

Lasteabitelefoni 116-111

# Uuringuraport

Oktoober 2013

## Sisukord:

1. Sissejuhatus
2. Gruppide värbamise põhimõtted
  - 2.1 Eelkooliealiste laste vanemad
  - 2.2 Noored vanuses 12–15 aastat
3. Fookusgrupi uuringu kava
4. Vanemate fookusgrupi tulemused
  - 4.1 Grupitöö. Reklaamide vaatamine.
  - 4.2 Semantilise diferentsiaali tulemused
  - 4.3 Individuaaltöö.
5. Noorte fookusgrupi tulemused
  - 5.1 Grupitöö. Reklaamide vaatamine.
  - 5.2 Semantilise diferentsiaali tulemused
  - 5.3 Individuaaltöö.
6. Semantiline diferentsiaal (kokku noorukid/lapsed ja vanemad)

## 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.

MSMedia 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 (noorukid) ja teiseks 30-50 aastased täiskasvanud (vanemad), kellel on võimalikult erinev sotsiaalne taust ja kogemus.

Fookusgrupi intervjuu kui kvalitatiivuuringute 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.

Fookusgruppides kasutas uurija individuaalsetes töölehtedes semantilist diferentsiaali, et mõista paremini reklaamiga seotud emotsiooni. Võrdluseks näitas ta kõrvale eelmise ja üle-eelmise aasta välireklaami ja seejärel uut reklaami uuesti. Iga reklaaminäitamise järel said osalejad oma arvamusi tagasi peegeldada. Teise vaatamise ajaks oli juba grupi liikmetele teada teiste arvamus ja see mõjutas mõningal määral uut tulemust.

Charles Osgoodi semantilise diferentsiaali idee on kirjeldada multidimensionaalset maailmanägemist, selles on olulisel kohal just esmane reaktsioon. Uuringu fookusgrupi ankeedis olid kasutusel ühel pool negatiivsed ja teisel pool positiivsed sõnapaarid. Respondendid hindasid kõigepealt uut reklaami, siis vanemaid ja seejärel uut reklaami uuesti. Sõnapaarid jäid samaks ja vastajad ei näinud oma esialgseid hinnanguid uuele reklaamile, kui nad seda uuesti pidid hindama.

Uuringu viis läbi MSMedia konsultant Mart Soonik eelnevalt kooskõlastatud uuringukava alusel. Tehnilise teeninduse eest vastutas uuringufirma Norstat.



## 2.2 Noored vanuses 10–15 aastat

Noorte vastajate värbamine fookusgruppidesse on metoodiliselt mõnevõrra teistsugune kui vanemate kutsumine rühmavestlusse. Vastajate nõusse saamine on pisut raskem ja 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.

Kindlasti tuleb arvestada ka sobivat aega fookusgrupi läbiviimiseks nii nädalapäeva kui kellaaega. Seekord oli see kolmapäeval kell 15.30.

Samuti kujunes värbamine sooliselt erinevaks – poisid/noorukid on vähem alati oma tundeid ja mõtteid F2F(näost näkku) teistega jagama.

Probleemiks osutus ka vanemate luba.

### Värbamise käik

Värbamist alustati 2 nädalat enne fookusgrupi toimumist. Värbamine teostati kolme kogemustega F2F (silma-silma) küsituleja poolt Tallinnas.

Värbajatele püstitati eesmärk värvata inimesi erinevatest Tallinna linnajagudest.

Kõik värvatud noorte vanemad, kuni 15.aastat(v.a.), olid kohustatud kaasa andma kirjaliku loa lapse osavõtuks fookusgrupis.

Kokku värvati 12 inimest, et vestlusgrupis oleks toimumise päeval vähemalt 8 inimest.

Tuginedes kogemusele, mis näitab, et ca 25% värvatutest jätab tulemata, tuli ka seekord kohale 9 inimest 12-st.

*(allikas: Norstat)*

## 3. Fookusgrupi uuringu kava

OSA	SISU	AEG
<b>TUTVUSTUS</b>	Moderaatori enesetutvustus, uuringu eesmärk (üldiselt), vestluse ligikaudne kestvus, salvestamisega seonduvad küsimused, põhieeglid: pole õigeid/valesid vastuseid, teineteise mittearvustamine, mitte omavahel lobisemine kui teine räägib parajasti, nimesildid eesnimedega rinda (kleepsud) jm olmelised küsimused	10 min
<b>SOOJENDUS, TÖÖRÜTMI SAAVUTAMINE</b>	Osalejate enesetutvustus <b>INDIVIDUAALTÖÖ:</b> Mis seostub märksõnaga „Lasteabitelefoni“? Millisel juhul vajab laps kõrvalist abi? Millisel juhul on vaja riigi poole pöörduda? Millal aitaksite ise? Kuidas?	15 min
<b>TELEFONI JT KANALITE TUNTUS</b>	Nimi + 3-4 lausega tuua näiteid kogemusest hättajäänud lastega  <b>INTERVJUU:</b> 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
<b>TELEFONI JT KANALITE USALDUSVÄÄRSUS</b>	<b>INTERVJUU:</b> 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
<b>TAGASISIDE REKLAAMILE</b>	<b>INDIVIDUAALTÖÖ:</b> Näitan värvilisi 2011 print reklaami (2011, lisaks telereklaam). Samuti jagan kätte diferentsiaalid. <b>Nimed!</b> Milline on esmamulje nähtud reklaamist? Omadussõnad, mis reklaamidega seostuvad? Millise tunde tekitasid	20 min

	<p>värvid, näod, tekst? On see üleskutse tegutsemisele või tekitab pigem kaastunnet? Miks?</p> <p>Lasta igaühel rääkida, kommenteerida. Põhjused?</p> <p><i>Näita selle aasta 2013 ühte print reklaami (2013). NB! Korja need tagasi. NB! Nimed!</i></p> <p>Esmased hinnangud pärast võrdluse tegemist. Uued diferentsiaalid (võivad jääda senise hinnangu juurde, võivad muuta). <b>Nimed!</b></p> <p><i>Näita eelmise aasta 2012 ühte print reklaami (2012).</i></p> <p>Esmased hinnangud pärast võrdluse tegemist. Uued diferentsiaalid (võivad jääda senise hinnangu juurde, võivad muuta). <b>Nimed!</b></p> <p><i>Näita uuesti 2013 print reklaami (2013). Lisaks jagan kätte diferentsiaalid. NB! Korja need tagasi. NB! Nimed!</i></p>	
<p><b>SISEND</b></p> <p><b>EDASISEKS</b></p>	<p>INTERVJUU:</p> <p>Mis oli nähtud reklaamides hästi, mis halvasti?</p> <p><b>Missuguse reklaami teeksite teie? VALGE LEHT JA 2 MIN MÖTLEMISEKS</b> 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. 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>	20 min
<p><b>LÕPETAMINE</b></p>	<p>INTERVJUU:</p> <p>Tänud, viimased kommentaarid, täpsustused.</p>	5 min

KOKKU 1h 25min

Noorukitele kinopiletid, vanematele kinkekaardid.

## Grupis kasutatud individuaalsed töölehed

### KÕIGEPEALT MÕNED ANDMED SINU KOHTA.

**Sinu eesnimi** .....

**Sinu vanus** .....

Mis seostub märksõnaga „Lasteabitelefoni“?

Millisel juhul vajab laps kõrvalist abi?

Millisel juhul on vaja riigi poole pöörduda?

Millal aitaksid ise? Kuidas?



## 1 Reklaami hindamine

Nimi:

### Millised märksõnad seostuvad Sinul nähtud reklaamiga?

*Skaala: mida lähemal on Sinu poolt märgitud lahter ühele või teisele poolusele, seda paremini sobib see sõna reklaami iseloomustama; 3=ei oska öelda, ei seda ega teist, mõlemad võrdselt.*

	1	2	3	4	5	
Kasutu						Kasulik
Külm						Soe
Mõistetamatu						Mõistetav
Kauge						Lähedane
Ebasõbralik						Sõbralik
Tähtsusetu						Tähtis
Paigalseisev						Arenev
Vastutustundetu						Vastutustundlik
Kulukas						Säästlik
Jõuetu						Jõuline
Hall						Värvikas
Aeglane						Kiire
Vanamoeline						Kaasaegne
Asjatundmatu						Professionaalne
Keeruline						Lihtne
Ebausaldusväärne						Usaldusväärne

## 2 Reklaami hindamine:

### Millised märksõnad seostuvad Sinul nähtud reklaamiga?

*Skaala: mida lähemal on Sinu poolt märgitud lahter ühele või teisele poolusele, seda paremini sobib see sõna reklaami iseloomustama; 3=ei oska öelda, ei seda ega teist, mõlemad võrdselt.*

	1	2	3	4	5	
Kasutu						Kasulik
Külm						Soe
Mõistetamatu						Mõistetav
Kauge						Lähedane
Ebasõbralik						Sõbralik
Tähtsusetu						Tähtis
Paigalseisev						Arenev
Vastutustundetu						Vastutustundlik
Kulukas						Säästlik
Jõuetu						Jõuline
Hall						Värvikas
Aeglane						Kiire
Vanamoeline						Kaasaegne
Asjatundmatu						Professionaalne
Keeruline						Lihtne
Ebausaldusväärne						Usaldusväärne

## 3 Reklaami hindamine

Nimi:

### Millised märksõnad seostuvad Sinul nähtud reklaamiga?

Skaala: mida lähemal on Sinu poolt märgitud lahter ühele või teisele poolusele, seda paremini sobib see sõna reklaami iseloomustama; 3=ei oska öelda, ei seda ega teist, mõlemad võrdselt.

	1	2	3	4	5	
Kasutu						Kasulik
Külm						Soe
Mõistetamatu						Mõistetav
Kauge						Lähedane
Ebasõbralik						Sõbralik
Tähtsusetu						Tähtis
Paigalseisev						Arenev
Vastutustundetu						Vastutustundlik
Kulukas						Säästlik
Jõuetu						Jõuline
Hall						Värvikas
Aeglane						Kiire
Vanamoeline						Kaasaegne
Asjatundmatu						Professionaalne
Keeruline						Lihtne
Ebausaldusväärne						Usaldusväärne

## 4 Reklaami hindamine

### Millised märksõnad seostuvad Sinul nähtud reklaamiga?

Skaala: mida lähemal on Sinu poolt märgitud lahter ühele või teisele poolusele, seda paremini sobib see sõna reklaami iseloomustama; 3=ei oska öelda, ei seda ega teist, mõlemad võrdselt.

	1	2	3	4	5	
Kasutu						Kasulik
Külm						Soe
Mõistetamatu						Mõistetav
Kauge						Lähedane
Ebasõbralik						Sõbralik
Tähtsusetu						Tähtis
Paigalseisev						Arenev
Vastutustundetu						Vastutustundlik
Kulukas						Säästlik
Jõuetu						Jõuline
Hall						Värvikas
Aeglane						Kiire
Vanamoeline						Kaasaegne
Asjatundmatu						Professionaalne
Keeruline						Lihtne
Ebausaldusväärne						Usaldusväärne

## 4. Vanemate fookusgrupi tulemused

### 4.1 Individuaaltöö.

Mis seostub märksõnaga „Lasteabitelefoni“?

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

#### **Individaaltöö küsimus: Mis seostub märksõnaga „Lasteabitelefoni“?**

Telefon, kust saab abi lastega seonduvatele küsimustele;

Telefon, kuhu helistades saab laps abi oma probleemide rääkimiseks. Murede jagamiseks, millega ta üksi ei tule toime juhul kui oma vanemate või lähedaste poole ei ole võimalik pöörduda või tema probleemid on enamasti seotud vanemate poolse vägivalga, eiramise jne; Samuti teavitamiseks probleemsest, abi vajavast lapsest;

Seostub olukord, kus lapsel või täiskasvanul on vaja abi. Laste puhul siis abi enda aitamisest, täiskasvanute puhul lapse aitamisest probleemide puhul, millal täiskasvanu jääb ise hätta;

Reklaamid ühistranspordis (blondi posiga), ära põe üksinda;

Olen kuulnud kuid ei tea kuidas laps seda kasutada saab;

Igapäevase tööga;

Olen internetis põgusalt tutvust teinud. Reklaamtahvilt;

Telefon, kuhu lapsed saavad oma murega pöörduda, kus pakutakse nii psühholoogilist abi kui näpunäiteid tegutsemiseks;

Pole kuulnud;

Pole kuulnud.

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

Kui ta on seisukorras, kustkohast ta ei oska ega saa ise teatud probleemidega hakkama;

Kui vanemad on lapse hooletusse jätnud või tal ei olegi vanemaid. Ta on oma probleemidega üksi;

Kui kodus on keeruline olukord ja laps ei leia mõistmist oma muredele;

Kui ta satub olukorda, kus ta ei tule toime, kus teda pole õpetatud toime tulema, kus ta ei tea, mida teha ja kelle poole pöörduda, kus teda väärsti koheldakse, kus ta on masenduses, tal pole kellegagi rääkida ega kedagi usaldada;

Kui puudub vanemlik (abi) hoolitsus. Või puudub võime (lapsel) ise hakkama saada;

Korduvad probleemid (koolivägivald). Söömata, vanemad puuduvad (s.t. töötavad vanemad jne.);

Kui vanemad ei toeta last mingil põhjusel või puuduvad selleks vastavad oskused;

Kui tal pole kedagi, keda ta saaks usaldada; kui ta tunneb piinlikkust ning julgeb murest vaid anonüümselt rääkida;

Kui ise ei tule toime ja läheduses pole abistavat täiskasvanut;

Igal võimalikul juhul kui häda.

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

Kui laps vajab tõeliselt abi ja on olukorras, mis võib tuua tema ellu ning edaspidises elus mitte kõige paremaid seisukohti;

Kui abitelefoni kaudu pole võimalik abi anda;

Juhul kui koduste vahenditega ei ole võimalik ära lahendada laste muresid;

Riigi poole võiks saada pöörduda iga sellise murega, mida eelpool sai kirjeldatud, samuti kui lapsel on kõht pidevalt tühi, tal polegi ilmastikule sobivaid riideid, temaga ei tegelda eakohaselt;

Kui enda vahenditest jääb puudu. On soov pakkuda toitu, kaitset ja turvalisust aga puuduvad vahendid, et seda lapsele võimaldada;  
Kodused probleemid nt. alkohoolikust vanem, söömata olek, pole kuskile magama minna, vägivald nii vaimne kui füüsiline;  
Kui on konkreetsed märgid lapse "unarusse" jätmisest, esinevad vägivalda tundemärgid;  
Kui lapse vanemate tegevus (-etus) on lapsele ohtlik või teda kahjustav; kui lapsel pole vanemaid või hooldajat;  
See on väga erakorraline olukord, kui eraisikud pole selleks võimelised;  
Sotsiaalsete "järelproovitud tarkus! (lapse tervist puudutav). saamiseks, samuti lapse isiku vajaduste kindlustamiseks.

Sissejuhatava kirjaliku individuaaltöö küsimus: Millal aitaksite ise? Kuidas?

Kui laps on kellegi terroriseerimise all või lihtsalt väga halvas olukorras, kus oleks vaja temale vanema inimese toetust;  
Nähes abivajavat last. Igapäevaselt tuleb seda enda ümber märgata ning vajavast lapsest teavitada vastavaid organeid;  
Aitaksin nõu ja jõuga tuttavaid ja sõpru nõustamisel oma laste kasvatamisel;  
Nähes abitut last, pöördusin vanemate, naabrite poole, teataksin ka kerjavast ja varastavast lapsest;  
Nii kuidas saaks!  
Olen koolis terviseõde, suunan sots. pedagoogi, politsei ja lastekaitse töötaja juurde;  
Kõigepealt moraalse toega. Võimalusel vestleksin vanematega;  
Kui näen hädasolevat last, siis alati aitaksin - kas nõu andes või lastekaitse helistades vm.;  
Abi pakkudes;  
Kuivõrd olen kirjanik, siis eelkõige oma teostega, selliseid on juba olemas "Punane Kukk", "Järelproovitud tarkus" (lapse tervist puudutav);  
Igal võimalikul moel, alati. Toetaksin tõenäoliselt lastekaitse fondi juhul kui selline eksisteerib;

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?

Grupis pakuti välja võimalust helistada nii politseisse kui ka kohaliku omavalitsuse lastekaitsetöötajale. Mõned olid kuulnud lasteabitelefoni ja selle reklaamist (2012 reklaam). Tundus, et see ei olnud grupi jaoks tundmatu suurus, kuid peaaegu üldse mitte ei suudetud meenutada selle numbrit. Telefon oli grupi liikmete jaoks üldiselt turvaline viis lapse muredest teada andmiseks, kuid mõnel juhul sooviti kasutada ka e-posti. Grupis esines kõige erinevamaid kogemusi laste aitamisel. Need, kes olid lastekaitsega reaalselt kokku puutunud ei olnud ametnikelt kuigivõrd suurt abi saanud.

*Kertu: Ma töötasin kunagi Tartus kesklinnas ja seal töökoha kõrval oli selline kahtlaste eluviisidega inimeste maja. Ja seal ikka selline paariaastane laps ja viieaastane laps olid sellise ilmaga ka paljajalu ja väheste riietega, et siis oli näha, et lapsed on hädas ja ma helistasin lastekaitsele. Aga nemad ei saanud midagi teha.*

*Sirje: Meil on koguaeg võitlus lastekaitsega ja kõigiga kokku. /---/ Materiaalselt on laps kindlustatud, talle on ostetud korter ja talle antakse raha, aga need ei ole keskkooli lapsed. Alates viiendast klassist on lapsed üksinda kodus või naabrinaine vaatab ja sealt tekivadki probleemid, ta ei oska seda raha arvestada ja sealt tulevadki söömata ja räabakil. /---/ Aga ütlen ausalt, et lastekaitsega koos tööd teha on väga raske.*

*Irma: Lastekaitse segab, nad ütlevad sulle koguaeg põhjuseid, miks nad ei saa aidata.*

*Sirje: Me oleme lausa nugadeni läinud. Mäletan just, et meil oli üks esimese klassi poiss, kellel oli isa. Ema läks kodust minema, oli alkohoolik. Isa leidis ka, et tahab juua ja läks ka minema. Jäid vanaema ja vanaisa. Neil oli oma maja. Vanaema ja vanaisa ei saanud hakkama. Poiss hakkas varastama ja läks nii nagu ikka läheb kuna ta jäi üksinda. Me nägime sellist vaeva. /---/ Tegime suure skandaali, helistasime lastekaitsele hakkas asi natuke liikuma ja ma ütlen ausalt, et saada see laps turvaliselt õigesse kohta oli raske. /---/ Üks lastekaitse läks dekreeti, siis keegi tuli tema asemele, siis tuli välja, et see oli ka dekreeti läinud ja järgmine jäi haigeks. Koguaeg oli neil vabandused, kes jäi dekreeti, kes jäi haigeks. Ja lõpuks saime sellise, kes oli küll vana, aga jõudis vähemalt tööd teha.*

Samuti tuli grupis välja olukordi, kus lastekaitse on ebaadekvaatselt ülereageerinud ja näiteks jäänud uskuma last, kes valetas.

*Sirje: Minu juurde tuli üks tüdruk, kes ütles et ema ja isa peksavad. Kusjuures täiesti normaalne pere oli. Tüdruk ise oli frukt, kas seitsmes või kaheksas klass. Tahtis ringi käia ja ei õppinud ja siis ütles, et ema peksab. Ja sellest tegi lastekaitse mulli ja samas ma ei saa aru, miks sellest mull tehti. See oli nagu demonstratsiooniesinemine, vahel jääb selline mulje. Andke andeks, aga pärast tuli välja, et see tüdruk oli üks igavene pörsas.*

*Kertu: No mina olen kuulnud seda, et kui mees ja naine lähevad lahku ja mees tahab naisele kätte maksta, siis ta kaebab lastekaitsele ja räägib, et naisel ei ole vahendeid, et lapse eest hoolitseda, et saaks lapse ära võtta ja ei peaks alimmente maksma.*

*Imbi: Sõbranna tuttavaga juhtus nii, et ta leidis endale kehva mehe ja tegi sellega lapse, aga mehe vanemad olid sellise psühhopaadi kalduvustega. Nad hakkasid seda last manipuleerima, naine ei tohtinud lapsega omaette kohtudagi. Kohtuasjad kestsid seitse aastat kuni poiss oli teismeline ja tal on juba probleemid /---/ Lapse huvi oleks kaitstud, aga ema käis kohtus ja vaidles ja seletas, et ta võib ikka lapsega omapead kohtuda, aga seda ka kuidagi inkrimineeriti, et ema nagu ahistas oma väikest poega seksuaalselt. Isegi sellised süüdistused olid õhus, mis olid absurdsed.*

*Margit: Tegelikult on ju laps see, kes vajab abi ja ta ei pääse selleni. Ja kui täiskasvanu sekkub, siis tuleb lastekaitse, kes on tõenäoliselt ummikus ja ei saa selle lapse paigutamise ja abistamisele hakkama.*

*Sirje: Lapsed kardavad ka, et neid võetakse isa ja ema juurest ära. Ja nad kardavad lastekodu. Seal on küll see, et sa saad peksa, aga samas saab ta ka kiita. Aga lastekodu on nende jaoks kõige hullem koht.*

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?

Grupis osalejad pidasid telefoni teel teatamist kõige mugavamaks viisiks. E-maili kirjutamine võtaks ikkagi veidi kauem aega. Samas uskusid grupiliikmed, et e-mailiga saadetud teatest jääb parem märk maha. Näiteks toodi Sotsiaalametit, perearste, kooliõpetajaid,

sotsiaalpedagooge, infotelefoni kui kanaleid. Samas märgiti, et personaalseid kontaktivõtmised lastekaitsetöötajatega alati ei toimi.

*Irma: Mul oli magistritöö teema ka lastekaitse töö sidus erialade koostöö. See ongi siis noorsoopolitsei, õpetajad, perearst ja niimoodi. Aga kui sa perearstile teavitad, siis see jääbki sinna ja see ei liigu kuskile. Et see on tegelikult suur probleem. Sa võid ju märgata seda last ja teavitada, aga kuhu ta jõuab? Mitte kuskile tegelikult.*

Ühe respondendi puhul oli oluline ka anonüümsuse tagamine.

*Tiina: Minul oleks esimene asi see, et kui ma helistaksin kuhugi, siis minult tagatakse anonüümsus, mitte et see vägivaldne ise tuleb mulle kallale pärast. Teiseks võtaksin ma ta kindlasti enda juurde, sest kui ma näen et ta on seal paljajalu ja ma uuriks kõigepealt välja selle põhjuse, et miks ta on seal paljajalu. Sest tegelikult sa näed ühte ja annad talle süüa, see põhipoint või võta enda juurde, teha talle pai ja uurida, et mis tal siis kodus toimub. Siis ma saan teada kuidas edasi käituda, mitte keskenduda sellele ühele telefonikõnele.*

Kanalitest oli uus ettepanek kasutada rohkem Noortekeskuseid või rääkida otse vanematega.

*Kertu: Noortekeskuseid on suhteliselt vähe. Neid võiks olla tihedamalt ja seal võiks olla mitte ainult noorsootöötaja vaid ka psühholoog, kellel oleksid kontaktid lastekaitse ja politseiga. Lapsed usaldavad seda noorsootöötajat, kes seal keskus on. Ta on nendega koos, ta kuulab nende muresid, ta on nende kõrval. Tema poolt võiks nagu hästi palju edasi liikuda.*

*Jüri: Kui on tegu tuttavate lastega, siis kindlasti lastevanematega rääkida. See on üks variant. Meil oli ka näide, et kiusati last kooliteel ja tegelikult olid tuttavad poisid, kes kiusasid.*

Lisaks töid vastajad välja veel Postimehe veebi, Facebooki, raadiokanaleid (eriti hommikuprogramme), välireklaami, trükimeedia inserti (kaardi kujul), kleepsusid päevikutes ja kooli teadetetahvlil, reklaami kooli siseraudios või -televisioonis. Soovitati optimeerida ka veebis kasutatavaid otsimootoreid (lasteabi.ee polnud alati kõige kergemini leitav) ja mõelda võimaliku nutitelefoni rakenduse peale. Probleemiks peeti seda, et number on segadusseajavalt pikk.

#### 4.2 Grupitöö. Reklaamide vaatamine.

Milline on esmamulje nähtud reklaamist? Omadussõnad, mis reklaamidega seostuvad? Millise tunde tekitasid värvid, näod, tekst? On see üleskutse tegutsemisele või tekitab pigem kaastunnet? Mis oli nähtud reklaamides hästi, mis halvasti? Missuguse reklaami teeksite teie? Milliste visuaalsete kujundite, värvidega ja sõnumitega?

Uue reklaami puhul tundsid täiskasvanud, et see on pigem sümpaatne ja lastele selgelt suunatud.

*Sirje: Mulle see ka südamest meeldib kohe. Ma paneks selle endale kooli igale poole kohe, aga asi, mis mulle ei meeldi, on pikk telefoni number.*

*Jüri: Eelmise reklaamiga (2011) võrreldes oli see nagu, et laps peab olema pooleldi vigaseks pekstud ja siis alles hakatakse telefonitoru tõstma. Aga see on konkreetne, kas sul on suured või väiksed mured, igal juhul kuulame ära.*

*Tiina: Visuaalselt see mulle väga meeldib, et on rõhutatud, et ma olen üks suur kõrv. Ma tean, et mu lapsel on võimalus kuskile helistada. Minu meelest võiks olla nagu on eluliin, et kui ma olen stressis ja tahan mida iganes teha, siis minul on koht, kuhu helistada. Et laps teaks, et olemas, kes teda lihtsalt kuulab. Võibolla ta tahab lihtsalt pai saada sellelt kassilt.*

Soovitustena kõlas eelkõige vajadus telefoninumbrit lihtsustada. Häiriva asjaoluna nimetati looma poolitamist, tekstis kasutatavat väljendit „Olen üks suur kõrv“ (lapsed ei pruugi sellest aru saada), samuti on reklaamis kasutatud läbisegi sõnu „mina“ ja „meie“, mis tekitab täiskasvanutes arusaamatust. Üldine logode ja teksti rohkus jäi samuti hindajatele negatiivsena silma. Teisalt üks respondent mainis, et Sotsiaalministeeriumi logo reklaamil mõjub pigem usaldusväärsust tekitavana.

Alljärgnevalt hinnangud ja ettepanekud teistkordsel reklaami vaatamisel

*Janek: Selle kirja ma kindlasti muudaksin ära "olen üks suur kõrv". Kui sul on mure, siis kuulan sind.*

*Jüri: Ma pean tunnistama, et see ainus reklaam, kus ma ei muudaks ei tekstilist ega ka graafilist poolt. Ma jätaksin kõik samaks. No võibolla ma seda kassi muudaksin, et ta ei peaks nii lastepäraselt olema tehtud. Kunstnik oleks võinud natuke rohkem pingutada.*

*Kertu: Mina leian, et kui sihtgrupiks on alglassilapsed, siis see on täppi läinud. Just algklassides nad õpivad neid kõnekäändusid ja see paelub nende tähelepanu ja lapsemeelne joonis paelub nende tähelepanu. Ainuke, mis nende tähelepanu ei pälvi, on see pikk number.*

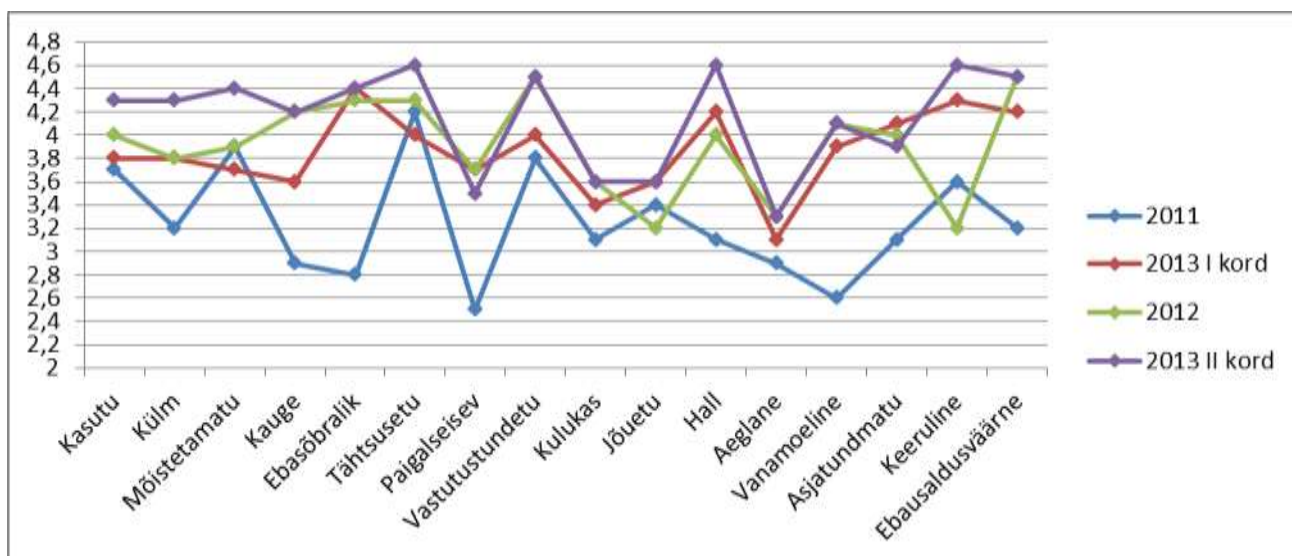
*Imbi: Mina arvan, et selle tekstiga tuleb natukene tööd teha. /---/ Nüüd on jälle, meie aitame. Kas see tähendab, et võetakse mingi aktsioon ette? Et laps saab olla kindel, et midagi tehakse. Mida see lubadus nagu tähendab?*

*Tiina: Mulle ka meeldib see poolik tegelane. Ja erinevalt eelkõnelejast tahan mina seda sotsiaalministeeriumi numbrit näha natukene suuremalt, sest ma tahan kindel olla, et mu laps ei helista mingile suvalisele MTÜ numbrile. Ma tahan tõestust, et see on riiklikult kontrollitud asi. Ja siis see, et sul on mure. Ma saan aru, et see on lapsemeelselt tehtud ja liigub ringi seal seltskonnas, aga see võib tähendada ka täiskasvanutele midagi. Et pigem võiks olla see: Laps, sul on mure.*

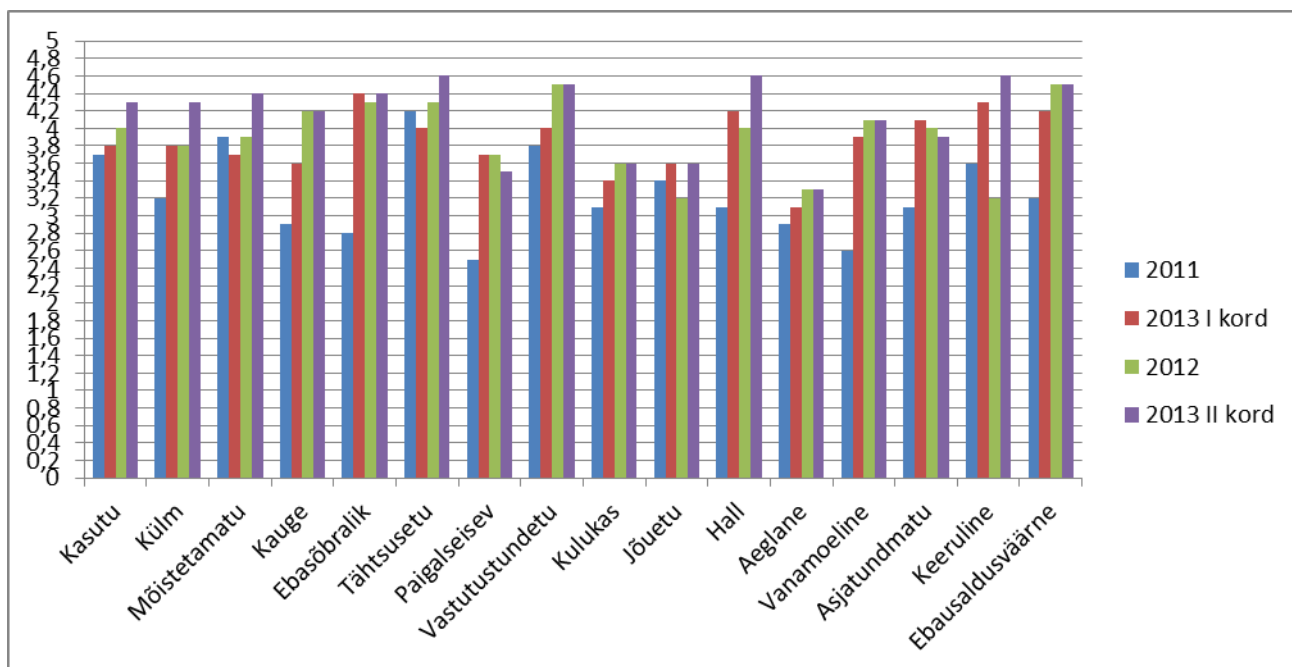
*/---/ Ja selle seal all, et meie aitame, ma asendaksin ka kuidagi. Sest lapsele ei ütle see sõnaliselt midagi. Aga et tagame su turvalisuse, et ta ei saaks pärast isa käest tou. Et see ei tuleks välja, et laps on sinna helistanud.*

*Irma: Ja kui meie aitame on seal all ja laps helistab ja ta hakkab usaldama ja järsku on see meie. See oleneb mis vanuses ta seda muidugi mõtleb, et äkki on seal mitu, aga tema mõtleb seda ühte seal konkreetselt. Võibolla see meie hirmutab. Tavaliselt kui ta tajub et seal on üks inimene, siis ta usaldab teda, aga kui neid on mitu, siis see võib hirmutada. Helistab, võibolla kutsutakse ja siis on terve kari koos.*

## 4.3 Semantilise diferentsiaali tulemused (vanemad)



Graafikust on näha, et pea kõigis kategooriates sai madalamaid hindeid 2011 reklaam. Oluliselt sümpaatsemalt mõjus 2012 aasta reklaam ja 2013 aasta reklaami uuesti vaatamisel paranes keskmine hinne tervikuna. Negatiivsetest märksõnadest tõusevad viimase puhul esile aeglane, kulukas ja jõuetu.





## 5. Noorte fookusgrupi tulemused

### 5.1 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**“?

Laps helistab telefoninumbriks ja saab oma küsimustele vastused;

See aitab lapsi kui on vaja;

See on telefon kuhu saab helistada kui sul on mure mida teistele ei saa rääkida või sa näed teist last hädas;

Kui lapsel on mingi probleem millest ta ise jagu ei saa, siis see on koht kust võib abi loota;

Koht kuhu võib helistada kui näed, et laps on hädas;

Kui sul on mingi probleem, siis sinna helistades sind aidatakse (mõeldud ainult lastele);

Telefon kuhu saavad helistada abi vajavad lapsed;

Lasteabitelefoni et aidata lapsi;

Lapsi aitava "telefoniga".

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

Kui on probleeme oma vanematega või kooliga lapsel;

Kui lapsel on kodus halvasti läinud, kui last koolis kiusatakse;

Kui tal on probleem või mure;

Kui ta on näiteks sõltuvuses mingist aineist ja ise sellest aru ei saa;

Kui teda kiusatakse pidevalt;

Kui tema vanemad või tema tuttavad teda piisavalt ei aita;

Kui tal on probleeme kodus või teiste lastega;

Kui vanemad pidevalt joovad;

Kui tal on probleem.

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

Kui asjad lähevad päris käest;

Vargus, vägistamine, vägivald;

Kui lapsel puuduksid vanemad või vanemad oleks joodikud/narkomaanid;

Kui asi on liiga halvaks/käest ära läinud;

Kui on seadust rikutud.

Sissejuhatava kirjaliku individuaaltöö küsimus: Millal aitaksite ise? Kuidas?

Kui inimesel on abi vaja (lapsel). Annaksin nõu lapse küsimustele;

Siis kui oleks lapsel abi vaja;

Mina aitaksin iga mure puhul. Püüaksin leida lahendust, mis sobiks mõlemale osapoolle.

Kakluses läheksin vahele;

Siis kui keegi oleks hädas. Oleneb olukorrast kui kedagi pekstaks läheks vahele või kui kedagi noritakse ütleks ise norijale paar sõna;

Arvan, et ise ei oskaski väga aidata;

Kui näen, et keegi vajab abi aitaksin. Helistaksin lasteabi telefonile;

Mõne kergema probleemiga.

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?

Lapsed teadsid vähem Lasteabitelefoni kui sellist, kuid riigi poole pöördumist peeti pigem politseisse helistamiseks. Individuaaltöö tulemustest nähtub, et lapsed ei mõista, millal peaks hädasoleva lapse puhul pöörduma riigi poole ja kes see riik ülepea peaks olema.

*Oliivia: Ma ei saanud nagu üldse küsimusest aru, et mis mõttes riigipoole pöörduda? Mina oletasin, et see on politsei. Aga noh, ma ei tea.*

Paludes neil kirjeldada hädasolevat last tuli välja eelkõige erinevust teistest, tõrjutust ja kiusamist.

*Oliivia: Käitub teistmoodi äkki?*

*Kevin: Kardab teisi. On üksinda pidevalt.*

*Gitta: Ta on eemale tõrjutud ja ta ei taha teistega suhelda. Ta üritab, aga ta ei oska väga.*

*Kevin: No meil oli nii, et mina käin ise töö ja mind narritakse. Ma saan palju raha ja teen ise kõik. Olen üksik, aga ma ei tee sellest ikkagi välja.*

Paljudel juhtudel väljendavad lapsed tahet ise aidata, näiteks on kaklust lahutatud või sõpra lohutatud. Suudetakse tuua ka konkreetseid näiteid

*Gitta: Võib-olla ka nii, et ma olen mure ära kuulanud ja proovinud lahendust leida.*

*Oliivia: Mina ise ei otsinud lahendust, aga mu klassiõel vanemad vist peksid teda. Või midagi sellist oli ja siis mu klassiõed läksid ja küsisid, et mis juhtus, sest kehalise tunnis olid sinikad keha peal. Aga ta ei rääkinud ja tõukas inimesi eemale. Ta ise ka ei tahtnud rääkida sellest.*

*Erik: Kaklust olen lahendanud.*

*Intervjueerija: Siis kui sa näed, et nõrgemale tullakse kallale? Oli sellest abi ka?*

*Erik: Jah, natuke ikka.*

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?

Lasteabitelefonile helistamist peeti usaldusväärseks, kirjutada nii palju ei viitsitaks. Samuti peeti telefoni operatiivseimaks kanaliks.

Huvitavatest kanalitest toodi välja eelkõige televisiooni (filmid erakanalitelt). Internetis surfatakse mööda meelelahutuslikke uudisteportaale (nt Elu24). Sõpradega suhtlemiseks kasutatakse SKYPEi ja Facebooki. Ineternetilehekülgedest oli oluline lisaks e-kool. Mõne jaoks oli huvitav eelkõige spordiga seonduvad uudised ja üks laps luges peamiselt põnevaid raamatuid. Tänavatel olevaid reklaame märgati, kui need sisaldasid meelelahutuslikku sisu.

*Intervjueerija: Aga mingi teine variant selle asemel võiks ka olla? E-maili saata, facebooki kirjutada?*

*Oliivia: See võtaks liiga kaua aega*

*Karel: Kindlasti helistaksin, sest see on kiirem*

*Kert: Helistaksin, sest ma ei viitsi trükkida nii palju.*

*Intervjueerija: Aga, kui oleks selline mobiilirakendus, millega sa saad teha pildi ja saata?*

*Oliivia: See oleks veel parem võimalus minu arust.*

*Erik: Siis sa istud ja vestled seal.*

## 5.2 Grupitöö. Reklaamide vaatamine.

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

Tumedad reklaamid ei tekitanud seekord nii suurt võõristust, kui esimestel kordadel, kuid tajuti võltsi näitlejatööd. 2012 aasta reklaami puhul toodi esile, et pildil olev poiss ei ole mures, kuid reklaami ennast olid noorukid näinud nii plakatitel kui ka bussides. Uue reklaami sihtrühmaga noorukid end ei samastanud.

*Erik: Üpris kasutu, selline tunne nagu keegi hakkaks ostma karsid see ei tekita seda meeleolu.*

*Mark: Mina ei tea, eelmised kaks olid nagu paremad minu meelest.*

*Gregor: See on jah päris väikestele lastele mõeldud.*

*Viktoria: See ei ole väga teemasse, pigem selline armas reklaam. Teemast veidike mööda.*

*Kert: Ma arvan, et täiskasvanutele ja vanematele see ei lähe eriti hinge. Väikestele lastele, need kes juba lugeda oskavad, nemad saavad sellest ehk isegi paremini aru. Nende fantaasia on ikka teistsugune.*

*Oliivia: No ma ei tea, väga värviline. Mul tõesti ei ole sõnu.*

*Gitta: Ma arvan, et see on rohkem algklassi lastele. Need, kes veel lugeda ei oska need näevad seda numbrit ja saavad aru. Aga meie vanustele on ilmselt paremaid.*

Hinnangud teistkordse vaatamise järel.

*Erik: See on nagu täiesti õudne reklaam. See esimene tundus normaalne, aga enam hullemaks ei lähe./---/ Kõik on täiesti vale ja õudne.*

*Kert: Kui vaadata seda reklaami telekast, siis näed mingit numbrit ja jänest. Nii päris ei saa nagu telliks mingi maskoti sünnipäevale. See ei näe eriti hea välja.*

*Karel: Pole eriti usutav. Nagu multifilmi kompanii number.*

*Kevin: Ennem nagu meeldis karu, nüüd on jänes. See võib olla väike laps, kes helistab sinna.*

*Gitta: Minu meelest see jänes on usutavam, kui see vuntsidega kass või mis iganes see seal on. /---/Värvid on soojemates toonides.*

*Mark: Ma ei tea. See on teisele klassile rohkem.*

*Gregor: Väikestele lastele mõeldud.*

Intervjuus esines teistkordsel vaatamisel ka positiivsemaid hinnanguid.

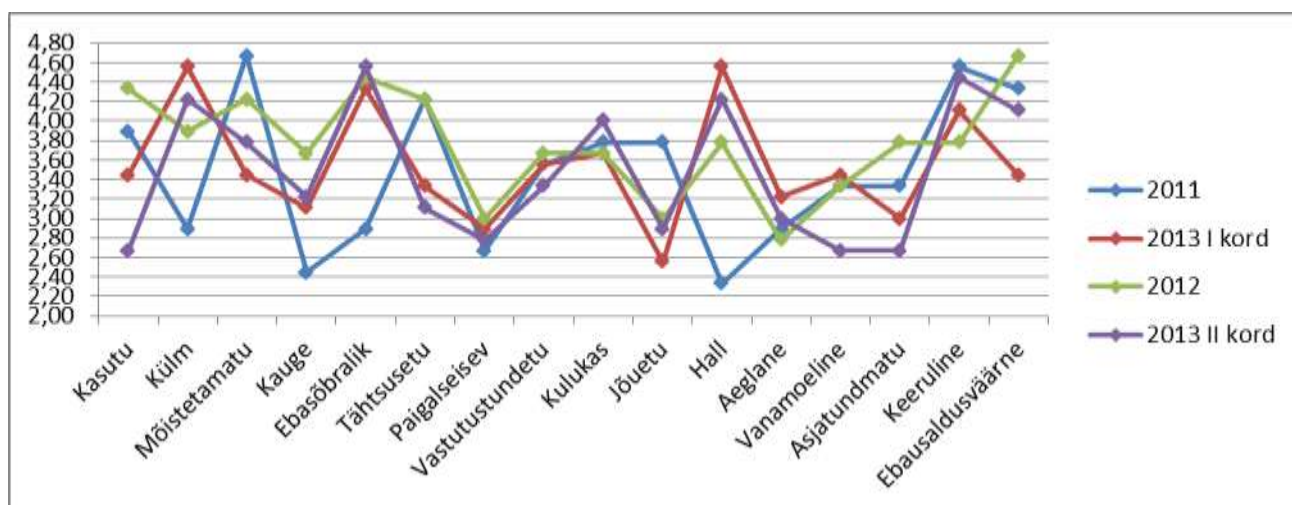
*Oliivia: Ma ei tahaks öelda neljas kord nii halvasti. Mina alustasin seda, et jube ja võimatu ja nüüd kõik ütlevad seda ja väga tore.*

*Intervjueerija: Sulle meeldib see reklaam?*

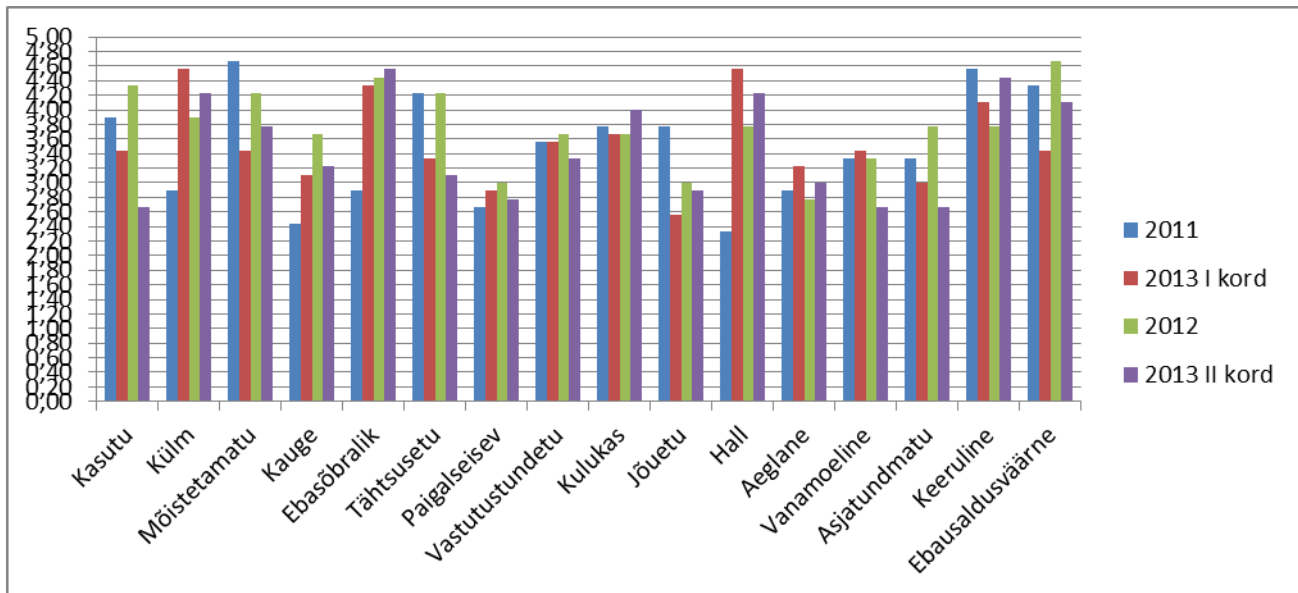
*Oliivia: Jah, väga armas jänes on.*

*Viktoria: See on naljakas aga meeldejääv, sest see on teistsugune.*

## 5.3 Semantilise diferentsiaali tulemused (noorukid)



Noorukite puhul oli 2011 reklaam pigem külm, kauge, paigalseisev ja hall; 2012 reklaam pälvis tervikuna positiivsemaid hindeid ja uus reklaam tundus neile negatiivsete märksõnade osas jõuetu, kauge ja asjatundmatu. Esimene ja teine vaatlus eristuvad vaid selle poolest, et teisel korral joonistusi erinevused välja veelgi reljeefsemalt.



## 5.4 Individuaaltöö.

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

Noorukid moodustasid paarid ja tegid paaristöö tulemusel järgmised ettepanekud:

I paar:

- Pildil võiks olla inimene (kurvameelne);
- Värviline;
- Tekst suurelt;
- Lihtne.

II paar:

- Võiks olla mõeldud nii suurtele kui ka väikestele;
- Värv must-valge ja punane.

III paar:

- Tume;
- Kurb;
- Vähe teksti;
- Pildil inimene;
- Suurelt number;
- Lühike;
- Arusaadav;
- Lihtne.

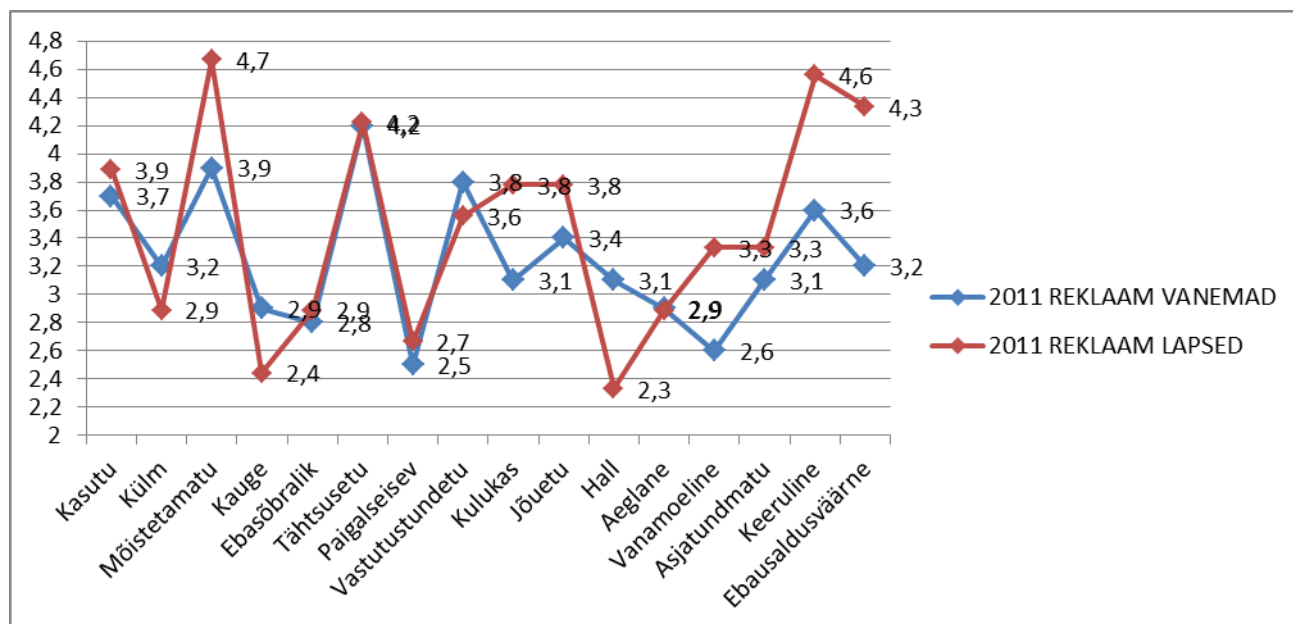
IV paar:

- Rõõmus laps;
- Kolmas reklaam (2012);
- Number suurelt;
- Miks peaks sinna helistama?
- Mitte mustvalge;
- Sügava mõttega ja kergesti arusaadav;

g) Mitte palju teksti.

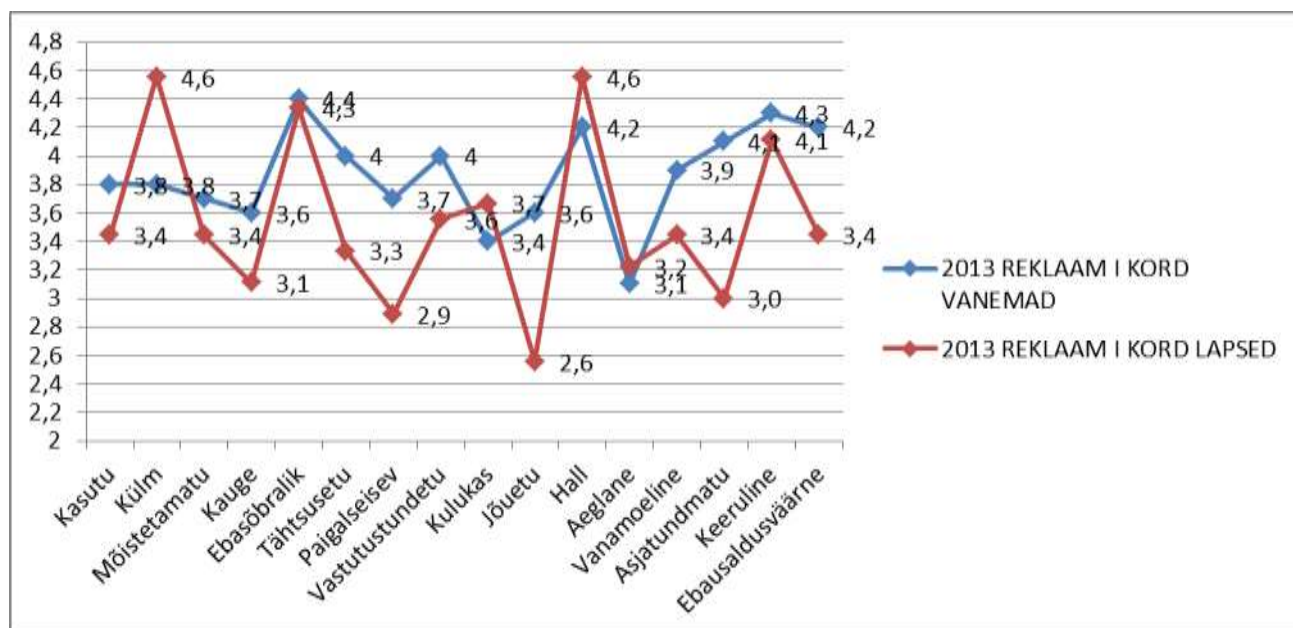
## 6. Semantiline diferentsiaal (kokku noorukid ja vanemad)

### 2011 reklaami hindamine noorukid ja vanemad



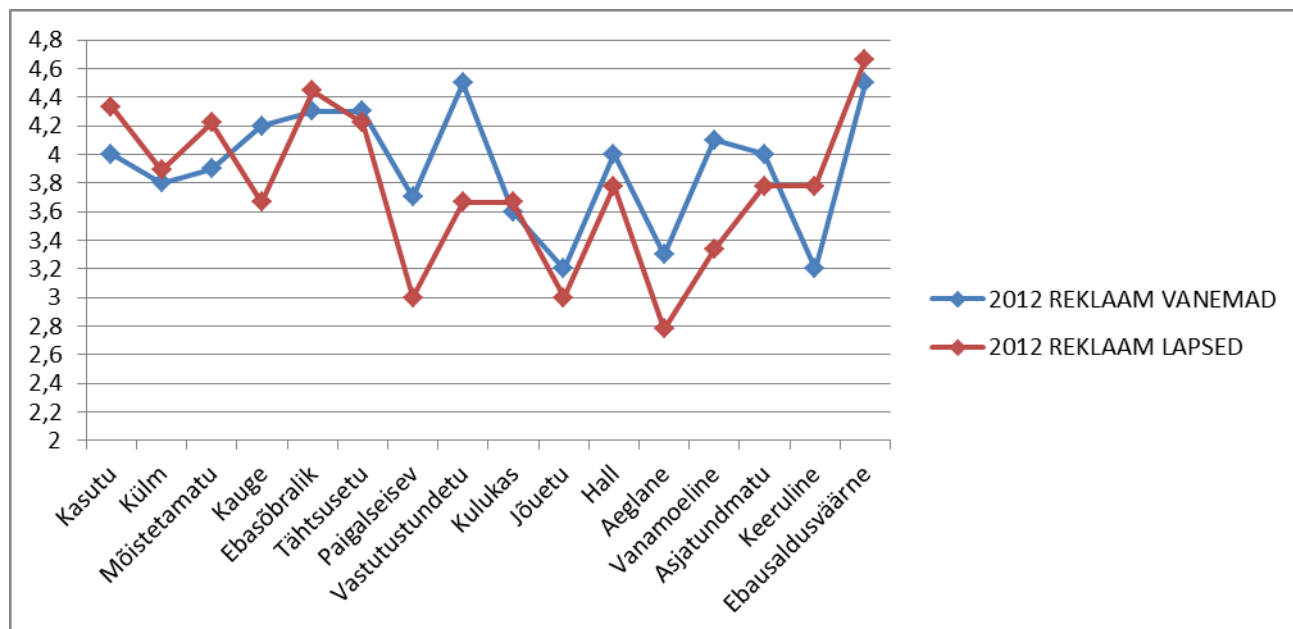
Noorukite ja täiskasvanute hinnangute käarid tekivad vanamoelisuse, kulukuse ja jõuetuse juures. Noorukite pilgu läbi on see reklaam veidi kaugem, külmem ja hallim kui täiskasvanute jaoks.

### 2013 reklaami hindamine I kord noorukid ja vanemad



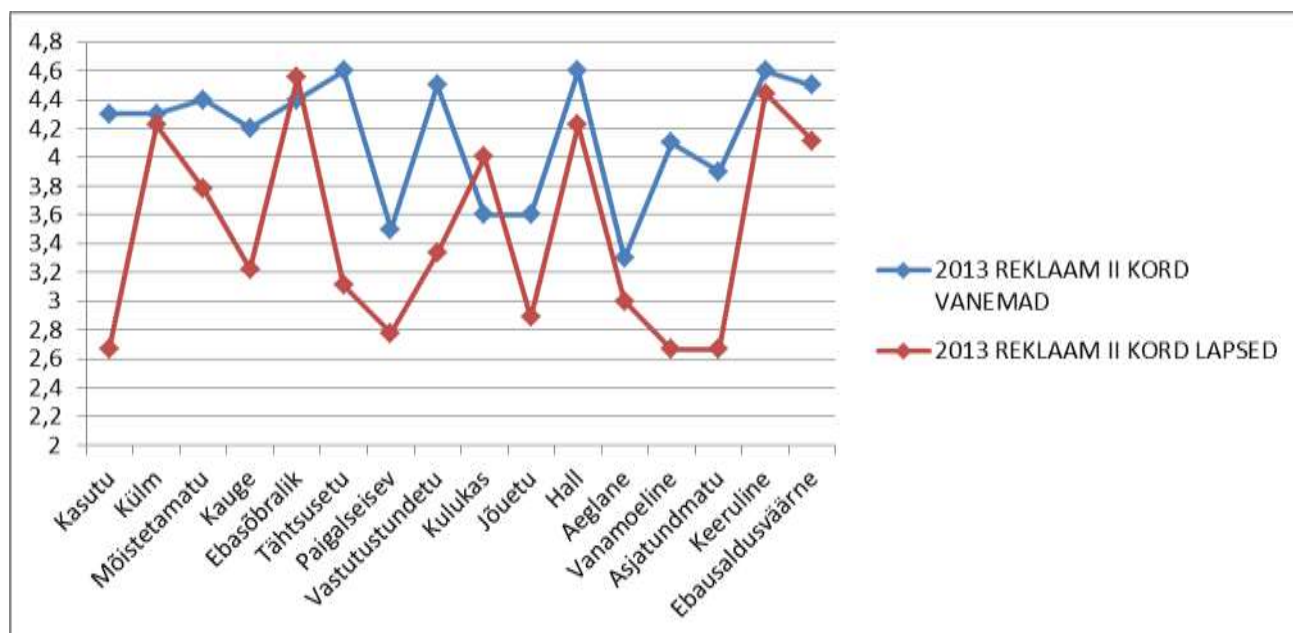
Jooniselt on näha uue reklaami puhul suurem lahknevus täiskasvanute ja noorukite hinnangutes. Viimased pidasid uut reklaami esmakordselt vaatlusel kaugemaks, paigalseisvamaks, jõuetumaks ja asjatundmatumaks võrreldes täiskasvanute hinnangutega.

## 2012 reklaami hindamine noorukid ja vanemad



2012 reklaamigi puhul on noorukid vanematest veidi kriitilisemad ja peavad seda paigalseisvamaks, jõuetumaks ja aeglasemaks.

## 2013 reklaami hindamine II kord noorukid ja vanemad



Pärast omavahelist peegeldumist olid noorukid veelgi kriitilisemad ja tekkis teataval määral ühine grupptheadvus (eelkõige poistel), mis julgustas neid andma senisest madalamaid punkte. Selgelt paistavad negatiivsetest märksõnadest välja kasutu, kauge, paigalseisev, jõuetu, vanamoeline ja asjatundmatu.

10.2013 Mart Soonik, kommunikatsiooniettevõtte MSMedia