

Lasteabitefon 116-111

Uuringuraport

September 2011

Sisukord:

- 1. Sissejuhatus**
- 2. Gruppide värbamise põhimõtted**
 - 2.1 Eelkooliealiste laste vanemad**
 - 2.2 Noored vanuses 12–15 aastat**
- 3. Fookusgrupi uuringu kava**
- 4. Täiskasvanute fookusgrupi tulemused**
- 5. Noorte fookusgrupi tulemused**

1. Sissejuhatus

Uuringu eesmärk oli koguda kvalitatiivset infot lasteabi telefoni reklaamide mõju kohta ja anda sisendit uute reklaamisõnumite planeerimisse. Niisamuti uurisime lasteabi telefoni üldist tuntust ja usaldusväarsust fookusgrupil osalejate silmis.

Konsultant kasutas küsimustele vastuste leidmiseks fookusgrupiintervjuude metoodikat.

Valimi osas püüdis konsultant esinduslikkust tagada erinevate seisukohtade mõttes. Esmaseks analüüsimeetodiks oli kvalitatiivne sisuanalüüs.

Esimeseks sihtrühmaks olid 10-15 aastased lapsed (noored) ja teiseks 35-40 aastased täiskasvanud, kellel on võimalikult erinev sotsiaalne taust ja kogemus.

Fookusgrupi intervjuu kui kvalitatiivuuringu meetod, on sobilik seetõttu, et see aitab saada rohkem teavet läbi respondentide omavahelise arutelu ja peegeldamise. Arutelude käigus reageeritakse aktiivselt üksteise ütlustele ja oluline tuleb paremini esile. Fookusgrupi liikmetele saadeti ette uurimisprobleem, kuid lähtuvalt metoodika heast tavast ei tehtud neile eelnevalt teatavaks kogu fookusgrupi kava.

Kui kvantitatiivsed uuringumeetodid võimaldavad numbriliselt välja tuua peamised tendentsid ja probleemid (vastates küsimusele kui palju?), siis kvalitatiivsete meetodite abil vastasime küsimustele: kuidas? milline? miks? ehk kujundasime sügavuti minnes arusaama uuritavast probleemist ning sellega kaasnevast.

Uuringu viis läbi konsultant Mart Soonik eelnevalt kooskõlastatud uuringukava alusel. Fookusgrupil osalejad värbas uuringufirma Norstat.

2. Gruppide värbamise põhimõtted

2.1 Eelkooliealiste laste vanemad

Vastajate värbamine fookusgruppidesse on täiskasvanute puhul raskem kui noorte vastajate puhul. Soolise representatiivsuse saavutamiseks eelistasime meessoost vastajaid, kelle värbamine gruppi oli keerulisem.

Mehed eelistavad teistsuguse suunitlusega fookusgruppe ja kulutatud ajaressursi eest saadav kinkekaart ei pruugi olla neile piisavaks tasuks.

Naissoost vastajaid on lihtsam fookusgruppi värvata, eriti kui tegemist on lastega seotud teemaga. Kulutatud ajaressursi eest pakutav kinkekaart on enamasti piisavaks motivatsiooniks.

Värbamist alustati 2 nädalat enne fookusgrupi toimumist, mis on tööealiste täiskasvanute puhul minimaalne aeg. Värvati kolme kogemustega F2F (silma-silma) küsitleja poolt Tallinnas.

Värbajatele püstitati eesmärk leida inimesi järgmiselt: Lasnamäelt 4, Mustamäelt 3 ja Õismäelt 4 inimest. Värbamise tingimuseks – eelkooliealiste laste/lapse olemasolu. Lapsevanemate vanus ei olnud primaarne.

Kokku värvati 11 inimest, et vestlusgrupis oleks toimumise päeval vähemalt 8 inimest.

Tuginedes kogemusele, mis näitab, et ca 30% värvatutest jätab tulemata, tuli ka seekord kohale 9 inimest 11-st.

2.2 Noored vanuses 12–15 aastat

Noorte vastajate värbamine fookusgruppidesse on metoodiliselt mõnevõrra teistsugune kui täiskasvanute kutsumine rühmavestlusse. Vastajate nõusse saamine on pisut kergem, ent korrektne värbamine nõuab teatud lisategevusi, nagu täiendavad selgitused vanemale ning temalt kirjaliku nõusoleku küsimine.

Vastajate kulutatud aja eest kasutatakse fookusgruppides kinkekaarte. Noorte seas läbi viidud vestluse eest said osalejad kinopiletite kinkekaardi. Kinkekaart võeti vastajate poolt hästi vastu ning see soodustas küsitletavate värbamist.

Värbamist alustati 1 nädal enne fookusgrupi toimumist. Värvati kolme kogemustega F2F (silmast-silma) küsitleja poolt Tallinnas.

Värbajatele püstitati eesmärk leida noori järgmiselt: Lasnamäelt 4, Mustamäelt 4 ja Õismäelt 3 inimest.

Kõik värvatud noorte vanemad olid kohustatud kaasa andma kirjaliku loa lapse osavõtuks fookusgrupis.

Kokku värvati 11 inimest, et vestlusgrupis oleks toimumise päeval vähemalt 8 -10 inimest. Vastupidiselt kogemusele, mis näitab, et orienteeruvalt 30% värvatutest jätab tulemata, oli seekordne fookusgrupp täies koosseisus kohal. Seepärast tuli 1 osaleja enne grupi algust ära saata nn kompensatsiooniks mõeldud RIMI kinkekaardiga 5€ väärtuses.

(allikas: Norstat)

3. Fookusgrupi uuringu kava

OSA	SISU	AEG
TUTVUSTUS	Moderaatori enesetutvustus, uuringu eesmärk (üldiselt), vestluse ligikaudne kestvus, salvestamisega seonduvad küsimused, põhireeglid: pole õigeid/valesid vastuseid, teineteise mittearvustamine, mitte omavahel lobisemine kui teine räägib parajasti, nimesildid eesnimedega rinda (klepsud) jm olmelised küsimused	10 min
SOOJENDUS, TÖÖRÜTMI SAAVUTAMINE	Osalejate enesetutvustus INDIVIDUAALTÖÖ: Mis seostub märksõnaga „Lasteabitelefoni“? Millisel juhul vajab laps kõrvalist abi? Millisel juhul on vaja riigi poole pöörduda? Millal aitaksite ise? Kuidas?	15 min
TELEFONI JT KANALITE TUNNETUS	Nimi + 3-4 lausega tuua näiteid kogemusest hättajäänud lastega INTERVJUU: Kuhu tuleb helistada, kui laps on hädas? Kas keegi teab, mis on lasteabi telefoninumber? Kas see on mugav viis hädasolevast lapsest teada andmiseks? Kuidas saab veel hädasolevast lapsest teada anda? Milliseid kanaleid kasutaksid meelsasti ise? Vastused näidetest ja kanalid tahvlile, kommentaarid.	15 min
TELEFONI JT KANALITE USALDUSVÄÄRSUS	INTERVJUU: Kas telefoni kaudu laste muredest teada andmine on usaldusväärne? Miks? Milliseid kanaleid usaldad enim, miks? Kuidas saaks telefoni usaldusväärset ja tuntut kasvatada? Kas olete nõus end avaldama või soovite teha seda anonüümselt? Milline peaks olema tagasiside teatajale?	15 min
TAGASISIDE REKLAAMILE	INDIVIDUAALTÖÖ: Jagan kätte värvilised reklaamid (poiss- fail: lasteabi 190x93, tüdruk-fail: 100x96). Annan kuulata audioreklaami (lasteabi_telefon_est) ja näitan reklaami (lasteabi_est). Lisaks jagan kätte diferentsiaalid. Milline on esmamulje nähtud reklaamist? Omadussõnad, mis reklaamidega seostuvad? Millise tunde tekitasid värvid, näod, tekst? Diktori hääl? On see üleskutse tegutsemisele või tekitab pigem kaastunnet? Lasta igäihel rääkida, KIRJUTADA TAHVLILE, lasta kõigil kommenteerida. Põhjused?	20 min
SISEND EDASISEKS	INTERVJUU: Mis oli nähtud reklaamides hästi, mis halvasti? Missuguse reklaami teeksite teie? VALGE LEHT JA 2 MIN	20 min

	<p>MÕTLEMISEKS Milliste visuaalsete kujundite, värvidega ja sõnumitega? Mis suurendaks usaldust Lasteabitelefoni vastu lisaks reklaamile?</p> <p>Vajadusel sulgeme enne vastuste andmist silmad ja püüame manada sobivaid värve, nägusid ja kujundeid.</p> <p>Vajadusel teeme harjutust Mees Marsilt: Pärast reklaami vaatamist. Misasi on lasteabitelefon? Kellele seda vaja on? Millised lapsed vajavad abi? Miks? Kes neid kiusab? Kes neid aitab? Kuidas?</p>	
LÕPETAMINE	<p>INTERVJUU:</p> <p>Tänud, viimased kommentaarid, täpsustused.</p>	5 min

4. Täiskasvanute fookusgrupi tulemused

1. Individuaaltöö.

Mis seostub märksõnaga „Lasteabitelefoni“?

Millisel juhul vajab laps kõrvalist abi? Millisel juhul on vaja riigi poole pöörduda? Millal aitaksite ise? Kuidas?

Individuaaltöö küsimus: Mis seostub märksõnaga „Lasteabitelefoni“?

Sellele vastasid enamik respondentidest, et sinna võivad helistada nii abivajavad lapsed ise kui ka kõrvalseisjad. Ühel juhul arvas vastaja, et sinna võiks teada anda ka kadumaläinud lapsest. Samuti tõi üks vastaja välja võimaluse, et lapsevanemad ise helistavad abitelefoni. Ühel korral tekkis vastajal tõsisemaid raskusi individuaaltöö küsimustikule vastamisel (tsitaat allpool).

Arti: „Kui aus olla, ma ei oska ühelegi neist vastata. Ma ei saa üldse aru, mis tasandil see lasteabitelefoni jutt käib. Mul ei ole sellest lasteabi telefonist tegelikult õrna aimugi.“

Sissejuhatava kirjaliku individuaaltöö küsimus: Millisel juhul vajab laps kõrvalist abi?

Küsitletavad leidsid, et sellele telefonile peab helistama, kui laps või tema vanemad enam päris hästi toime ei tule või ka juhul kui esineb peres psüühilist või füüsilist vägivalda.

Sissejuhatava kirjaliku individuaaltöö küsimus: Millisel juhul on vaja riigi poole pöörduda?

Leiti, et eelkõige juhul, kui kaalul on lapse heaolu, esineb väärkohtlemist tema vanemate poolt, hoolimatust või vägivalda.

Sissejuhatava kirjaliku individuaaltöö küsimus: Millal aitaksite ise? Kuidas?

Enamik aitaks lapsi nii transpordiga, rahaga, vestlusega kui ka riiklikesse institutsioonidesse (kooli, politseisse, KOVi) teatamisega.

2. Intervjuu:

Kuhu tuleb helistada, kui laps on hädas? Kas keegi teab, mis on lasteabi telefoninumber? Kas see on mugav viis hädasolevast lapsest teada andmiseks? Kuidas saab veel hädasolevast lapsest teada anda? Milliseid kanaleid kasutaksid meelsasti ise?

Selles blokis tuli välja, et täiskasvanud respondendid enamasti ei teadnud lasteabi telefoninumbrit. Koheselt leiti, et seda võiks rohkem reklaamida või panna kokku teiste hädaabitelefoniidega. Pakuti välja ka internetis reklaamimise võimalusi (nt populaarsed suhtluskeskkonnad, uudisteportaalid või otsingumootorid). Lisaks eeltoodule ka infotahvlid koolidesse ja lasteaedadesse. Telefoni peeti siiski suhteliselt mugavaks teavitamise viisiks.

Tahvlile said kirja järgmised reklaamimise kanalid:

1. Otsingumootorid
2. Bannerid veebis
3. FB ja Jussi multikad
4. Lasteasutused
5. Lipik lastele vihiku vahele või mujale
6. Noortekeskused
7. Mobiiltelefoni SIM kaardile
8. Videoklipp ja selle levitamine internetis

9. Õppeprogrammi osana (nt politsei infotunnid koolides)
10. Õpilaspäevikus
11. Küla vm väikese kogukonna tõmbekeskustes
12. Usaldusväärses kohalikus väljaandes, nt vallalehes

Näide väikese kogukonna infolevist:

Ave: Jah ja ta istubki ja seal ei ole ju kohapeal ei sotsiaaltöötajat, sest see on kuskil valla keskus, 30 km eemal, teda ei huvitagi, mis seal külas toimub, peaasi, et seal midagi toimub ja kool toimib momendil ja inimesed on õnnelikud üks-teist vähemalt maha ei löö ja ülejäänud on kõik. Seal on nagu raamatukogu või ma isegi ei tea, meil on isegi vist klubi vist olemas, aga seal ka koos ei käida enam.

Näited juhtumitest, mil on grupis osaleja püüdnud last aidata:

Andry: Mina olen sell juhul käinud isegi ukse taga, hea, et pereisa käest pikki hambaid ei saa, ütles, et mis see sinu asi on aga ometigi, ma ei mäleta mingi sugune pool kaks öösel, vist. /---/

Laps oli, minu arust kas üheksa, kümnene, kuskil mingi niisugune. Õeldigi, et tema on nii kaua õues kui tema tahab, selline, natuke enne septembrit ja loopisid, õhtul maja juures loopisid igasuguseid munade ja veepommid, sihukest asja. Omamaja hoov oli, siis teadsid, läksid.

Ave: Mina üks päev tahtsin politseisse helistada, kuna elan pargi läheduses kortermajas aga mul seal lärm kostub kõik tupp. Kell oli 3 või 5, öö oli, ma olin juba tükk aega maganud ja siis ma kuulen kuidas laps karjub emme lähme koju, emme pidutses sõpradega, ta ei teinud välja ka, et laps istus seal pingi peal niimoodi kurvalt, et emme lähme nüüd koju, tõesti noh. Ma mõtlesin tõesti, et kas ma tõesti helistan nüüd politseisse, et tulge, ma tahaks magada rahulikult ja siin on üks laps kes tahab ka koju juba, sellel emmel ei olnud üldse asja, et tal kuskil laps seal pargipingi peal samamoodi istub. Aga vist kõrvalt majast vist keegi kutsus, sest politsei tuli. Ära nad sealt kadusid.

Mõningase vabas vormis vestluse järel, mil palusin neil veelkord mõelda, missugusel juhul peaks just lasteabi telefonile helistama, koorus välja vastajate nõutus. Juhul, kui midagi juhtub kohe, nüüd ja praegu, siis peaks ühendust võtma politseiga. Allpool näited sellest, mil võiks helistada just lasteabi telefonile.

Margit: Siit kuidagi tahaplaanile jääb see hädaabi number, see ongi pigem sihukene pikemas plaanis nagu jälgimise teema, et ma vaatan, ma viin oma lapse lasteaeda, ja ma näen seal kõrval, et seal kõrval, sellel lapsel on mingisugused imelikud armid või asjad peal, ta on kuidagi imelik, siis ma helistan sinna, et äkki te saate keda saata kontrollima. Ma ei ole samas kindel, aga samas minge kontrollige, sest kui SOS on, siis on 110, siis mul ei tule elusees meelde see 116, oot mitu ühte seal veel oli?

Merle: Ma tean, et tulevad näiteks ütleme laps tuleb lasteaeda ja lasteaiaga kasvataja, õpetaja on nüüd, näeb, et laps on ei tea, imelikes kohtades on verevalumid, no ühesõnaga näeb, et laps võis olla pekstud. Siis võib olla tõesti.

Margit: See võib olla täiesti magamatus, väsimus, ta on lõi, ööläbi on pidutsetud, laps on magamata, füüsiliselt väsinud. See juba näitab, et kodus toimub midagi.

Ave: Aga näide näiteks imelikud sinikad, aga osad lapsed hakkavad kartma. Üks õpetaja on rääkinud, nii kui ta kas või käe tõstis natukene, et tule, nii on, laps oli kohe niimoodi (tõmbub kõssi). Teda on arvatavasti löödud, hirmutatud, mis iganes, keegi natuke valjemini hakkas rääkima, laps oli kuskil kõssi. See alati ei ole sinikas, mis näitab.

3. Intervjuu:

Kas telefoni kaudu laste muredest teada andmine on usaldusväärne? Miks? Milliseid kanaleid usaldad enim, miks? Kuidas saaks telefoni usaldusväärset ja tuntust kasvatada? Kas olete nõus end avaldama või soovite teha seda anonüümselt? Milline peaks olema tagasiside teatajale?

Enamasti ei peetud probleemiks telefoni teel info edastamist. Anonüümsust ei peetud liiga oluliseks, pigem vastupidi. Keegi võib anonüümsena kasutada abitelefoni lihtsalt rumaluse tegemiseks või alusetuks pealekaebamiseks, viimases oli grupp ühel meelel.

Arti: Iseasi, see on juba liini kuritarvitamine, et me ei saa naabritädiga läbi, ma saadan sotsiaaltöötajad kaela, läbi selle numbri, tegelikult ei ole seal mitte-midagi, anonüümne helistaja, see on nende ressursside raiskamine.

Ave: Mul on anonüümsuse osas see, et kui ta oleks anonüümne, siis ütleme, siis ütleme teismelisele pakub see jubedalt nalja, kuule teeme nalja, helistame, nagunii nad teada ei saa.

Küsitletavad ise on samuti valmis abi saamiseks nõustajate poole pöörduma. Eelkõige mainiti nõu ja abi saamise kohaks kooli, tasuta nõustamisteenust, psühholoogi.

Arti: Ma tean ise oma tutvusringkonnas nii paljusid kes käivad psühholoogi juures, lastega käiakse nagunii, aga kes käivad ise ka nõu saamas.

Telefoni peeti enamasti usaldusväärseks ja mingeid spetsiaalseid tegevusi selle kasvatamiseks grupp ette ei näinud, pigem peeti siingi probleemiks teadlikkust, numbri kergest leitavust ja seotust teiste abitelefonidega. Samuti tõi üks vastaja välja puuduliku õpetajate ja kasvatajate teadlikkuse.

Ave: Ma võin öelda, et olen haridustöötaja, seda ei õpeta mitte keegi, mitte kuskil, ma olen Tallinna Ülikooli magistrantuuri lausa lõpetanud, mitte keegi ei ole kuskil mulle õpetanud seda, et järgida last, seda kuidas ta käitub. See tuleb lihtsalt sellega, et sa vaatad ja märkad, et ta käitub natukene teistmoodi.

/---/

Ave: Jah, ja samamoodi võib seda 116-e kas või kuskil loengus, ülikoolis mainida. Mina sain täna esimest korda teada ma olen 10 aastat haridustöötaja olnud.

4. Grupitöö. Reklaamide vaatamine.

Milline on esmamulje nähtud reklaamist? Omadussõnad, mis reklaamidega seostuvad? Millise tunde tekitasid värvid, näod, tekst? Diktori hääl? On see üleskutse tegutsemisele või tekitab pigem kaastunnet?

Enamik vastajatest olid sarnast reklaami näinud, kuid seda ei peeta mitte lapsi aitavaks telefoniks, vaid pigem **annetustelefoniks**. Laps tundus enamike jaoks õnnetu, kuid eriti meesvastajate seas, oli tunda ka teatavat irooniat ja võltside pisarate äratundmist. Sotsiaalministeerium oli mõne vastaja jaoks liiga suurelt eksponeeritud. Reklaami

parandamise osas olid seisukohad vastakad. Soovitati nii kirkamaid värve, kui ka kontrastset musta ja valget kujundust. Eelkõige jäi kõlama põhimõtte, et lasteabi telefon peaks selgelt eristuma annetustelefonidest.

Ave: Lastehaiglal on ju umbes taoline reklaam, et aita last ja annetustelefonid on seal all, seal on ka mingi sidemes laps ja annetustelefonid jooksevad alt. Pigem see tekitab ka, et ahah, siin tuleb ka kuskile helistada ja raha annetada ja ei, aitäh see ei ole minu jaoks.

Andry: Tundub, et alguses jälle aita last. Nii. Kui see on mingi üle-üldine, üle eestilise annetustelefonid jälle, ma lülitan kohe ennast välja sellelt telefonilt. Aita last, ma ei hakka isegi edasi kuulama, ta peaks algama kuidagi selle lausega, mis seal oli, et teata abivajavast lapsest või midagi sellist.

Ave: Jah, praegu on see insuliini teema sama sarnane. Toeta neid lapsi nende insuliinipumpadega. Seal on ka need lapsed samad näoga, natukene kurva ja tühja pilguga. Vaatavad telekraanilt vastu, noh anna, no helista anna mulle see sent või euro.

Semantilise diferentsiaali individuaaltöös märkisid pea kõik vastajad, et nad usaldavad lasteabi telefoni, kuid reklaam pigem ei meeldinud. Vaid kahel korral vaadatud reklaam pigem sobis.

5. Paaristöö.

Mis oli nähtud reklaamides hästi, mis halvasti? **Missuguse reklaami teeksite teie?** Milliste visuaalsete kujundite, värvidega ja sõnumitega?

1. Grupp:

- Aita last- raudselt keelata alguses
- Number suurem ja kontrastsem
- Lapsed ei ole siirad
- Lapsed loeksid ise teksti
- Tekst konkreetsem laste jaoks

2. Grupp

- Värvid: tumeroheline, heleoranž
- Klipp: laps näeb pealt kiusamist (reklaam lastele)
- Klipp: väike pisarates tüdruk ukse taga, tagapool/ teisest toast kostab karjumist (reklaam täiskasvanutele)
- Klipp: suur tüdruk hingeldamas, nutt kurgus või just maha rahunemas (reklaam teismelistele)
- Telefoninumber suuremalt ja korrata tekstis mitu korda
- Sotsiaalministeeriumi logo väiksemaks
- Liigne info väiksemaks
- Erineda annetussõnumitest!

3. Grupp

- Reklaam võiks olla suunatud mõlemale osapooltele (nii laps kui ka täiskasvanu)
- Number suurem ja nähtavam
- Mulle reklaam meeldis, kuna teema on kurb
- Kui võimalik, siis võiks nr olla lühem, nt 116

4. Grupp

- a) Kurb laps nt pargis (mitte nii süngelt)
- b) Esimene lause tabavam
- c) Number nähtav
- d) Lastele võiks see olla veidi lõbusam ja seeriatena (nt lastesaadete vahele multika näol)

5. Noorte fookusgrupi tulemused

1. Individuaaltöö.

Mis seostub märksõnaga „Lasteabitelefoni“?

Millisel juhul vajab laps kõrvalist abi? Millisel juhul on vaja riigi poole pöörduda? Millal aitaksite ise? Kuidas?

Sissejuhatava kirjaliku individuaaltöö küsimus: Mis seostub märksõnaga „Lasteabitelefoni“?

Enamik vastajaid leidis, et see on telefon, kust saavad lapsed vajadusel abi, ükskõik millist. Enamasti aidatakse sõnadega. Ühel korral mainiti ka koduvägivalla suhtes abistamist.

Sissejuhatava kirjaliku individuaaltöö küsimus: Millisel juhul vajab laps kõrvalist abi?

Respondentide arvates vajab laps abi juhul, kui ta ei tea, mida teha, teda kiusatakse ja noritakse, samuti kui tal on mõni suur ja tõsine mure.

Sissejuhatava kirjaliku individuaaltöö küsimus: Millisel juhul on vaja riigi poole pöörduda?

Vastati, et sellisel juhul, kui pekstakse ja keegi teine ei saa aidata, vanemad on vägivaldsed, puuduvad kodu, toit või vanemad.

Sissejuhatava kirjaliku individuaaltöö küsimus: Millal aitaksite ise? Kuidas?

Vastajad leidsid, et ise aitaksid juhul, kui keegi norib, mõnitab või kiusab, paaril juhul käsiks vabandust paluda. Mainiti samuti, et hea oleks, kui laps saaks omasugusele muret kurta, vägivaldsetele vanematele läheksid lapsed vahele. Ühel juhul pakuti abina ka lohutavat vestlust.

2. Intervjuu:

Kuhu tuleb helistada, kui laps on hädas? Kas keegi teab, mis on lasteabi telefoninumber? Kas see on mugav viis hädasolevast lapsest teada andmiseks? Kuidas saab veel hädasolevast lapsest teada anda? Milliseid kanaleid kasutaksid meelsasti ise?

Enamik lastest väitsid, et nad on kuulnud abitelefoni, kuid jäid hätta täpse numbrini nimetamisega (vaid ühel juhul nimetas tütarlaps ligilähedaselt abitelefoni numbrini), kuid mõnel neist olid kokkupuuted teiste laste abistamisega.

Tihti oli, abistamise eesmärgil, viidud oma vanu riideid või raamatuid abivajajatele, kuid ühel juhul annetas laps ka teisele raha.

Hädasolev laps oli vastajate jaoks pigem orb või see, kes peseb end poriloigus, kerjab, varastab ja otsib süüa prügikastist.

3. Intervjuu:

Kas telefoni kaudu laste muredest teada andmine on usaldusväärne? Miks? Milliseid kanaleid usaldad enim, miks? Kuidas saaks telefoni usaldusväärset ja tuntust kasvatada? Kas olete nõus end avaldama või soovite teha seda anonüümselt? Milline peaks olema tagasiside teatajale?

Sarnaselt täiskasvanute rühmale, leidsid ka lapsed, et anonüümne telefonile teatamine võib kaasa tuua valeteid ja laste enese poolseid rumalaid nalju. Seega ei olnud nende jaoks anonüümsus probleemiks, pigem vastupidi.

Tagasiside osas pakuti, et siin võiks olla helistajapoolne initsiatiiv- abitelefoni kaudu võiks teataja ise uurida, kuidas on probleem lahendatud.

Kanalitest pakuti välja järgmisi võimalusi:

1. Eraldi laste telekanal
2. FB lehekülg, bannerreklaam
3. Rate.ee
4. Eraldi kodulehekülg
5. Meiliaadress
6. Youtube

Juttu oli ka ohtudest, mis võib kaasneda mõne suure kampaania korraldamisega.

Mark - Facebookis võib ka korraldada mingi ürituse, et tänaval lapsed kerjavad, et kui me saame mingi viiskümmend miljonit inimest kokku, siis parandatakse igal pool üle maailma ära ja kui sa kohe ennast kirja paned saad tasuta facebooki särge, siis paned kirja ja kokkuvõttes midagi ei juhtu.

4. Grupitöö. Reklaamide vaatamine.

Milline on esmamulje nähtud reklaamist? Omadussõnad, mis reklaamidega seostuvad? Millise tunde tekitasid värvid, näod, tekst? Diktori hääl? On see üleskutse tegutsemisele või tekitab pigem kaastunnet?

Laste esimene reaktsioon oli, et nad on sarnast reklaami näinud. Kanalitena mainiti nt TV 1000 ja Swedbanki.

Laias laastus jagunes grupp kaheks- ühed, kes pidasid seda läbinisti võltsiks, enamasti noormehed (sprite pisarad, odav ripsmetušš, imelikult õrnad silmad, kõik on feik!) ja teised, enamasti tütarlapsed, kes liigitasid seda kurvaks (laps on kurb, õnnetu, kahju on). Kurvaks muutis reklaami näod ja muusika, võltsiks eelkõige pisarad ja diktori hääl.

Enamasti olid vastajad valmis lasteabi telefonile helistama ja hättasattunud lastest teada andma. Need lapsed, kes ei olnud aitamisega kokku puutunud, olid häälekamad ja kogu aitamise temaatika suhtes üleolevamad.

Karel – Tundus kõik nii fake olevat.

Milleenium – Viimase pildi juures mõtlesin, palju see ripsmetušš maksab?

/---/ Siis ta on nagu fake, nad olid nagu mingid Sprite, silmatilgad.

Semantilise diferentsiaali individuaaltöös märkisid lapsed kolmel juhul, et reklaam neile ei meeldi ja nad seda ei usalda (noormehed), neljal juhul, et reklaam meeldib ja nad pigem usaldavad telefoni (sega). Kolm vastajat (tütarlapsed) jäid neutraalseks ja märkisid oma punkti täpselt semantilise diferentsiaali keskele.

5. Paaristöö.

Mis oli nähtud reklaamides hästi, mis halvasti? **Missuguse reklaami teeksite teie?** Milliste visuaalsete kujundite, värvidega ja sõnumitega?

1. Grupp

- a) Pildid peaksid olema värvilisemad, nagu pilves
- b) Laps peseb porilombis
- c) Pole raha narkootikumide ostmiseks

2. Grupp

- a) Kurb ja paneks mõtlema
- b) Lapse välimus peaks olema selline, et oleks kohe näha: ta vajab abi
- c) Laps tuleb ja räägib ise oma probleemist

3. Grupp

- a) Laps on prükkar ja tarvitab narkootikume
- b) Vanemad nutavad tema pärast
- c) Lapsel peab olema kurb välimus