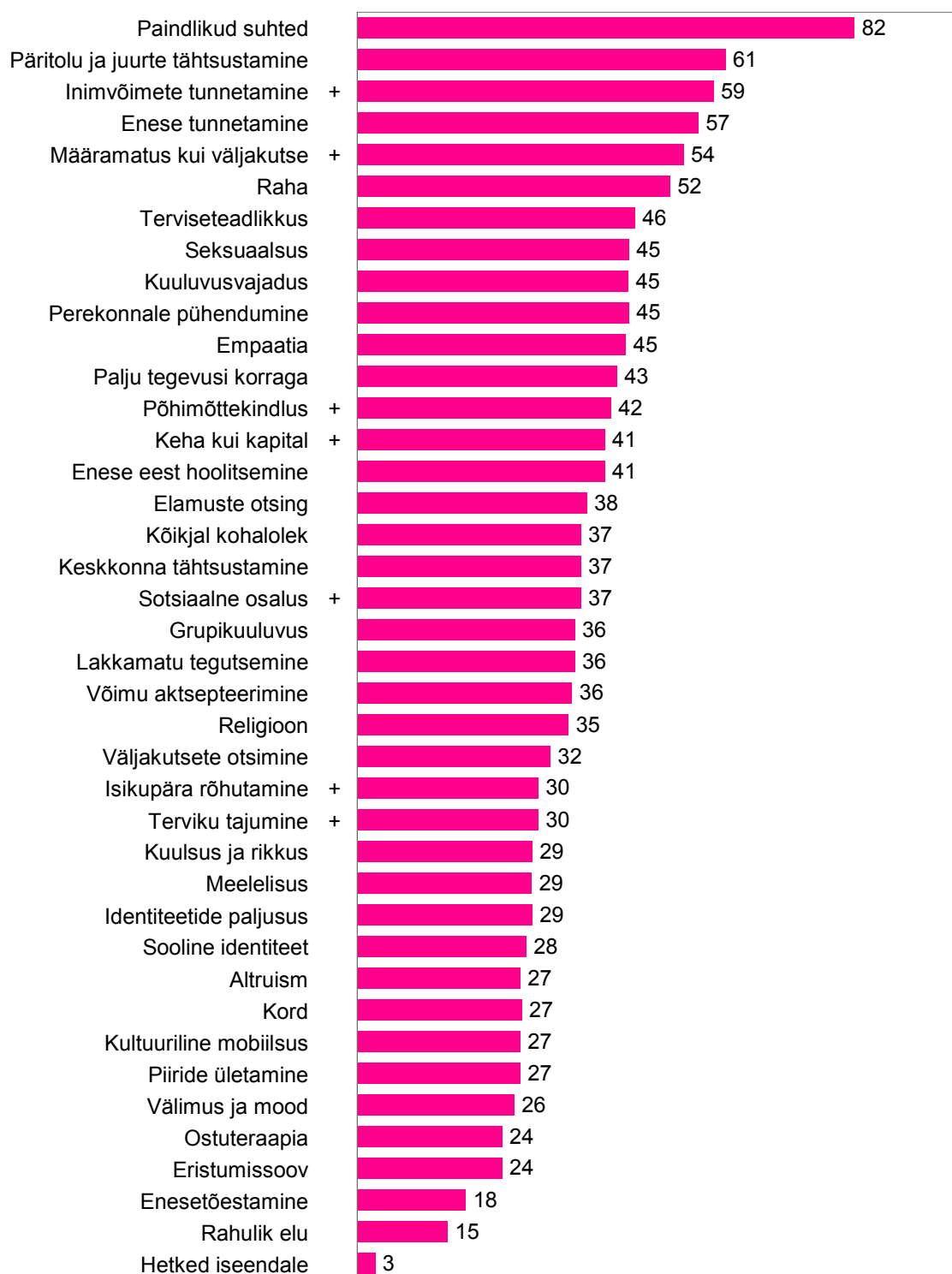
## Joonis 3. EL toetajate jaotumine väärtuskvadrantidesse





## Joonis 4. Euroopa Liidu toetajate väärtustrendid\*

(Toetajatest X % on vastava trendi kandjad. +/- märk tähistab statistiliselt olulist (95%) erinevust Eesti 15-74-aastasest elanikkonnast)



\*Kõik väärtustrendid on lahti seletatud RISC Eesti maa-aruanDES 2006.

## 1.3 Euroopa Liidu vastased

Euroopa Liidu kindlate vastaste seas on keskmisest enam **väheharituid** (kolmandikul on põhiharidus või alla selle), **madala sissetulekuga inimesi** (iga kolmas neist saab kuni 2000 krooni pereliikme kohta kuus) ning **inimesi, kes elavad Eesti väikelinnades** (iga kolmas). Keskmisest mõnevõrra enam kuulub siia rühma pensionäre ja majanduslikult mitteaktiivseid inimesi (töötud, kodused). Samas tuleb märkida, et soo, vanuse ja rahvuse poolest ei erine see sihtrühm Eesti keskmisest.

Euroopa Liidu vastaste hulgas leiab iga viies inimene, et nende elujärg on aastaga halvenenud ning kaks kolmandikku tunnevad tuleviku suhtes muret või ebakindlust.

Euroopa Liidust need inimesed **kasu ei näe**, liidu kasutust möönavad 69% ning kasu vaid 13% (Eesti keskmine vastavalt 30% ja 52%).

Mittetoetajad on väga **paiksed inimesed**: 22% ei reisi kunagi Eestis ja 55% mujal riikides (71% pole viimase 2 aasta jooksul külastanud ühtegi Euroopa Liidu riiki). Elustiili mõttes kuulub siia rühma pisut enam passiivsemaid inimesi: veedavad vaba aega kodus sõprade seltsis, kultuuri ja spordiüritusi külastavad nad keskmisest oluliselt vähem. Samuti tegelevad nad ise vähem spordiga. See ei tähenda aga, et kogu sihtrühm on passiivne.

Ajalehti ja ajakirju loetakse siin sihtrühmas keskmisest pisut vähem: 22% mittetoetajatest ei loe päevalehti (keskmine 13%). Väljaannetest on loetuimad SL Õhtuleht (35%), seejärel Postimees (28%), Päevaleht (16%), Maaleht (15%) ja Kroonika (15%).

Samas on siin sihtrühmas keskmisest suurem nii televiisori vaatamise sagedus (87% vaatavad igapäevaselt) ja kestus. Kuigi uudistesaadet on ülekaalukalt regulaarseim jälgitav telesaade, vaatab see sihtrühm keskmisest enam ka *action* ja märulifilme ning politsei- ja kriminaalfilme. Ühiskonnaelusaateid jälgivad 31%. Ka raadiot kuulab see sihtrühm keskmisest enam just kuulamise kestuse mõttes. Kuulatuimad radiojaamad on Raadio Elmar (37%), Sky Plus (23%) ja Vikerraadio (20%).

Internetikasutus on mittetoetajate seas keskmisest vähesem: 48% mittetoetajatest ei kasuta kunagi internetti (keskmine 37 %) ning vaid veerand neist kasutavad internetti igapäevaselt (keskmine 36%).

Väärtushinnangute poolest on tegemist üsna kirju seltskonnaga, kus ei eristu ühte selget väärtuste kandjate rühma. Kõige suurema osa neist - ligi viiendiku - moodustavad **Eesti keskmise väärtusorientatsiooniga inimesed**, teiseks kuuluvad siia ka **väljapoole suunatud Alalhoidlikud** ning hoopis teistsuguste väärtuste kandjana **väljapoole suunatud Avastajad**.

Kuldse kesktee esindajad tähtsustavad kõige enam:

- **Paindlikke suhteid** ehk süsteeme, mis tuginevad pigem mõjutustel kui käskudel ning gruppe, kus asjad lükkavad käima inimesed mitte ülemused. Formaalne võim ja autoriteet neile ei imponeeri. Üsna ilmselt tajutakse Euroopa Liitu just suure formaalse institutsioonina, mis ei mõista tavalise inimese muresid ja ei too tavainimesele mingit olulist kasu.

**Kommunikatsioonisoovitus:** näidata enam Euroopa liidu kasusid ja vähendada suure jäiga institutsiooni muljet. Rääkijateks ei tohiks olla poliitikud ja ametnikud, kes on institutsiooni esindajad vaid pigem inimesed "meie endi seast". Vähendada tuleks muljet Euroopa Liidust kui bürokraatlikust ja impersonaalsest organisatsioonist, mis teeb seadusi seaduste pärast ja näidata enam seda, miks Euroopa Liit üksikisikule hea on.

- **Oma päritolu ja juuri.** Ehk nad on väga huvitatud kohalikul tasandil toimuvast tunnevad vaimset ning emotsionaalset sidet ajaloo ja traditsioonidega. Nad hindavat turvalisust pakkuvat lihtsust ja kindlust.

**Kommunikatsioonisoovitus:** rõhutada seda poolt, kuidas Euroopa Liit aitab Eesti identiteeti (traditsioone, kultuuri) säilitada mitte seda muuta. Vältima peaks sellist kinnistuvate paralleelide teket nagu "Euroopa Liit ei aita meie kultuuri säilitada kuna keelas ära suitsusaunad".

- **Raha.** See pole eesmärk iseeneses vaid vahend turvalisuse ja edu juurde jõudmisel.

**Kommunikatsioonisoovitus:** mittetoetajate sihtrühm, kus sissetulekud on pigem madalad on iseäranis tundlikud kõikvõimalike riigi ja nende isiklikku toimetulekut puudutavate sõnumite suhtes.

Kuldse kesktee esindajate puhul ei toimi eriti hästi soovituskommunikatsioon (sõbra, tuttava või spetsialisti jutt eriti ei mõjuta). Pigem tahetakse ise asja näha-kogeda. Reklaami mõju see rühm eriti ei tunnista, samas jõuavad asjad-nähtused siiski just reklaami teel nende teadvusesse.

Väljapoole suunatud **Alalhoidlikud** on pigem vanema generatsiooni esindajad (üle 50 aastased), kes hindavad perekonda, sisemist tasakaalu, pikaajalist perspektiivi ja seoste mõistmist. Need inimesed tunnevad tugevat vajadust mõista seda, kuidas maailm toimib ja kuidas asjad on omavahel seotud. Nad pole uuele täiesti suletud, aga suhtuvad sellesse rahulikult ja ei kipu asjaga kohe kaasa minema. Võib oletada, et neil on raskusi Euroopa Liidu suhestamisel oma maailmapildiga ning mõistmisel, kuidas see täpsemalt Eesti eluga seostub ning millised on pikemaajalised mõjud Eesti elule.

**Kommunikatsioonisoovitus:** oluline oleks pikema perspektiivi pakkumine neile inimestel: selgelt ära näitamine, et Eestis ei toimu Euroopa Liidus olles radikaalseid elu pea peale pööravaid muutusi ka kaugemas tulevikus. Pigem on tegemist rahuliku arenguga, mida igapäevaelus igal sammul ei tunnetata. Oluline on rääkida sellest, kuidas Euroopa Liit funktsioneerib ja kuidas Eesti seal sees toimib. Info jagamine peaks toimuma rahulikult ja neutraalselt, rääkida võiksid spetsialistid, aga nende jutt ei tohi olla keeruline. Suured kärarikkad kampaaniad selles sihtrühmas ei toimi. Sihtrühma mõjutab väga ka suust-suhu ehk sõpradelt saadav info. Kahtlemata pole liidu vastaseid lihtne milleski ümber veenda, see nõuab aega ja kannatlikkust.

Kolmandaks on toetajate hulgas **väljapoole pööratud Avastajaid**, kelle hulgas on enam just noori inimesi (õpilasi-üliõpilasi, aga ka teisi alla 35 aastasi). Nad on seiklus ja naudinguhimulised, uuendused ja väljakutsed on teretulnud kuna see sihtrühm on väga paindlik ja kohanemisvõimeline. Tüüpiliselt unistatakse rikkusest ja kuulsusest, materiaalsed väärtused on kõrgelt au sees. Otsitakse uusi elamusi ja nende nimel ollakse valmis võtma riske.

Euroopa Liit on selle sihtrühma jaoks ilmselt lihtsalt igav nähtus, mis ei aita põneva elu elamisele kuidagi kaasa. Pigem seotakse teda ilmselt erinevate reeglite seadjana, mis sellele sihtrühmale ei meeldi. Nemad tahavad ise omi reegleid luua ja tavadid murda.

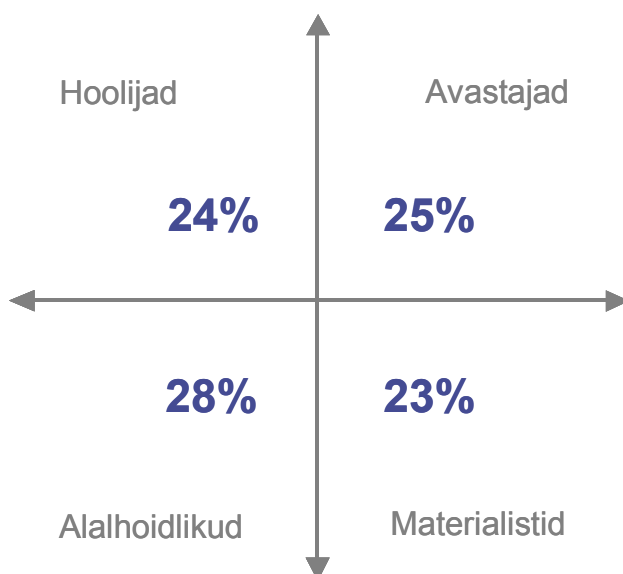
**Kommunikatsioonisoovitus:** Euroopa Liiduga seoses tuleb näidata uusi huvitavaid ja väljakutseid pakkuvaid asju. Kõige parem, kui see on midagi sellist, millest varem kuuldud ei ole. See sihtrühm on väga avatud reklaamile, seega põnevad ja teistsugused reklaamid köidavad nende tähelepanu ja kujundavad reklaamitava asja mainet. Hoogsad peod ja üritused, kus toimub midagi uut ja huvitavat on millegi tutvustamiseks on parim variant. Tagasihoidlikud infovoldikud ja pikad selgitustööd pole nende jaoks.

Peamisi Euroopa Liidu vastaste rühmi liidab esiteks väljapoole suunatus ehk need inimesed on pigem aktiivsed oma keskkonna kujundajad kui lihtsalt oludesse muganduda püüdjad. Ehk teisisõnu, stabiilsuse eelistajad pigem kaitsevad aktiivselt neile olulisi väärtusi kui lihtsalt nendivad nende kadu ning muutustele avatumad vastuseisjad pigem loovad ise oma reegleid kuivõrd võtavad omaks kellegi poolt juba looduid. Samas on nad selgelt enesekesksemad võrreldes toetajatega, kes mõtleavad globaalsemalt.

## Joonis 5. Euroopa Liidu vastaste profiil (N=123)

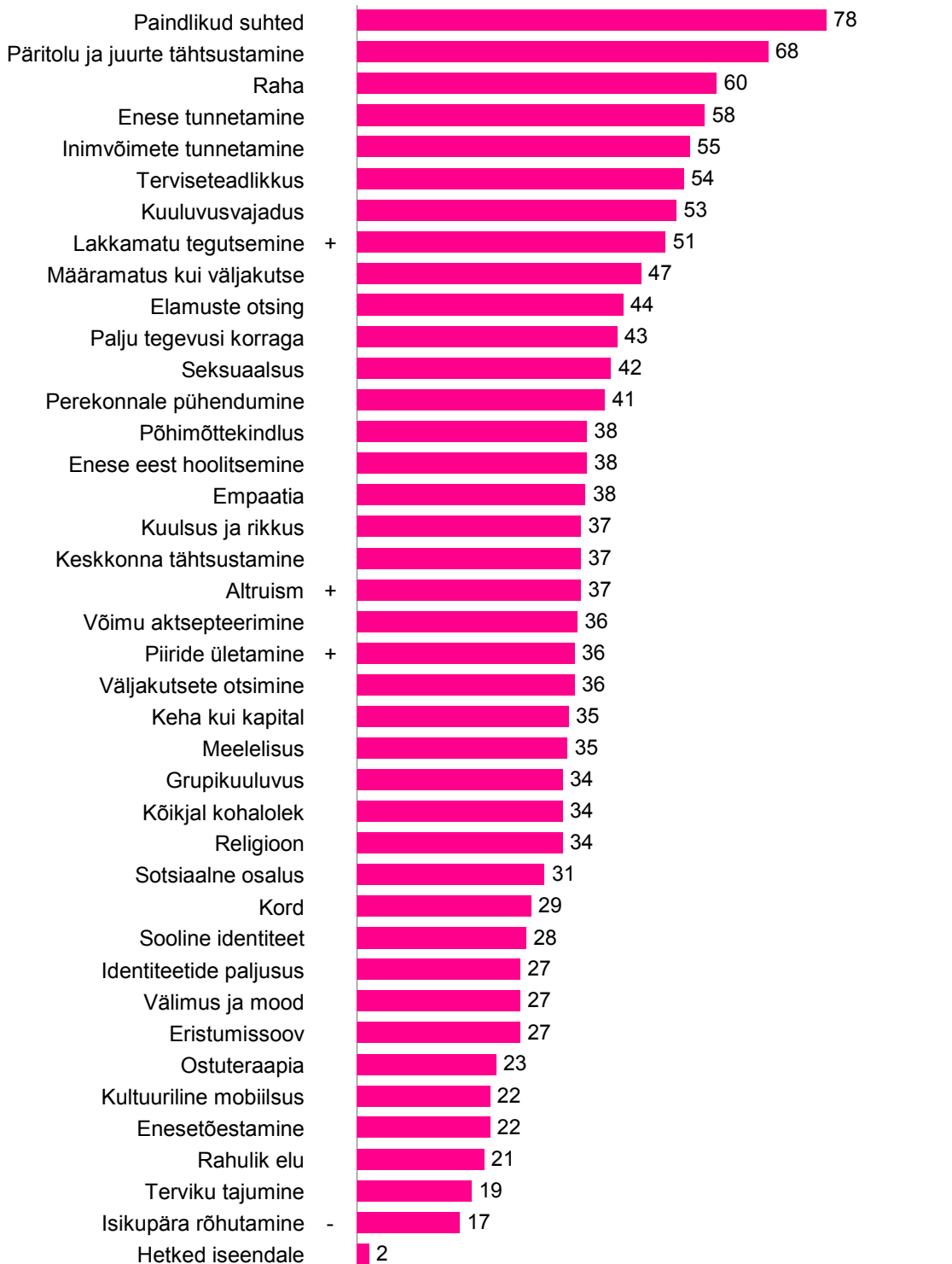


## Joonis 6. Euroopa Liidu vastaste jaotumine väärtuskvadrantidesse



## Joonis 7. Euroopa Liidu vastaste väärtustrendid

(Vastastest X % on vastava trendi kandjad. +/- märk tähistab statistiliselt olulist (95%) erinevust Eesti 15-74-aastasest elanikkonnast)



## 1.4 Euroopa Liidu osas kõhklejad

Euroopa Liitu pigem toetavate või pigem mitte toetavate inimeste hoiakute mõjutamine võib olla efektiivsem kui kindalt väljakujunenud eitajate arvamuste muutmine. Kuivõrd need rühmad on oma väärtustelt suhteliselt sarnased, siis käsitletakse neid siinkohal koos.

**Sotsiaaldemograafilise profiili lõikes** pole jaotuvad liitu kuulumist pigem toetavad ja pigem mittetoetavad inimesed üsna **sarnaselt Eesti keskmisele**. Vähesed erinevused seisnevad selles, et pigem toetajate hulgas on keskmisest pisut enam kesk- või keskeriharidusega inimesi (65%) ning pigem mittetoetajate seas keskmisest enam alg- või põhiharidusega inimesi (32%). Samuti on mittetoetajate hulgas keskmisest pisut enam maal elavaid inimesi (35%). Ligi 60% kõhklejatest (nagu ka Eesti elanikkonnast) moodustavad üle 35 aastased inimesed ning pigem mittetoetajate hulgas on üle 50 aastaste inimeste osakaal võrreldes pigem toetajatega pisut suurem: vastavalt 41% ja 32%.

Pigem mittetoetajad on **subjektiivsetes hinnangutes oma elule** pigem toetajatest selgelt pessimistlikumad: lootusrikkad on järgneva aasta suhtes 56% pigem toetajatest ja 39% pigem mittetoetajatest. Kõiki nelja hoiakurühma võrreldes võib öelda, et pigem toetajad on vähem lootusrikkad kui toetajad ja pigem mittetoetajad pisut vähem pessimistlikud kui kindlad vastased.

Selgelt erinevad pigem toetajate ja pigem mittetoetajate nägemused selle osas, kas Eesti on Euroopa Liiduga **liitumisest kasu saanud või mitte**. Euroopa Liitu pigem toetavad inimesed leiavad kaks korda sagedamini, et Eesti on liikmeksolekust kasu saanud: vastavalt näevad kasu 63% pigem toetajatest ja vaid 29% pigem mittetoetajatest.

Üldiselt on sihtrühmad oma **mobiilsuselt ja vaba aja veetmiselt üsna sarnased**, pigem toetajate hulgas on mõnevõrra enam aktiivsemaid väljaskäijad ja kultuuriasutuste (kino, teater, kontserdid) külastajaid. Kõhklejate sportlik aktiivsus on Eesti keskmine: enim eelistatakse taolisi Eestis levinud spordialasid nagu jooksmine, jalgrattasõit, aeroobika, ujumine.

Mobiilsuselt on mõlemad sihtrühmad üsna sarnased Eesti keskmisele: Euroopa Liitu on viimase paari aasta jooksul külastanud vastavalt 40% pigem toetajatest ja 32% pigem mittetoetajatest. Välisriikides ei reisi vastavalt 44% ja 47% (Eesti keskmine 45%). Keskmine kokkupuude Euroopa Liidu riikidega ei mõjuta hoiaku kujunemist kõhklejate sihtrühmas.

**Meediatarbimiselt** ilmnevad mõningad erinevused. Võrreldes päevalehtede lugemist, 9% pigem toetajatest ja 19% pigem mittetoetajatest loevad neid harvemini kui kord nädalas või mitte kunagi. Pigem toetajad eelistavad regulaarselt lugeda Postimeest (34%), SL Õhtulehte (28%), ning Päevalehte (16%). Pigem mittetoetajate enimloetud leht on SL Õhtuleht (38%), seejärel tuleb Postimees (32%) ning Kroonika (21%, kõigist EL sihtrühmadest on Kroonika enimloetud just selles sihtrühmas). Seega on pigem mittetoetajad pigem toetajatest enam kollase ajakirjanduse tarbijad.

Teleri vaatamisel ja raadio kuulamiselt ei erine sihtrühmad oluliselt Eesti keskmisest. Mõlemad eelistavad raadiojaamu, mida keskmine eestlane kõige enam kuulab: Raadio Elmarit, Sky Plus'i ja Vikerraadiot. Küll aga on pigem toetajate hulgas enam internetikasutajaid kui pigem mittetoetajate seas: igapäevaselt või peaaegu igapäevaselt kasutavad internetti 46% pigem toetajatest ja 38% pigem mittetoetajatest (kunagi ei kasuta internetti vastavalt 34% pigem toetajatest ja 41% pigem mittetoetajatest).

**Seega võib kahe kõhklejate rühma kokkuvõtteks öelda, et pigem toetajad on keskmiselt enam haritud, tegusamad ja tuleviku suhtes positiivsemad kui pigem mittetoetajad.**

**Üldiste väärtusorientatsioonide** poolest ühendab pigem toetajaid ja pigem mittetoetajaid esiteks see, et nad on pigem **sissepoole pööratud orientatsiooniga**: nende tähelepanu ja energia on suunatud endale ja oma heaolule, mitte ümbritseva maailma kujundamisele oma ideede elluviimise läbi. Elunähtusi mõtestavad nad pigem läbi emotsioonide kui läbi ratsionaalse mõtlemise; viimane on iseloomulikum väljapoole suunatud inimestele.

**Kommunikatsioonisoovitus:** Euroopa Liidu osas mõjuvad neile enam argumendid, mis käsitlevad mõju nende isiklikule elule kui riigi arengule tervikuna. See, et midagi on kasulik Eesti majandusele, neid ei liiguta, tuleks näidata, kuidas see konkreetselt mõjutab üksikisiku elu.

Teiseks ühendab neid kõhklejaid võrreldes toetajate ja mittetoetajatega suurem orienteeritus **stabiilsele elule**. Ehk teisisõnu, kui toetajad ja vastased on Eesti keskmisest enam muutustele avatud, siis kõhklejad keskmisest pisut vähem. Suured muudatused neile ei meeldi ja nad kohanevad nendega aeglasemalt. Nad on väga huvitatud kohalikust elust ja sündmustest, olulised on head suhted kohalikega, kokkukuuluvus inimestega, kellega omatakse ühist ajalugu ja ühiseid väärtusi. Siiski on kõhklejate seas alamrühmi, kus stabiilsusele orienteeritus on suurem ja rühmi, kus see on väiksem (vt allpool).

**Kommunikatsioonisoovitus:** keskeltläbi ei tohiks kommunikatsioonis kõhklejatele rääkida radikaalsetest muutustest vaid pigem rääkida ettevaatlikult, kasutades tuttavaid termineid ja rõhutades muutuste juures ka seda osa, mis jääb samaks.

Toetudes väärtustrendidele võib väita, et üldjoontes iseloomustavad kõhklejaid samad väärtused kui keskmist eestlaste. Nendeks on:

- Paindlike suhete väärtustamine ehk kommunikatsioon ei tohiks toimuda ülalt alla (institutsioonilt-üksikisikule) vaid pigem horisontaalselt (võrdselt võrdsele).
- Päritolu ja juurte tähtsustamine ehk kommunikatsioonis tuleb tähelepanu pöörata sellele, kuidas uus seostub ajaloo ja traditsioonidega.
- Raha. Euroopa Liidu mõju kõhkleja isiklikule materiaalsele toimetulekule on sageli oluline hoiakute mõjutaja.

Pigem toetajad on võrreldes pigem vastuolijate siiski enam avatud ja huvitatud isiklikust arengust. Neile on iseloomulikumad sellised väärtustrendid nagu enese tunnetamine ja inimvõimete tunnetamine ehk nad on huvitatud enda vaimsest rikastamisest ja oma võimete arendamisest (näiteks on nad keskmisest eestimaalasest agaramad täiendkoolitustel käijad). Suurema avatuse on nad kindlasti ka kergemini ligipääsetavad.

Silmas tuleks pidada seda, et pigem toetajad ja pigem mittetoetajad pole homogeenne rühm. Kuivõrd siia kuuluvad erinevas vanuses inimesed, on ka mõlema rühma siseselt erinevate väärtushinnangute kandjaid.

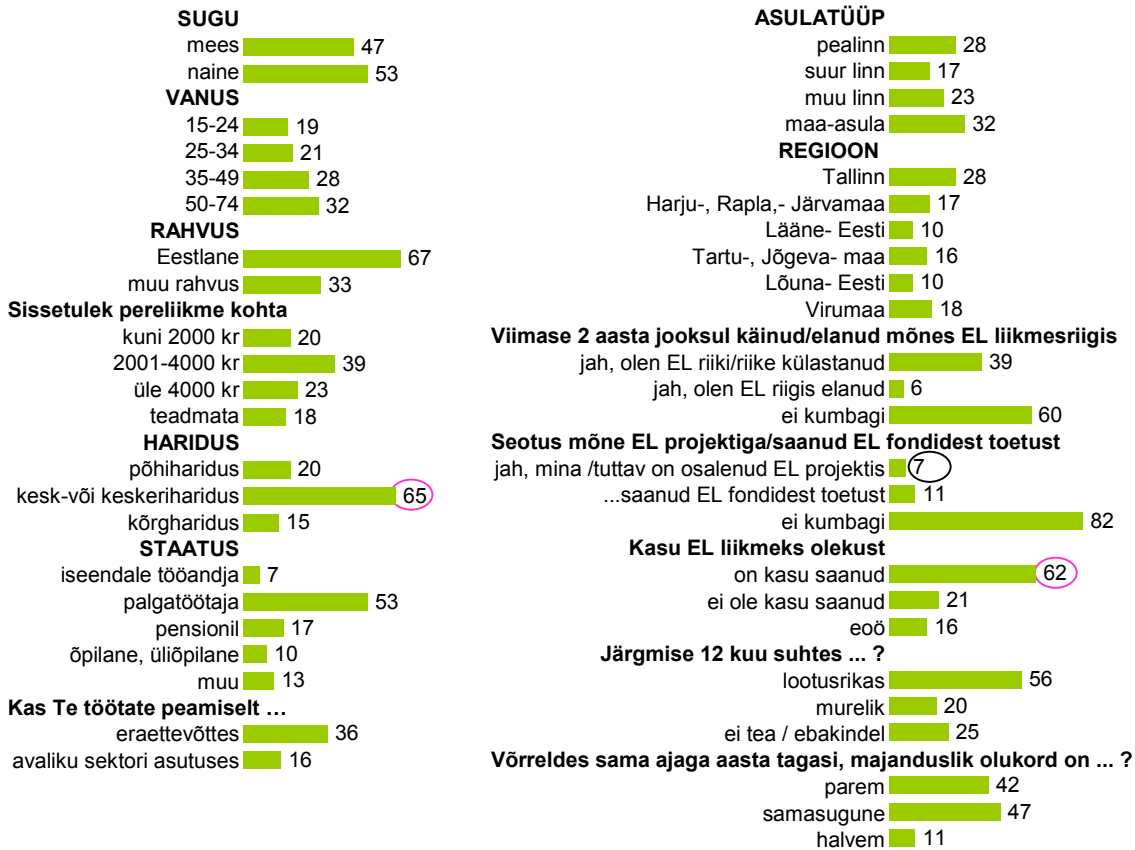
Suurem osa vanematest inimestes (üle 50 aastased) on **Alalhoidlikud**, kes kaitsevad neile olulisi väärtusi ja traditsioone ning võtavad muutusi omaks väga aeglaselt. Nendega peab pikalt ja rahulikult rääkima ning neil võtab aega, et oma veendumusi muuta. Need on inimesed, kes aktsepteerivad võimu pisut enam. Siiski, nad kuuluvad pigem spetsialiste, mitte niivõrd poliitikuid.

Nooremad (alla 35 aastased) kõhklejad aga kuuluvad pigem **sissepoole pööratud Avastajate** hulka. See tähendab, et nad on küll muutustele avatumad ja paindlikumad kohanejad, aga suhteliselt enesekesksed, kes heidavad kõrvale selle, mis neil isiklikult elu mõnusamaks ja tuju paremaks ei tee.

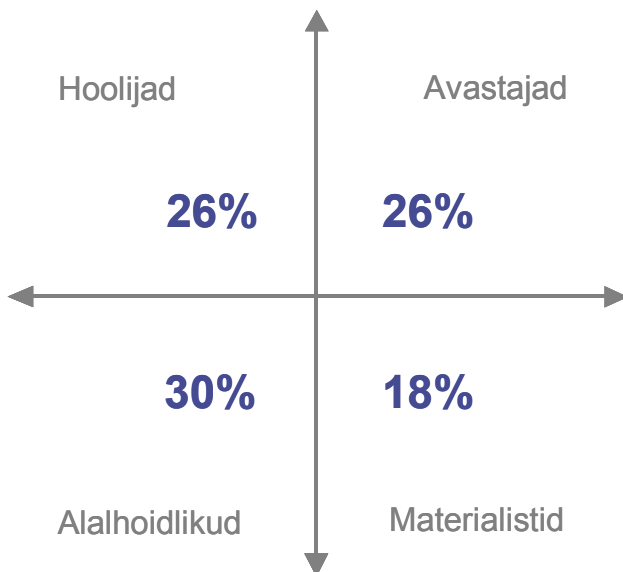


Grupikuuluvus iseloomustab neid vähem: nende jaoks pole oluline vastata teiste inimeste arvamusele. Neile ligipääsemise võti on eelkõige millegi uue, huvitava ja eristuva pakkumine. Meediakanalitest on nad kõige ligipääsetavamad interneti teel ning kommunikatsioonivõtetest läbi üritusturunduse.

## Joonis 8. Euroopa Liitu pigem toetajate profiil (N=320)

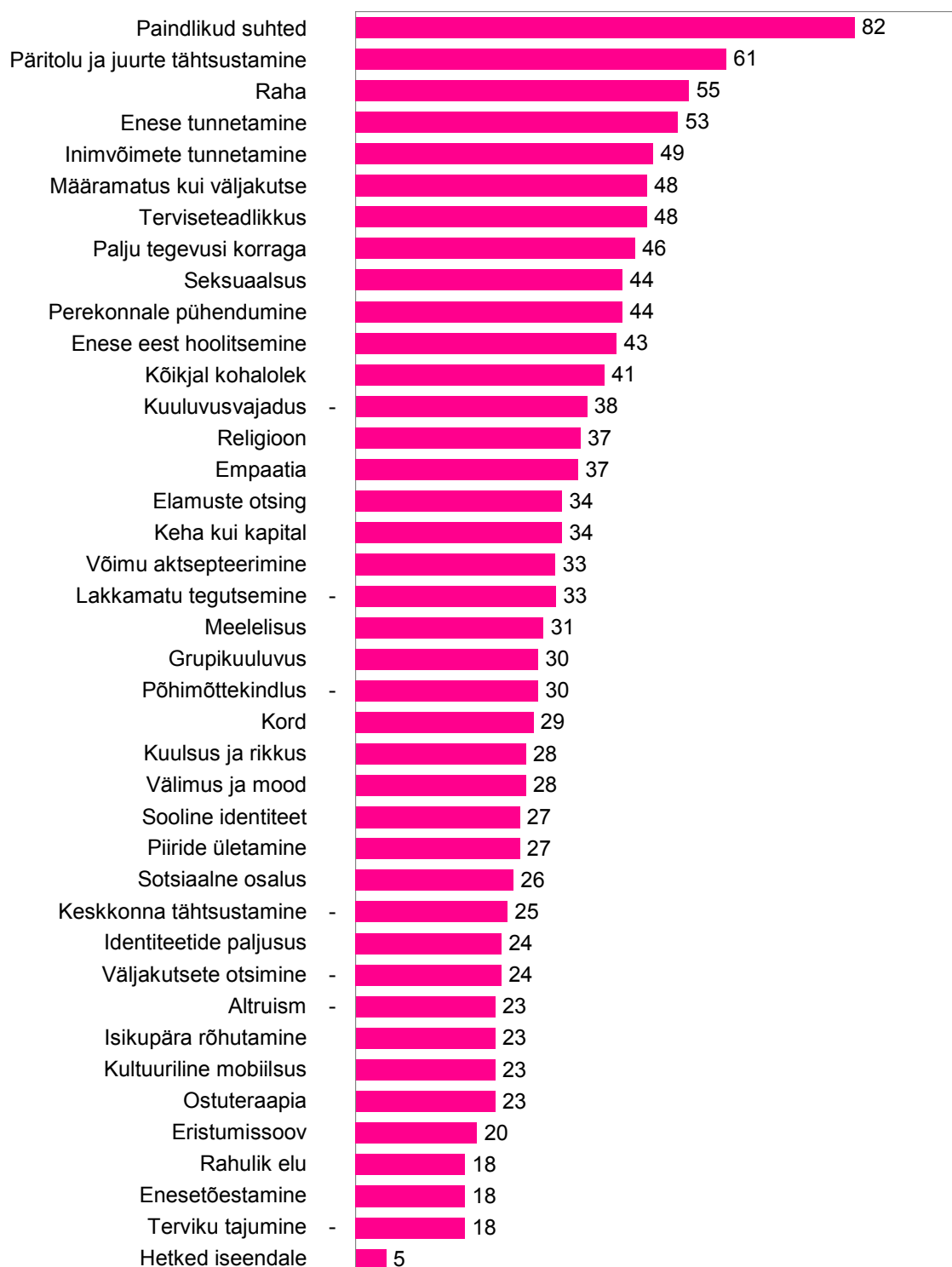


## Joonis 9. Euroopa Liidu pigem toetajate jaotumine väärtuskvadrantidesse

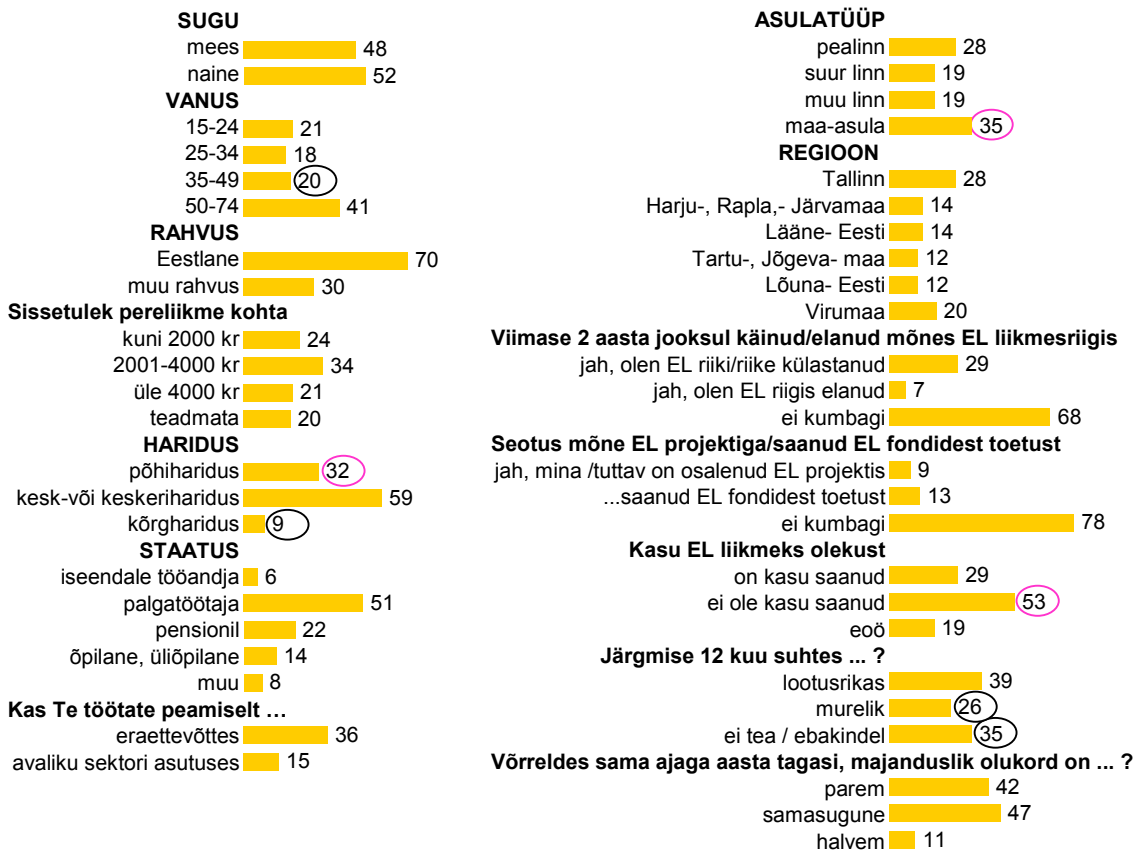


## Joonis 10. Euroopa Liitu pigem toetajate väärtustrendid

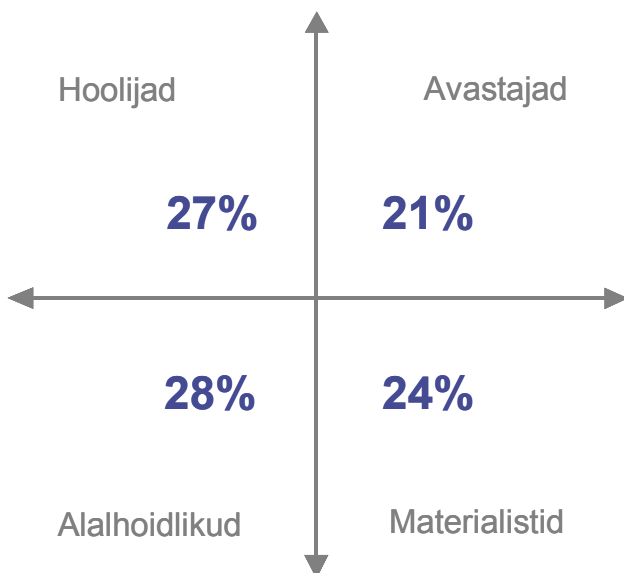
(Pigem toetajatest X % on vastava trendi kandjad. +/- märk tähistab statistiliselt olulist (95%) erinevust Eesti 15-74-aastasest elanikkonnast)



## Joonis 11. Euroopa Liitu pigem mittetoetajate profiil (N=183)

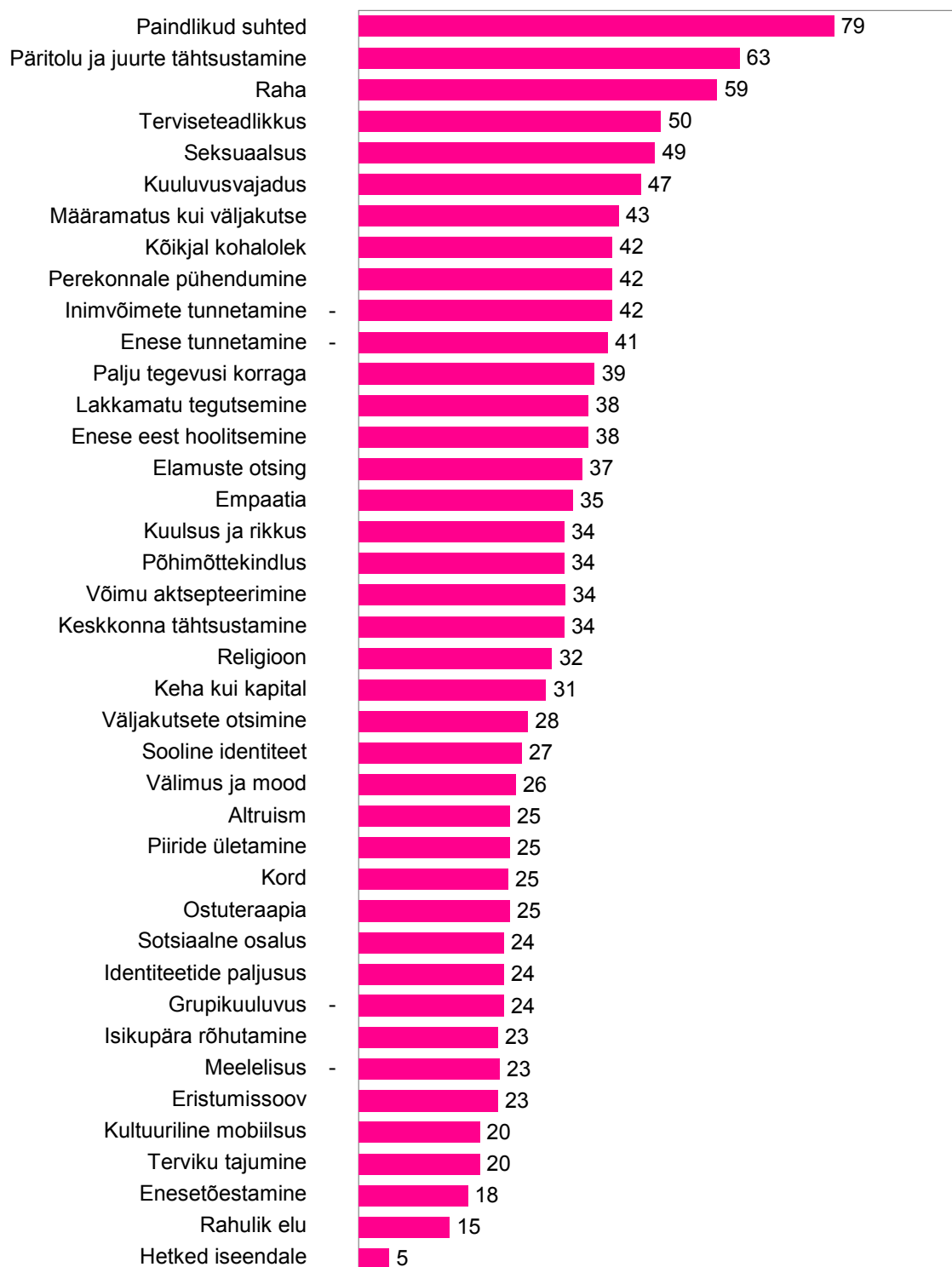


## Joonis 12. Euroopa Liidu pigem mittetoetajate jaotumine väärtussegmentidesse



## Joonis 13. Euroopa Liitu pigem mitte toetajate väärtustrendid

(Pigem mitte toetajatest X % on vastava trendi kandjad. +/- märk tähistab statistiliselt olulist (95%) erinevust Eesti 15-74-aastasest elanikkonnast)



## 1.5 Kokkuvõte ja soovitused Euroopa Liidu alases kommunikatsioonis

Euroopa Liidu toetajaid eristavad sotsiaaldemograafilised näitajad suhteliselt vähe: suurim eristuvus tekib haridus- ning sissetulekutaseme lõikes, mis omakorda mõjutab seda, kui positiivselt oma elu nähakse. Kooskõlas teiste sotsioloogiliste uuringutega tingib kõrgem objektiivse ja subjektiivse heaolu tase selle, et inimene toetab enam riiklike institutsioonide tegevust ning üldisemalt meedia või eliidi poolt edastatavaid sõnumeid (Lauristin, 2006)<sup>1</sup>. Riiklikul tasandil pikaajaliselt heaks kiidetud Euroopa orientatsiooniga lähevad seega eelkõige kaasa paremini toimetulevad inimesed.

Väärtushinnangute tasandil eristuvad Euroopa Liidu toetajad ja vastased ennekõike oma suurema avatusega muutustele ning väljapoole orienteeritusega. **Mittetoetajate** puhul siiski tuleks arvestada erineva väärtusorientatsiooniga alamrühmade olemasoluga, mistõttu nende muutustele avatus ning ühiskondlik mõtlemine *versus* enesekehtestamine on erineva määraga. Samas on see sihtrühm suhteliselt väike ja antud teemal kõhklevat seisukohal olevatele inimestele suunatud kommunikatsioon ei avalda negatiivset mõju ka neile. Euroopa Liidu teemal kõhklevat seisukohta omavaid inimesi iseloomustavad teatud määral samad väärtustrendid kui vastaseid, ent nad on vähem avatud muudatustele ning oluliselt enesekesksema mõtlemisega.

Kuivõrd **kõhklevat seisukohal olevate inimeste hoiakud** on mõjutatavamad kui fikseerunud seisukohtade muutmine, tuleks **kommunikatsioonis eelkõige keskenduda kõhklejatele**. Ennekõike tuleb nende sihtrühmadele kommukeerimisel lähtuda järgmistest kaalutlustest:

- Kasutada tuleb **horisontaalset suhtlemist** ehk reeglina pole võimupositsioonilt rääkimine soovitatav. See ei tähenda, et tuleks minna teise äärmusesse kasutades päris tundmatuid inimesi. Kindlasti peavad kõneisikud olema ühiskonnas tuntud inimesed või ka organisatsioonid (hea oleks näiteks kasutada mittetulundusorganisatsioone, mille puhul tekib vähem kahtlusi nende "äraostetavusest"). Üldiselt annab oma valdkonna spetsialistide kasutamine häid tulemusi eelkõige vanemate inimeste puhul, erineva valdkonna avaliku elu tegelaste kasutamine aga ka teiste vanusrühmade puhul.
- **Päritolu ja juurte tähtsustamine.** Kommunikatsioonis on oluline lähtuda Eesti kohalikest eripäradest, traditsioonidest ja ajaloo sidudes sõnumeid just nende märksõnadega. Eriti oluline on selle väärtusorientatsiooni silmaspidamine kommunikatsioonis vanematele üle 50 aastastele inimestele.
- **Raha.** See väärtusorientatsioon on iseloomulik nii noorematele kui vanematele kõhklejatele. Paratamatult kaalutakse iga sõnumi puhul ka selle võimalikke materiaalseid mõjusid. Euroopa Liidu materiaalseste mõjude vääritimõistmisi tuleks ennetada juba eos.
- **Rääkimine isiklikust kasust.** Kõhklejate sihtrühmad on mõlemad pigem sissepoole orienteeritud maailmavaatega ehk väärtustavad isiklikku heaolu enam kui mõtlevad võimalike sündmuste laiematele ühiskondlikele ning ajaloolistele mõjudele. Nad keskenduvad rohkem endale kui üritavad ümbritsevat maailma muuta. Sellise

---

<sup>1</sup> Lauristin, M (2006). *Sotsiaalne enesemäärang siirdeühiskonnas*. Horisont, 2006:2, lk 18-23.

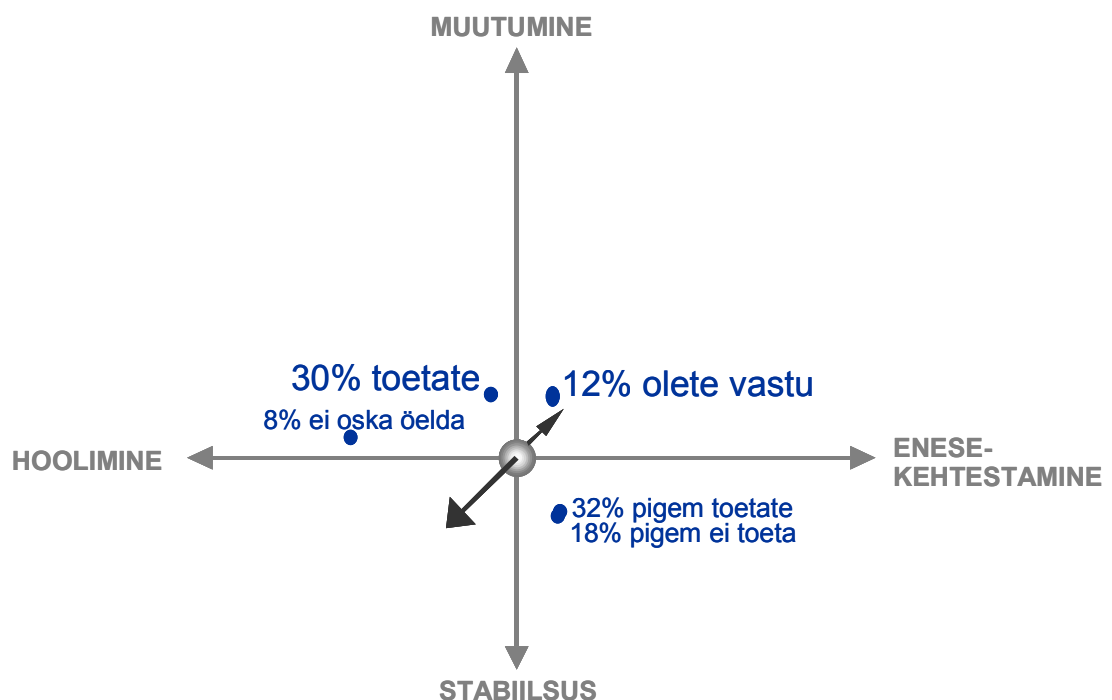
orientatsiooni tõttu ei huvita neid sõnumid mingi nähtuse mõjust Eesti või Euroopa arengule ja tulevikule, vaid nad tahavad teada, mida tähendab see neile isiklikult.

Kui kõhklejad on keskmisest eestlasest vähem orienteeritud muutustele, siis on oluline silmas pidada ka seda, et nende hulgas on erinevate, lausa vastakate väärtushinnangutega alamrühmi. Ennekõike jookseb joon Alalhoidlike ja Avastajate vahelt. Esimeste hulka kuulub enam üle 50 aastasi ning viimaste hulka enam alla 35 aastased inimesed. Neile tehtav kommunikatsioon erineb:

- **Alalhoidlike kõhklejate** puhul on eriti oluline olla muudatuste rõhutamisel ettevaatlik. Muudatustest rääkiv kommunikatsioon peab olema tasakaalustatud tuues välja nende muudatuste tagamaid ning viitama ka sellele osale, mis jääb samaks. Euroopa Liiduga seotud teemade puhul on nende jaoks oluline mõista asjade seosed ja tähendust siinsele elule ning tulevikule. Spetsialistide arvamus läheb neile korda
- **Avastajate** puhul on muudatustest rääkimine ainult positiivne. Euroopa Liidu kuvandit tuleks nende silmis teha atraktiivsemaks: tegemist pole igava bürokraatlikku vaid põneva ja väljakutseid pakkuva organisatsiooniga. Selle sihtrühma puhul on parem korraldada huvitavaid ja uudseid üritusi ning ettevõtmisi.

**Euroopa Liitu toetavate inimeste** puhul on oluline nende positiivse hoiaku hoidmine. Praegune kommunikatsioon, mis rõhutab Euroopa projekti olulisust nii Eestile kui ka Euroopale tervikuna on just neile suunatud.

#### Joonis 14. Euroopa Liidu toetajarühmad kokkuvõtlikult



Kolmas dimensioon sissepoole-väljapoole orienteeritus väljendub kirja fondi suuruses: suur font tähendab väljapoole orienteeritust ning väike font sissepoole orienteeritust.

EL vastaste interpreteerimisel tuleb arvestada, et punkttöena väljendatud positsiooni taga on mitmeid erinevate väärtushinnangutega alamrühmi (vt lähemalt peatükk 1.3)



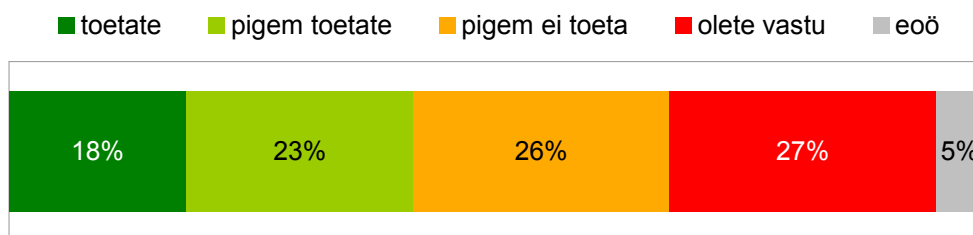


## 2. Toetus Eesti üleminekule eurole

### 2.1 Toetus eurole ja huvi teema vastu

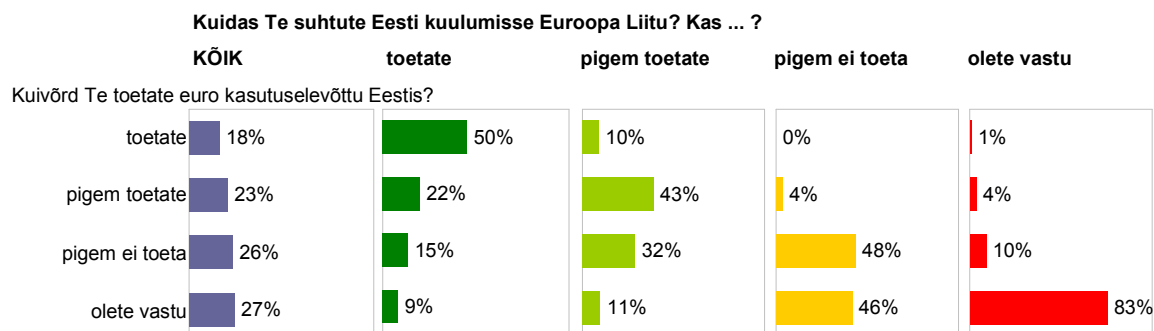
Eurole ülemineku osas omavad kindlat seisukohta 45% elanikest: 18% on poolt ja 27% on vastu. Kõhklejad moodustavad 49%.

**Joonis 15. Toetus Eesti üleminekule eurole** (Eesti elanikud 15-74, N=1001)



Hoiakud Euroopa Liidu ja euro suhtes pole üks-üheselt teineteisele taandatavad. Euroopa Liidu toetajatest on kindlalt euro poolt vaid pooled (koos kõhklejatega kolm neljandikku). Liidu pigem toetajad on euro suhtes vastakal arvamusel, umbes pooled toetavad ja pooled mitte. Euroopa Liitu pigem mittetoetajad ei toeta ka eurole üleminekut, siiski on 48% neist kõhkleval seiskohal. Kõige selgem on suhtumine eurole üleminekusse liidu vastaste seas: 83% neist ei kindlasti ei toeta eurot (koos kõhklejatega 93%).

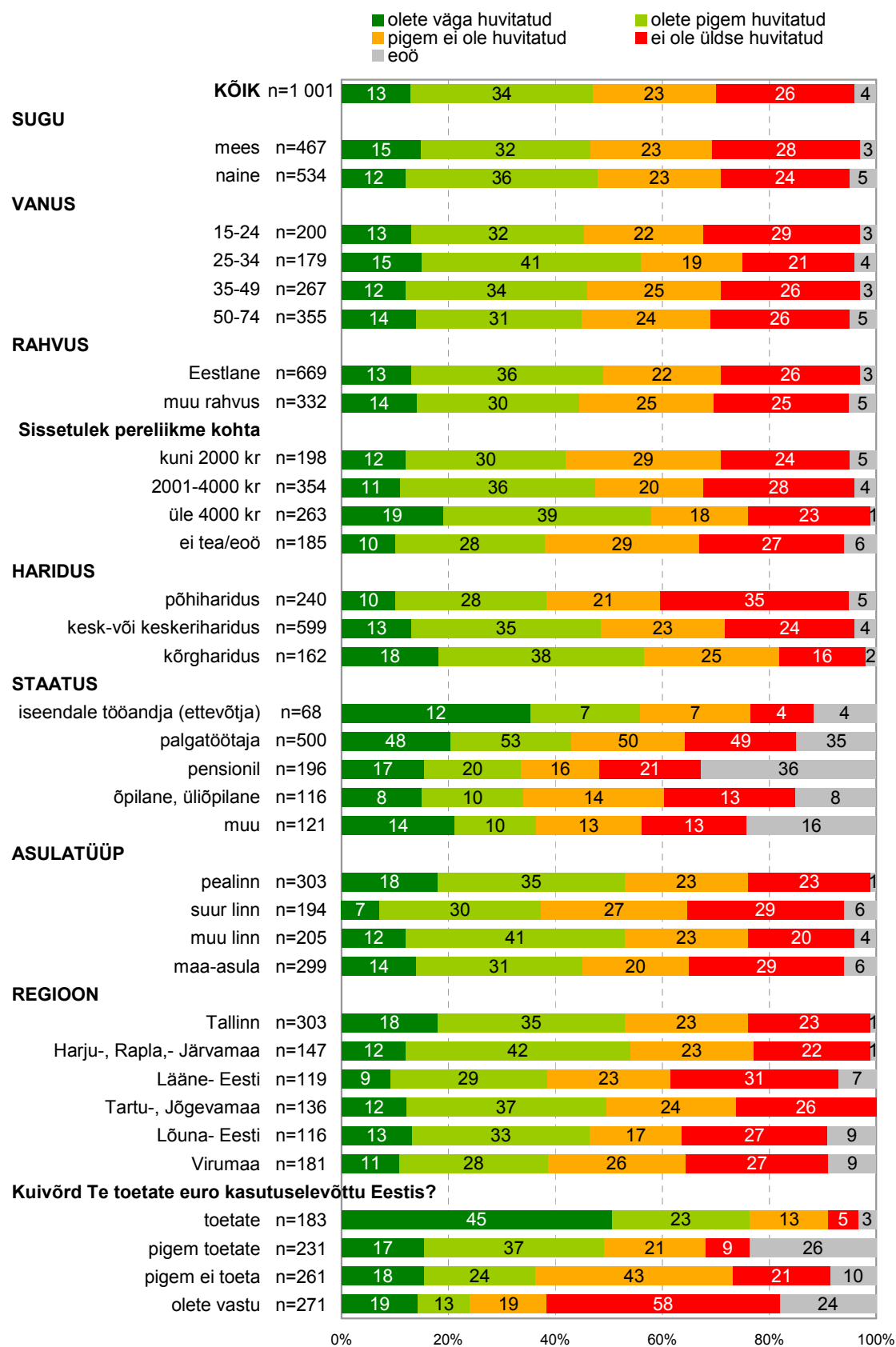
**Joonis 16. Euroopa Liit ja euro** (veeruprotsent, nt. EL toetajatest 50% toetavad eurot)



Eurole ülemineku teemast on huvitatud ligikaudu sama suur osa elanikkonnast kui eurot toetab: 47%. Huvi on selgelt suurem toetajate ja pigem toetajate hulgas: vastavalt on huvitatud 76% ja 64%. Pigem mitte toetajatest huvituvad teemast 40% ja vastuseisjatest 26%. Tasub silmas pidada seda, et vastuseisjateni jõuda on suhteliselt keeruline, kuivõrd 58% neist ei tunne teema suhtes mingit huvi.

Sotsiaaldemograafilises lõikes on eurole ülemineku temaatikast keskmisest enam huvitatud 25-34 aastased, kõrgharidusega inimesed, ettevõtjad/iseendale tööandjad, kõrgema sissetuleku esindajad, pealinna ja väikelinnade elanikud.

## Joonis 17. Huvi eurole ülemineku teema suhtes



Sissetulek pereliikme kohta = sissetulek pereliikme kohta ühes kuus

## 2.2 Eurole ülemineku toetajad

Euroopa Liidu kindlaid toetajaid eristab keskmisest eelkõige **kõrgem haridus- ja sissetulekutase**. Eurole ülemineku toetajaid eristavad lisaks veel ka sugu, sotsiaalne staatus, rahvus, ning elukoht. Toetajate hulgas on keskmisest enam **mehi, eestlasi, ettevõtjaid/iseendale töandjaid, 25-34 aastasi** ning **pealinna elanikke**.

Vähem on toetajate hulgas mitte-eestlasi, põhiharidusega ja madala sissetulekuga inimesi (kuni 2000 krooni kuus pereliikme kohta), Lääne- ja Lõuna-Eesti ning Virumaa elanikke, samuti vanemaelisi (üle 50 aastaseid) ja maaelanikke.

Eurole ülemineku toetajatest leiab iga teine, et nende **elu on võrreldes aasta taguse ajaga läinud paremaks** ning 77% neist usuvad elu paranemisse tulevikus.

Nende seas on keskmisest enam inimesi, kes on seotud mingite **finantskohustustega**: 44% on pangalaen või on kavas seda võtta (Eesti keskmine 32%). Investeeringute omamise osas ei erine toetajad oluliselt Eesti keskmisest: 29% on mingeid investeeringuid (keskmine 24%).

87% toetajatest on **veendunud, et Euroopa Liit on Eestile kasu toonud** ning neid, kes leiavad, et kasu pole saadud on marginaalselt: vaid 6% (Eesti keskmine 30%).

Sarnaselt euroliidu pooldajatele on ka euro toetajad inimesed, kes **reisivad keskmisest sagedamini**: pooled neist on viimase paari aasta jooksul külastanud mõnda Euroopa Liidu riiki ja 27% reisivad teistes riikides vähemalt korra aastas (keskmiselt 18%).

**Elustiili mõttes** on nende seas enam **aktiivseid inimesi**, kes armastavad aega veeta ka väljaspool kodu (eriti nädalalõppudel). Samuti on nende seas enam kinos, teatris, kontsertidel ja spordiüritustel käijaid. Toetajate hulgas on ka keskmisest enam sporditegijaid: 42% tegelevad selliste spordialadega nagu rattasõit, ujumine, jooksmine või aeroobika vähemalt korra nädalas (keskmiselt 27%).

**Meediatarbimine**. 69% toetajatest loevad päevalehti vähemalt 3-4 korda nädalas ent selle poolest ei erine nad oluliselt mittetoetajatest (sama sagedasti loevad lehti 67% mittetoetajatest). Regulaarselt loevad nad Postimeest (42%), Päevalehte (32%), Eesti Ekspressi (25%), Äripäeva (19%). Nende lehtede lugejaid on toetajate seas keskmisest oluliselt enam.

Televiisori vaatamise ja raadio kuulamise sageduse poolest eurole ülemineku toetajad keskmisest ei erine. Televiisorit vaatavad igapäevaselt 77% (keskmine 80%) ning raadiot kuulavad sama sagedaselt 76% (keskmine 77%). Telesaadetest on tavapäraselt enimvaadatud uudistesaadet, keskmisest vähem vaatavad nad saateid loomadest, õudus-, märuli-, politsei- ja kriminaalfilme ning seriaale. Raadiojaamadest kuulavad toetajad enim neid, mida keskmine eestlane: Vikerraadio, Raadio Elmar ja Sky Plus. Samas on nende hulgas enam ka raadio Kuku kuulajaid (16% võrreldes keskmise 9%-ga). Küll aga on toetajad oluliselt sagedasemad internetikasutajad: pooled neist kasutavad seda igapäevaselt (keskmine 37%).

Väärtushinnangute poolest iseloomustab eurole ülemineku toetajaid ennekõike **suurem avatus muutustele** ning **väljapoole orienteeritus**. Nende väärtuste siseselt võib esile tuua kaks suuremat väärtusrühma:

- **väljapoole orienteeritud Hoolijaid**, keda iseloomustab perspektiiviga ja globaalne mõtlemine ehk nad suudavad näha asjade kaugemat mõju. Nad

mõtlevad tänaste tegude tagajärgedele tulevastele põlvetele. Sellised väärtused eelkõige omased keskealistele inimestele.

- Samas on toetajate hulgas ka üsna võrdväärselt **väljapoole orienteeritud Avastajaid**, ehk inimesi, kelle enesekehtestamise vajadus ehk oma reeglite loomise vajadus on pisut suurem. Need inimesed on enesekeskemad ja orienteeritud naudingulisele ja väljakutseid esitavale elule. Peamiselt kuuluvad siia noored (all 35 aastased) euro toetajad.

Väärtustrendid näitavad Eesti keskmisest pisut teistsugust pilti: **paindlike suhete** kõrval väärtustatakse keskmisest enam **enese tunnetamist, määramatust kui väljakutset** ning **paljude tegevuste korraga tegemist**. Kolmandikku eurole ülemineku pooldajatest iseloomustab keskmisest **suurem kultuuriline mobiilsus** ehk nende valmisolek minna elama teise kultuuri ja võtta omaks sealseid norme ja tavasid on pisut suurem kui keskmisel Eesti elanikul. Kuigi päritolu ja juured on sellele sihtrühmale olulised, tähtsustatakse neid keskmisest pisut vähem. Samuti on vähem olulised materiaalsed väärtused: neid väärtustavad pisut alla poole toetajatest (iseloomulik pigem Avastajatele, kes püüdleval rikkuse ja kuulsuse poole).

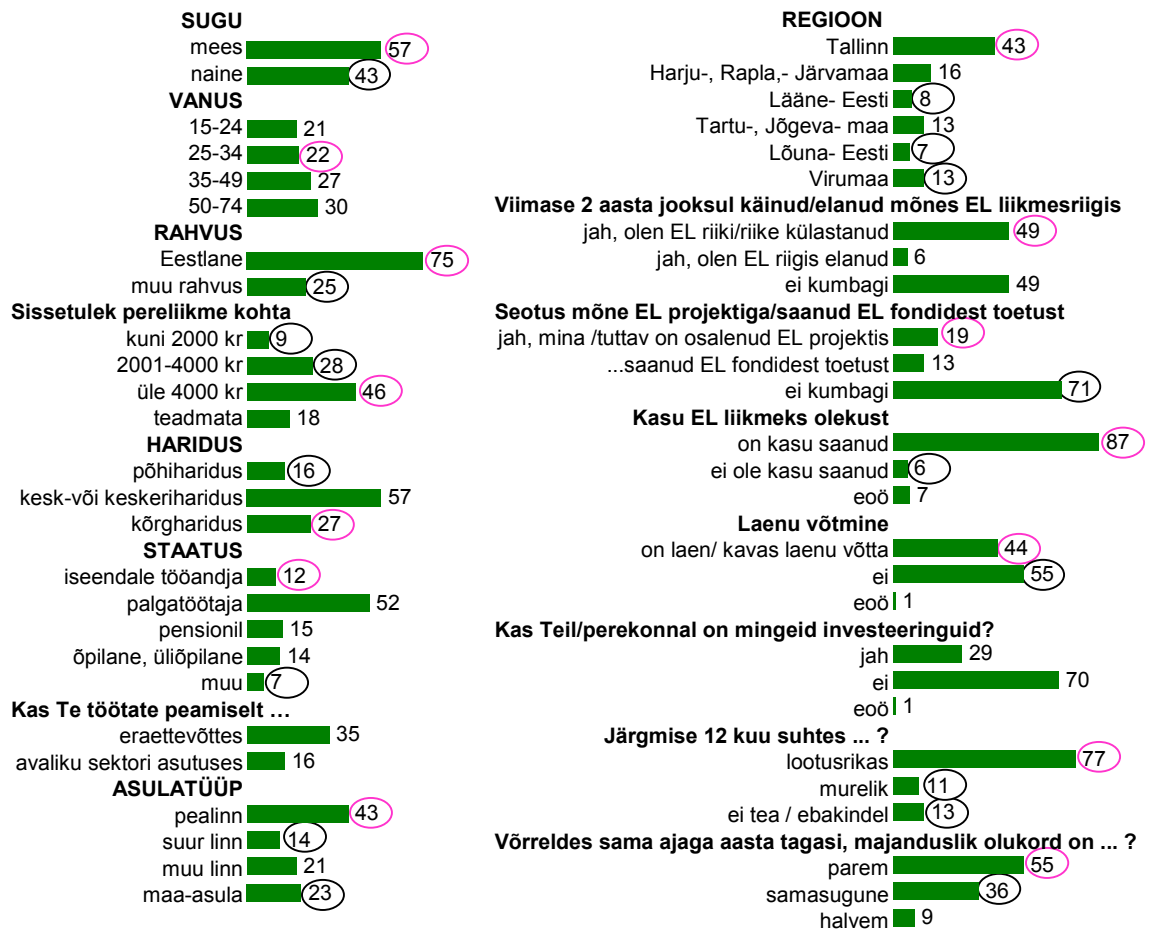
Laiemat ühiskondlikku mõtlemist näitab seegi, et eurole ülemineku puhul tähtsustatakse teistest sihtrühmadest **enam eelkõige ülemineku üldisemaid mõjusid Eestile mitte isiklike kasusid**. Enim mainitakse seda, et euro on stabiilne ja kindel maailmaraha ja suureneb usaldus Eesti kui eurot kasutava riigi suhtes. Eelkõige mainivad seda üle 25 aastased inimesed, kes kuuluvad pigem Hoolijate segmenti. Toetajate teine väärtusrühm: Avastajad, (keskmisest enam kuulub siia alla 25 aastaseid), kes väärtustavad isiklikku kasu enam, mainivad enim hindade võrdlemise lihtsustumist. See toetab nende suuremat mobiilsust ning lihtsustab isiklikku elu.

Toetajate sihtrühm mainib keskmisest enam ka seda, et euro annab Eestile võimaluse kaasa rääkida Euroopa rahapoliitika kujundamisele ning vähendab ebastabiilse sise poliitika mõju riigi majandusele ja rahandusele.

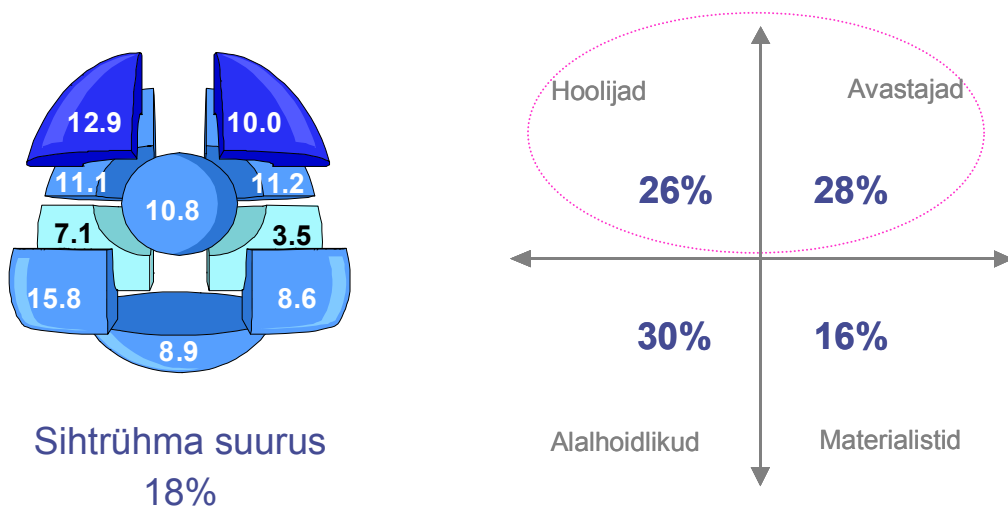
Seega **sõnumid euro kasust Eesti arengule** on just selle sihtrühma jaoks ja nende usaldusväärsust tõstab see, kui neid edastab oma valdkonna spetsialist. Praegune kommunikatsioon, mis on peamiselt just sellele keskendunud on seega antud sihtrühma jaoks sobivaim. Toetajate noorema sihtrühma jaoks on siiski vajalik kommunikatsiooni täiendada ka sõnumitega isiklikumast kasust.

**Hinnatõus** seoses euroga teeb sellele sihtrühmale keskmisest pisut **vähem muret**: probleemi näevad selles 54% (Eestis keskmiselt 68%). Samas ei peeta hinnatõusu üks-üheselt eurole üleminekut tagajärjeks. Vaid 52% euro toetajatest leiavad, et hinnad tõusevad euro tagajärjel, 38% arvavad, et hindu ei mõjuta see, kas Eesti kasutab krooni või eurot ning 7% arvavad et hinnad tõusevad siis, kui Eesti eurole üle ei lähe. Toetajate seas on keskmisest vähem neid, kes leiavad, et euro mõjutab Eesti majanduslikku iseseisvust või vähendab säästude ja palkade väärtust. Ligi veerandil on kahju krooni kadumisest ning veerand mainib, et neil euroga seoses muresid pole.

Joonis 18. Eurole ülemineku toetajate profiil (N=183)



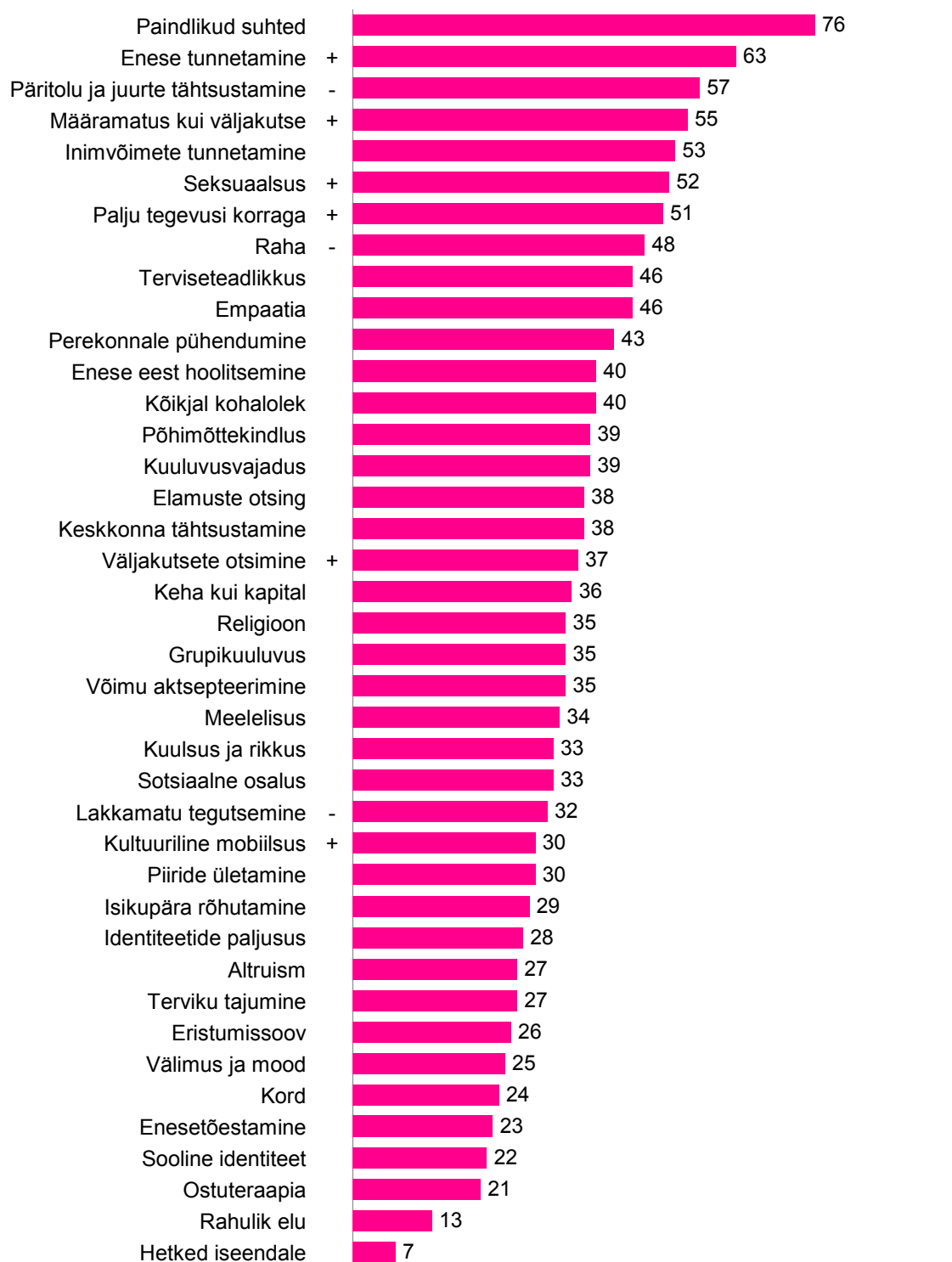
Joonis 19. Eurole ülemineku toetajate jaotumine väärtussegmentidesse\* ja -kvadrantidesse



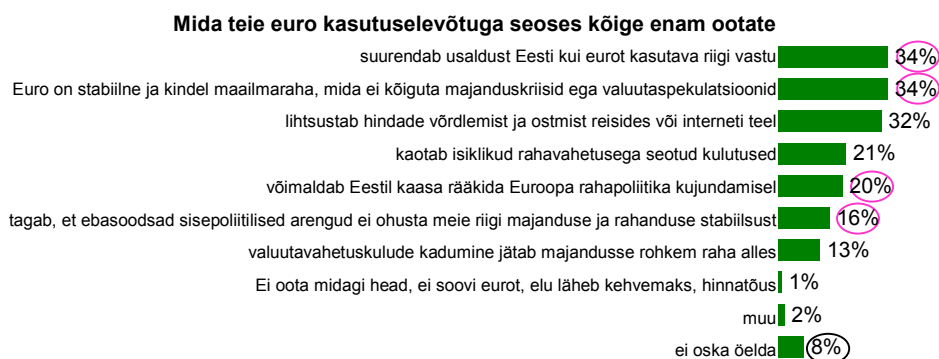
\*Väärtussegmentide lugemisõpetuseks vt lisa 3. Väärtussegmentide selgitus on ära toodud Eesti maa-aruanDES

## Joonis 20. Eurole ülemineku toetajate väärtustrendid

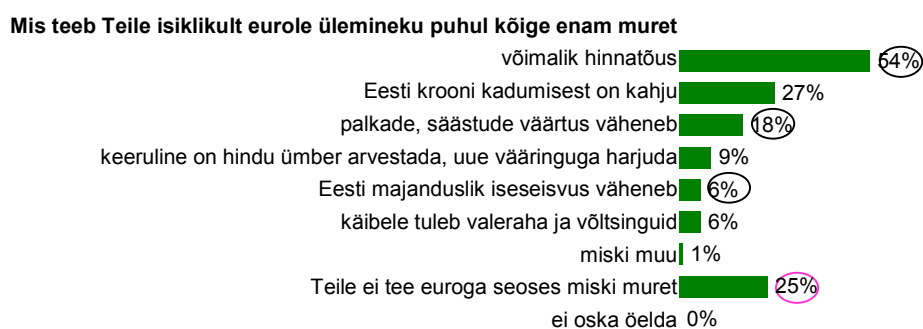
(Toetajatest X % on vastava trendi kandjad. +/- märk tähistab statistiliselt olulist (95%) erinevust Eesti 15-74-aastasest elanikkonnast)



## Joonis 21. Euro toetajate euroga seotud ootused



## Joonis 22. Eurot toetajate euroga seotud ootused



## 2.3 Eurole ülemineku vastased

Ülemineku kindlate vastaste sotsiaaldemograafiline profiil on sarnane Euroopa Liidu vastu olijate profiiliga ent sarnaselt toetajatele eristuvad nad suurema hulga näitajate poolest. Nii on mittetoetajate seas **enam alg- või põhiharidusega** inimesi (ning vähem kõrgharitud), **veerand neist saavad alla 2000 krooni pereliikme kohta kuus**. Keskmisest vähem on neid Tallinnas (25%) ning enam **Lääne- ja Lõuna-Eestis**. Keskmisest veidi enam on siin sihtrühmas **pensionäre** (24%). Kaks kolmandikku vastastest on 35 aastased või vanemad (39% on üle 50 aasta vanad). Rahvuse lõikes mittetoetamises erinevusi ei ole.

Iseloomulikult madalama sissetulekuga rühmadele tunnevad nad **tuleviku ees keskmisest enam muret või ebakindlust**. Ligi viiendik neist leiavad, et nende elu on aastaga halvemaks läinud.

**Finantskohustusi** on euro vastastel keskmisest harvemini: 76% pole laenu ega plaani seda võtta ning 78% puuduvad investeeringud.

**Euroopa Liidust ei näe neist kasu 53%** (keskmine 30%) ja selle taga tuleb ühe põhjusena ilmselt näha ka nende olulisemalt väiksemat kokkupuudet Euroopa Liiduga projektide, toetuste või reisimise kaudu. Sihtrühma **mobiilsus on väga madal**: 24% neist ei reisi kunagi Eestis ja 52% välisriikides.

**Elustiil on neil tagasihoidlik ja kodukeskne**. Sõpradega ei käi kunagi väljas veerand neist ning kinos, teatris, erinevatel kontserditel, näitustel, spordiüritustel jmt ligi pooled või enam. Kõige enam levinud spordialadega ei tegele 62% sihtrühmast.

**Meediatarbimine**. Päevalehti loevad eurole ülemineku vastased küll sama sageli kui keskmine eestlane, ent samas vaatavad nad enam televiisorit ja kasutavad interneti oluliselt vähem (29% igapäevaselt, 46% mitte kunagi).

Väljaannetest on loetuimad SL Õhtuleht (38%) ja Postimees (27%), Kroonika (16%) ning Maaleht (13%). Telesaadete esiviisiku moodustavad uudistesaadet (85%), saated loomadest (54%) ning politsei- ja kriminaalfilmid (52%), mälumängud (49%) ja komöödiafilmid ning vestlussaadet ja *talkshowd* (45%). Keskmisest enam vaatavad nad ka õudusfilme ning muusikasaateid.

Raadiot kuulavad nad palju: lisaks Raadio Elmarile (31%), ja Sky Plus'ile (24%) ka Raadio 4 (21%).

Eurole ülemineku vastu olevaid inimesi iseloomustab sarnaselt toetajatele ühest küljest **keskmisest veidi suurem avatus muudatustele** ent teisalt ka **suurem orienteeritus sissepoole ehk siis pigem passiivne enesele keskendumine**. Muus osas on nende hulgas sarnaselt toetajatele nii ühiskondlikuma mõtteorientatsiooniga inimesi kui ka isiklikele naudingutele ja oma reeglite tegemisele keskendujaid.

Keskmise väärtuspildi muudab kirjuks eelkõige erinevate vanusrühmade kuulumine euro vastaste hulka. Paigutades erinevaid euro vastaste vanusrühmi nelja väärtussegmenti võib öelda järgmist:



- **15-24 aastastest** euro vastastest 64% kuuluvad Avastajate hulka ehk nad on avatud muutustele ja naudingulisele elule, samuti riskialtid. Samas on nad enam huvitatud enda isikust kui ühiskonnast laiemalt.
- **25-34 aastastest** euro vastastest 35% kuuluvad Materialistide hulka ehk nad on vähem avatud muutustele ent samas orienteeritud naudingulisele elule. Neile on üliolulised materiaalsed väärtused. Kuna tegemist on sissepoole pööratud materialistidega, siis on nad inimesed, kes ootavad, et keegi tuleks ja teeks nende elu mugavamaks. Ise nad eriti pingutama ja proovima valmis ei ole. 28% sihtrühmast on Hoolijad.
- **35-49 aastastest** euro vastaste seas on suurem osa Hoolijad (37%), seejärel Alalhoidlikud (27%), Materialistid (19%) ja Avastajad (17%).
- **Üle 50 aastaste** euro vastaste seas domineerivad Alalhoidlikud (40%) ehk inimesed, kes on muudatuste suhtes ettevaatlikumad, samas soovivad mõista asjade vahelisi seoseid.

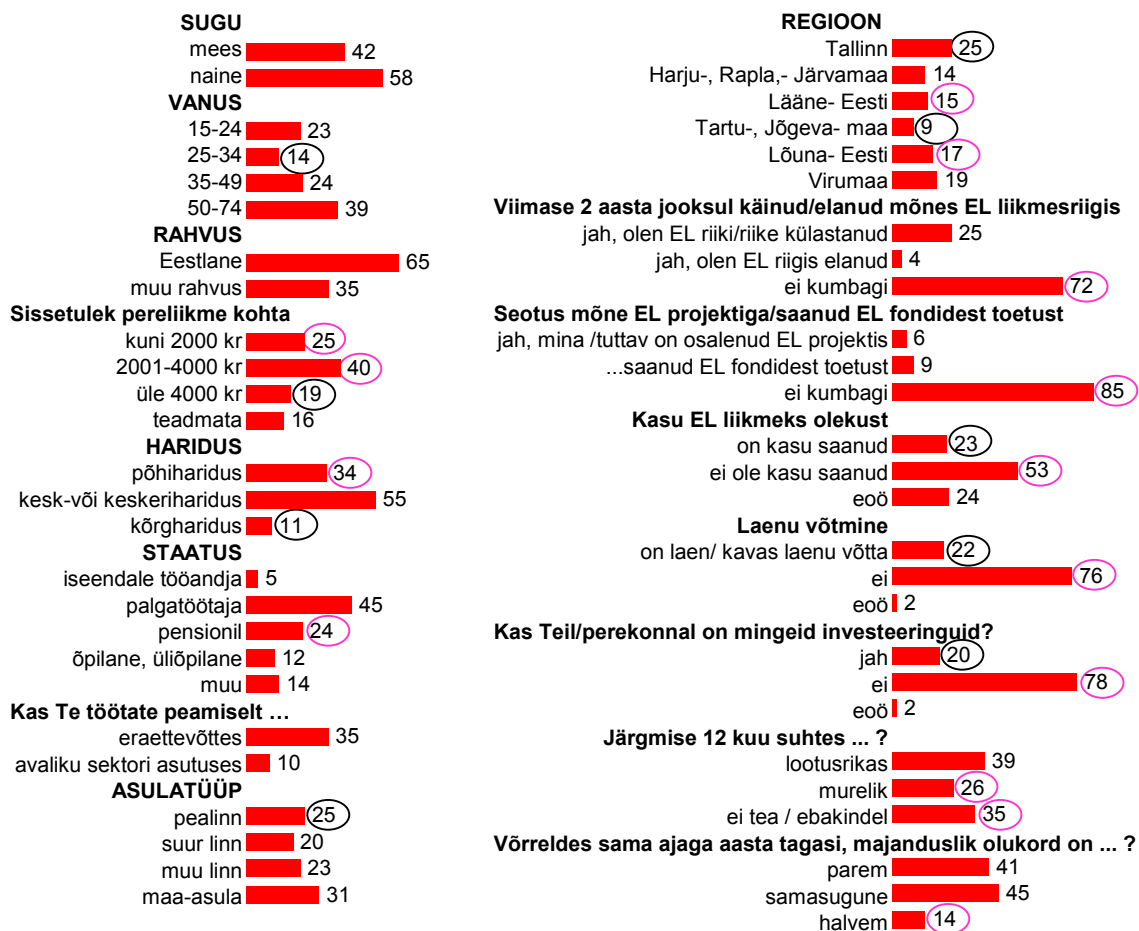
Väärtustrendid lubavad väita, et vastuseisjad on üsna sarnased keskmisele eestlasele väärtustades ennekõike paindlikke suhteid, päritolu ja juuri ning raha. Euro vastu olevate Hoolijate segmenti iseloomustab ka keskmisest kõrgem terviseteadlikkus, kuuluvusvajadus, ning sotsiaalne osalus. Euro vastastest Avastajaid aga elamuste otsing ja lakkamatu tegutsemine.

Mis neid aga toetajatest eristab? Kuivõrd nad on pigem sissepoole pööratud orientatsiooniga, siis **argumentid euro mõjust Eesti riiklikule arengule tervikuna neid ei morjenda**. Nende jaoks puudub seos: kui riigil läheb hästi, läheb ka minul hästi. Väiksema mobiilsuse tõttu ei ole nende jaoks eriline argument ka see, et euro lihtsustab reisimist ja hinnavõrdlusi. Seda mainivad küll 24% sihtrühmast, ent pigem nähakse siin siis kasu neile, kes enam reisivad. **Selle sihtrühma jaoks seega puudub hetkel argument, miks nad peaksid euro poolt olema**. Vastuseisu pehmemdamiseks oleks oluline see argument välja mõelda, seejuures tuleks kasutada kohaliku tasandi kommunikatsiooni, kõneisikuteks ei tohiks olla poliitikud vaid lihtinimesele veidi lähemal seisvad isikud. Ning mis kõige olulisem, **argument peaks puudutama eurole ülemineku mõju inimese isiklikule elule** mitte riigi arengule tervikuna.

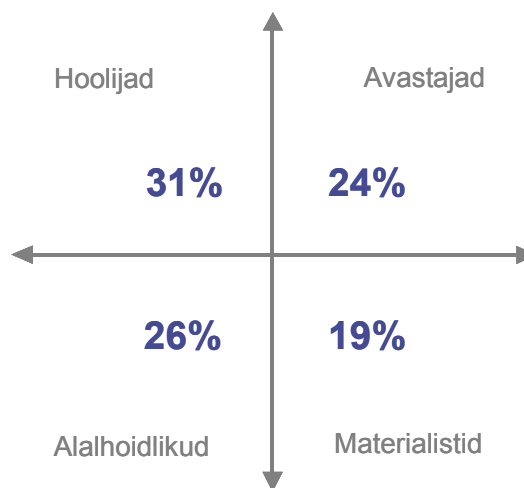
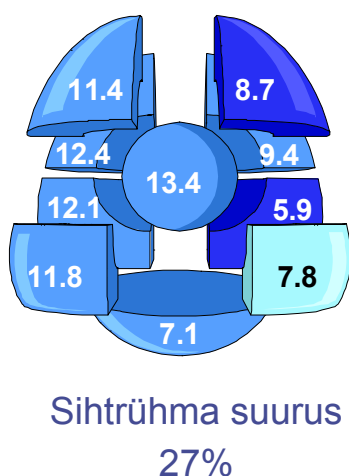
Üks oluline samm on ka **hinnatõusuga seotud kartuste leevendamine euro vastaste seas**, kuivõrd see teeb muret tervelt kolmele neljandikule vastastest. Ülekaalukas osa neist (87%) on veendunud, et hinnad tõusevad just eurole ülemineku tagajärjel. Vaid 10% leiavad, et hindu ei mõjuta riigis käibelolev rahaühik ning 3% usuvad hindu tõusvat ka krooni kasutamise jätkamise tagajärjel.

37% kardavad palkade ja säästude väärtuse vähenemist euro tagajärjel. Mõningal määral on sihtrühmas ka emotsionaalne vastuseis eurole üleminekuks: kolmandikul neist kahju on krooni kadumisest, ent seda argumenti ei mainita siin enam kui toetajate seas. Keskmisest enam on siin ka inimesi, kes leiavad, et keeruline on arvestada kroone ümber eurodeks (14%).

## Joonis 23. Eurole ülemineku vastaste profiil (N=271)

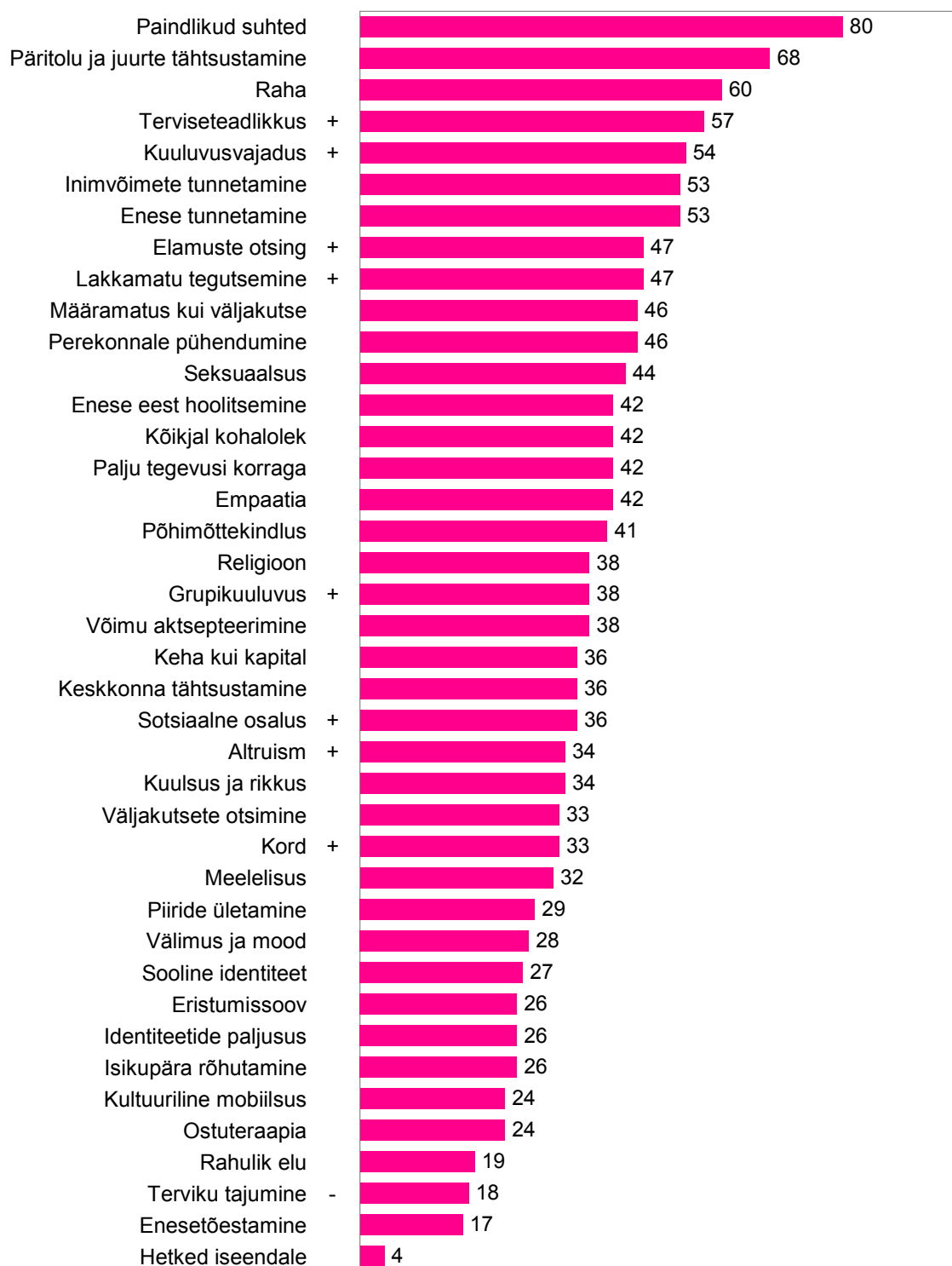


## Joonis 24. Eurole ülemineku vastaste jaotumine väärtussegmentidesse ja -kvadrantidesse



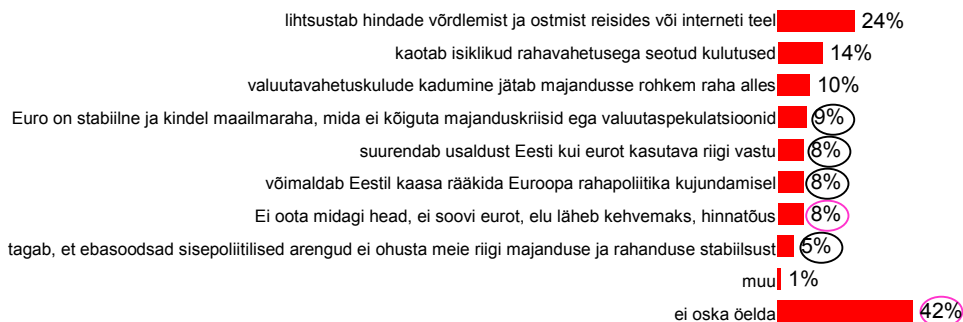
## Joonis 25. Eurole ülemineku vastaste väärtustrendid

(Vastastest X % on vastava trendi kandjad. +/- märk tähistab statistiliselt olulist (95%) erinevust Eesti 15-74-aastasest elanikkonnast)



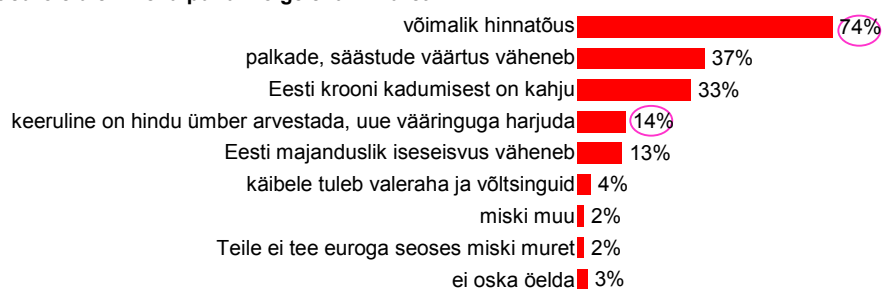
## Joonis 26. Euro vastaste euroga seotud ootused

### Mida teie euro kasutuselevõtuga seoses kõige enam ootate



## Joonis 27. Euro vastaste euroga seotud mured

### Mis teeb Teile isiklikult eurole ülemineku puhul kõige enam muret



## 2.4 Eurole ülemineku pigem toetajad

Eurole ülemineku pigem toetajate seas on **keskmisest enam kesk- või keskeriharidusega inimesi, palgatöötajaid, erasektori töötajaid ning Põhja-Eesti elanike** (Harju-, Rapla- ja Järvamaa v.a. Tallinn). Pisut enam on nende seas ka inimesi vanuses **35-49**. Samuti on pigem toetaja **suurema töenäosusega eestlane** kui mitte-eestlane. Keskmisest vähem on siin väheharitud, üle 50 aastaseid ning pensionäre. Leibkonna sissetulekute jaotus sihtrühmas on sarnane Eesti keskmisele: 20% pigem toetajatest saavad ühes kuus pereliikme kohta alla 2000 krooni, 39% saavad 2000-4000 krooni ning 23% üle 4000 krooni.

Tuleviku suhtes **on iga teine sihtrühma kuuluja lootusrikas**. 47% neist leiavad, et nende elu ei ole viimase aastaga oluliselt muutunud ning 42% leiavad, et see on muutunud paremaks.

Laenu omavad või kavatsevad võtta kolmandik eurole üleminekut pigem toetavatest inimestest (nii on see ka Eestis keskmiselt). Investeeringuid omavad 31%, mida on keskmisest (24%) mõnevõrra enam.

**Euroopa Liidust näevad kasu ligi kaks kolmandikku**. Seda soodustab ka keskmisel tasemel reisikogemus Euroopa Liidus (EL riike on viimase 2 aasta jooksul külastanud 40% sihtrühmast) ning kokkupuude Euroopa Liidu projektidega.

Sihtrühm on **pigem kodukeskne**, veetes aega kodust väljas pisut vähem (sama pilt iseloomustab ka keskmist eestimaalast). Samas ei erine nad oma kultuuritarbimiselt ja kultuuriasutuste-ürituste külastamiselt oluliselt keskmisest eestlasest.

**Meediatarbimise** poolest on nad samuti **üsna keskmised**. Päevalehti loeb vähemalt korra nädalas 61% ning regulaarselt loetavate väljaannete esikolmik kattub Eesti keskmisega: Postimeest loevad 35%, SL Õhtulehte 30% ja Päevalehte 21%. Keskmisest enam on nende hulgas aga ajakirjade lugejaid. Lemmikud on kodu- ja naisteajakirjad: Pere ja Kodu (17%), Kodukiri, Kodu ja Aed, Eesti Naine (kõik 14%) ning Anne (9%)

Telerit vaatavad peaaegu iga päev 92% ja raadiot kuulavad sama sageli 77%. Internetti kasutavad iga päev 37%. Telesaadetest on vaadatuimad uudised (87%), loomasaated (55%), mälumängud, politsei- ja krimifilmid (47%) ning spordisaated (45%). Keskmisest enam vaatab see sihtrühm ka telelavastusi (32%).

Raadiojaamadest kuulatakse Sky Plus'i (26%), Raadio Elmarit (25%) ja Vikerraadiot (24%), aga keskmisest enamkuulatud on siin sihtrühmas ka Raadio 2 (16%).

**Pigem toetajad on inimesed, kes seisavad oma väärtushinnangutelt lähedal eurole ülemineku toetajatele:** nende seas üsna võrdselt nii laiema ühiskondliku mõtlemisega kui ka pigem omaenda naudingutele keskenduvaid inimesi, kes ei mõtle eriti kaugemale tulevikule. Samuti on pigem toetajad pigem väljapoole orienteeritud inimesed ehk neis on aktiivsust ja tahet midagi saavutada, oma ideid ellu viia. Samas on toetajad Eesti keskmisest enam orienteeritud muudatustele, pigem toetajad aga on muudatustele avatuselt üsna Eesti keskmised.

**Kommunikatsioonisoovitus:** eurot pigem toetavate inimeste puhul tasub olla ettevaatlik euroga kaasnevatest muudatustest rääkimisel ilma, et seda tasakaalustaksid argumendid stabiilseks jäävatest aspektidest.

Pigem toetajate ootused seoses euroga keskenduvadki ühelt poolt **isiklikule kasule** (kolmandik leiavad, et euro kasutuselevõtuga lihtsustub hinnavõrdluste tegemine ja ostude sooritamine) kuid **teisalt ka usalduse, turvalisuse ja stabiilsusega seotud aspektidele**: selliseid argumente nagu usalduse kasv eurot kasutava Eesti suhtes, euro kui kindel ja stabiilne maailmavaluuta ning eurot kasutava Eesti suurem võimalus rääkida kaasa Euroopa rahapoliitika kujundamisel mainitakse siin sihtrühmast keskmisest sagedamini. Siiski on need **sõnumid nende teadvuses pisut vähem kinnistunud kui kindlalt toetajate seas**. Kommunikatsioon peaks neid argumente sihtrühmas enam kinnistama ja toetama.

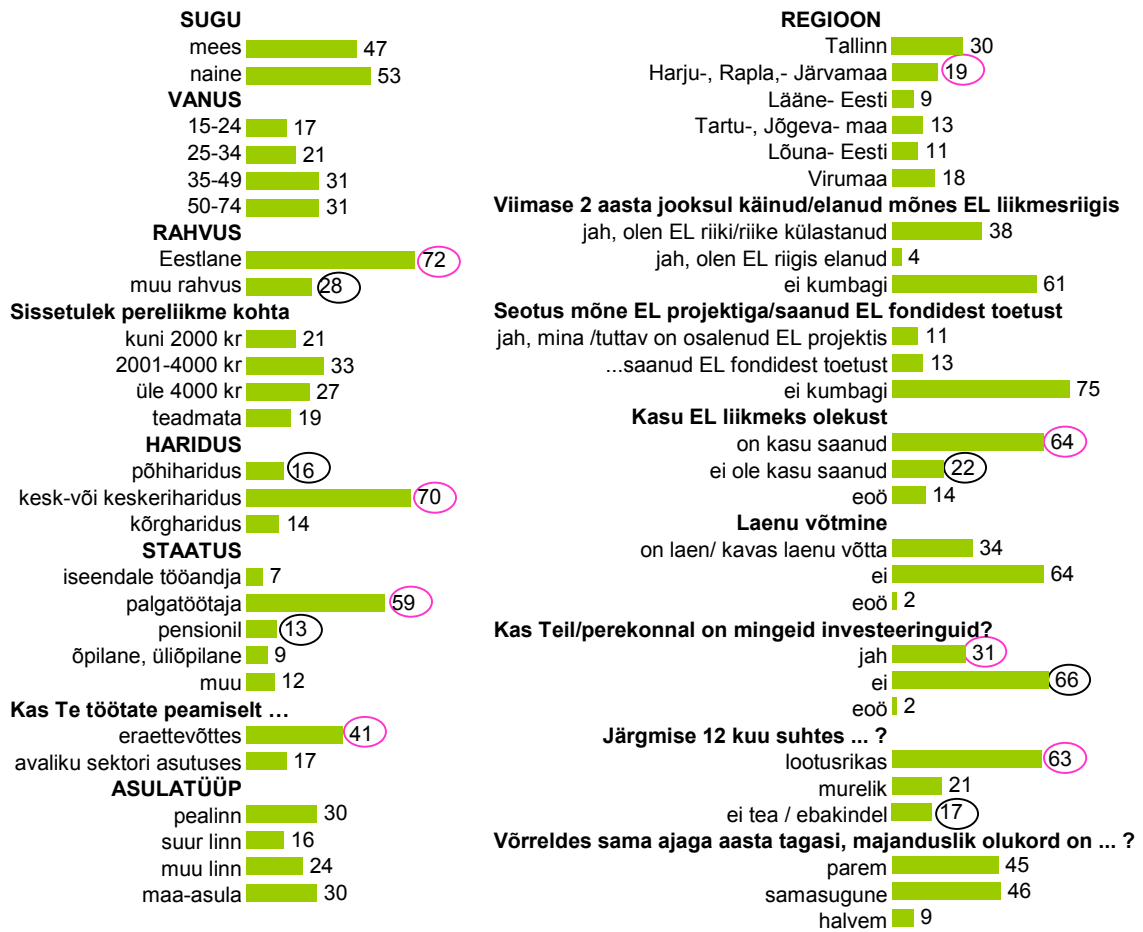
Lisaks sellele tuleks kommunikatsioonis pidada silmas neid **eestlastele üldiselt omaseid põhiväärtusi**, mida ka euro pigem toetajad kannavad: need on **paindlikud suhted ja päritolu ning juurte ning raha** tähtsustamine. Päritolu ja juurte rõhutamine on oluline pigem üle 35 aastaste inimeste puhul. Kindlasti ei tuleks **rõhuda mitte ainult euro üldistele riiklikele kasudele vaid näidata lisaks ka kasu üksikisikule**.

**Eristada tuleks kommunikatsiooni noorematele ja vanematele inimestele:**

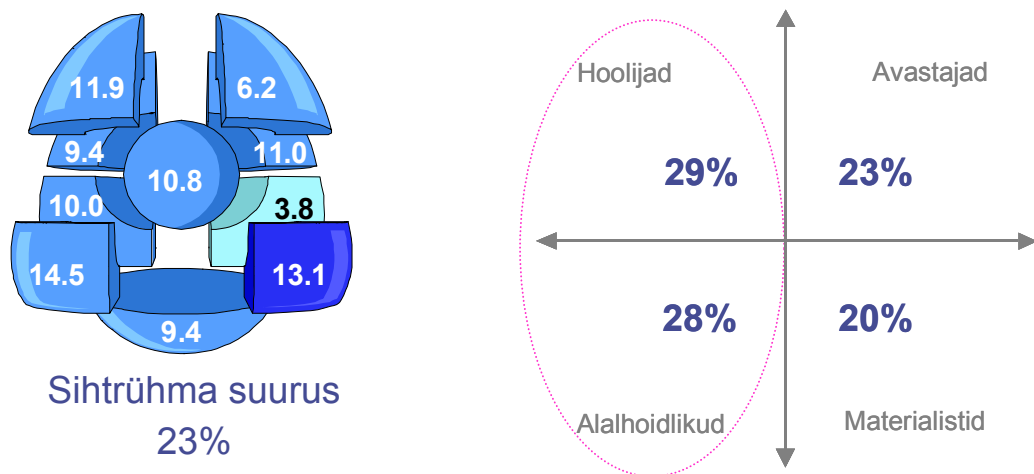
- **Eurot pigem toetavad noored** (all 25 aastased) on ennekõike Avastajad (61%) ehk muutustealtid oma reeglite seadjad. Eurot tuleb nende jaoks näidata kui võimaluste allikat ja ennekõike läbi isikliku kasu. Sõnumite edastamine peaks toimuma uudsete ja meelelahutuslike kanalite kaudu. Kirjalikud materjalid või ekspertide arutelud ei ole selle sihtrühma jaoks. Pigem tuleks mõelda informeerimisele ürituste või ka konkursside ja võistluste kaudu, millel on ootamatud ja huvitavad auhinnad (sihtrühmale meeldib ennast proovile panna).
- **25-34 aastastest** pigem toetajatest on 42% Hoolijad, kes tegelikult analüüsivad ka euro laiemaid mõjusid ühiskonnale ning Eesti tulevikule.
- **35-49 aastastest** 28% on Alalhoidlikud ja 27% Materialistid. Nende puhul kehtib enim ülaltoodu kommunikatsioonisoovitused: ettevaatlikum uutuste kommuniqueerimine ning ka isiklike kasude näitamine. Antud vanuserühm moodustab kolmandiku kõigist eurot pigem toetavatest inimestest.
- **Üle 50 aastastest** on 46% Alalhoidlikud. Kommunikatsioonisoovitused on sarnased 35-49 aastaste sihtrühmale.

Eurole ülemineku pigem toetajad on kindlasti ka **suhteliselt avatud euroga seotud hinnatõusu hirmu vähendamisele**. Kuigi see on nende jaoks euroga seotult suurim mure, leiavad 63%, et hinnatõusu põhjustab euro ja 25%, et hinnatõus ei sõltu ei kroonist ega eurost. Kolmandik sihtrühmast mainib ka palkade ja säästude väärtuse vähenemist ning kolmandik kahetseb Eesti kroon kadumist seoses eurole üleminekuga.

## Joonis 28. Eurole ülemineku pigem toetajate profiil (N=231)

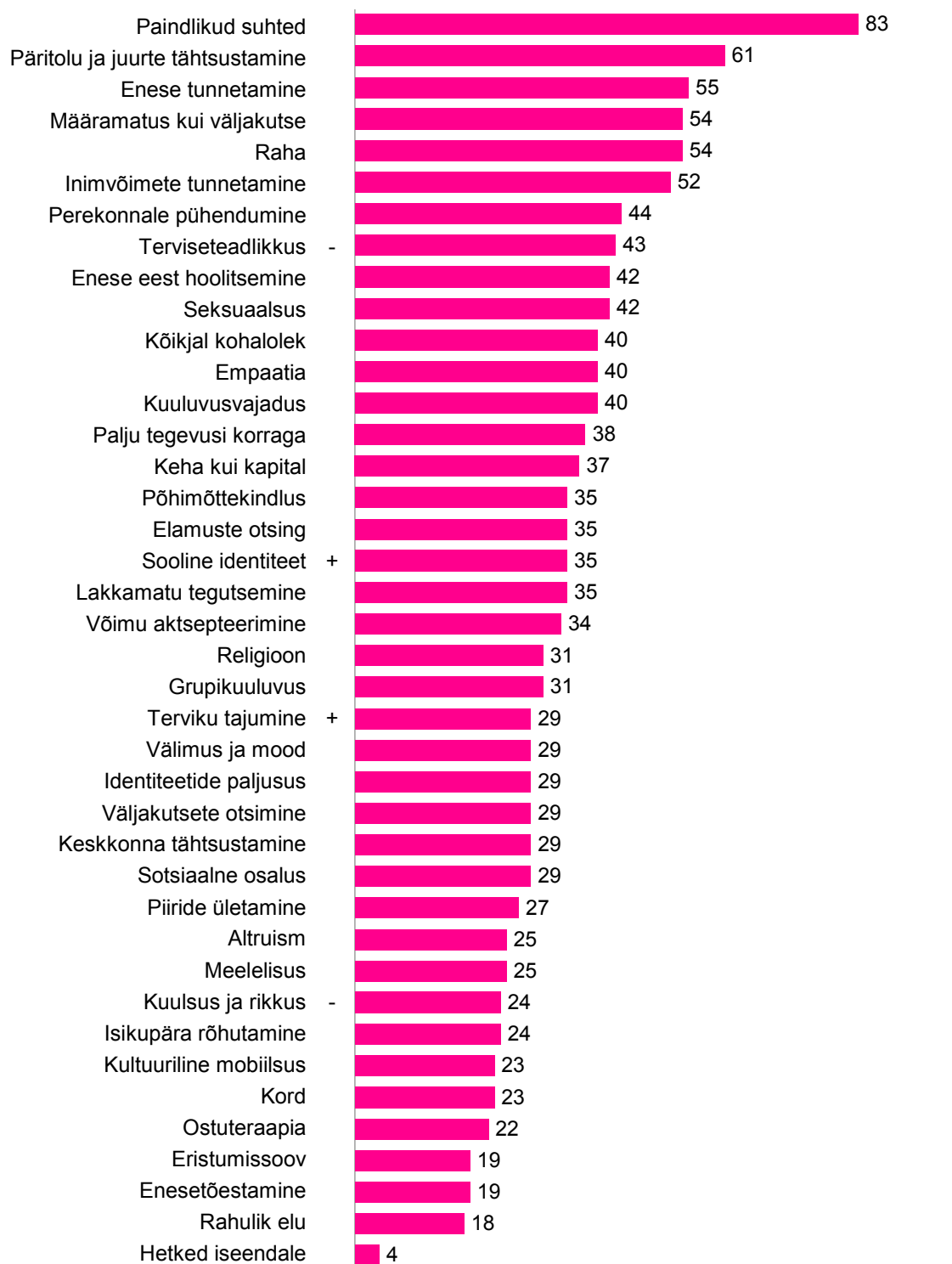


## Joonis 29. Eurole ülemineku pigem toetajate jaotumine väärtussegmentidesse ja -kvadrantidesse



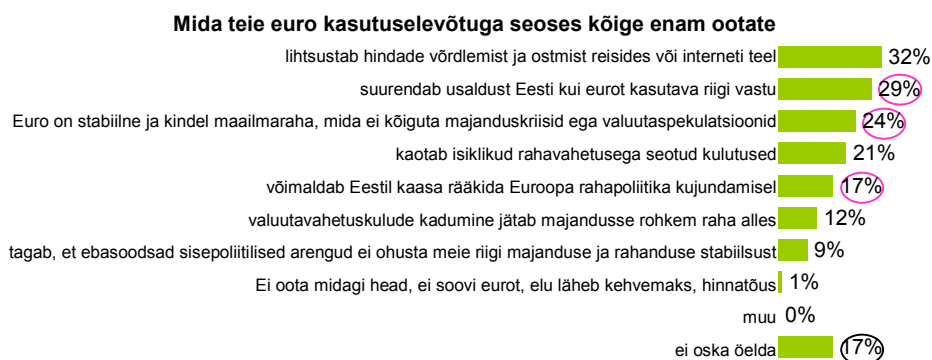
## Joonis 30. Eurole ülemineku pigem toetajate väärtustrendid

(Pigem toetajatest X % on vastava trendi kandjad. +/- märk tähistab statistiliselt olulist (95%) erinevust Eesti 15-74-aastasest elanikkonnast)



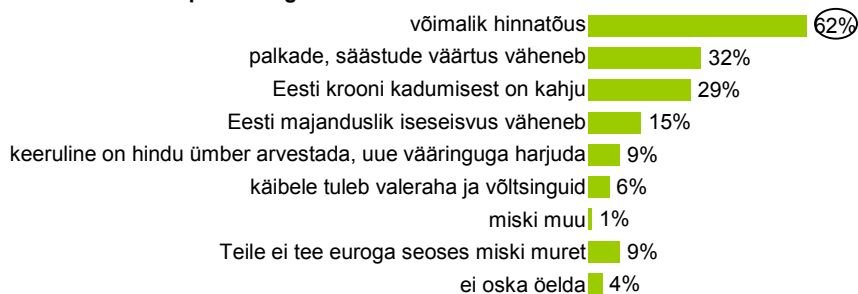


## Joonis 31. Euro pigem toetajate euroga seotud ootused



## Joonis 32. Euro pigem toetajate euroga seotud mured

**Mis teeb Teile isiklikult eurole ülemineku puhul kõige enam muret**



## 2.5 Eurole ülemineku pigem mittetoetajad

Pigem mittetoetajate sotsiaaldemograafilise profiili peamine erinevus **keskmisest on suurem mitte-eestlaste osa**: 41% pigem mittetoetajatest on mitte-eestlased (Eesti 15-74 aastastest alalistest elanikest on mitte-eestlased 33%). Samuti on siin keskmisest enam **Eesti suuremate linnade** (Narva, Kohtla-Järve, Tartu ja Pärnu) ning regionaalses lõikes **Tartu- ja Jõgevamaa elanikke**. 64% sihtrühmast on üle 35 aastased (38% üle 50 aastased)

Tuleviku osas on suurem 45% sihtrühmast lootusrikkad, seda on siiski vähem kui Eestis keskmiselt. Keskmisest enam on ka ebakindlust tundvaid inimesi: 37%. Finantskäitumiselt (laenude, investeringute omamine) ei erine see sihtrühm Eesti keskmisest.

Eurole üleminekut pigem mittetoetavate inimeste **kokkupuude Euroopa Liidu projektide ja fondidega on olnud keskmine** ning ka see, kuivõrd nad näevad Euroopa Liidust kasu ei erine keskmisest: **49% leiavad liidu olevat kasuliku** ja 33% mitte.

Ka **elustiili mõttes pole keskmisest olulisi erinevusi**: nad käivad nii sõpradega väljas kui ka kohtuvad nendega kodus. Keskmisest pisut enam meeldib neile kodus pere või sõpradega videosid või DVD-sid vaadata või muusikat kuulata. Eestis levinud spordialadega – jooksmine, ujumine, rattasõit, aeroobika jmt - tegelevad ligi pooled neist.

**Meediatarbimise poolest on pigem mittetoetajad laias laastus sarnased Eesti keskmisele inimesele**. Lehti loevad sihtrühmast peaaegu igapäevaselt 58% (seda on keskmisest 63% mõneti vähem), veerand tutvuvad päevalehtedega 3-4 korda nädalas. Telerit vaatavad igapäevaselt 84%, raadiot kuulavad peaaegu iga päev 76% ning internetti kasutavad igapäevaselt 33% ja mitte kunagi 38% (Eesti keskmine vastavalt 36% ja 37%).

Väljaannetest on loetuimad Postimees (33%), SL Õhtuleht (27%) ning Linnaleht (17%) ja Eesti Päevaleht (17%). Vene väljaannetest on loetuimad MK-Estonijat ja Den za Dnjom'i (11%) ning Vesti Nedeli (10%).

Telesaadetest vaadatakse regulaarselt uudiseid (89%), mälumänge (54%), loomasaateid (52%), ning komöödiafilme (49%). Raadiojaamadest kuulatuimad on Sky Plus (27%), Raadio Elmar (25%), Vikerraadio (21%), Raadio 4 (20%) ning Russkoje Radio (17%).

**Pigem mittetoetajad on oma väärtusmaailma ja hoiakutes euro suhtes pigem sarnased euro vastastega**, kuid neil on ka mõningaid eristavaid jooni. Mõlemad on sarnased ses osas, et nende hulgas on nii hoolijaid kui enesekehtestajaid ehk siis on teistega arvestajaid ja laiemalt mõtlejaid kui ka oma isikliku vabaduse oluliseks pidajaid.

**Samas on eurot pigem toetajad keskmiselt oluliselt aeglasemad muutustega kohanejad**. Neil meeldivad tuttavad ja rutiinsed asjad ning nende muutumisega kaasamine nõuab nii aega kui ka motivatsiooni. Määramatust, elamuste otsingut ja väljakutseid otsivad need inimesed keskmiselt vähem. Selle tingib **üle 50 aastaste osakaal (38%) siin sihtrühmas, kellest 53% on Alalhoidlikud** ehk stabiilsuse armastaja ja traditsioonide austajad. Nooremates vanusrühmades, kes eurot pigem ei toeta on Alalhoidlikke oluliselt vähem, seal domineerivad järgmised väärtused:

- 15-24 aastastest 44% on Avastajad. Noori pigem mittetoetajaid kuulub sellesse väärtuskvadranti siiski oluliselt vähem kui teiste euro toetusrühmade puhul, kus Avastajaid on üle 60%. Pigem mittetoetajatest noorte puhul sekundeerib ka

pragmaatilisem maailmakäsitlus: 24% neist on Materialistid ehk materiaalselele väärtustele orienteeritud inimesed.

- 25-34 aastastest on suurem osa Hoolijad (38%) ja Avastajad (30%).
- 35-49 aastastest seas on enim Hoolijaid (35%) ja Materialiste (30%).

**Kommunikatsioonisoovitus:** muudatuste edastamisel tuleb ettevaatlikum olla üle 50 aastaste puhul. Nende puhul tuleb kasutada kohalikku kommunikatsiooni, rõhutada ka muutumatud osa ning siduda sõnumeid märksõnaga päritolu ja juured. Teised vanusrühmad on muudatustele oluliselt avatumad (kommunikatsioon sarnane pigem toetajate omaga).

Samuti on pigem mittetoetajad **oluliselt passiivsemad, sissepoole pööratud orientatsiooniga** kui euro toetajad. Nende energia ja tähelepanu kuulub rohkem neile endile kui ümbritsevale maailmale ja oma ideede elluviimisele.

Sarnaselt euro vastastega puuduvad **kolmandikul pigem mittetoetajatest euroga igasugused ootused**. Iseloomulikult **pigem isiklikele huvidele orienteeritutele** mainivad veerand euroga kaasnevate kasudena hinnavõrdluste ja ostude sooritamise lihtsustumist ning viiendik usalduse suurenemist Eesti suhtes, kui minnakse eurole üle.

**Kommunikatsioonisoovitus:** Seega tuleks eurole ülemineku puhul pigem toetajate sihtrühmale selgemaid euro positiivseid külgi tutvustada tuus tasakaalustatult välja nii mõjusid üksikisikule kui mõneti ka riigile laiemalt.

Samas on **keeruline võtta maha sihtrühma euroga seotud hirme**, kuivõrd hinnatõusus hirm on sama tugev kui euro vastaste seas ning peaaegu **üks-üheselt taandatakse hinnatõus eurole üleminekule** (seda usuvad 84% sihtrühmast). Vaid 9% leiavad, et hinnatõus ei sõltu kasutatavast valuutast ning 5%, et hinnad tõusevad ka krooni kasutusele jäädes. Samuti on just selles rühmas kõige enam neid, kes kardavad palkade ja säästude vähenemist euro tagajärjel (46%).

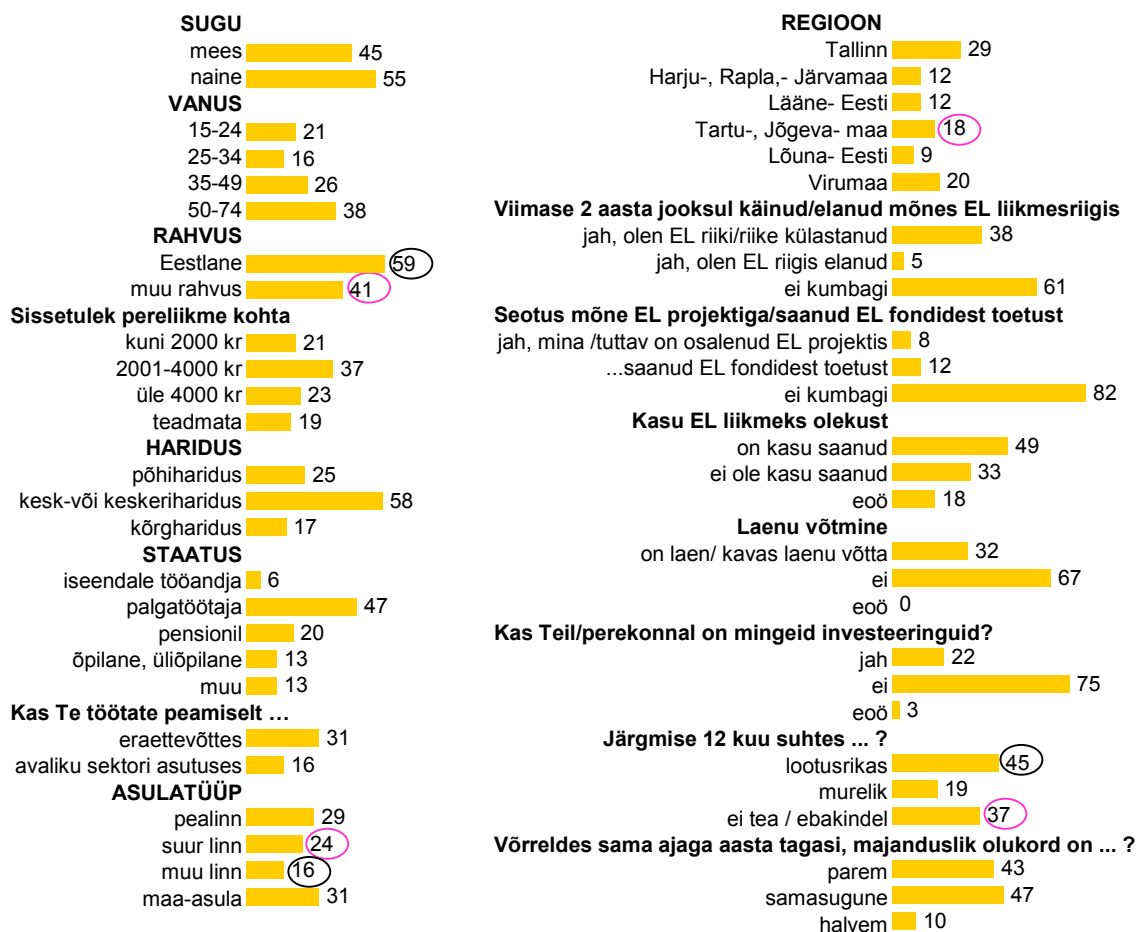
**Kommunikatsioonisoovitus:** Jää murdmiseks tuleks tekitada suurem usalduse foon. Teatava ajutise hinnatõusu tunnistamine euro tagajärjel ning selgitamine, et see on ajutine spekulantide poolt olukorra ärakasutamine, mis stabiliseerub, võib olla üks võtte. Hea on kasutada teiste riikide näiteid, seda just vanema sihtrühma puhul.

Üks huvitav sihtrühm on inimesed, **kes Euroopa Liitu pigem toetavad, kui eurole üleminekut pigem mitte**. See sihtrühm moodustab 10% elanikkonnast. Sotsiaaldemograafilises plaanis jaotuvad nad soo, vanuse ja rahvuse ning asula tüübi poolest sarnaselt kogu elanikkonnale. Eristuvus tekib regionaalses lõikes: oluliselt enam on neid **Tartu- ja Jõgevamaal**: 26% neist elab just selles piirkonnas (15-74 aastastest elanikkonnast tervikuna 14%).

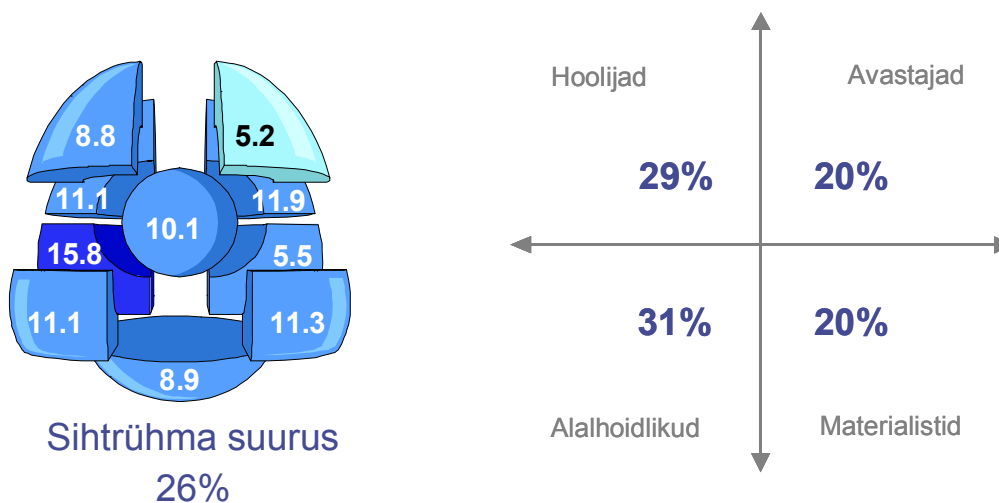
Väärtusorientatsioonide plaanis iseloomustab viiendikku neist **nostalgia**: nad on paljuski kinni minevikus ning tuleviku suhtes äärmiselt ettevaatlikud. Moodsaid tehnikaid ja uusi asju nad kardavad ning üritavad võimalikult palju uurida nende koostise ja päritolu kohta. Nad on inimesed kes eelistavad kodumaist toodangut. Sihtrühm eelistab teistest mõneti enam autoriteete ja kindlaid reegleid kuna need pakuvad neile turvatunnet.

## Joonis 33. Eurole ülemineku pigem mittetoetajate profiil

(N=261)

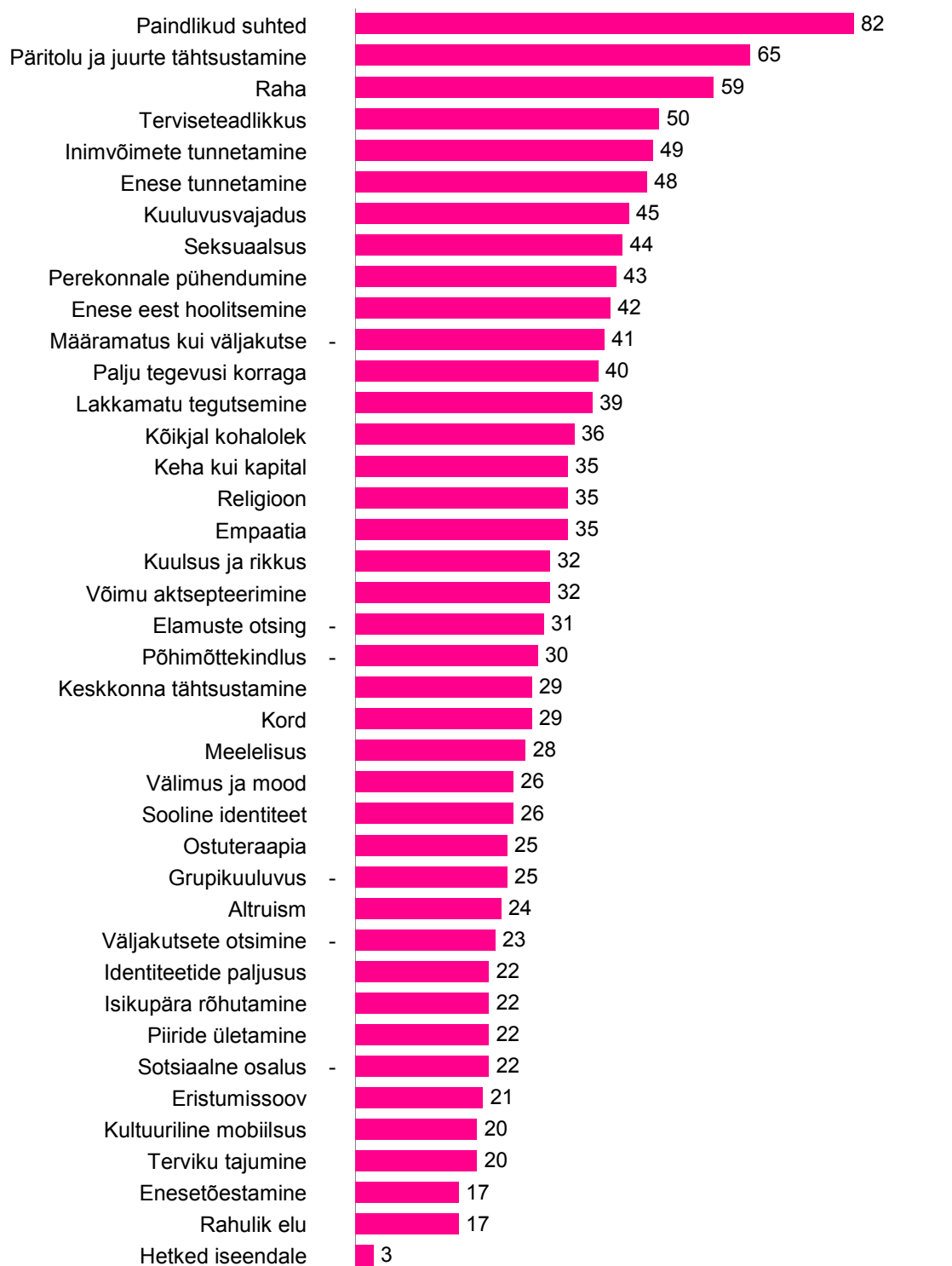


## Joonis 34. Eurole ülemineku pigem mittetoetajate väärtussegmentidesse ja -kvadrantidesse

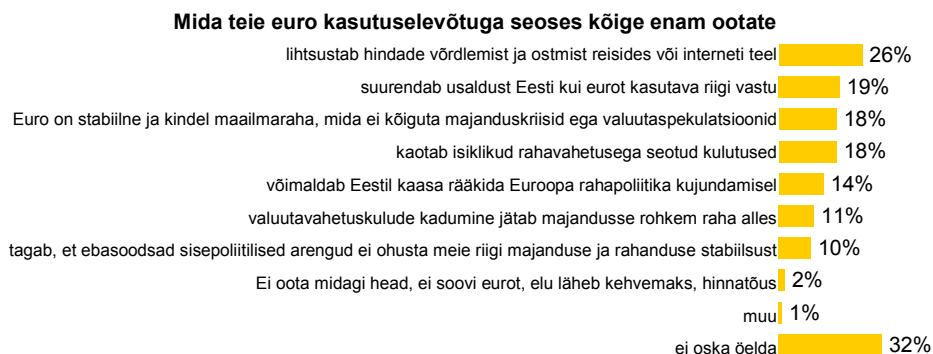


## Joonis 35. Eurole üleminekut pigem mittetoetajate väärtustrendid

(Pigem mitte toetajatest X % on vastava trendi kandjad. +/- märk tähistab statistiliselt olulist (95%) erinevust Eesti 15-74-aastasest elanikkonnast)

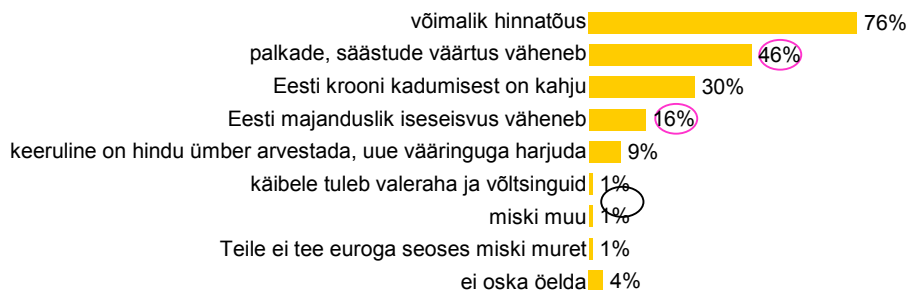


## Joonis 36. Eurot pigem mittetoetajate euroga seotud ootused



## Joonis 37. Eurot pigem mittetoetajate euroga seotud mured

### Mis teeb Teile isiklikult eurole ülemineku puhul kõige enam muret



## 2.6 Eurot puudutava info allikad, sisu ja edastusviis

**Infoallikatena** usaldavad Eesti elanikud keskmiselt enim riigiinstitutsioone Eesti Panka (38%) ja Valitsust (29%) ent ka teadlasi (27%). Viiendik sooviks infot Euroopa institutsioonidelt ja 13% leiavad, et kõige rohkem saab usaldada sõpradelt ja tuttavatelt saadavat informatsiooni.

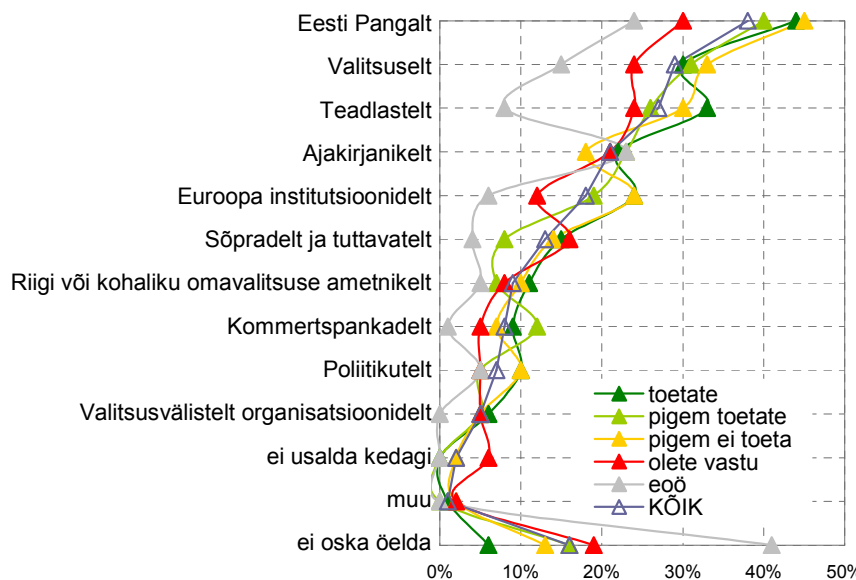
Keskmisest enam usaldavad Eesti Panka infoallikana eurole ülemineku **kindlad toetajad** ja need, kes seda pigem ei toeta. Kindlad toetajad usaldavad keskmisest enam ka teadlasi (33%).

**Eurole üleminekut pigem toetajate** puhul on esinelik sarnane keskmisele, ent nemad usaldaksid keskmisest enam ka kommertspankadelt tulevat infot (12%).

**Eurole üleminekut pigem mittetoetavate** inimeste jaoks on infoallikatena usaldusväärsuse esikolmikus Eesti Pank, Valitsus ja teadlased. Neljandal kohal on nende jaoks sarnaselt kindlate toetajatega Euroopa institutsioonid, mida usaldaksid neljandik. Euroopa institutsioone usaldavad nad teistest kõhklejatest või vastastest enam. On võimalik, et nad usaldaksid Euroopast tulevat infot selle suurema erapooletuse ja Euroopa kogemuste tõttu euro kasutuselevõtul. See on üks infoallikas, mis aitaks tegeleda ka sihtrühmas levinud hinnatõusu hirmuga: Euroopa kogemust võidakse usaldada enim kui kohapealseid eksperte.

**Eurole ülemineku vastaste** infoallikate esinelikus on Eesti Pank (30%), teadlased (24%), Valitsus (24%) ning ajakirjanikud (21%). Märkida tuleks seda, et nende infoallikate usaldusväärsus on nende jaoks siiski keskmisest madalam: skeptilist suhtumist on selles sihtrühmas keskmisest enam.

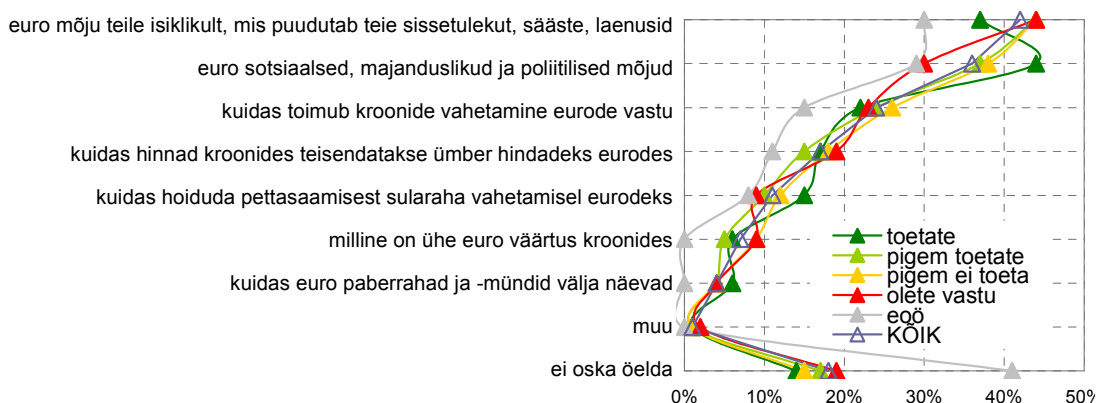
**Joonis 38. Usaldatavaimad infoallikad** (infoallikate järjestus peegeldab kogu elanikkonna eelistusi. Vastaja võis valida kuni 3 varianti)



Üldiselt soovitakse eurole ülemineku puhul enim saada **infot euro isiklike mõjude kohta** palkadele, säästudele ja laenudele (42%), teiseks huvitavad euro laiemad ühiskondlikud mõjud (36%), kolmandaks hindade teisendamine kroonidest eurodeks (17%) ning rahavahetusel pettasaamisest hoidumine (11%). Tasub märkida seda, et viiendik vastajatest ei oska öelda, millisest infost neil puudu on.

Peamised erinevused sihtrühmade vahel seisnevad selles, et **kindlaid toetajaid huvitavad ennekõike euro laiemad ühiskondlikud, poliitilised ja majanduslikud mõjutegurid** (44%) ning euro isiklikud mõjud on teisejärgulisemad. **Ülejäänud sihtrühmade puhul on tendents vastupidine: huvi mõju suhtes isiklikule elule on suurem kui ühiskonnale üldiselt.** Eriti vähe on euro laiematest mõjudest huvitatud euro vastased, mis kinnitab nende sisemist orienteeritust.

### Joonis 39. Euro kohta soovitav info (teemade järjestus kogu elanikkonna järgi. Vastaja võis valida kuni 2 varianti)



Euro kohta eelistatakse infot saada eelkõige **televisiooni väitlussaadete (27%), euroteavitustuuride (22%) ning üleriiklike päevalehtede vahelehtede (19%)** kaudu.

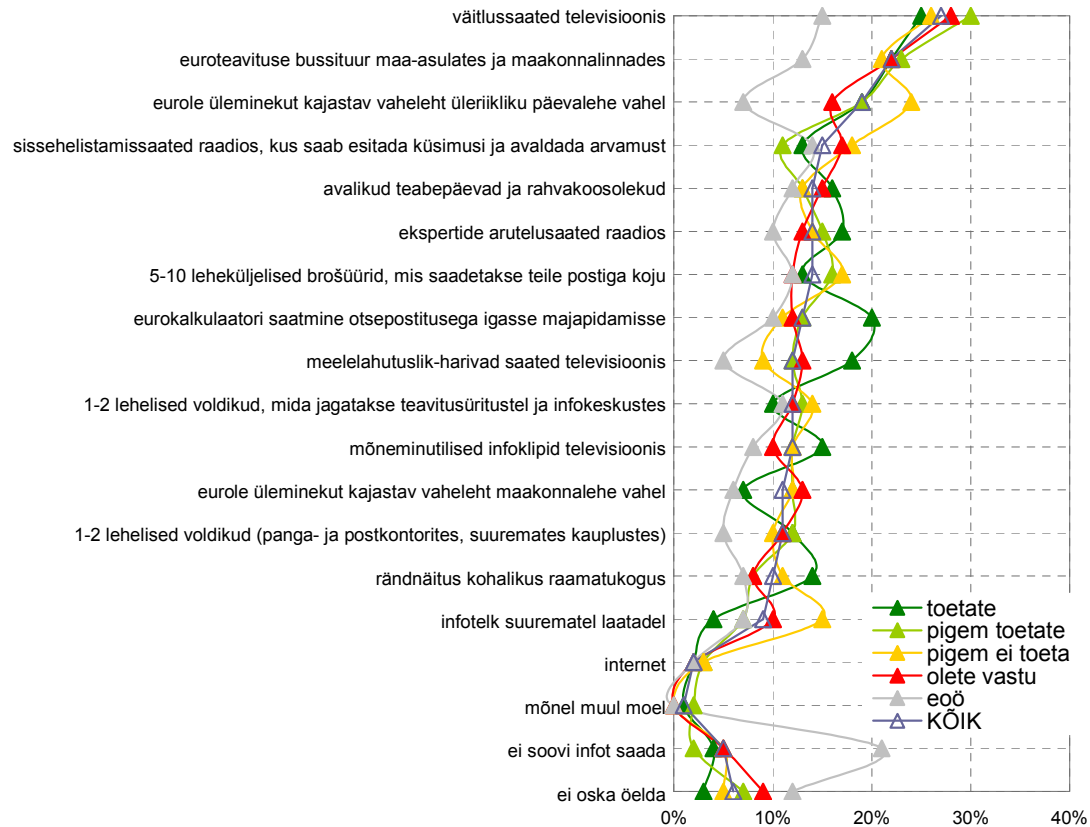
Euro suhtes erinevat hoiakut omavate **sihtrühmade vahel on erinevused info saamise viiside eelistamises üsna väikesed.** Kindlad toetajad eelistavad keskmisest pisut enam ka meelelahutuslikke-harivaid telesaateid (18%) ning eurokalkulaatorit (20%). Pigem mittetoetajad soovivad keskmisest enam saada infot päevalehtede vahelehtedest (24%), kuid teisalt eelistavad keskmisest enam ka vahetatult pakkuvaid infohankimise viise, näiteks infotelke (15% võrreldes keskmise 9%-ga). Viimast tingib mitte-eestlaste ja vanemate inimeste suurem osakaal sihtrühmas, kes on pigem orienteeritud näost-näku suhtlemisele kui anonüümsematele infohankimisviisidele.

Olulisi erinevusi on info saamise viisis **asulatüübi lõikes.** Pealinlased eelistaksid infot saada eelkõige televisiooni väitlussaadete (32%), euroteavituse bussituuride (27%) ning päevalehtede vahelehtede kaudu (24%). Suurte linnade elanikud eelistavad enim euroteavituse bussituure (26%), seejärel televisiooni väitlussaadeteid (23%) ning võrdselt järgnevad ka sissehelistamissaated raadios (18%) ja päevalehtede ning maakondlike lehtede vahelehed (17% ja 16%). Maakonnakeskuste elanikud eelistavad televisiooni väitlussaadeteid (24%), meelelahutuslik-harivaid saateid televisioonis (19%) ning päevalehtede vahelehti (18%) ja euroteavituse bussituure (17%). Eesti väikelinnade elanikud sooviksid enim infot televisiooni väitlussaadete kaudu (43%), seejärel kojusaadetavatest infobrošüüridest (26%) ning maakonnalehtede vahelehtedest (22%). Alevike ja külade elanikud eelistavad sarnaselt pealinlastele televisiooni väitlussaadeteid (25%), päevalehtede vahelehti (18%) ning



euroteavituse bussituure (14%). Maapiirkondade elanikud eelistavad enim euroteavituse bussituure (22%), seejärel kojusaadetavaid brošüüre (18%) ning televisiooni väitlussaateid (17%).

**Joonis 40. Eelistatuid info saamise viisid** (järjestus kogu elanikkonna eelistuste järgi. Iga vastaja võis valida kuni 2 viisi)



## 2.7 Kokkuvõtte ja soovitused kommunikatsioonis eurole ülemineku kohta

Sarnaselt suhtumisele Euroopa Liitu mõjutab suhtumist euro kasutuselevõtu suhtes paljuski inimese **majanduslik toimetulek** ning **hariduslik taust**, mis tingib suurema avatuse muudatustele. Siiski eristavad euro toetusrühmi ka mitmeid muud näitajad. Nii on eurole ülemineku toetajate ja pigem toetajate hulgas keskmisest enam eestlasi samas kui pigem mittetoetajate hulgas mitte-eestlasi. Pigem mittetoetajate ja vastaste seas on ka teiste rühmadega võrreldes enam üle 50 aastaseid inimesi.

Kõige olulisemad sihtrühmad, kellele kommunikatsioonis keskenduda on need, kel pole eurole ülemineku suhtes kindlat fikseerunud seisukohta ehk pigem toetajad ja pigem vastased. Esimeste puhul tuleb pigem positiivset hoiakut säilitada ja tugevdada. Pigem mittetoetajate puhul tuleb anda alus positiivsema suhtumise tekkimiseks kuivõrd hetkel selle sihtrühma jaoks suures osas positiivsed argumendid, miks eurole üleminekut toetada, puuduvad: neile olulisi teemasid selle muudatusega seoses pole puudutatud.

Mõlemale kõhklejate sihtrühmadele suunatud kommunikatsioonis võiks silmas pidada sarnaseid aspekte kui ka Euroopa Liidu kõhklejate rühmade puhul:

- **Paindlikud suhted** ehk pigem horisontaalne kommunikatsioon. Kõneisikutena on üle 35 aastaste puhul sobival kohal teadlased ja eksperdid. Siinkohal pigem mittetoetajate puhul on teatud juhul ka Eesti välised institutsioonid nagu näiteks Euroopa Liidu institutsioonid, mis võivad kanda endas suurema objektiivsuse sõnumit. Seejuures peaks aga info arvestama ka kohalike eripärasid.
- **Päritolu ja juurte tähtsustamine.** Eesti ajaloo ja traditsioonidega arvestamine on eriti oluline pigem mittetoetajate puhul ning mõlemas sihtrühmas ennekõike üle 35 aastaste inimeste puhul. Noored tähtsustavad seda aspekti vähem, kuivõrd on enam avatud uuendustele ja muutustele.
- **Raha.** Euro kasutuseletulekuga seonduvad isikliku materiaalse toimetuleku aspektid on mõlemale sihtrühmale olulised ja seda eriti pigem mittetoetajatele, kes mõtlevad isiklikele kasudele enam. Seetõttu võiks üks argument pigem mittetoetajatele olla seotud just euro võimalike positiivsete mõjudega nende materiaalsele toimetulekule (viidates ka teiste riikide elanike kogemusele). Tõsiselt tuleb tegeleda **hinnatõusu hirmude vähendamisega**. Seda hirmu täielikult välistada ei saa, ent rääkida tuleks läbi selle prisma, mida see inimeste toimetulekule: kas tõusevad vaid hinnad ja mitte palgad või on mõlemad muutused tasakaalustavad. Kahtlemata on pigem toetajad hinnatõusu hirmu vähendamisele enam avatud kui pigem mittetoetajad, kes täielikult seostavad hinnatõusu euroga tulekuga. Oluline on, et hinnatõusu hirmu kõrvale kerkiks positiivseid argumente nagu see on toetajate puhul.

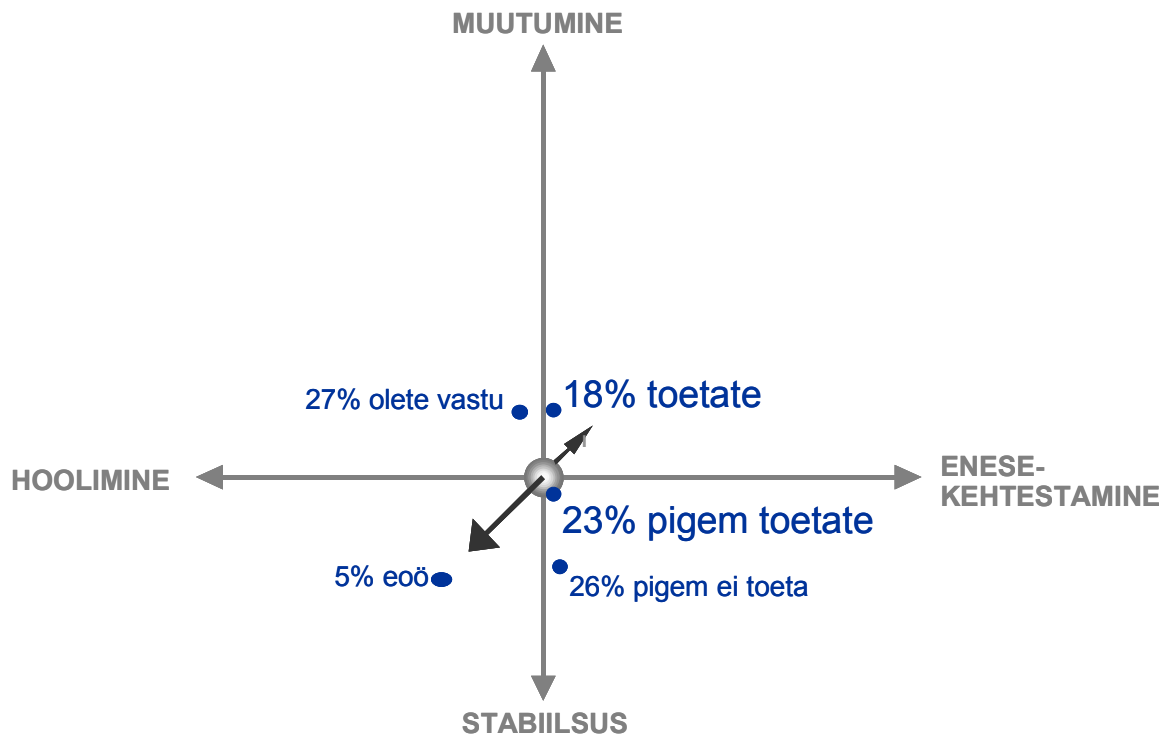
Kahte sihtrühma eristab selgelt **vastuvõtlikkus muudatustele** ning **väljapoole-sisepoole orienteeritus**: pigem toetajad on keskmiselt muudatustele avatumad ja kohanemisvõimelisemad kui pigem mittetoetajad. Samuti on esimene sihtrühm orienteeritud end ümbritseva keskkonna muutmisele mitte ei keskendu vaid enda heaolu eest

muretsemisele. Neid kahte väärtusorientatsiooni silmas pidades tuleb mõlema euro toetusrühma puhul vahet teha erinevas vanuses sihtrühmade vahel:

- **Alla 25 aastased noored** on eelkõige **Avastajad** ehk muutustele ja riskile avatud inimesed, kelle puhul tuleb eelkõige näidata isiklikku kasu. Samas tuleb **vältida pealesurutuse tunde tekkimist**, kuivõrd see sihtrühm tahab olla ise oma reeglite looja mitte niivõrd olemasolevaga kohanduda. Lähenedamine peab olema neutraalne: näidata euroga avanevaid võimalusi. Tekitada tuleks uudsuse ja põnevuse oreool. Kommunikatsioonivõtted võiksid ergutada võistlemist ja enda proovilepanekut. Kuivõrd pigem mittetoetajate hulgas on Avastajaid pisut vähem ning lisaks on pragmaatilisema maailmavaatega materiaalsusele orienteeritud Materialiste, siis nende puhul peab eriti palju rõhutama isiklikku kasu eurost.
- **25-34 aastased euro** suhtes kõhklevad positsioonil olevad inimesed on eelkõige Hoolijad ehk muretsevad ka oma lähedaste heaolu ja mõneti ka riigi arengu pärast tervikuna. Neile tuleks seoses euroga anda laiem positiivne tulevikuvision.
- **35-49 aastaste inimeste** seas on Hoolijaid, aga ka Materialiste ja Alalhoidlikke. Siin sihtrühmas on oluline lasta kõneleda ekspertidel ning tasakaalustada euro ühiskondlikke ja isiklike mõjude näitamist. Kiirete muutustest rõhutamisest tuleks hoiduda, seda eriti pigem mittetoetajate puhul.
- **Üle 50 aastaste** puhul domineerib aeglane kohanemine muutustega. Oluline on kohalik kommunikatsioon ehk rääkimine kohalikest asjades ja muutustest edastamise tasakaalustatus.

Kokkuvõttes on mõlemate kõhklevate sihtrühmade puhul oluline tuua sisse isikliku kasu argumente. Peatumine vaid sellel, et euro aitab kaasa Eesti arengule jääb liiga üldisele tasemele kuivõrd need sihtrühmad pruugi uskuda, et sellega muutuks midagi ka nende jaoks või ei oska juttu üldisest kasust tõlkida isikliku kasu keelde.

Joonis 41. Eurole ülemineku toetusrühmad kokkuvõtlikult



Kolmas dimensioon sissepoole-väljapoole orienteeritus väljendub kirjafondi suurus: suurem font tähendab väljapoole orienteeritust ning väiksem font sissepoole orienteeritust.

# Metoodika kirjeldus

## Valim

AS Emor poolt läbiviidavate Omnibuss-tüüpi uuringute üldkogumi moodustavad Eesti Vabariigi alalised elanikud vanuses 15–74 aastat (seisuga 01.01.2005.a. kokku 1 049 486 inimest)<sup>2</sup>.

Valimi suurus oli 1001 inimest.

Valim on moodustatud "isekaaluvana", st kasutatakse üldkogumi proportsionaalset mudelit, kus kõik küsitletud inimesed esindavad võrdset arvu üldkogumi inimesi. Küsitlustöö käigus kujunenud valimi sotsiaaldemograafilist struktuuri soo, vanuse, rahvuse ja elukoha lõikes võrreldakse vastavate statistiliste näitajatega üldkogumi kohta ning vajadusel kaalutakse sellele vastavaks.

## Valimi mudel ja tegelik ning kaalutud jaotus

Liigituse nimi	Lõigete sisu	Üldkogum (ESA 01.01.2005)		Mudel VP arv	Tegelik valim		Kaal	Kaalutud jaotus	
		Abs. arv	%		Arv	%		Arv	%
<b>KOKKU</b>		1 049 486	100,00%	130	1 001	100,00%		1 001	100,00%
<b>PIIRKOND</b>	Tallinn	317 151	30,22%	60	299	29,87%	1,0134	303	30,27%
	Põhja-Eesti	153 743	14,65%	15	154	15,38%	0,9545	147	14,69%
	Lääne-Eesti	124 645	11,88%	12	118	11,79%	1,0085	119	11,89%
	Tartu piirkond	142 271	13,56%	14	140	13,99%	0,9714	136	13,59%
	Lõuna-Eesti	121 402	11,57%	11	115	11,49%	1,0087	116	11,59%
	Virumaa	190 274	18,13%	18	175	17,48%	1,0343	181	18,08%
<b>ASULATÜÜP</b>	Pealinn	317 151	30,22%	60	299	29,87%	1,0134	303	30,27%
	Suur linn	203 719	19,41%	19	181	18,08%	1,0718	194	19,38%
	Muu linn	214 925	20,48%	21	214	21,38%	0,9579	205	20,48%
	Alevik/küla	313 691	29,89%	30	307	30,67%	0,9739	299	29,87%
<b>SUGU</b>	Mehed	489 603	46,65%		412	41,16%	1,1335	467	46,65%
	Naised	559 883	53,35%		589	58,84%	0,9066	534	53,35%
<b>VANUS</b>	15-24	209 916	20,00%		149	14,89%	1,3423	200	19,98%
	25-34	187 652	17,88%		171	17,08%	1,0468	179	17,88%
	35-49	279 990	26,68%		241	24,08%	1,1079	267	26,67%
	50-64	239 113	22,78%		244	24,38%	0,9344	228	22,78%
	65-74	132 815	12,66%		196	19,58%	0,6480	127	12,69%
<b>RAHVUS</b>	Eestlased	700 816	66,78%		708	70,73%	0,9449	669	66,83%
	Muu rahvus	348 670	33,22%		293	29,27%	1,1331	332	33,17%

<sup>2</sup> Eesti Statistikaameti arvestuslikud andmed seisuga 01.01.2005. a.

## Küsitlus

Küsitlustöö viidi läbi 18.01.2006 – 14.02.2006.

Küsitleti arvuti abil tehtavate personaalintervjuude (CAPI) meetodil. Lisaks paluti igal vastajal isiklikult täita ankeet "Minu arvamus", millele läks küsitleja mindi hiljem järele.

CAPI intervjuu puhul on ankeedi küsimused sülearvuti ekraanil ja vastused sisestatakse kohe arvutisse. Filtrid ja roteerimised on programmeeritud, vähendades nii vigu küsitlemisel. Ankeet võib sisaldada multimeediat (pilte, videot, muusikaklippe).

Küsitlustöös osales 62 vastava ettevalmistuse saanud ASi Emor küsitlejat.

Kokku tegid küsitlejad 2021 kontaktivõttu, neist:

- 1001 juhul viidi intervjuu läbi;
- 407 juhul ei olnud kahe külastuskorra järel kedagi kodus;
- 122 juhul ei olnud sihtrühma esindajat;
- 491 korral keelduti vastamisest või sobiv isik oli vastamisvõimetu.

## Andmetöötlus

Andmete töötlemisel kasutati statistikapaketti SPSS for Windows ver. 10; programme RISCTool Compiler; MicroRISC ver 3.3; Galileo ver. 4.10.

## Usalduspiirid

Andmetabelite uurimisel ja tulemustest järelduste tegemisel tuleb arvestada valimi veaga. Oleme andnud vea piirid 95% tõenäosusega, arvestades kogu valimi ja sagedamini esinevate alarühmade arvulist suurust.

## Statistilise vea piirid

Vastuse osakaal/ Valimi suurus	50%	45%	40%	35%	30%	25%	20%	15%	10%	5%
		55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%
10	31,0%	30,8%	30,4%	29,6%	28,4%	26,8%	24,8%	22,1%	18,6%	13,5%
30	17,9%	17,8%	17,5%	17,1%	16,4%	15,5%	14,3%	12,8%	10,7%	7,8%
50	13,9%	13,8%	13,6%	13,2%	12,7%	12,0%	11,1%	9,9%	8,3%	6,0%
75	11,3%	11,3%	11,1%	10,8%	10,4%	9,8%	9,1%	8,1%	6,8%	4,9%
100	9,8%	9,8%	9,6%	9,3%	9,0%	8,5%	7,8%	7,0%	5,9%	4,3%
150	8,0%	8,0%	7,8%	7,6%	7,3%	6,9%	6,4%	5,7%	4,8%	3,5%
200	6,9%	6,9%	6,8%	6,6%	6,4%	6,0%	5,5%	4,9%	4,2%	3,0%
300	5,7%	5,6%	5,5%	5,4%	5,2%	4,9%	4,5%	4,0%	3,4%	2,5%
400	4,9%	4,9%	4,8%	4,7%	4,5%	4,2%	3,9%	3,5%	2,9%	2,1%
500	4,4%	4,4%	4,3%	4,2%	4,0%	3,8%	3,5%	3,1%	2,6%	1,9%
600	4,0%	4,0%	3,9%	3,8%	3,7%	3,5%	3,2%	2,9%	2,4%	1,7%
700	3,7%	3,7%	3,6%	3,5%	3,4%	3,2%	3,0%	2,6%	2,2%	1,6%
800	3,5%	3,4%	3,4%	3,3%	3,2%	3,0%	2,8%	2,5%	2,1%	1,5%
900	3,3%	3,2%	3,2%	3,1%	3,0%	2,8%	2,6%	2,3%	2,0%	1,4%
1 000	3,1%	3,1%	3,0%	3,0%	2,8%	2,7%	2,5%	2,2%	1,9%	1,4%

## Projekti tööühm

Uuringu eri etappides osalesid ja olid vastutavad:

Uuringu kava ja aruande koostaja: Jaanika Hämmal, Aivar Voog

Valimi koostaja: Katre Seema

Ankeedi programmeerija: Mare Lepik

Ankeedi tõlge vene keelde: Maria Repkina

Küsitlustöö koordineerija: Anu Ilves

Tabeltöötlus: Aivar Felding, Triinu Ojala

Graafilised tööd: Maire Nõmmik

### Kontaktandmed:

AS Emor

Telefon: 626 8531

Telefon (üld): 626 8500

Faks: 626 8501

E-mail: jaanika.hammal@emor.ee

E-mail (üld): emor@emor.ee

www.emor.ee

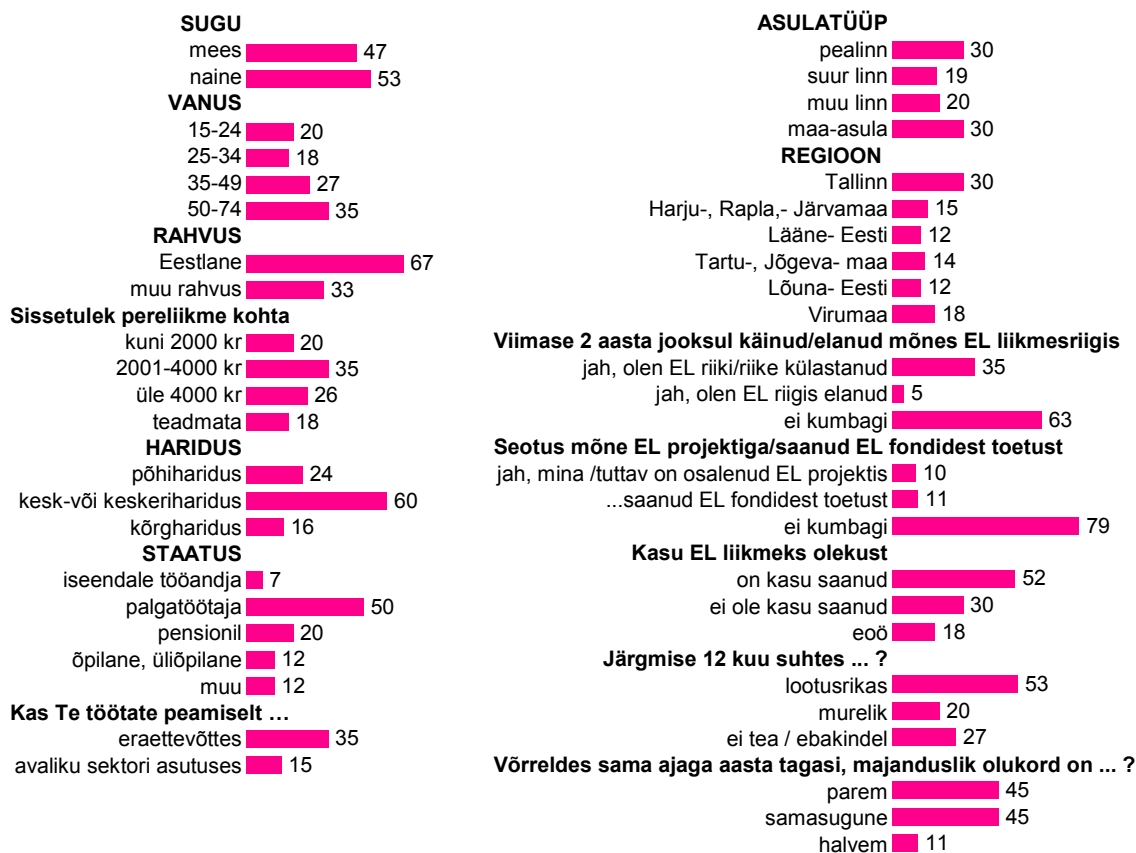
Address: Ahtri 12, 6. korrus

10151 Tallinn

Lisad



## Lisa 1: Küsitletute profiil (Eesti elanikud vanuses 15-74)



Sissetulek pere liikme kohta – tegemist on sissetulekuga kuus

Sotsiaalne staatus: 'muu' = töötud, töötotsjad, lapsehoolduspühkudel, kodused, muu staatus

Asula tüüp:

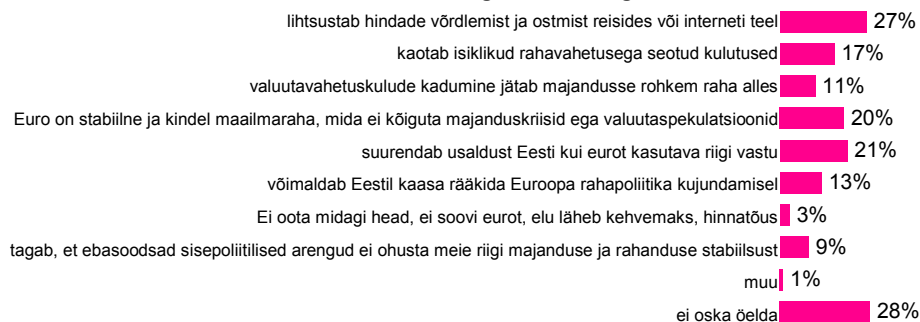
1. Pealinn
2. Suur linn = Tartu, Pärnu, Narva, Kohtla-Järve
3. Muu linn = maakonnakeskus või muu linn
4. Maa-asula = alevik, küla, maapiirkond

Regioon:

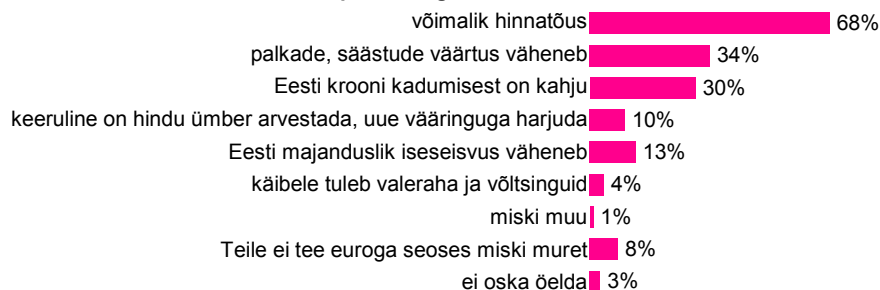
1. Tallinn
2. Harju-, Rapla-, Järvamaa
3. Lääne-Eesti = Läänemaa, Saaremaa, Hiiumaa, Pärnumaa
4. Tartu- ja Jõgevamaa
5. Lõuna-Eesti = Võrumaa, Valgamaa, Põlvamaa, Viljandimaa
6. Virumaa = Ida- ja Lääne-Virumaa

## Lisa 2: Euroga seotud ootused ja mured: üldine jaotus 15-74 aastases Eesti elanikkonnas

### Mida teie euro kasutuselevõtuga seoses kõige enam ootate

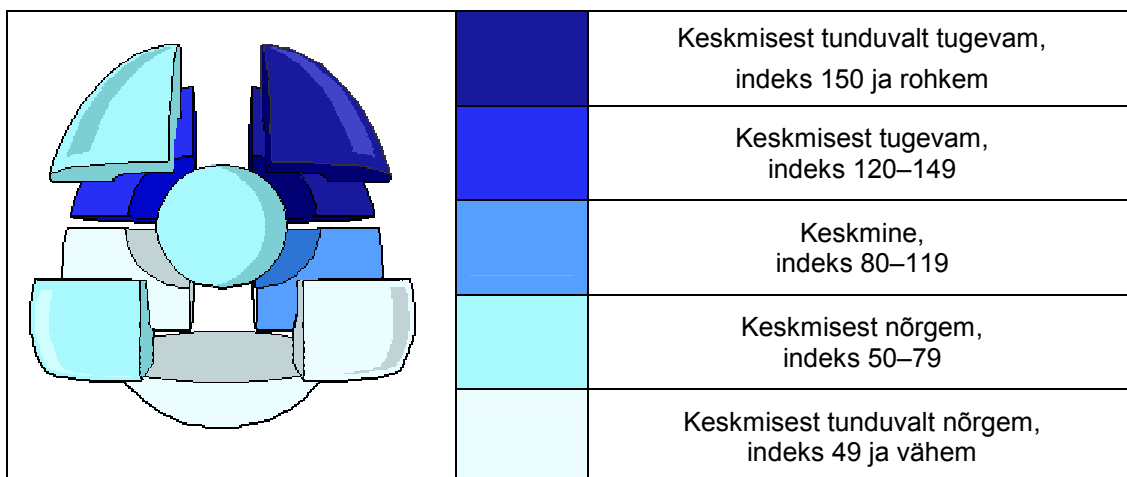


### Mis teeb Teile isiklikult eurole ülemineku puhul kõige enam muret



## Lisa 3: Väärtussegmentide lugemisõpetus

### SCAN rühmade värvilegendi joonised



## Lisa 4: Ankeet

**Lisaküsimused RISC uuringusse  
Euroopa Liit ja Euro**

**1. Kuidas Te suhtute Eesti kuulumisse Euroopa Liitu? Kas ... ?**

toetate .....	1
pigem toetate .....	2
pigem ei toeta.....	3
olete vastu .....	4
EI OSKA ÖELDA.....	5

**2. Kas üldiselt on Eesti Teie arvates Euroopa Liidu liikmeks olekust kasu saanud või mitte?**

On kasu saanud .....	1
Ei ole kasu saanud.....	2
EI OSKA ÖELDA.....	3

**3. Kuivõrd Te toetate euro kasutuselevõttu Eestis?**

Toetate .....	1
pigem toetate .....	2
pigem ei toeta.....	3
olete vastu .....	4
EI OSKA ÖELDA.....	5

**4. Kuivõrd üleminek Eesti kroonilt eurole on teema, millest Te isiklikult olete huvitatud? Kas Te...?**

olete väga huvitatud .....	1
olete pigem huvitatud .....	2
pigem ei ole huvitatud .....	3
ei ole üldse huvitatud .....	4
EOÖ/KEELDUMINE.....	5

**5. Ma nimetan Teile nüüd erinevaid euro kasutuselevõtu tagajärgi. Palun öelge, mida teie euro kasutuselevõttuga seoses kõige enam ootate? Euro kasutuselevõtmine...? (ROTEERIDA VÄITEID, KUNI 2 VASTUST)**

kaotab isiklikud rahavahetusega seotud kulutused	1
lihtsustab hindade võrdlemist ja ostmist reisides või interneti teel	2
suurendab usaldust Eesti kui eurot kasutava riigi vastu	3
võimaldab Eestil kaasa rääkida Euroopa rahapoliitika kujundamisel	4
tagab, et ebasoodsad sisepoliitilised arengud ei ohusta meie riigi majanduse ja rahanduse stabiilsust....	5
Valuutavahetuskulude kadumine jätab majandusse rohkem raha alles	6
Euro on stabiilne ja kindel maailmaraha, mida ei kõiguta majanduskriisid ega valuutaspekulatsioonid.....	7
MUU, TÄPSUSTAGE.....	9
EOÖ .....	10

**6. Mis teeb Teile isiklikult eurole ülemineku puhul kõige enam muret? (VÕIMALIK VALIDA KUNI 2 VARIANTI, ROTEERIDA VARIANTE 1-6)**

võimalik hinnatõus.....	1
keeruline on hindu ümber arvestada, uue vääringuga harjuda	2
Eesti krooni kadumisest on kahju.....	3
Eesti majanduslik iseseisvus väheneb	4
palkade, säästude väärtus väheneb ...	5
käibele tuleb valeraha ja võltsinguid ...	6
miski muu (KIRJUTAGE) .....	7
Teile ei tee euroga seoses miski muret	8
EI OSKA ÖELDA.....	9

**7. Üks hirme, mis inimestel on, seostub hinnatõusuga eurole ülemineku tagajärjel. Milline on Teie isiklik seisukoht selles küsimuses? Kas...? (1 VASTUS)**

Hinnad tõusevad, kui Eesti läheb eurole üle	1
Hinnad tõusevad, kui Eesti ei lähe eurole üle, vaid kasutab krooni edasi	2
Hindu ei mõjuta oluliselt see, kas Eesti kasutab eurot või krooni	3
EI OSKA ÖELDA.....	4

**8. Kellelt tulevat infot eurole ülemineku kohta Te kõige enam usaldaksite? Kellelt esmajoones? Kellelt teisena? Ja kellelt kolmandana? (ROTEERIDA, KUNI 3 VASTUST)**

Valitsuselt .....	1
Riigi või kohaliku omavalitsuse ametnikelt	2
Poliitikutelt .....	3
Eesti Pangalt .....	4
Euroopa institutsioonidelt .....	5
Kommertspankadelt .....	6
Ajakirjanikelt .....	7
Valitsusvälistelt organisatsioonidelt (nt eriala-ühendused, erinevad ühingud ja liikumised)	8
Teadlastelt.....	9
Sõpradelt ja tuttavatelt .....	10
MUU, TÄPSUSTAGE .....	11
EI OSKA ÖELDA.....	12

**9. Millisel teemal seoses eurole üleminekul, Teie isiklikult esmajoones infot sooviksite? Mille kohta veel? (LUGEGE ETTE, KUNI 2 VASTUST, ROTEERIDA).**

kuidas toimub kroonide vahetamine eurode vastu	1
milline on ühe euro väärtus kroonides	2
kuidas euro paberrahad ja -mündid välja näevad	3
kuidas hoiduda pettasaamisest sularaha vahetamisel eurodeks	4
kuidas hinnad kroonides teisendatakse ümber hindadeks eurodes	5
euro mõju teile isiklikult, mis puudutab teie sissetulekut, sääste, laenusid	5
euro sotsiaalsed, majanduslikud ja poliitilised mõjud	6
MUU, TÄPSUSTAGE .....	7
EOÖ .....	8

**10. Näitan Teile nüüd võimalike eurot puudutavate infoallikate nimekirja. Palun öelge, kuidas Te isiklikult eelistate euro kohta infot saada? Millisel kujul saadava infoga Te ka tõepoolest tutvuskite ehk mida loeksite, vaataksite või milles osaleksite? Millega esmajoones? Ja millega seejärel? (1 VASTUS "ESMAJOOONES" JA KUNI 2 VASTUST "SEEJÄREL", ROTEERIDA VARIANTE)**

eurole üleminekut kajastav vaheleht üleriikliku päevalehe vahel	1
eurole üleminekut kajastav vaheleht maakonnalehe vahel	2
mõneminutilised infoklipid televisioonis	3
väitlussaadet televisioonis.....	4
meelelahutuslik-harivad saated televisioonis (nt mälumängud, reportaažsaated)	5
sissehelistamissaated raadios, kus saab esitada küsimusi ja avaldada arvamust	6
ekspertide arutelusaated raadios .....	7
1-2 lehelised voldikud, mis on välja pandud panga- ja postkontorites, ning suuremates kauplustes .....	8
1-2 lehelised voldikud, mida jagatakse teavitussüritustel ja infokeskustes	9
5-10 leheküljelised brošüürid, mis saadetakse teile postiga koju	10
eurokalkulaatori saatmine (võimaldab arvutada hindu eurodes kroonideks ja vastupidi) otsepostitusega igasse majapidamisse	11
euroteavituse bussituur maa-asulates ja maakonnalinnades	12
rändnäitus kohalikus raamatukogus ..	13
infotelk suurematel laatadel .....	14
avalikud teabepäevad ja rahvakoosolekud	15
MÕNEL MUUL MOEL, täpsustage .....	16
EI SOOVI INFOT SAADA .....	17
EI OSKA ÖELDA.....	18

**11. Kas Te olete viimase KAHE AASTA jooksul käinud mõnes Euroopa Liidu liikmesriigis või elanud seal vähemalt kuu aega või rohkem?**

Jah, olen EL riiki/riike külastanud.....	1
Jah, olen EL riigis elanud .....	2
Ei .....	3
EOÖ .....	4

**12. Kas Teie või keegi Teie tuttavatest on kunagi olnud seotud mõne Euroopa Liidu projektiga või saanud Euroopa Liidu fondidest toetust (nt põllumajandustoetus, ettevõtlustoetus jmt)**

Jah, mina või mu tuttav on osalenud EL projektis	1
Jah, mina või mu tuttav on saanud EL fondidest toetust	2
Ei .....	3
EOÖ .....	4

**13. Kui homme toimuksid Riigikogu valimised ja sinna kandideeriksid ekraanil märgitud erakonnad, siis milliste erakondade vahel Te oma hääle andmisel kaaluksite? (MITU VASTUST, ROTEERIDA VARIANTE)**

**14. Ja kui homme toimuksid Riigikogu valimised ja sinna kandideeriksid ekraanil märgitud erakonnad, siis kelle poolt Te hääletaksite? (EKRAANIL AINULT NEED**

**ERAKONNAD, MILLE VAHEL KAALUB VALIKUT, ÜKS VASTUS)**

Sotsiaaldemokraatlik Erakond .....	1
Isamaaliit .....	2
Eesti Reformierakond.....	3
Res Publica .....	4
Eestimaa Ühendatud Rahvapartei ...	5
Eesti Keskerakond .....	6
Eestimaa Rahvaliid .....	7
Eesti Vasakpartei .....	8
Eesti Kristlik Rahvapartei .....	9
Vene Erakond Eestis.....	10
Eesti Iseseisvuspartei .....	11
Demokraadid - Eesti Demokraatlik Partei .....	12
MUU .....	13
EOÖ .....	14

**15. Kas Teil isiklikult või teie perekonnal on laen pangast või laenu andvast firmast või on kavas lähema aasta jooksul sealt laenu võtta?**

On laen.....	1
On kavas laenu võtta .....	2
Ei .....	3
EOÖ .....	4

**16. Kas Teil isiklikult või teie perekonnal on mingeid investeringuid (nt väärtpaberitesse, investeerimisfondi osakutesse, pensionifondidesse jne)?**

Jah.....	1
Ei .....	2
EOÖ .....	3



## Lisa 5: Tabelid