



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks

RITA-RÄNNE TP5

(IM)MOBIILSETE ELANIKERÜHMADE SOTSIAALMEEDIAKASUTUS JA IDENTITEET

Uuringu ülevaade
Detsember 2018



RITA-RÄNNE
projekt

RITA-RÄNNE projekt aitab välja töötada teaduslikult põhjendatud innovaatilisi lähenemisi rände ja lõimumise protsesside juhtimiseks Eestis, eesmärgiga aidata kaasa majanduse arengule ja ühiskonna sidususe suurenemisele

Uuringu ülevaade

Sander Salvet

Anu Masso

Tallinna Tehnikaülikool

LÜHIKOKKUVÕTE

- ❖ Käesolevas uuringus on kaardistatud Eesti elanikkonna meediakasutuse ja etnilise identiteedi mustreid ning nende mustrite seoseid rändesoovidega. Kuna teaduskirjanduses (nt Al-Rawi, 2017; Marino, 2015) on varem osutatud sotsiaalmeedia jälgimise ja sotsiaalmeediapõhistes *online*-kogukondades osalemise hõlbustavale rollile rände eri etappides, on ka siinses uuringus erilise tähelepanu all elanike sotsiaalmeediakasutus ja kogukonnatunne sotsiaalmeedia kontaktidega.
- ❖ Eespool mainitud mustrite ja seoste analüüs põhineb uuringu “Mina. Maailm. Meedia” 2014. aasta sügisel kogutud andmetel, mida on võimalusel võrreldud ka sama uuringu varasematel aastatel kogutud andmetega.
- ❖ Otsitakse vastust kahele uurimisküsimusele. 1) Milliseid rändesoove väljendavad individid, kel on erinev ligipääs meediale ja erinevad hoiakud meedia suhtes? 2) Millised etnilise identiteedi mustrid iseloomustavad mobiilseid ja immobiilseid rühmi, kel on digitaalmeediaga erinevad kogemused?
- ❖ Tulemustest nähtub, et aktiivne ja mitmekesine traditsioonilise meedia (täpsemalt ajalehtede ja televisiooni) jälgimine toetab pigem vastajate immobiilsust, mis väljendub soovis püsivalt Eestisse elama jääda. Samas, aktiivne ja mitmekülgne digitaalmeedia jälgimine toetab individide mobiilsust: soovi Eestist ajutiselt või püsivalt lahkuda. Sotsiaalmeediakontaktide mitmekesisus ja ühtekuuluvustunne nendega soodustavad aga etnilise identiteedi väljendamist.

MEETOD

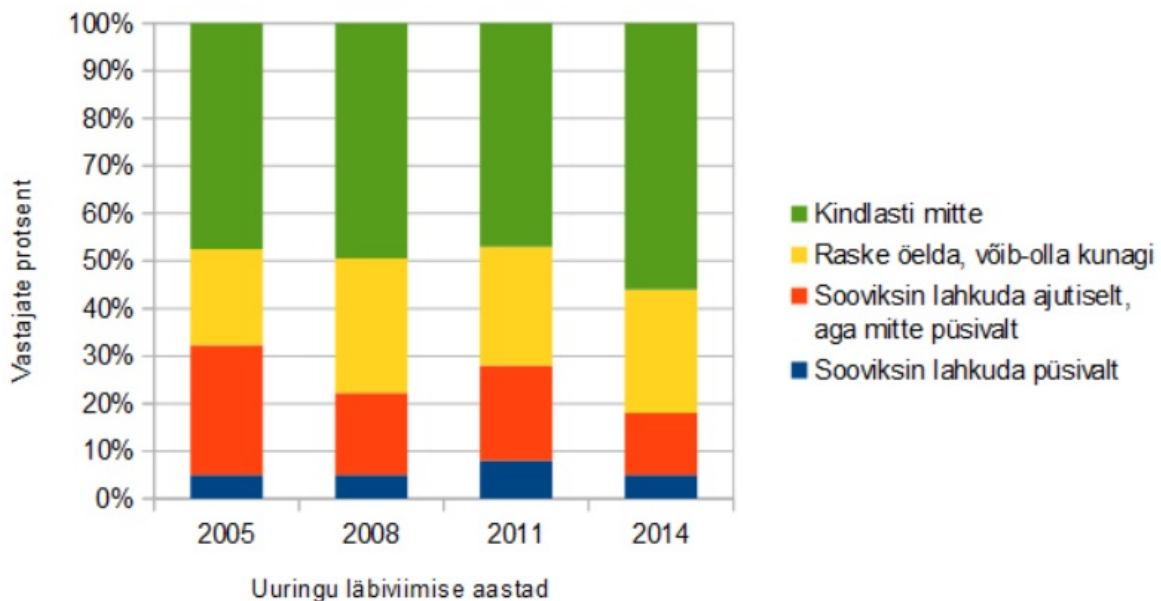
- ❖ Käesolevas töös on kvantitatiivselt analüüsitud uuringu “Mina. Maailm. Meedia” küsitlusandmeid, mis koguti 2014. aasta sügisel 15–74aastaste Eesti elanike hulgas. Võimalusel on kasutatud võrdluseks ka sama uuringu 2002., 2005., 2008. ja 2011. aastal kogutud andmeid.
- ❖ Valim koosneb 1503 uuringus osalejast, kellest 1028 vastajat täitis küsimustiku eesti ja 475 vene keeles. Et vähendada erinevusi valimi ja rahvastiku tegeliku koosseisu vahel (tuginedes statistilistele rahvastikuandmetele), kaaluti andmeid põhiliste sotsiaaldemograafiliste tunnuste lõikes, nagu sugu, vanus, rahvus ja elukoht.
- ❖ Analüüsitud on kolme tüüpi indikaatoreid: mobiilsus (väljarändesoovid), sotsiaalmeedia kasutamine ja identiteet (ühtekuuluvus etnilise rühma ja enda sotsiaalmeediakontaktidega).
- ❖ Rändesoovide kaardistamiseks on esmalt kasutatud kirjeldavat ühemõõtmelist analüüsi. Seejärel on mitmemõõtmelise analüüsi käigus uuritud rändesoovide seoseid sotsiaaldemograafiliste

näitajatega, arvutades seosekordaja Crameri V väärtused. Rändesoovide ja meediajälgimise vaheliste seoste uurimiseks on aga kasutatud dispersiooni- ja regressioonianalüüsi.

TULEMUSED JA JÄRELDUSED

Rändesoovid

- ❖ **Tulemus:** käesoleva uuringu järgi on aastail 2005–2014 soovinud suhteliselt stabiilne osa uuringus osalejaist (5–8%) Eestist püsivalt välja rännata (vt joonist 1). Nende vastajate osakaal, kes on aga soovinud Eestist ajutiselt lahkuda, on kõikunud mõnevõrra rohkem (13–27%). Kokku võttes on olnud väljarändesooviga vastajaid rohkem aastatel 2005 (32%) ja 2011 (28%) ning vähem aastatel 2008 (22%) ja 2014 (18%).
- ❖ **Järeldus:** võimalik seletus, miks püsiva väljarände sooviga vastajate osakaal on püsinud stabiilsem kui ajutise väljarände sooviga indiviidide protsent, on see, et soovid püsivalt teise riiki elama asuda on üleilmsete majandusolude suhtes vähetundlikud, küll aga avaldavad majandusolud rohkem mõju ajutistele väljarändeplaanidele. Põhjus, miks 2008. aastal sooviti vähem (ajutiselt) välismaale kolida, oli tõenäoliselt globaalne majanduskriis, mis tõi kaasa suure inflatsiooni ja ebakindluse tuleviku suhtes. 2014. aastal iseloomustas aga Eesti päritolu migrantide mitme meelissihtriigi (nt Soome ja Austraalia) tööturгу süvenev tööpuudus – nii on mõistetav, miks ka toona vähenes huvi rände vastu (OECD, 2018).



Joonis 1. Eestist lahkumise soovid aastate lõikes.

- ❖ **Tulemus:** väljarändesoovide ja vastajate vanuse vahel on keskmise tugevusega seos, mis on aastatega järjest tugevamaks muutunud (vt tabelit 1). Aastail 2008 ja 2011 võis täheldada keskmise tugevusega seost ka rändesoovide ja ankeedi keele vahel, kuid aastaks 2014 oli see muutunud nõrgaks seoseks. Läbi aastate on rändesoovid olnud nõrgalt seotud veel sissetuleku,

hariduse ja sotsiaalse kihiga. Statistiliselt olulist seost pole rändeplaanidel ei vastajate soo ega piirkonnaga.

- ❖ **Järeldus:** rändesoovide seos vanusega on selgitatav sellega, et vanemate uuringus osalejatega võrreldes on nooremate indiviide hulgas rohkem neid, kes soovivad Eestist lahkuda või on oma tulevikuplaanide suhtes ebakindlad. Selline erinevus vanemate ja nooremate vastajate vahel on aastatega suurenenud. Rändesoovide ja ankeedi keele vahelise seose nõrgenemine näitab aga seda, et ehkki venekeelsete inimeste hulgas on olnud rohkem neid, kes soovivad Eestist välja rännata, kui eestikeelsete vastajate seas, siis see erinevus on siiski märgatavalt kahanenud. Väljarändesoovide nõrk seos sissetuleku, hariduse ja sotsiaalse kihiga viitab eelkõige sellele, et rännet ei saa seletada vaid majanduslike teguritega, vaid arvesse tuleb võtta sotsiaalseid ja kultuurilisi tunnuseid, nagu näiteks sotsiaalmeedia kasutamine ja osalemine *online*-kogukondades.

Tabel 1. Väljarändesoovid sotsiaal-demograafiliste tunnuste lõikes.

	2002	2005	2008	2011	2014
Keel	.125***	.146***	.278***	.218***	.106***
Sissetulek	.055	.087**	.069**	.094	.092***
Vanus	.287***	.286***	.268***	.260***	.293***
Sugu	.007	.071	.046	.044	.050
Piirkond	.097**	.053	.104***	.073*	.088
Haridus	.059*	.044	.065*	.057	.088**
Sotsiaalne kiht	.088	.095***	.096***	.068	.087**

* $p \leq .01$, ** $p \leq .05$, *** $p \leq .001$

Digitaalmeedia kasutamise eelistused

- ❖ **Tulemus:** erinevate rändesoovidega vastajaid iseloomustavad ka erinevad meedia kasutamise mustrid (vt tabelit 2). Need uuringus osalejad, kes jälgisid aktiivsemalt ja mitmekülgsemalt traditsioonilist meediat (ajalehti ja televisiooni, v.a raadiot) ning vähem digitaalmeediat, olid pigem immobiilsed ja tahtsid püsivalt Eestisse elama jääda. Seevastu need inimesed, kes jälgisid aktiivsemalt ja mitmekülgsemalt digitaalmeediat ning vähem traditsioonilist meediat (ajalehti ja televisiooni, v.a raadiot), olid pigem mobiilsed ja soovisid kas ajutiselt või püsivalt mõnda välisriiki kolida. Kolmas rühm indiviide, kes ei olnud kindlad, kas soovivad Eestisse jääda või Eestist välja rännata, kasutasid nii traditsioonilist kui ka digitaalmeediat mõõdukamalt: meedia jälgimise mitmekesisuse ja aktiivsuse näitajatelt paiknesid nad n-ö kahe eelneva rühma vahel.
- ❖ **Järeldus:** meedia kasutamise eelistused toetavad erinevaid (im)mobiilsusmustreid. Mobiilsust ehk soovi päritoluriigist välja rännata soodustab eelkõige digitaalmeedia ehk uudisteportaalide ja sotsiaalmeedia aktiivne ja mitmekesine kasutamine, mitte aga traditsioonilise meedia (nt ajalehtede ja televisiooni) jälgimine. Selline tähelepanek on kooskõlas varasemate uuringutega (nt Al-Rawi, 2017; Marino, 2015), kus samuti on leitud, et digitaalmeedia kasutamine hõlbustab rännet, pakkudes migrantidele nii praktilist kui ka emotsionaalset tuge ning võimalust hoida sidet nii rände sihtriigi kui ka lähteriigiga.

Tabel 2. Väljarändesoovid meedia kasutamise lõikes (keskmine ja F-test).

	Ei soovi Eestist lahkuda	Ei oska vastata	Soovib Eestist lahkuda	F	Sig.
Ajalehtede lugemise aktiivsus ja mitmekülgsus	3,04	2,91	2,84	3,8	.023
Võrguväljaannete ja portaalide jälgimine	2,27	2,83	2,96	53,18	.000
Raadiokuulamise aktiivsus ja mitmekülgsus	3,15	3,02	3,27	3,32	.036
Televaatamise aktiivsus ja mitmekülgsus	2,98	2,85	2,86	2,46	.086
Teleuudiste jälgimine	3,21	2,68	2,84	22,75	.000
Eestikeelsete meediakanalite jälgimine	2,28	2,36	2,82	4,5	.012
Eesti venekeelsete meediakanalite jälgimine	3	3,02	2,99	0,03	.974
Venemaa meediakanalite jälgimine	2,96	2,99	2,79	0,91	.402
Lääne meediakanalite jälgimine	2,71	3,06	3,12	5	.007
Arvutikasutuse aktiivsus ja mitmekülgsus	2,38	3,16	3,4	104,79	.000
Interneti kasutamise vahendite mitmekülgsus	2,17	2,97	3,16	122,61	.000
Internet tahvelarvuti ja nutitelefoni abil: aktiivsus ja mitmekülgsus	1,44	2,27	2,45	104,56	.000
Erinevate sotsiaalmeedia kanalite kasutamine	1,74	2,77	3,09	148,15	.000
Sõpraderingi mitmekesisus Facebookis	1,74	2,75	2,95	118,41	.000
Sotsiaalmeedia kasutamise funktsionaalne mitmekülgsus	1,77	2,71	3,09	132,53	.000

Erineva mobiilsusega rühmade identiteet

- ❖ **Tulemus:** etnilise identiteedi väljendamine on eelkõige seotud sõprade mitmekesisusega Facebookis, veidi vähemal määral ka ühtekuuluvustundega sotsiaalmeedia kontaktide suhtes ning veebilehtede ja uudisteportaalide jälgimisega (vt tabelit 3). Internetile ligipääsuks kasutatavate seadmete ja erinevate sotsiaalmeediaplatformide kasutamisega on etnilisel identiteedil negatiivne seos. Vanusel on etnilise identiteediga tugev negatiivne seos vaid nende vastajate korral, kelle tulevikuplaanid on ebaselged. Arvuti kasutamise aktiivsusel ja mitmekesisusel, tahvel arvutite ja nutitelefonide abil interneti kasutamise aktiivsusel ja mitmekesisusel ning sotsiaalmeedia kasutamise funktsionaalsel mitmekesisusel puudub seos etnilise identiteedi väljendamisega.
- ❖ **Järeldus:** üldine arvuti- ja internetikasutuse aktiivsus ja mitmekesisus etnilist identiteeti ei toeta, küll aga toetavad seda mitmekesine sõpruskond ja kogukonnatunne sotsiaalmeedias. Tuginedes

varasematele uuringutele (nt Dekker & Engeberson, 2013; Schrooten, 2012; Tabor & Milfront, 2013), võib üks seletus olla, et etnilise identiteedi väljendamist toetab täpsemalt osalemine sarnase etnilise taustaga *online*-kogukondades, mille üks paljudest funktsioonidest on identiteediloomine. Sellised online-kogukonnad migrantide jaoks sageli kui sotsiaalsed-kultuurilised sillad rände sihtriigi ja lähteriigi vahel.

Tabel 3. Eestlastega samastumine sotsiaalmeedia kasutamise ja väljarändesoovide lõikes (lineaarsed regressioonimudelid).

	Kokku		Ei soovi lahkuda		Ei tea		Soovib lahkuda	
	β	p	β	p	β	p	β	p
Vanus	-.059	NS*	-.013	NS	-.310	.000	-.021	NS
Samastumine sotsiaalmeediasõpradega	.122	.000	.110	.002	.126	.011	.126	.045
Võrguväljaannete ja portaalide jälgimine	.194	.000	.198	.000	.151	.006	.214	.003
Arvutikasutuse aktiivsus ja mitmekülgsus	-.009	NS	-.022	NS	.043	NS	-.080	NS
Interneti kasutamise vahendite mitmekülgsus	-.145	.000	-.054	NS	-.185	.003	-.180	.020
Internet tahvelarvuti ja nutitelefonil abil: aktiivsus ja mitmekülgsus	.025	NS	.024	NS	.031	NS	.058	NS
Erinevate sotsiaalmeedia kanalite kasutamine	-.323	.000	-.313	.000	-.359	.000	-.210	.051
Sõpraderingi mitmekesisus Facebookis	.341	.000	.328	.000	.342	.000	.334	.001
Sotsiaalmeedia kasutamise funktsionaalne mitmekülgsus	-.022	NS	-.023	NS	-.068	NS	.053	NS

KASUTATUD KIRJANDUS

Al-Rawi, A. (2017). Facebook and virtual nationhood: social media and the Arab Canadians community. *AI & Society*, 1–13. doi:10.1007/s00146-017-0742-3

Dekker, R. & Engebensen, G. (2014). How social media transform migrant networks and facilitate migration. *Global Networks*, 14(4), 401–418. doi:10.1111/glob.12040

Marino, S. (2015). Making Space, Making Place: Digital Togetherness and the Redefinition of Migrant Identities Online. *Social Media + Society*, 1(2), 1–9. doi:10.1177/2056305115622479

OECD (2018). *NUP rates by place of birth and sex*. Kasutatud leheküljel <https://stats.oecd.org/>

Schrooten, M. (2012). Moving ethnography online: researching Brazilian migrants' online togetherness. *Ethnic and Racial Studies*, 35(10), 1794-1809. doi: 10.1080/01419870.2012.659271

Tabor, A. & Milfont, T. (2013). We are all in the same boat: How online communities facilitate the process of migration. *New Zealand Journal of Psychology*, 42(1), 31–35.