

Tartu Ülikool
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

**EUROLE ÜLEMINEK – IGAPÄEVAPRAKTIKATE
MUUDATUSED JA EELTEAVITUSE VASTUVÕTT**

Bakalaureusetöö

Eelika Tootsi
Juhendaja: Triin Vihalemm, PhD

Tartu
2011

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	6
1.1. Praktikateooria kontseptsioon.....	6
1.1.1. Praktikateooria ja praktika mõiste	6
1.1.2. Praktika elemendid	7
1.1.3. Praktikate muutumine.....	8
1.2. Muutuse kommunikatsioon	10
1.2.1. Instrumentaalse info kontseptsioon	11
1.2.2. Info erinevad dimensioonid kriisikommunikatsiooni näitel.....	13
1.3. Eurokommunikatsiooni raamistik.....	14
1.3.1. Euro kommunikatsioonistrateegiad	16
1.3.2. Eurokommunikatsiooni tulemuslikkus	17
2. UURIMISKÜSIMUSED	19
3. METODOLOOGIA JA VALIM	20
3.1. Uurimismeetodid	20
3.1.1. Päeviku-uuring.....	20
3.1.2. Standardiseerimata intervjuu	21
3.2. Valim ja selle moodustamine	23
3.2.1. Valimi kirjeldus	24
4. EMPIIRILISED TULEMUSED.....	27
4.1. Euroga seonduv hoiak	27
4.1.1. Seosed euroga	27
4.1.2. Seosed eurole üleminekuga	29
4.2. Käitumispraktikad ja nende muutus	30
4.2.1. Ostupraktikad päeviku-uuringu alusel.....	30
4.2.2. Ostu- ja maksepraktika euroga opereerides.....	33
4.2.2.1. Tasumiseelistused.....	34
4.2.2.2. Igapäevaste ostude sagedus ja poes kuluv aeg	36
4.2.2.3. Turulkäimine	37
4.2.2.4. Euroga arveldamise meeldimine/mittemeeldimine	38
4.2.3. Hindades orienteerumise praktikad	39
4.2.3.1. Hinnasiltide jälgimine.....	39
4.2.3.2. Hinnavõrdlus ja soodustused	40
4.2.3.3. Hindadest arusaamine.....	40
4.2.3.4. Eelarve kontroll	41
4.2.3.5. Reaalsustaju ja enesekontroll.....	42
4.2.3.6. Hinnatase	43
4.3. Teavituskampaania vastuvõtt	46
4.3.1. Kampaania üldine interpretatsioon.....	46
4.3.1.1. Teavituse põhisõnumid.....	48
4.3.1.2. Kinnipüütud utilitaarne info	50
4.3.1.3. Kasulikud infoallikad	50
4.3.2. Konkreetsete kampaaniaelementide vastuvõtt.....	51
4.3.2.1. Ausa hinnastamise logo	51
4.3.2.2. Välireklaam	52
4.3.2.3. Eurokalkulaator, kursiarvutuskaart.....	53

4.3.2.4. Otsepostitatud infovoldik	55
4.3.2.5. Telereklaamid	56
4.4. Kohanemisprotsess	59
5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	61
5.1. Muutused ostukäitumises	61
5.2. Probleemid rahaga opereerimises, hindades orienteerumises	63
5.3. Mälus oleva teabe restruktureerimine igapäevategevuste teabeväljas	66
5.4. Eelteavituse roll ja selle tajumine	68
5.5. Meedia, eelteavituse roll teabevälja loomisel, praktikate ümberkujundamisel	69
5.6. Kriitika ja edasised uuringud	75
KOKKUVÕTE	76
SUMMARY	78
KASUTATUD KIRJANDUS	80
LISAD	83
Lisa 1: Novembri päeviku-uuring	83
Lisa 2: Jaanuari päeviku-uuring	87
Lisa 3: Intervjuu kava	89
Lisa 4: Intervjuus kasutatud välireklaam	94
Lisa 5: Intervjuus kasutatud ausa hinnastamise logo	94
Lisa 6: Filterküsimustik	95
Lisa 7: Informantide kulutuste võrdlus (summad eurodes)	97
Lisa 8: Intervjuude transkriptsioonid	99

SISSEJUHATUS

Antud bakalaureusetöö eesmärgiks on uurida eurole üleminekust tingitud muutusi inimeste rutiinsetes käitumismustrites, vaadeldes mikrotasandil toimunud praktikate modifitkatsioone ning uute praktikate loomist. Selle baasil analüüsitakse lisaks, kas ja kuidas aitas institutsionaalne massilevikanaleid kasutav kommunikatsioon inimesi üleminekuga kohanemisel.

Teema tähtsus makrotasandil ilmneb selles, et eurole ülemineku näol on tegemist esimese suure üle-euroopalise projektiga, mis nõuab kõigi Euroopa elanike osalust. Mikrotasandi käsitluses tuleb samas arvestada, et enamik inimesi elavad kindalt sisse seatud personaalses keskkonnas, mida valitsevad harjumused, kord, mugavus, rutiin jms, muutused põhjustavad rahutust ning inimlik vastumeelsus nende suhtes paneb kartlikult käituma, klammerduma tuttava külge. Muutus rahasüsteemis kujutab ka eksistentsiaalset sündmust mõjutatavate igapäevaeludes, mille iseärasusi antud töö vaatllebki. (Plaza 1999)

Uue valuuta juurutamist võib vaadelda kui tugevat institutsionaalset vahelesegamist inimeste igapäevarutiinidesse, mille mõjud avalduvad individuaalsetes struktuurimuutustes, vaimses kohanemises. On huvipakkuv jälgida riiklikul tasandil planeeritud ülemineku ja sellega kaasneva kommunikatiivse tegevuse reaalsel vastuvõttu, inimeste vahetuid reageeringuid, sest nagu Plaza (1999) leiab, võib just rohujuuretasandil toimuv olla määravam kui riiklikud süsteemsed valikud ning saada üleminekuprotsessi tuumaks.

Uurimisobjekt on oluline just selle uudsuse ning tähendusrikkuse poolest konkreetsel ajahetkel. Kuna eurole üleminek on Eesti jaoks ühekordne siire, on võimalik sellest tingitud esmaseid kohanemisi vaadelda lühikese perioodi jooksul. Vahetult pärast üleminekut toimunud komplikatsioonide ja praktikate muutuste kaardistamine pakub enam võimalust teemasse süvitsi minna, jälgida respondente protsessi sees. Seevastu hilisemad uuringud saavad olla üldisema või statistilisema käsitluslaadiga.

Kuigi eurole ülemineku puhul oli teavitamise sihtrühmaks kogu Eesti elanikkond, siis antud töö uurib protsessi indiviidi tasandil pereemade ning naispensionäride näitel. Selleks on

respondendid täitnud kahe kolmenädalase uurimisvahemiku (november 2010, jaanuar 2011) jooksul päevikuid ning nendega on läbi viidud ka süvaintervjuud.

Antud töö panust võib näha uue teema tutvustamises uuringuvaldkonnana, samuti päeviku-uuringu meetodi rakendamises bakalaureusetöö tasemel.

Töö koosneb neljast suuremast peatükist. Esimene neist annab ülevaate eurole üleminekuga haakuvatest teoreetilistest ja empiirilistest lähtekohtadest. Teoreetiline peatükk käsitleb praktikateooria ja eurokommunikatsiooni mõistmiseks olulisi kontseptsioone, luues uuringu teostamiseks vajaliku raamistiku. Teises ja kolmandas peatükis tuuakse välja uurimisküsimused, rakendatud meetodite valik ning valimi koostamise põhimõtteid. Neljandas osas antakse ülevaade uuringutulemustest lähtudes püstitatud uurimisküsimustest ning viimases peatükis tehakse järeldusi ja diskuteeritakse olulisemate tulemuste üle teoreetilis-empiriiliste allikate kontekstis.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Käesolevas peatükis antakse ülevaade bakalaureusetöö tulemuste analüüsi aluseks olevatest teoreetilistest ja empiirilistest lähtekohtadest, mille käigus vaadeldakse ühelt poolt euroga harjumise praktikaid, tuginedes praktikateooriale (i. k. *practice theory*) ning teisalt euro teavituskampania vastuvõttu, milles on kasutatud kriisikommunikatsiooni ning utilitaarse teabe käsitlusi. Lisaks tutvustatakse eurokommunikatsiooni raamistikku, vastavateemalisi kommunikatsioonistrateegiaid ja uurimistulemusi.

1.1. Praktikateooria kontseptsioon

Nagu eespool öeldud, tähendab eurole üleminek indiviidi jaoks sisuliselt institutsionaalset vahelesegamist mikrotasandi igapäevarutiinidesse. Seetõttu lähtub töö tõlgendusraamistik praktikateooriast.

1.1.1. Praktikateooria ja praktika mõiste

Praktikateooria järgi on praktika rutiinne viis, kuidas kehasid liigutatakse, objekte käsitsetakse, subjekte koheldakse, asju kirjeldatakse ja maailma mõistetakse (Reckwitz 2002: 250). Indiviidid on kehalised ja vaimsed agendid, kes kannavad arusaamise ja ihaldamise viise ning viivad nende kaudu ellu sotsiaalseid praktikaid (*Ibid.*). Eurole üleminek põhjustas praktikate muutuse, kuna senise rutiinse korra, tegevuste reproduktsioon ei olnud enam viljakas, efektiivne ega täitnud vajalikke funktsioone, pakkunud psühholoogilist kindlust. Seeläbi tekkis vajadus vanade rutiinide kohandamiseks või uute loomiseks.

Halkieri & Roskilde (2011: 4) käsitluse alusel võib tarbimise kui praktika jagada praktiliseks tegevuseks ja selle representatsioonideks. Nii vaatlusandmeid kui individuaalsete intervjuude andmeid võib vaadelda kui sotsiaalse tegutseja esinemisi erinevates kontekstides (Halkier & Roskilde 2011: 9). Antud töö kontekstis võib Halkierile ja Roskildele (2011) toetudes öelda, et päevikuandmed väljendavad tegutsemist, reaalseid ostu- ja maksepraktikaid, tarbimist kui sotsiaalset esinemist ning intervjuud emotsioone, hinnanguid, eneserepresentatsiooni kaudu

vestluskaaslasele mina-pildi loomist samuti kui sotsiaalse esinemise vormi. Laiendades Halkieri & Roskilde (2011) praktikate käsitlust ka euro teavituskampaaniale, saab esmalt tuua välja, et kampaania infost arusaamine moodustab praktilised interpretatsioonid, mida ja kuidas teha, üldisemas mõttes teadmised ja oskusteave. Instruktsioonidest ja reeglitest moodustuvad protseduurid, emotsionaalsetest ja normatiivsetest suundadest aga pühendumine.

Kokkuvõtlikult võib öelda, et praktikateooria ei ole „tõde“ (faktidele vastamise mõttes), samuti ei ole teised sotsiaalsete ja kultuuriliste teooriate versioonid „valed“ (või vastupidi). Sotsiaalsed teooriad on sõnavarad, mida määratlevad empiirilised „faktid“ ning mis nii-öelda sõnavarana ei ulatu reaalse sotsiaalse maailma aluspõhjani, kuid pakuvad tõlgendamise süsteeme, mis võimaldavad teha teatud empiirilisi avaldusi (jättes teised empiiriliste avalduste vormid välja). (Reckwitz 2002: 257)

1.1.2. Praktika elemendid

Praktika on rutiinne käitumise tüüp, mis koosneb mitmetest omavahel seotud elementidest: kehaliste tegevuste vormid, vaimsete tegevuste vormid, „asjad“ ja nende kasutus, taustateadmised arusaamise näol, oskusteave (i. k. *know-how*), emotsionaalsed seisundid ja motivatsioonilised teadmised (Reckwitz 2002: 249). Sotsiaalsed praktikad on küll rutiinsete kehaliste soorituste kogumid, kuid on samal ajal ka vaimsete tegevuste kogumid, kus teadmistel on oluline roll. Praktikateooria jaoks on teadmised midagi keerulisemat, kui lihtsalt „millegi teadmine“, hõlmates arusaamise, tahtmise ja tundmise viise, mis on omavahel ühendatud praktika sees. Elementaarses mõttes on teadmised praktikas kindel viis mõista maailma, mis sisaldab objektide (ka abstraktsete), inimeste ja iseenda mõistmist. (*Ibid.*)

Gram-Hanssen (2010: 64-65) on võtnud kokku erinevate autorite tõlgendused võtmeelementidest, mis hoiavad praktikat koos (tabel 1) ning toonud välja oma tõlgenduse relevantsetest elementidest, milleks on:

- oskusteave (i. k. *know-how*) ja harjumused;
- institutsionaliseeritud teadmised, eksplitsiitsed reeglid;
- tegevused, seotused (i. k. *engagements*);
- tehnoloogiad.

Table 1. Võtmeelemendid praktikate mõistmisel.

Schatzki, 2002	Warde, 2005	Shove & Pantzar, 2005	Reckwitz, 2002
Praktiline arusaamine	Arusaamad	Pädevused/kompetents	Keha
			Vaim
Reeglid	Protseduurid	Tähendused	Agent
Teleo-afektiivsed struktuurid*	Hõivatus		Teadmised
Üldised arusaamad	Tarbitavad asjad	Tooted	Diskursus/keel
			Asjad

Märkus:

* Teleo-afektiivsed struktuurid on ühend millestki, mis on eesmärgile suunatud ja omab tähendust märkimisväärses või eetilises mõttes ning hõlmab eesmärke, uskumusi, emotsioone.

Asjad või tooted on iga praktika lahutamatud osad ning euro eelteavituse puhul püüti samuti tutvustada uusi „asju“/tehnoloogiaid eurokalkulaatori, kursiarvestuskaardi, paralleelhindade näol. Siinkohal on oluline märkida, et toodetel üksi pole mingit väärtust, need omandavad selle praktikasse integreerituse ning kompetentsivormide ja tähendustega ühendatuse kaudu (Shove & Pantzar 2005: 57). Praktikate puhul on väljakutseks arendada tegevust, mitte pelgalt toodet ning avalikul kuvandil on selles kriitiline roll (Shove & Pantzar 2005: 52).

Gram-Hansseni (2010: 67) sõnul on elementidel oluline osa praktikate kognitiivse adaptatsiooni protsessis, mis on ka reeglite ja selgete teadmiste rutiinseteks käitumisteks, iseenesest mõistetavaks oskusteabeks transformeerimine ning seotus toodetega võib mõjutada praktikas sisalduvaid tegevusi.

1.1.3. Praktikate muutumine

Praktikate kooshoidmisel maadlevad indiviidid pidevate kompromissi ja kohanemise momentidega, luues nii hästi kui suudetakse omaenda elamisviisi, kuid seistes mõnikord vastamisi tõkestavate ja rusuvate süsteemidega (Hand & Shove 2007: 97). Praktikate innovatsioone ei määratle ainult uute toodete loomine, kuvandid või oskused, tegelikkuses on oluline viis, kuidas kooslusesse kuuluvad elemendid omavahel sobituvad (Shove & Pantzar 2005: 61). Seega võib ka eurole ülemineku puhul täheldada loomingulist protsessi, mis hõlmab aktiivset ja samaaegset elementide integratsiooni, sisaldades kehalisi tegevusi (hindade, metallraha nägemine, ostutegevus), materjale (rahahoidmise vahendid,

maksevahendid, pangaautomaadid), ideaale ja diskursusi (säästmisest, mõistlikust eelarvestamisest, vajadustest, eurost), oskusi ja kompetentsi (kontoväljavõtte jälgimine, ümberarvestamised).

Gram-Hanssen (2010: 76) on juhtinud tähelepanu sellele, kuidas praktikad võivad kujundada järgnevaid muudatusi tegevuses või teadmises ja olla alguspunktiks inimeste teadlikule rutiinide refleksioonile, samas ka teadlikule otsusele kohandada uued harjumused uuteks rutiinideks. Eurole ülemineku puhul püüti riiklikul tasandil kampaania kaudu panustada just sarnastesse tendentsidesse, pakkudes nii erinevaid sisendeid, mille on potentsiaal kujundada muudatusi käitumisharjumustes (arvestusabivahendid) kui ka vahendeid teadlikuks eneserefleksiooniks ning vaimseks kohanemiseks (paralleelhinnaid). Praktikate muutuse ja stabiilsuse juures on oluline ka see, kuidas üks praktika võib mõjutada teisi – muutus ühes praktikas võib kujundada teisi praktikaid jagatud elementide tõttu. Kuna praktikaid koos hoidvad elemendid varieeruvad inimeseti, kes praktikaid kannavad, siis esineb ka sisemisi erinevusi praktikas ning see on selgelt osa praktikate arenemisest aja jooksul (Gram-Hanssen 2010: 74).

Shove ja Pantzar (2005) väidavad, et innovatsioonid praktikas sõltuvad väljakujunenud ja uute elementide lõimumisest. Näiteks vaatlevad nad kepikeõndi kui intrigeerivat innovatsiooni, kus ainus uus iseärasus peitub selles, kuidas juba tuttavaid elemendid (kepid, sotsiaalsed ja füüsilised oskused, idee lõbu pärast kõndimisest) on omavahel seotud. Valuutasüsteemi muutuse valguses on oluline just uue teabe, vahendite (mitte)sidustumine varasemate harjumuste ning elementidega. Hinnasildid, pangaautomaadid, -kaardid, füüsilised eripärad, arusaam mugavast ostlemisest omandavad eurole üleminekul uusi tähendusi, mis on osa käitumuslikust kohanemisest.

Gram-Hanssen (2010: 72) räägib praktikate muutmise puhul, et on hõlbus ühendada uusi harjumusi muutustega tehnoloogias, kui toimuvad muutused nii teadmistes kui tegevustes, mis praktikaid koos hoiavad. Teisalt tõstatub küsimus, mis on määrav ka euro eelteavituse vastuvõtt: mis ulatuses on võimalik veenda inimesi esmalt läbima harivat protsessi, mille kaudu nad muutuvad oma rutiinideks teadlikuks ning pärast seda naturalisatsiooni protsessi, kus nad teadlikult otsustavad oma uued harjumused „kodustada“ alateadlikeks rutiinideks. Teatud juhtudel pole alust teadmiste levikuks või muutuseks tegevuses, kuna ei tunnetata

probleemi või ei peeta seda oluliseks ning see pärsib ka muutusi juurdunud praktikas. (Gram-Hanssen 2010)

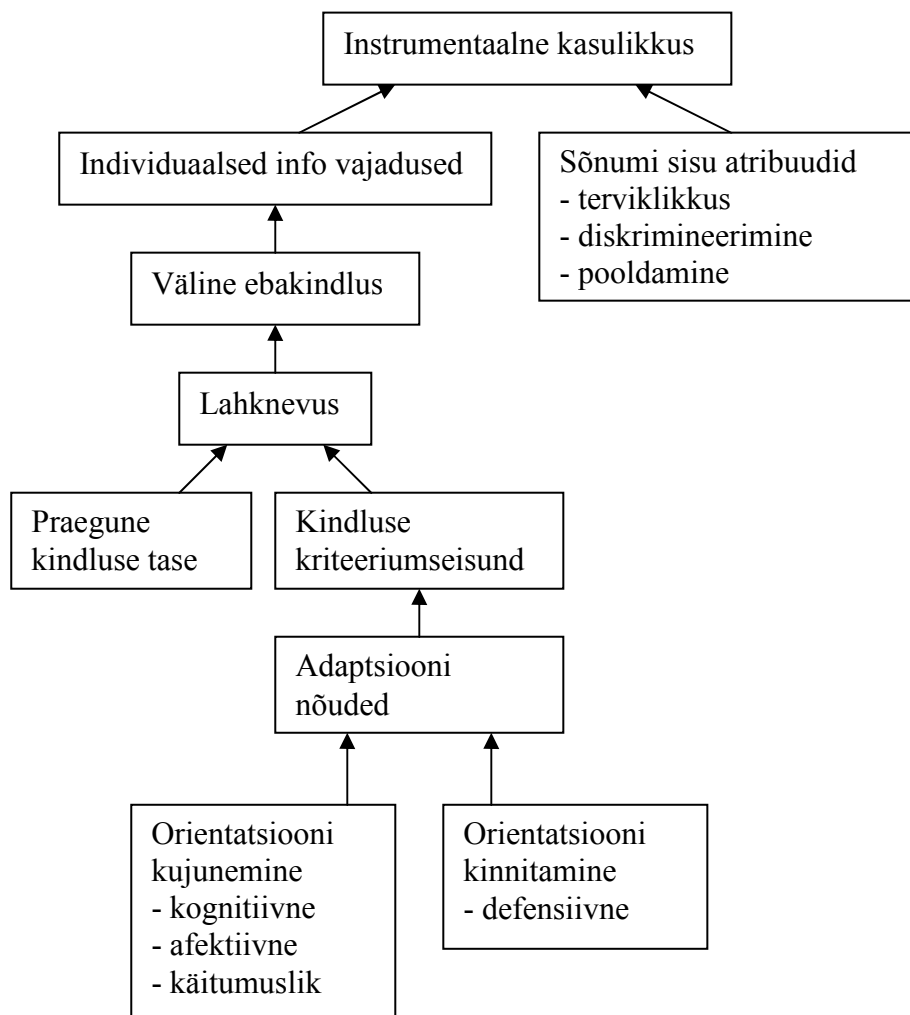
Praktikateoorias pole individualiseeritud lähenemist praktikatele, kuid see on avatud mõistmaks, kuidas muutused praktikates võivad alata indiviidide igapäevaelust, järgnedes nii muutusele tegevuses kui uue teadmise või tehnoloogia tutvustamisele, sisseviimisele (Gram-Hanssen 2010: 76-77). Teooria võib seega olla ka kasulik kirjeldamiseks, miks muutused alati ei ilmne, isegi kui ametivõimud või organisatsioonid proovivad neid inimeste igapäevaelu juurutada (*Ibid.*). Lehtonen näeb terminit „kodustamine“ kasuliku vahendina kirjeldamiseks praktikaid, milles inimesed võtavad omaks uut tehnoloogiat. Uus tehnoloogia ei saa muutuda edukaks või olla tajutud kui „vajadus“, kui see ei läbi mitmeid teste ning katsetusi, millesse potentsiaalne kasutaja selle paneb (Lehtonen 2003: 364). Need on seotud seadme kuvandi/imagoga, kasulikkusega, igapäevastesse praktikatesse ja suhetesse sobitumise viisiga (*Ibid.*). Shove ja Pantzar (2005: 45) rõhutavad sarnaselt, et suhted materiaalsete objektide ja nendega seotud kuvandite, imago ning kompetentsivormide vahel on määrava tähtsusega. Lehtonen (2003: 363) arutleb samuti kompetentsivormide üle, tuues praktikateooriasse kollektiivsuse aspekti, kus hinnatakse vajadust objekti järele ja enne tegelikku omandamist leiavad aset konsultatsioonid sõprade ja sugulastega, kes võivad olla „soojad spetsialistid“ – lähedased, keda usaldatakse ning peetakse teatud aspektis endast kompetentsemaks.

1.2. Muutuse kommunikatsioon

Kuigi antud bakalaureusetöö seisukohalt on oluline aspekt eelteavituse kaudu edastatud info vastuvõtul ja selle võimalikul mõjul igapäevapraktikate muudatuste sisseviimisel, on vajalik märkida, et ei keskenduta teavituskampaania interpretatsioonile ning selle süvaanalüüsile. Kommunikatsiooni analüüs pole seega antud töö kontekstis eesmärk omaette. Pigem pööratakse tähelepanu eelteavituse ja käitumispraktikate vahel valitsevale koherentsile või selle puudumisele, eelinfo vastuvõtus esinenud takistustele, võimalikule ebakõlale interpreteeritud info ning käitumispraktikate operatiiv- ja kognitiivtasandite vahel.

1.2.1. Instrumentaalse info kontseptsioon

Kuna eurokommunikatsiooni üks peamisi eesmärke oli instrumentaalse teabe edastamine, et tagada teadlikkus uue valuutaga seotud muudatustest ning seeläbi ka sujuv üleminek, siis tutvustatakse siin sellise teabe vastuvõtu iseärasusi. Atkin (1973: 206) leiab, et informatsioonivajadus (joonis 1) on välise ebakindluse funktsioon, mida põhjustab tajutav lahknevus indiviidi kehtiva kindluse taseme ja kriteeriumseisundi vahel, mida ta soovib saavutada. Euro kasutuseletuleku puhul võib eeldada välise ebakindluse kerkimist, kuna muudatus ühiskondlikul tasandil põhjustab muudatusi personaalsel tasandil. Teisalt tõstatub küsimus, kuidas vähendatakse ebakindlust informatsioonihankmise kaudu.



Joonis 1. Instrumentaalse utilitaarsuse mõjurid (Struges 1994: 206)

Kognitiivne ebakindlus ilmneb, kui individid tajub ebapiisavat teadmiste taset objekti suhtes pärast talletatud kognitsioonide ümbertöötlemist eelnevatest kogemustest ehk eksisteerivad

skeemid pole adekvaatsed vastamaks situatsioonidele, mis vajavad suuniseid, otsuseid või toiminguid. Kujunenud ebakindlust võib vähendada informatsiooni hankimisega. Enamus praktilisi probleemilahedusi hõlmavad aga keerukamaid kognitiivseid protsesse kui pelgalt objekti kohta teadmiste omandamine – indiviid tahab tavaliselt kombineerida kognitiivseid skeeme kujundamiseks suhtumist või suunamiseks käitumist (Atkin 1973: 207).

Atkin (1973: 208) toob lisaks välja neli põhilist adaptatsiooni mõjurit, mis ajendavad indiviidi välist ebakindlust ning hõlmavad nii kujunevaid kui kinnistuvaid mõjureid:

- 1) Kognitiivne adaptatsioon. Kui indiviid tajub, et keskkonna objektid võivad teda personaalselt mõjutada, tahab ta saavutada teadlikkuse kriteeriumtaseme ning objektide mõistmise. Soovitakse moodustada täpsed kognitiivsed orientatsioonid/suunised nende stiimulite suhtes, mis potentsiaalselt avaldavad mõju heaolule. Seda tüüpi eesmärgid tekitavad vajaduse seireinfo järele.
- 2) Afektiivne/tundmuslik adaptatsioon. Indiviid võib tunda, et on oluline kujundada afektiivne/tundmuslik eelhoiak – suhtumine, väärtus, arvamus, emotsioon või formaalne otsus – objekti suhtes. Selline ebakindlus põhjustab vajaduse juhendava informatsiooni järele.
- 3) Käitumuslik adaptatsioon. Avaliku käitumise puhul võib indiviidil nappida teadmisi, et edukalt täide saata kindel tegevuste jada. Oodatava käitumise olulisuse kasvades soovitakse kindlamat ideed, kuidas tegevust täide viia ning tekib vajaduse sooritusliku informatsiooni järele.
- 4) Kaitsev adaptatsioon. Kui indiviid on pühendunud kognitiivsele orientatsioonile, võib ta tahta olla kindel, et see on paikapidav, põhjendatud. Enesekahtlusest tulenevad ebakindlused moodustavad vajaduse kinnitava, kindlustava info järele.

Antud uurimuses püütakse Atkinile toetudes vaadelda, kuidas mainitud adaptatsiooni vormid avalduvad olulise muutuse puhul, mis võib vajada kohandusi, ohtude, võimaluste jälgimist ja kognitiivsete skeemide (nagu mõistmine, ootused ja uskumused) kujundamist. Adaptatsiooniprotsessis ukumuste kujundamise, info hankimise puhul tasub märkida ka edastatud sõnumi vastupidise lugemise (i. k. *oppositional reading*) võimalust, mille puhul saadakse küll teatest aru, kuid dekodeeritakse see planeeritule vastupidiselt (Hall 1980: 127).

Pärast adaptatsiooniprotsessi läbimist, kognitiivse või afektiivse orientatsiooni kujundamist võib inimesel olla kahtlus, kas ta vaated on õiged, kuid infovajadus on sellises staadiumis tihti

erapoolik, kallutatud: paljudel juhtudel tahetakse kinnitust, et oma orientatsioonid on õiged, mitte teada, kas need on õiged. Otsitakse uskumuste ja hoiakute taaskinnitust ning pigem ei hinnata objektiivselt nende mõistlikkust. (Atkin 1973: 220)

1.2.2. Info erinevad dimensioonid kriisikommunikatsiooni näitel

Bakalaureusetöö autori hinnangul võib vaadelda eurole üleminekut kui tugevat institutsionaalset vahelesegamist inimeste igapäevarutiinidesse, mille mõjud avalduvad mikrotasandil individuaalsetes struktuurimuutustes, mida võib tinglikult nimetada minikriisideks. Sellist käsitluslaadi toetab Reckwitz (2002: 255) hinnang, et praktikateoorias peab struktuuride „purustamine“ ja „muutmine“ leidma aset rutiinide igapäevastes kriisides, tõlgendava määramatuse ja teadmiste ebaadekvaatsuse kokkusattumuses, millega agent praktikat läbi viies teatud situatsioonis silmitsi peab seisma. Kriisikommunikatsiooni näite varal saab tuua välja ka adekvaatseid paralleele eurokampania kohta.

Sturges (1994: 298) märgib organisatsioonide näitel, et kriisiks saab liigitada sündmust, mille puhul organisatsiooni liikmed omistavad protsessil suurt mõju vähemalt ühele kolmest dimensioonist: olulisus, koheesus ja määramatus. Samade dimensioonide esinemine nii ühiskonna kui üksikindiviidi tasemel kinnitab kriisikommunikatsiooni mudeli laiendamist uuele valuutale ülemineku protsessile:

- olulisus avaldus mõjus elukorraldusele, lisaks oli tegu kogu ühiskonda puudutava muutusega;
- koheesus avaldus ülemineku puhul jaanuaris, kui oli vaja kiiresti reageerida ostusituatsioonides (polnud pikalt edasilükatav protsess);
- määramatus kui teadmatuse, mis toimuma hakkab (kuidas muutuvad hinnad, mis hakkab poodides toimuma, kuidas mõjutab euro majandussituatsiooni jms).

Sturges (1994: 298) on kriisikommunikatsiooni kontseptsioonis toonud välja, et avalikkuse seas positiivsete arvamuste tekitamiseks on oluline, et organisatsioon kohandaks sõnumite sisu vastavalt kriisistaadiumile ning sellele, mis tüüpi infot osalised vajavad ja soovivad mingis kindlas kriisisituatsiooni etapis. Seega kommunikatsiooni sisu peaks olema kohandatud igas staadiumis, et maksimaliseerida selle efektiivsust lõppeesmärgi suhtes, milleks on positiivne järelarvamus (*Ibid.*: 308).

Sturgesi mudel kolme infokategooria kohta on piisavalt universaalne, kohanduv ka teiste kommunikatsioonivormide puhul ning on antud töö kontekstis laiendatud euroteavituse kolmeks dimensiooniks:

1. info, mis ütleb, kuidas peaks füüsiliselt reageerima e. utilitaarne-instrueeriv informatsioon;
2. info, mis aitab inimestel situatsiooniga psühholoogiliselt toime tulla e. emotsionaalselt kohandav informatsioon;
3. info, mida inimesed kasutavad organisatsiooni (antud kontekstis euro ning ülemineku) kohta arvamuse formuleerimiseks e. mainekujunduslik, imagoloogiline informatsioon.

Mudeli rakendamist euroteavitusele toetab ka Atkini lähenemine vaatlemaks utilitaarse eesmärgiga informatsiooniotsinguid, kus inivid hangib teate sisu kui vahendit oma praktiliste probleemide lahendamiseks. Sõnumil on vastuvõtja jaoks instrumentaalne utilitaarsus, kui see pakub talle kasuliku sisendi igapäevastele keskkonna stiimulitele reageerimiseks või personaalsete eelsoodumuste kaitsmiseks (Atkin 1973: 205). Atkini tähelepanekud info utilitaarsuse kohta kattuvad Strugesi mudeliga ning toetavad selle universaalsust.

Sturgesile tuginedes võib leida, et iga eelmainitud infokategooriat tuleks rakendada igas üleminekuprotsessi staadiumis, kuid rõhutatud, esiletõstetud eesmärk muutub protsessi arenedes. Sellest tulenevalt peaks enne kriisi ilmnemist või kriisi akumulatsioonil (i. k. *crisis buildup*) edastavad sõnumid rõhuma imagoloogilisele informatsioonile, kui aga kriisi ilmnemine on vältimatu, peaks rõhk nihkuma instruksioonidele, et valmistada inimesi ette reageerima spetsiifiliste tegevustega. Kriisi vallandumise staadiumis on instruksioonidele rõhumine vajalik, kuna auditooriumi vahetute käitumuslike vastuste vajadus kasvab dramaatiliselt ning imagoloogiline teave tuleks viia miinimumi või üldse kaotada võimaliku negatiivse reaktsiooni tõttu auditooriumi seas, kelle esmane mure on sündmuse sügavamad mõjud personaalsel tasandil. (Sturges 1994: 309)

1.3. Eurokommunikatsiooni raamistik

Oluline osa käitumispraktikate kujunemisel, säilitamisel või modifitseerimisel on informatsiooni, antud juhtumi puhul eelteavituse vastuvõtul, mis mõjutab erinevate autorite

tõlgendusi kokku võttes nii pädevuste/kompetentsi (Shove & Pantzar 2005), teadmiste (Reckwitz 2002) kui oskusteave ja institutsionaalsete teadmiste (Gram-Hanssen 2010) tekkemehhanisme. Seetõttu vaadeldakse alljärgnevalt euroteavituse eesmäärke ja iseärasusi.

Plaza (1999: 135) on eurot kui poliitilise kommunikatsiooni protsessi vaadeldes rõhutanud, et eurole ülemineku näol on tegemist esimese suure üle-euroopalise projektiga, mis nõuab kõigi Euroopa elanike osalust. Muutus rahasüsteemis kujutab ka eksistentsiaalset sündmust mõjutatavate igapäevaeludes ning võib seetõttu olla vaadeldud kui pingeallikas ja lisandunud komplikatsioon niigi keerulistes eludes (*Ibid.*: 136). Plaza sõnul on kõik üleminekuprotsessi osalised huvitatud selle formaalsest kvaliteedist – instrumentaalne, operatiivne, tehniline kvaliteet. Samas vajavad kodanikud ka poliitilis-majanduslikku kvaliteeti, mis seostub demokraatliku osaluse, läbipaistvuse, garantiide ja mõjuga hindadele. Kuigi süsteemsed valikud määratlevad viisi, kuidas eurole üleminekut hallatakse (ning teatud ulatuseni viisi, kuidas see tegelikult juhtub), on oluline ka eksperimentaalne ja adaptiivne element, kuna protsessi mõjutab ka rohujuuretasandil toimuv: see, mida inimesed tegelikult teevad, võib saada protsessi tuumaks. Plaza hinnangul on eurole ülemineku seega äärmiselt keeruline ideoloogilise, majandusliku ja kultuurilise tähendusega sotsiaalne siire, kus rolli mängivad protsessi sisemine sfäär (struktuurid, otsustuskeskused, tegevussüsteemid) ning väline sfäär, kus keskkond kogu oma keerulisuses on sõnumite, märkide, sümbolite, stiimulite lahinguväli keset segadust ja müra. Eurole ülemineku on demokraatlik avalikkust hõlmav projekt, mis ei saa areneda ilma usaldusfaktorita, seetõttu on oluline ka eelmainitud välise sfääri kaudu tekkiv avalik kuvand – mis pole usutav, ei saa ka veenda. Kuvandi tekkega seonduva kommunikatsiooni puhul toob Plaza välja kaks valdkonda, mis mõjutasid ka euro omaksvõttu Eestis: legitiimsuse, läbipaistvuse, kindluse, mõistmise suurendamine ning ignorantsuse/teadmatuse, skepsise vähendamine (*Ibid.*: 140-141).

Jõesaar (2010: 22) on oma magistritöös eurole ülemineku legitiimsiooni üle juureldes leidnud, et eesmärk iseenesest saavutas legitiimsuse läbi 2003. aasta Euroopa Liiduga liitumise referendumi, mil eestlased ütlesid ka eurotsooniga liitumisele jah-sõna, samas tõstatas ta ka küsimuse, kas see otsus sündis vaba, representatiivse ja ratsionaalse arutelu tulemusel. Antud bakalaureusetöö seisukohast on oluline ka tähelepanek, et põhirõhk oli referendumil toona Euroopa Liiduga liitumisel ning euro kasutuselevõtt väga suurt kõlapinda ei tekitanud, seda teemat ka ei tõstatatud piisavalt (*Ibid.*).

Euroopa integratsioon enne ja pärast eurot saab areneda, kui ilmneb „Euroopa rahvas“, ühisvaluutaga ühinemine on märk sellest, et selline protsess on aktiivselt soovitud, kuid selleks ei tohi euro olla tajutud kui tehnokraatide, pankurite, eurokraatide jt poolt peale surutud nähtus. Integratsiooni kommunikatiivset sisu on kasulik vaadelda võrreldes kaht avaliku arvamuse ringkonda. Esiteks eksisteerib negatiivsete argumentide ringi, kuhu liigituvad tagajärjed ja kulud euro läbikukkumise korral (mittevastuvõtmine, edasilükkamine), teiseks positiivsete argumentide ring. Viimane hõlmab sotsiaalseid võimalusi, garantiisid, suuremat ühtekuuluvust, väiksemaid kulusid, probleemide vähenemist ning peaks viima veendumuseni, et euro on parim saadavalolev võimalus. (Plaza 1999: 142)

Nimetatud avaliku arvamuse kujunemise seisukohast on oluline eristada ja kombineerida operatiivset, tehnilist ja administratiivset informatsiooni, teisalt tähenduste, väärtuste, avalikku kuvandi kommunikatsiooni – seega peab ka kommunikatsioon käima samaaegselt mitut rada (Plaza 1999: 143-144):

- baasinformatsiooni levitamine („kõik, mida sa peaksid teadma euro kohta“);
- mõistmine ja demokraatlik positsioneerimise avaliku debati kaudu;
- õppimine, mis ei sisalda ainult info omandamist või mõistmist, vaid ka käitumise kohandamist vastavalt eesmärkidele. Teadmiste omandamisest on otsustavam kompetentsi/oskuste omandamine. Kompetentsi ei määra pelgalt see, mida me teame, mõistame, vaid ka see, mida me saame teha (meie võimed), see, mis meil on (tegemise väärtus ja tahe teha), meie isiksus ja hoiakud.

Eelnevast tulenevalt tõdeb Plaza (1999: 144) kokkuvõtlikult, et muutuse protsessis pole ainult info kvantiteet see, mis loeb, vaid pigem inimeste paigutumine, positsioon selle info suhtes.

1.3.1. Euro kommunikatsioonistrateegiad

Euroopa Komisjoni poolt on välja töötatud kaks kommunikatsiooni reguleerivat raamistikku – Euroopa Komisjoni kommunikatsioonistrateegia euro kasutuselevõtuks (Information... 2004) ja üldine kommunikatsioonistrateegia, millest esimene dokument määratleb euro kommunikatsiooni põhiliste eesmärkidena (Jõesaar 2010: 10):

- suurendada üldsuse teadmisi Euroopa majandus- ja rahandusliidu toimimisest;
- saavutada, seal, kus tarvis, sujuvat üleminekut.

„Üldise Euroopa Liidu kommunikatsioonistrateegia olulisus on ülevaatlikult selles, et liikmesriikidel on võtmeroll ja vastutus kommunikatsiooni efektiivsel korraldamisel ning peamine rõhk on avaliku debati arendamisel ja teemade toomisel inimese igapäevaellu.“ (Jõesaar 2010: 11).

Eesti on Rahandusministeeriumi juhtimisel koostanud kommunikatsioonistrateegia euro kasutuselevõtuks ning 2004. aastal on moodustatud asjatundjate komisjon, mille alla kuulub eraldi kommunikatsiooni töögrupp, kes vastutab eurokommunikatsiooni planeerimise ja elluviimise eest (Kommunikatsioonistrateegia... 2010). Nimetatu alusel on eurole ülemineku kommunikatsiooni peamiseks eesmärgiks kindlustada, et kõik Eesti elanikud on informeeritud eurole üleminekuga kaasnevatest mõjudest ja praktilistest muudatustest. Lisaks ollakse seisukohal, et piisav praktiline teave ja peamiste sõnumite rõhutamine vähendab euro kasutuselevõtuga seotud ebakindlust ning toetab euro sujuvat kasutuselevõttu. Kommunikatsiooni töögrupp on seadnud endale ülesandeks tagada elanikkonna teadlikkuse tõstmise kaudu ka üldise toetuse suurenemine euro kasutuselevõtule. (Kommunikatsioonistrateegia... 2010)

Strateegias on infoedastus efektiivseks korraldamiseks planeeritud erinevate sihtrühmade lõikes, näiteks laiem avalikkus, meedia, mitte-eestikeelne elanikkond, lapsed ja noored, sotsiaaltoetuste saajad (Kommunikatsioonistrateegia... 2010). Olulise sihtrühmana eristatakse ka antud uurimuses esindatud rühma pensionäride näol. Eurokommunikatsiooni peamiste kanalitena tuuakse strateegias (2010) välja euroveeb, euroinfo telefon, esinemised avalikel üritustel ja sihtrühmadele, trükised, otsepostitus, meediakanalid, kohalikud omavalitsused ja ettevõtlusorganisatsioonid. Antud töös on kampaaniaelementidest vaatluse all üksnes otsepostitused (infovoldik, kursiarvestuskaart, eurokalkulaator), meediakanalite (telereklaamid) ja välireklaami vahendusel edastatu.

1.3.2. Eurokommunikatsiooni tulemuslikkus

Riigikantselei ja Rahandusministeeriumi poolt tellitud ning Faktum & Ariko poolt läbi viidud 2011. aasta jaanuarikuise euroseire uuringu aruandes (vt Euroseire 6 2011) vaadeldi teavituse ning kampaaniaelementide kasulikkust. Tulemused näitasid, et eurole ülemineku teavitus- ja

abivahenditest peeti kõige sagedamini kasulikuks hindade kahes vääringus näitamist (86% 15-74-aastasest elanikkonnast), kõige enam on eurole ülemineku kohta teavet saadud televisioonist (90%), trükiajakirjandusest (81%) ja raadiost (74%). Eurokalkulaatorit on kasutanud 59% ning seda ei ole üldse saanud 7%. Kõige sagedamini kasutatakse eurokalkulaatorit palga või pensioni ümberarvutamiseks ning kaupluse ostutšekkide ülekontrollimiseks. Andes hinnangut üleminekule, selgus, et kõige sagedasemad probleemid eurole üleminekul seoses olid raskused vanade hindade uuteks ümberarvutamise ja uue vääringu tajumise raskused ning ebamugavused suure hulga peenrahaga. (Euroseire 6 2011)

Sotsiaal- ja turu-uuringute firma Saar Poll viis mais 2010 läbi uuringu eurole üleminekul seotud hoiakutest valitud sihtrühmades eesmärgiga kaardistada üldised hoiakud, võimalikud ootused, kartused ning viisid ja meetodid, kuidas neid kartusi valitud sihtrühmades maandada. Uuringu tulemused pidid olema sisendiks kommunikatsiooni planeerimisele. Sihtrühmaks olid eurole ülemineku ees kõige enam ebakindlust tundvad ning eeldatavalt suuremaid kohanemisraskusi kogevad elanikud: ühe grupina ka Lõuna-Eesti pensionärid vanuses üle 64 eluaasta, elukohaks Lõuna-Eesti linn (v.a Tartu) ja sellega piirnevad vallad (Eesti... 2010).

Kvalitatiivuuringust selgus näiteks, et kuigi pensionid kantakse osalejatele pangakontole, eelistavad nad oma igapäevatoimingutes ikkagi sularaha kasutada – seega pangakaart võib tekitada võõrastust. Fookusgrupis osalejad pidasid eurode kasutamist kroonidega võrreldes ebamugavamaks, sest paberraha asemel tuleb enamjaolt kasutada münte ning paberrahad on erinevas mõõdus. Eriti keeruliseks peeti uute rahade kasutamist just uue valuuta algusajal, sest rahatähed on võõrad ja vajavad harjumist. Pensionäre muutis kõhklevaks ka asjaolu, et euro jätkuv stabiilsus pole sugugi garanteeritud, sest ühisraha kindlus oli nende hinnangul kõikuma hakanud (Eesti... 2010).

Kirjeldatud uuringute tulemused seostuvad antud töö uurimisküsimustega, pakkudes tausta järelduste tegemiseks. Loodud raamistik võimaldab vaadelda, kas üleminekule eelnevalt kogutud teavet on kommunikatsioonisisendi parandamiseks kasutatud ning kuidas suhestuvad bakalaureusetöö tulemused statistiliselt usaldusväärse andmestikuga.

2. UURIMISKÜSIMUSED

Töö eesmärgiks on uurida eurole üleminekust tingitud muutusi inimeste rutiinsetes käitumismustrites, vaadeldes mikrotasandil toimunud praktikate modifitkatsioone ning uute praktikate loomist. Selle baasil analüüsitakse, kas ja kuidas aitas institutsionaalne massilevikanaleid kasutav kommunikatsioon inimesi eurole üleminekuga kohanemisel.

Kuigi eurole ülemineku puhul oli teavitamise sihtrühmaks kogu Eesti elanikkond, siis antud töö uurib protsessi indiviidi tasandil pereemade ning naispensionäride näitel.

Töö eesmärgist lähtuvalt on autor sõnastanud järgmised uurimisküsimused:

Uuringu esimeseks peamiseks uurimisküsimuseks on:

Kuivõrd muudab kroonilt eurole üleminek inimeste ostu- ja maksepraktikaid ja nendega lõimunud teabevälja?

Antud küsimuse alaküsimustena vaadeldakse:

1. Milliseid muutusi esineb pereema/üksiku naispensionäri ostukäitumises vahetult pärast euro tulekut?
2. Kas ja milliseid probleeme tekitab eurole üleminek rahaga opereerimises, hindades orienteerumises?
3. Kuivõrd/kuidas peab inimene restruktureerima ja asendama mälus olevat teavet (faktid, uskumused, hoiakud jne) kujundamaks muutusejärgselt ümber oma igapäevategevuste (rutiinseks) sooritamiseks vajalikku teabevälja?

Uuringu teiseks peamiseks uurimisküsimuseks on:

Kas ja kuidas aitas eelnev kommunikatsioonikampaania eurole üleminekuga kohaneda?

Antud küsimuse alaküsimustena vaadeldakse:

1. Millist rolli täitis eelnev teavitus, kas emotsionaalselt adapteerivat, utilitaarset või mainekujunduslikku/ideoloogilist?
2. Milline roll on meediast (sh reklaamist), euroteavituse elementidest saadud teabel euroga opereerimiseks vajaliku personaalse teabevälja loomisel, igapäevarutiinide ümberkujundamisel?

3. METODOLOOGIA JA VALIM

Järgnevas peatükis tutvustatakse empiirilise materjali analüüsimisel kasutatud uurimismeetodeid ning uuringu läbiviimise printsiipe. Samuti antakse ülevaade valimist ja selle moodustamise käigust.

3.1. Uurimismeetodid

Käesolevas bakalaureusetöös on rakendatud nii kvantitatiivset kui kvalitatiivset lähenemisviisi. Kvantitatiivset lähenemist kasutati uuringus osalejate väljaminekute kaardistamiseks, tehes seda eelarvepäeviku ning ostutšekkide kogumise kaudu. Kvalitatiivne lähenemine hõlmas päeviku-uuringutest saadud tarbimist puudutavate küsimuste vastuste ja vabas vormis päeviku sissekannete analüüsi ning respondentide intervjuerimist uurimisperioodi lõppedes.

3.1.1. Päeviku-uuring

Uuringus osalejad täitsid kahe kolmenädalase uurimisperioodi vältel autori poolt ette antud vormis päevikut. Päevikute täitmine toimus perioodidel 8.–30. november 2010 ning 1. –23. jaanuar 2011 – mõlemal juhul kokku 23 päeva. Algse päevikuvormi eeskujuna kasutati Eesti Statistikaameti poolt 2010. aastal läbi viidud leibkonna eelarve uuringut (vt Leibkonna... 2010). Statistikaameti leibkonna kulutuste päeviku alusel koostas autor modifitseerides siinse uurimuse päevikute juhendid ja küsimustiku. Päevikud viis uurija ise osalejatele tööle või koju kätte ning tutvustas nende täitmist vestluse käigus.

Novembri päevikut (Lisa 1) kasutati euroeelsete ostupraktikate väljaselgitamiseks, üldiste ostuharjumuste kaardistamiseks ning kulutuste suuruse ja struktuuri määratlemiseks. Lisaks selgitati päevikuga välja, kellega informandid ostudega seotud infot arutavad ning kuidas oma ooste ette planeerivad. Uuritava väljaselgitamiseks tuli iga nädala lõpus vastata neljale küsimusele:

- Kas ostsite mingi asja planeeritult kindlast ostukohast? Märkige palun juurde põhjus.
Näide: kaupluses X oli toode soodushinnaga.

- Kas rääkisite kellegagi tehtud ostudest/väljaminekutest või asjadest, mida sooviksite osta?
- Kas arutasite kellegagi, palju asjad maksavad või kust on soodsam osta? Kellega?
- Kas ja kui palju planeerisite oma oste ette?

Näiteks teadsite, et nädalavahetusel või järgmisel nädalal tuleb mõni kampaania ning lükkasite ostu sellesse aega.

Lisas 1 on ära toodud nii novembri päeviku vorm kui näited täidetud päevikutest.

Jaauari päeviku-uuringu (Lisa 2) eesmärk oli sarnaselt novembri päevikule kaardistada kulutuste suurus ning struktuur. Erinevalt novembrist oli tegu rohkem „tavalise“ päevikuga. Osalejad said vabas vormis üles märkida oma mõtteid ja tundeid, mis neil ostude tegemisel ilmnesisid. Lisaks oli välja toodud viis abiküsimust. Jaanuaris motiveeriti osalejaid päevikut täitma ka Tartu Ülikooli poolsete 100-krooniste Kaubamaja kinkekaartidega. Lisas 2 on ära toodud nii jaanuari päeviku vorm kui näited täidetud päevikutest.

Autor otsustas kasutada päeviku-uuringu meetodit, kuna see võimaldas informante jälgida suhteliselt pika perioodi jooksul, et oleks võimalik teha järeldusi muutuste kohta igapäevapraktikates. Uuringuvorm võimaldas märkida koheselt üles igapäevaselt tekkinud emotsioonid, mis intervjuu läbiviimise ajaks oleks võinud ununeda. Meetodi kriitikana võib välja tuua, et eelnimetatud võimalust ei kasutatud kuigi aktiivselt ning sissekanded olid tihedamad päeviku-uuringu algperioodil. Kuna tegu oli kolmenädalase uuringuga, võis märgata, et osalejatel oli raske motivatsiooni hoida ning igapäevaselt päeviku täitmisega tegeleda, sest tegu pole harjumuspärase tegevusega. Sellele vaatamata ilmnis koherents tunnete ja mõtete vahel päevikus ning süvaintervjuudes väljendatu osas. Päevikut kui autokommunikatsiooni võib seetõttu pidada heaks ettevalmistuseks dialoogile, mis sündis pärast intervjuudes.

3.1.2. Standardiseerimata intervjuu

Päeviku-uuringu perioodi lõppedes viidi jaanuaris kvalitatiivse materjali kogumiseks pereemade ja üksikute naispensionäridega läbi standardiseerimata süvaintervjuud.

Kvalitatiivse lähenemisviisi puhul ei kasutata uurija poolt eelnevalt konstrueeritud standardseid indikaatoreid (või kui, siis stiimulmaterjalina), mistõttu tulevad esile loomulikud, inimeste endi poolt välja toodud näited (Vihalemm 2001). Süvaintervjuu võimaldab saada infot uuritava teema kohta läbi informantide tõlgenduse, saada vahetut teavet inimeste tunnete, teadmiste ja isiklike kogemuste kohta (Masso & Taur 2010). Süvaintervjuude kasutamine võimaldas autoril kaardistada informantidele iseloomulikke suhtumisi ning püüda abiküsimuste kaudu hankida põhjendusi ja näiteid. Erinevalt ankeetküsitlusest või päeviku-uuringust on intervjuu eeliseks paindlikkus, võimalus andmekogumist vastavalt olukorrale ja vastajale reguleerida ning osalejate tegelikku kogemusse sisse elada (Laherand 2008).

Intervjuu kava (vt Lisa 3) koosneb viiest blokist:

1. Euroga seotud teabevälja blokk sisaldab küsimusi, millega püütakse selgitada välja informantide spontaanseid ja esmaseid seoseid eurotemaatikas.
2. Ostukäitumises tekkinud muutusi puudutavad küsimused uurivad rahakasutuse, sisseostude sooritamise sageduse ja hindade jälgimisega seotud tendentse.
3. Kolmas blokk koosneb küsimustest, millega uuritakse ostmisel tekkida võivaid probleeme.
4. Informeerituse tekkimist käsitlevate küsimustega uuritakse üldist kursisolekut euro teavituskampaaniaga ning suhtumist konkreetsetesse infomaterjalidesse.
5. Intervjuu lõpetuseks uuritakse põgusalt euro mainet, kuid mainega seotud järeldusi võimaldavad teha ka teiste blokkide küsimused.

Intervjuud olid suulised ning need viidi läbi 24., 26. ja 28. jaanuaril 2011. aastal. Intervjuude keskmine pikkus oli ligikaudu 1–1,5 h (lühim 49 minutit, pikim 118 minutit).

Intervjuu jooksul näidati intervjuueeritavatele ka erinevaid visuaalseid materjale, mille kohta küsimusi küsiti. Esiteks näidati intervjuueeritavatele euro teavituskampaania jooksul koju tulnud infomaterjale: eurokalkulaatoriga kaasas olnud voldik (vt Tere euro! 2010) ning kursiarvestuskaart (vt Konventeerija 2011). Teiseks vaadati koos kolme erinevat eurokampaania telereklaami: 1. „Euroopa ühisraha euro“ pikkusega 60 sekundit (Euroveeba 2010); 2. „EuroUudised“ pikkusega 1 minut 20 sekundit (Euroveebb 2011); 3. „Katsu“ pikkusega 20 sekundit (Euroveebc 2011). Respondentidele näidati ka kampaanias kasutatud välireklaami (Lisa 4). Viimase visuaalse materjalina kasutati ausa hinnastamise kokkuleppe

logo (Lisa 5). Intervjuu sisaldas ka ühte vastusevariantidega küsimust ning ühte kirjutamisülesannet (intervjueeritavate soovil viidi see kolmel juhul läbi suuliselt).

Intervjuude täistekstid on leitavad töö lisan 8. Empiirilise andmestiku analüüsil on peamiselt kasutatud vertikaalanalüüsi (i. k. *cross-case analysis*), kus teatud alateemat võrreldakse eri intervjuude lõikes, kõrvutades erinevate vastajate hinnanguid, tuues välja sarnaseid tendentse ning erinevusi (Masso & Taur 2010). Teatud juhtudel on kasutatud ka horisontaalanalüüsi (i. k. *case-by-case analysis*), kus kirjeldatakse mõttestruktuure konkreetse vastaja tasandil (*Ibid.*). Tulemused on esitatud kokkuvõtte vormis, väljavõtted intervjuudest on toodud esile kaldkirjas.

3.2. Valim ja selle moodustamine

Uurimisteema analüüsimiseks on moodustatud strateegiline suunatud valim. Intervjueeritavad leidis autor oma tuttavate ning tuttavate lähikondlaste hulgast. Selline lähenemine oli otstarbekas, kuna vähendas andmete ebatäpsuse võimalust, mis võib tekkida, kui võõrastele ei soovita oma sissetulekut ja personaalseid oste avaldada. Koostatud on väike ning mitte-tõenäosuslik valim, kuna uuring ei ole suunatud statistiliselt usaldusväärsete, vaid tähenduslike, lahtimõtestavate andmete kogumisele (Vihalemm 2001). Tulenevalt uurimismeetodi eripärast on respondentideks valitud naissoost isikud – meeste puhul pidas autor tõenäoliseks vastumeelsust päeviku pidamise suhtes ning eeldas, et naised on päevikuformaadile ning tšekkide kogumisele altimad.

Valimisse kuulujad erinevad kahe näitaja poolest: 1. leibkonna tüüp; 2. teadlikkus/mitteteadlikkus eurole üleminekuga seotud faktides. Valimisse sobivuse määratlemiseks kasutati eelnevalt paberkujul filterküsimustikku (Lisa 6), mille informandid iseseisvalt täitsid.

Filterküsimustiku eesmärgiks oli selgitada välja informantide teadlikkus euroga seotud spetsiifilistest faktidest ning lisaks üldisem meediatarbimise omapära. Euroteemalise informeerituse väljaselgitamiseks kasutati seitset küsimust, millest kolm olid valikvastustega. Valikvastustega küsimuste koostamisel võttis autor aluseks Riigikantselei ja Rahandusministeeriumi poolt tellitud ning Faktum & Ariko poolt septembris 2010 läbi viidud

euroseire uuringu aruande (vt Euroseire 2 2010). Euroseire uuringu eesmärgiks oli selgitada välja elanikkonna suhtumine euro kasutuselevõttu ning võimalikud lüngad informeerituses eurole ülemineku tingimustes (Euroseire 2 2010). Meediatarbimise eripära väljaselgitamiseks esitati filterküsimustikus erinevate meediumide nimekiri, mille jälgimisele paluti hinnang anda.

Kõigil uuringus osalejatel paluti ka suuliselt enne filterküsimustiku täitmist hinnata iseenda informeeritust euro tulekuga seotud teemades, liigitades ennast hästi, üldiselt, ebapiisavalt või üldse mitte informeerituks (olemas oli ka vastusevariant „ei oska öelda“). Kõik respondendid pidasid ennast üldiselt informeerituks.

Filterküsimustiku alusel kategoriseeriti teadlikeks ehk rohkem informeerituteks respondendid, kes vastasid õigesti viiele või enamale faktiküsimusele seitsmest ning jälgisid infoallikatena vähemalt üht telekanalit, ajalehte ja raadiokanalit. Mitteteadlikeks ehk vähem informeerituteks liigitati need, kellel esines faktiküsimustes lubatust rohkem eksimusi ning kes ei jälginud infoallikatena üht eelpool nimetatud meediumidest või jälgisid üldiselt vähem infokanaleid. Enne empiiriliste tulemuste kogumist planeeritud liigitus teadlikeks ja mitteteadlikeks osutus päeviku-uurimuse ja süvaintervjuude käigus kogutud empiirika valguses teisejärguliseks. Reaalsed muutused toimusid mikrotasandil, teadlikkust hinnati liigselt faktilises kontekstis (rahavahetuse keskselt), vastavaid tasandeid ei sobinud vaadelda samade analüüsidimensioonide kaudu. Kuna igapäevased toimetulekud hõlmasid märksa laialdasemaid kognitiivseid skeeme, siis ei saa väita, kas sellisel faktiteadmisel oli mõju või mitte. Seega otsustati uuringu käigus, et algne eksperimendi loogika järgimine vaatlemaks, kas teadlikud saavad paremini hakkama kui mitteteadlikud, pole otstarbekas ning on seetõttu edasisest uurimusest ja analüüsist välja jäetud.

3.2.1. Valimi kirjeldus

Plaza (1999: 137) kirjutab, et tarbijate kui sotsiaalse konstrukti kollektiivse seisukoha puhul vihjatakse tegelikult sotsiaalselt laialivalguvale grupile, mis – vähemalt sotsiaalsetel ja psühholoogilistel eesmärkidel – hõlmab: tarbijate ühendusi; töötavaid naisi ja koduperenaisi; pensionäride ühendusi; puuetega inimeste grupe; väikeseid ettevõtteid põllumajanduses, tööstuses, teenindavas sektoris; kommunaalteenuste (vesi, elekter, transport, tervishoid,

telefon jms) kasutajaid. Sarnaselt Plaza kirjeldatule on ka antud uurimuses vaatlusel all tarbijate kui laialivalguva grupi kaks esiletõstetud segmenti – töötavad naised ja pensionärid. Informantide täpsemad parameetrid on toodud välja tabelis 2. Valimi puudusena on tegu suunatud väikese valimiga, mis pole representatiivne ning saadud tulemused ei ole üldistatavad euro teavituskampaania kogu sihtrühmale, kuid võimaldavad vaadelda üleminekuprotsessi süvatasandil.

Tabel 2. Valimisse kuulujate parameetrid.

Kood	Teadlikkus/mitteteadlikkus (välja jäetud kriteerium)	Vanus	Amet	Elukoht
PE1	teadlik	42 a	raamatupidaja	Tartumaa
PE2	mitteteadlik	49 a	professionaalne orkestriartist	Tartu
ÜP1	teadlik	72 a	pensionär	Tartu
ÜP2	mitteteadlik	66 a	pensionär	Tartu

PE1 on pereema, kes elab koos abikaasa ja 20-aastase tütreaga. Tütar on ülalpeetav ning ei oma isiklikku sissetulekut. Pere elab Tartumaal oma eramus. Pereema sissetulek on 351,51 eurot. Pereisalt saadi novembris kulutusteks ligikaudu 383,47 eurot, jaanuaris 415,43 eurot. Oma praeguseid majanduslike võimalusi hinnates leiab PE1, et antud sissetuleku juures on üsna raske hakkama saada. Infoallikatest loetakse regulaarselt Postimeest, harva Õhtulehte. Telekanalitest vaatab vastanu kõige enam Kanal 2-te ning raadiokanalitest kuulab erakanaleid (Elmar, SkyPlus). Tavapäraselt sooritatakse igapäevaostud kauplustest Konsum, Maxima ja Säästumarket, harvem kauplusest Selver. Tarbimisega seotud infot arutab pereema enamasti tütre ja mehega. Informant planeerib tihti oma oste reklaamikampaaniatest lähtuvalt: „*Ikka vaatan üle reklaamid ja sealt näen, kus tuleb midagi soodsat ja selle järgi valin ostukohad.*“

PE2 on pereema, kes elab koos elukaaslase ja 18-aastase ülalpeetava tütreaga. Pere elab Tartus, korterelamus. Pereema sissetulek on 424,52 eurot. Elukaaslane andis novembris kulutusteks umbes 127,82 eurot ning jaanuaris 191,73 eurot. Vastanu leiab, et praeguse sissetuleku juures on üsna raske hakkama saada. Infoallikatest loeb pereema harva Postimeest, jälgib kõige enam telekanalit ETV ning kuulab ka Rahvusringhäälingu raadiokanaleid (Klassikaraadio, Vikerraadio). Igapäevaoste sooritatakse kauplustest Konsum, Comarket, harvem Maximast ja Rimist. Tarbimisega seonduvat arutab enamasti tütreaga, vähem elukaaslase ja õega. Informant ei planeeri otseselt reklaami järgi oma oste ette (kuna sellist materjali koju ei tule), kuid vaatab kampaanialehti poes kohapeal.

ÜP1 on üksik naispensionär, kes elab Tartu linnas oma eramus ning ainsaks sissetulekuks on pension 295,27 eurot. Majanduslikke võimalusi hindab seisukohaga: praeguse sissetuleku juures saab hakkama. Meediakanalitest jälgib pensionär kõige enam televisiooni, tuues võrdselt esile nii ETV, Kanal 2-e kui TV3-e. Ajalehtedest loetakse Maalehte, harvem ka Eesti Päevalehte ja Postimeest. ÜP1 sooritab tavapäraselt igapäevaostud kauplustest Konsum, Maksimarket, harvem kauplusest Maxima. Tarbimisega seonduvat arutab harva pojaga ning jälgib ka reklaamikampaaniaid: „Planeerin küll oste ette ja ostan siis, kui on odavam. Nii saan endale lubada rohkem.“

ÜP2 on üksik naispensionär, kes elab Tartu linnas korterelamus ning ainsaks sissetulekuks on pension 314,45 eurot. Pensionär leiab, et praeguse sissetuleku juures on väga raske hakkama saada. Meediaallikatest jälgib ÜP2 kõige enam televisiooni, täpsemalt Kanal 2-e, tihti ka ETV-d ning kõige harvem TV3-e. Lehti loeb pensionär harva. Igapäevaostud sooritatakse kauplustest Konsum, Maxima, Säästumarket, harvem Comarketist ning Selverist. Tarbimisega seonduvat arutab pensionär aeg-ajalt õega ning jälgib ka reklaame, planeerib oste kampaania ajaks.

Külastatavad poed ei olnud valimi ega antud uuringu seisukohast olulised ning nende kattuvused on juhuslikud.

4. EMPIIRILISED TULEMUSED

Käesoleva peatüki eesmärgiks on anda ülevaade olulisematest uuringutulemustest päeviku-uuringu ja süvaintervjuude käigus kogutud andmestiku põhjal vastavalt püstitatud uurimisküsimustele ning uuringu eesmärgile.

4.1. Euroga seonduv hoiak

4.1.1. Seosed euroga

Euro teavituskampaania vastuvõtu ja eurole üleminekuga kaasnenud käitumispraktikate muutumise analüüsi seisukohalt on esmalt otstarbekas luua üldine taust hoiakute kui kohanemisprotsessi fooni mõistmiseks. Selleks paluti inimestel nimetada esmased tekkivad seosed sõna „euro“ kuulmise peale, lisaks eraldi positiivsed ja negatiivsed seosed, mida euro neis tekitab. Tähelepanuväärne on, et esmaste spontaansete seostena ei nähtud ühtegi positiivset aspekti. Toodi välja nii üldistav metafoor hullumaja kui ka konkreetsemad assotsiatsioonid, nagu rahakupüür, Euroopa Liidu lipp. Samuti tuli esmaste seoste nimetamise kaudu esil suhtumine eurosse kui ebastabiilsesse valuutasse.

./.../ me euroliitu nüüd ronisime, mis ei ole sugugi kindel koht... tegelikult euro raha jaoks ei ole kindel koht, kuna üks ja teine ja kolmas riik ju on nagu kriisis ./.../ (ÜP1)

Uurides intervjuu käigus euro mainet üldisemalt, nentisid ka ülejäänud respondendid euro ebastabiilsust (vt 4.1.3.).

Lisaks eelmainitule toodi spontaanse seosena välja konkreetne teavituskampaania element, millesse suhtuti negatiivselt.

./.../ paraku tuleb see Swedbank'i ee see avaleht, mis on nendes makseautomaatides, kus on „Tere, euro! Meie raha.“ Siukene suunurgad ülespoole ./.../ ma vaatan seda kui noh kui natuke pealesurutud asja, mis on nõ-nõudnud reklaamikampaaniat. (PE2)

Antud kriitilisuse põhjustajaks võib pidada pereema nõrdimust selle üle, et üleminekuga seoses ei korraldatud rahvaküsitlust. Vastanu negatiivsus tuleneb arvamusest, et otsus tehti

nii-õelda valitsuse tagatoas („*rahva arvamust ei arvestatud*“) ning seetõttu tuleb sellist ülalt-alla otsust nüüd reklaami abil rahvale turundada.

Uurides respondentidelt euro tekitatavaid positiivseid seoseid, ei näinud pensionärid ühtegi meeldivat tahku. Pereemad nimetasid ainsa positiivse aspektina rahavahetusprotsessi kadumist ning sellega kaasnevat lihtsamat arveldamist välisriikides.

.../ see on positiivne, et ei pea enam raha vahetama /.../ Võtad oma eurod ja lähed kasutada neid igalpool ilma vahetamata. (PE1)

Kirjeldatust järeldub, et euro positiivse aspektina nähti küll praktilist kasu seoses välisreisidega, kuid ei nähtud lokaalset ja igapäevast positiivset mõju oma elukorraldusele.

Esmaste negatiivsete seostena mainiti segadust, pikki järjekordi, hindade tõusu. Euro tekitatud negatiivsete assotsiatsioonide taga võib täheldada uute käitumispraktikate loomise, emotsionaalse kohanemise vajadust ning vähese sotsiaalse legitimaatsiooni nägemist. Füüsiline sentide rohkus, nendega arveldamiseks vajalik harjumine ning käsitlemiseks vajalik oskus tingivad materiaalse kultuuri muutuse. Valeraha levimise võimalusega arvestama õppimine (probleemi teadvustamine) vajab uut käitumispraktikat. Olemasolevate praktikate muutmise vajadust tõlgendatakse aga pigem negatiivse nähtusena.

Ebameeldivate seoste nimetamise käigus väljendati ka kahjutunnet krooni kadumise üle: „*.../ noh see on puht sellel tasandil, et ta on tõesti meie Eesti raha, kroon*“ (PE1). Sellist seost tekitab käsitlus oma *versus* mitte-oma raha. Krooni nähakse kui oma ning eurot kui võõrast, sellest tulenevalt tingib euro ka emotsionaalse kohanemise vajaduse. Nii esmaste spontaansete kui negatiivsete seoste nimetamise puhul tuli välja vähese sotsiaalse legitimaatsiooni nägemine eurole ülemineku protsessis: „*.../ meie oma raha kadumine, kõik see ja et rahva arvamust ei arvestatud. Ma olen sellepärast nõrduinud, et näiteks rahvaküsitlust ei tehtud*“ (PE2). Just nimetatud legitimaatsiooni mittetunnetamine oli antud pereema puhul üks üldise euroskeptitsismi ja negatiivse meelestatuse põhjuseid. Konkreetse respondendi puhul võib täheldada kognitiivset skeemi, et avalikkuses põhjendatakse demokraatia (referendumi) puudumist ratsionaalsuse ja kasuga ning ratsionaalsust kõrvutatakse rahva tahtega.

.../ kohe, kui hakatati rääkima, et /.../ oleks tark, arukas ja hea võtta kasutusele Eesti... noh Eestis ka euro. Ee siis-siis tegelikult ma arvasin kohe, et siin kindlasti ei tule mingisugust küsimustki ja et-et äkki inimesed arvavad, et võiks kuidagi teisiti teha. (PE2)

Probleem peitub arvamuses, et liikmesriik võib valida, kas ühineda euroalaga või mitte, kuigi tegelikkuses peavad Euroopa Liidu lepingu kohaselt liituma kõik ELi liikmesriigid euroalaga kohe, kui vajalikud lähenemis- ehk Maastrichti kriteeriumid (madal ja stabiilne inflatsioon, vahetuskursside stabiilsus, riigi rahanduse usaldusväarsus ning riigi õigusaktide vastavus ELi omadele) on täidetud (Euroopa... 2011). Enne euroala käivitamist 1999. aastal jõudsid Taani ja Ühendkuningriik kokkuleppele, mis võimaldab neil ainsatena eurot mitte kasutusele võtta (*Ibid.*). Sotsiaalse legitimaatsiooni mittetunnetamise kujuneda laskmine on eelteavituse puudujääk, mis tekitas negatiivse hoiaku ka kampaania kaudu edastatava teabe suhtes.

4.1.2. Seosed eurole üleminekuga

Lisaks esmastele euroga seonduvatele emotsioonidele uuriti intervjueeritavatel ka nende suhtumist eurole üleminekusse. Sarnaselt esmaste seostega euro suhtes üldisemalt, domineeris ka ülemineku käsitusel negatiivne hoiak. Keegi vastanutest ei pooldanud eurole üleminekut, sellest johtuvalt ei seostatud protsessiga ka isiklike positiivseid emotsioone ega mõtteid. Mitmel korral toodi välja, et tegu on paratamatusega, millegagi, mis varem või hiljem oleks niikuinii juhtunud. Meenutades esimesi mõtteid pärast euro kasutuseletulekust teadasaamist, viidati lootusele, et üleminek „*vast ikka läbi ei lähe*“ ning toodi jällegi sisse möödapääsmatuse moment (üleminek kui vältimatus, „*ega midagi teha ei ole*“). Üleminekulga seoses väljendas üks pereemadest esmase meenutusena euro mõju tööalaste muudatuste põhjustajana ning hirmu nendega hakkamasaamise ees.

.../ tööalaselt, et seoses üleminekulga väga palju tööd. .../ mul töö on sellega väga seotud ja siis sellepärast ma nigu pabistasin ja sabistasin .../ (PE1)

4.1.3. Euro maine

Intervjuude jooksul räägiti eurost pigem kriitiliselt, negatiivselt või lihtsalt pealesunnitult leppimisele viitavalt. Taolised hinnangud olid ilmselt osaliselt tingitud euro ebastabiilseks valuutaks pidamisest. Euro stabiilsust hinnates peeti võimalikuks nii seda, et euro kurss hakkab kõikuma kui ka seda, et euro võib üldse käibelt ära kaduda. Euro kadumist ei seostatud küll lähitulevikuga, kuid kõhklosti ja hirmu väljendati sellest hoolimata.

Kuna euro maine vastanute silmis oli madal, siis kandus see üle ka euro visuaalse külje hindamisele. Intervjueeritud ei pidanud eurot kujunduselt ilusaks rahaks, kuid samas tõdeti, et

raha on raha ning ega tal väga viga ka ei ole. Euro välimuse puhul toodi välja ka seda, et rahatahed on nii suured, et nende jaoks peab olema spetsiaalne rahakott. Arvestades seda, et intervjuud on tehtud vähem kui kuu möödudes üleminekust, siis on selgesti tajutavad tugevad nostalgilised ning pooldavad emotsioonid krooni suhtes.

Ta ei ole, meie raha ta ei ole. Ta on Euroopa Liidu raha. Ja selleks ta jääb. (ÜP1)

No... muidugi mul on kahju kroonist, aga noh see on puht sellel tasandil, et ta on tõesti meie Eesti raha, kroon. (PE1)

Kokkuvõtlikult võib öelda, et esmastest seostest euroga, suhtumisest eurosse ning üleminekusse tuleb lisaks igapäevapraktikate muutmise vajadusele välja ka uue rahaga emotsionaalse kohanemise ja eurole ülemineku protsessi (nii otsus ise, kui see, kuidas ja millal see tehti) maineparanduse vajadus, sest üleminekuuga kaasnevad respondentide näitel pigem negatiivsed emotsioonid, kurbus ja kahjutunne oma raha kaotamise üle. Samuti viitab maineparanduslikule vajadusele ebakindlus euro stabiilsuse suhtes ning ülemineku vähene sotsiaalne legitimatsioon. Eelnevast tuleneb ka mõtteviis euro kui paratamatus, inimeste tahtest olenematu võim, mida tajutakse pealesurutud nähtusena. Mainitud emotsionaalse vastuolu aspektid mõjutasid ilmselt suhtumist, eelhäälestust euroteavitusse ning ka igapäevapraktikaid, kuna emotsionaalsed seisundid, motivatsioonilised teadmised on osa praktika elementidest (Reckwitz 2002).

4.2. Käitumispraktikad ja nende muutus

Järgnevas teemablokis tuuakse päeviku-uuringu ning intervjuude põhjal välja olulisemad tendentsid, mida võib täheldada ostmise ja maksmisega seotud igapäevapraktikate muutumises.

4.2.1. Ostupraktikad päeviku-uuringu alusel

Informantide igapäevaste ostu- ja maksepraktikate muutuste analüüsil on kombineeritud nii päeviku-uuringu kui süvaintervjuude põhjal kogutud materjal. Halkieri & Roskilde (2011: 4) käsitluse alusel võib tarbimise kui praktika jagada praktiliseks tegevuseks ja selle representatsioonideks. Antud bakalaureusetöös võib praktilise tegevusena vaadelda

informantide poeskäike, reaalsed ostukäitumist ja representatsioonidena emotsioonide väljendamist päevikuvormis, süvaintervjuu käigus antud hinnanguid.

Praktilise ostutegevuse analüüsimisel vaatleb autor muutusi väljaminekute suurustes ning nende struktuuris. Selleks liigitati kõik pereemade ja pensionäride väljaminekud koondkategoriate alla ning töödeldi kogutud andmed programmis *Excel*. Kõigi informantide detailsem kulutuste struktuuri võrdlus novembri ja jaanuari lõikes on toodud välja Lisas 7. Jälgitavuse hõlbustamiseks koondatakse esialgsed kulutuste kategooriad siinkohal omakorda üldisemate kategooriate alla, tuues tabelis 3 välja olulisemad neist.

Tabel 3. Respondentide kulutuste struktuuri võrdlus (summad eurodes).

Väljamineku- kategorია	Informandid							
	PE1		PE2		ÜP1		ÜP2	
	nov.	jaan.	nov.	jaan.	nov.	jaan.	nov.	jaan.
Alkohol, sigaretid	42,67	37,36	-	-	3,19	7,08	40,39	63,55
Ilutooted	5,34	6,93	4,01	19,87	-	0,99	-	-
Kodukeemia, majap.tooted, kiire käibega kodukaubad	15,33	13,49	7,68	6,59	7,04	6,07	6,82	2,46
Kommunaalmaksud, kindlustus	116,83	170,82	114,28	175,9	40,17	42,43	76,31	93,95
Kuivained, konsoveeritud toit, õli, või jms*	23,73	20,81	18,11	40	18,19	12,28	15,85	12,62
Kultuur/meelelahutus vaba aeg	39,94	105,18	2,84	7,35	2,2	2,3	1,34	1,35
Maiustused, naudingukaubad, karastusjoogid**	48,03	41,92	22,52	14,67	21,48	20,46	6,86	3,89
Puu- ja juurviljad	21,24	15,69	12,95	9,88	7,98	8,38	10,5	5,23
Põhitoidus***	79,16	66,62	63,34	53,95	45,96	47,77	50,96	47,27
Püsivad/pika käibega kodukaubad	95,45	4,81	18,79	5,53	10,41	19,56	-	1
Ravimid, meditsiiniteenused	-	4,57	8,18	-	34,9	28,37	52,32	9,74
Riidekaubad	1,27	-	5,16	22,11	2,49	4,29	-	-
Teenused	30,36	24,17	-	20,63	-	55	-	-
Väljas söömine	23,84	8,75	6,52	5,35	-	-	3,45	1,6
Kulutused kokku	619,98	615,32	295,74	401,29	194,07	254,98	296,76	242,66

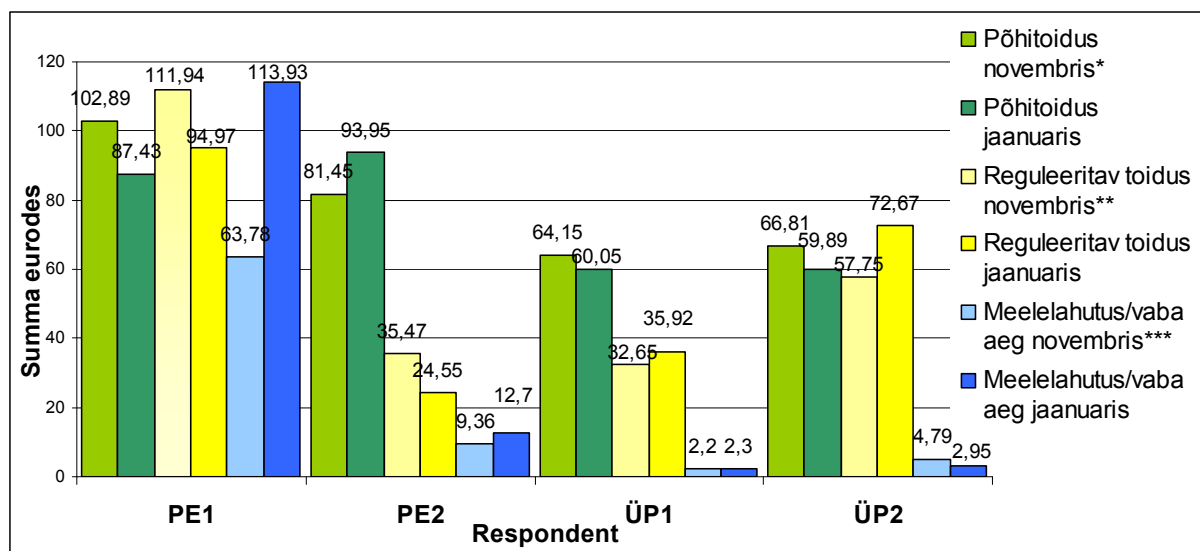
Märkused:

* – koondatud on kuivained, konserveeritud toiduained, purgisupid, õli, või, mesi, ketšup, äädikas

** – koondatud on maiustused, kondiitritooted, karastusjoogid, mahlad jm n-õ naudingukaubad ning valmistoit

*** – koondatud on leib, sai, lihatooted, piimatooted, kalatooted, munad

Võrreldes kulutuste kogusummat novembris ja jaanuaris, on näha, et PE1 leibkonna kulutused on minimaalselt vähenenud, enam on vähenenud ÜP2 kulutused. PE2 ja ÜP1 kulutused olid jaanuaris suuremad kui novembris. Kulutuste üldsummast parema ülevaate annab konkreetsete väljaminekukategooriate võrdlus. Naudingukaupadele (maiustused, kondiitritooted, karastusjoogid, mahlad, valmistoit), mille tarbimine ei ole hädavajalik, on kõik informandid kulutanud jaanuaris vähem kui novembris. Ka väljas söömise osas võib täheldada kokkuhoiu momenti: kõik informandid, kes väljas einestasid, kulutasid sellele jaanuaris vähem (suurim muutus PE1 – 15,09 euro võrra vähem). Järgnevalt on välja toodud respondentide suuremate kulukategooriate graafiline võrdlus novembri ja jaanuari lõikes (joonis 2).



Joonis 2. Respondentide kulutuste muutus.

Märkused:

* – koondatud on kategooriad põhitoidus ja kuivained, konserveeritud toit, õli, või jms

** – koondatud on kategooriad alkohol, sigaretid; maiustused, naudingukaubad, karastusjoogid; puu- ja juurviljad

*** – koondatud on kategooriad väljas söömine, kultuur/meelelahutus, vaba aeg

Jooniselt 2 selgub, et kulutused põhitoidusele on vähenenud kolme respondendi puhul ning kasvanud ühe pereema puhul. Reguleeritavale toidusele (tooted, mille tarbimine pole vältimatult vajalik, mis võimaldavad teadlikke väljaminekute reguleerimise strateegiaid) on kahel juhul kulutatud jaanuaris vähem kui novembris, kahel juhul rohkem. Kulutuste muutused kõiguvad vastanuti, selgeid tendentse ning märkimisväärseid muutusi pärast eurole

üleminekut ei saa seega täheldada. See on ka mõistetav, kuna inimeste kulutused varieeruvadki kuust kuusse ning olenevad ootamatute kulutuste ja spetsiaalsete sündmuste (sünnipäevad, külaskäigud jmt) rohkusest. Kuna nähtava kulutuste vähenemise või suurenemise ning eurole ülemineku vahele ei saa tõmmata otsest seost, siis on väljaminekute struktuur taustaks igapäevapraktikate muutuste tõlgendamisel. Sügavuti võimaldavad minna mikrotasandil toimunud uuendused, modifitseeringud, mida analüüsitakse järgnevatel alapeatükkides.

4.2.2. Ostu- ja maksepraktika euroga opereerides

Pereemade ja naispensionäride ostukäitumist analüüsitakse võttes aluseks praktikateooria lähenemine, et selgitada välja, mis on eurodega arveldamise ajal teisiti kui krooniajal. Muutusi jälgitakse mikrotasandil, vaadeldes põhjalikumalt ostukäitumist kui tervikut mõjutavaid elemente, nagu tasumisviisid, poes kuluv aeg, hindade jälgimine, kokkuhoid jmt.

Siinkohal on oluline juhtida tähelepanu asjaolule, et vahetult enne üleminekut (detsembris 2010) ei osanud keegi vastanutest suuremaid probleeme ette näha ning usuti, et muutustega tullakse toime. Enne jaanuarikuise päeviku täitmise alustamist küsiti osalejatelt suuliselt arvamust, kuidas eurole ülemineku neil isiklikul tasandil sujuda võiks:

Ei näe mingit vahet praegu selles. Ei ole eriline sabistaja kuju. Vahet ei ole ju, hinnad on eurodes ja süüa ostma pead. Ostad odavamaid asju, nagu krooni ajal. (PE1)

Ma arvan, et minul ei teki küll erilisi suuri raskusi. Hakkama saab ikka. (PE2)

Rahuldavalt läheb, mis seal ikka. Pea ju ka otsas. Kui vaatad, et sente ei suuda seljakotiga poodi vedada, siis maksad kaardiga. Vaatad, mida ostad. (ÜP1)

Ma arvan, et rahulikult läheb. Mis seal ikka... Ma püüan hästi rahulik olla. Ainult müüjad võivad eksida. Minul aega küll, küll saab hakkama. (ÜP2)

Reckwitz (2002: 250) järgi on praktika on rutiinne viis, kuidas kehasid liigutatakse, objekte käsitletakse, subjekte koheldakse, asju kirjeldatakse ja maailma mõistetakse. Indiviidid on kehalised ja vaimsed agendid, kes kannavad rutiinseid arusaamise ja ihaldamise viise ning viivad nende kaudu ellu sotsiaalseid praktikaid (*Ibid.*). Vastanud paistsid enne

valuutavahetumist lootvat, et suudavad rutiinseid käitumisviise säilitada, probleemkohti, operatiivsete ja kognitiivsete struktuuride modifitseerimisvajadust esile ei toodud.

4.2.2.1. Tasumiseelistused

Ostukäitumise mikrotasandil analüüsitakse esmalt tasumisviisides toimunud muudatusi. Ostude ja väljaminekute eest tasumiseks eelistatakse kasutada maksepraktika tehnilise elemendina pangakaarti. Sularaha kasutatakse üksnes turul ja kohtades, kus kaardiga tasuda ei saa (nt juuksuris). Pangakaart kui institutsioonide poolt välja pakutud tehniline vahend oli üleminekule eelnevalt praktikasse integreeritud ning usaldatud, kuid vaatamata sellele kinnitasid kõik vastanud, et pärast eurole üleminekut on nad hakanud pangakaarti varasemast enam kasutama, teisisõnu on harjumuspärast praktikat modifitseeritud.

.../ enne peaaegu üldse pangakaardiga ei tasunud. .../ Poes, toidupoes maksin ikka sularahaga. Aga-aga, no nüüd... on teisiti. (ÜP1)

Otsustasin loobuda toidupoes sularahast, sest on võimatu tassida kaasas sendilaadungit .../ (ÜP1 jaanuari päevik)

Kaardi eelistamise põhjustena toodi välja metallrahaga arveldamise füüsilist ebameeldivust (muudavad rahakoti raskeks, sente on liiga palju), samuti ajakadu, mis tekib sentide lugemisel – pangakaart hõlbustab arveldamist. Operatiivtasandil esinenud tehniliste probleemide lahendusena kasutati ka tehnilist vahendit.

.../ mugav on. Ei ole neid sente nii kohutavalt... ma ei taha neid münte rahakotis. Mulle ei meeldi see metall .../ kroonidega oli see sularahas arveldamine kuidagi kiirem ja lihtsam. (PE1)

Müntidega majandamise füüsiline keerukus võib hõlmata ka uue praktikana spetsiaalsete hoiustamisvahendite kasutuselevõttu, kuna metallraha rohkuses nähakse vajadust soetada ja kasutada mündihoidjat.

.../ ma olen vaadand seda euro rahakotti nigu nad ütlevad. No njetu mitte kuskil. Need, kuhu need mündid pannakse. Ja nüüd ma siis hoidungi väga-väga, et ma endale üldse sularaha ei tekita. (ÜP2)

Kuna uue praktika loomisel esines struktuurne takistus (sobivat mündihoidjat ei leitud), siis seetõttu modifitseeriti varasemat praktikat ehk hakati kaardiga tasumise kaudu vältima sularaha tekkimise võimalust.

Kasutusele võeti ka uusi praktikaid, nagu topelt maksevahendite kasutamine ÜP1 näitel. Varasemalt kasutas pensionär pangakaarti üksnes suurte väljaminekute puhul, kuid nüüd kannab alati poes käies ka pangakaarti kaasas. Kuna sentide loendamine on vastanu jaoks rusuv süsteem (Hand & Shove 2007), tülikas tegevus, ta „ei viitsi arvutada“, kui suur on ostu kogusumma eurodes, siis tingis see maksepraktikas tuttavate elementide (sularaha ja pangakaart) omavahelise suhte reproduktsiooni kaudu uue praktika tekke, mis aitab vältida tasumisel ebameeldivasse olukorda sattumist:

./../ selgub, et sul polegi neid sente. On küll kotitäis, aga polegi nii palju, et maksta saab mõne asja eest. Et siis oleks ikka võimalik kaardiga maksta ./../ (ÜP1)

Käitumispraktikate puhul esines ka osalist modifitseerimist. Näiteks PE2 kasutas ka varem turvalisuse huvides kaarti, turvalisuse diskursuse mõjud ühendati pärast üleminekut sularahaga arveldamise komplikatsioonidega ning modifikatsiooni kaudu hakati veelgi enam kaardiga maksta, et vältida sentidega „sehkendamist“, mis on tülikas nii kliendile kui müüjatele.

Üleminekuga kohanemise protsess nõuab täiesti uue käitumispraktikana ka valeraha äratundmise oskuste omandamist või vähemalt selle võimalusega arvestamist. Valeraha levimise probleemi teadvustasid enesele kõik intervjuueeritavad. Väljendati aga imestust selle üle, kuidas osatakse alles kasutusele tulnud raha juba võltsida.

Ega ma ei teadnud üldse, et nisuke asi võimalik on. Nii uus raha ja juba võltsitakse. (ÜP2)

Kõige tõenäolisemaks valeraha liikumise kohaks peeti turgu, lisaks väiksemaid kauplusi. Valeraha vältimise strateegiana kasutatakse tasumiseks pangakaarti. Oluliseks peeti ka oskust raha vaadelda, pöörata tähelepanu raha autentsust tõestavatele elementidele. Ühe pereema näitel tuli välja, et valeraha hirm ja probleemi ulatuse teadvustamine on väiksem siis, kui endal on olnud vähem kokkupuudet euro paberrahaga arveldamisel.

./../ tegelikult ma tean, et see probleem on täiesti reaalselt olemas ja-ja üsna laialdane isegi. Aga kuidagi vat... no jah ma ei ole mõelnud sellele tõesti. Ilmselt ma ei ole küllalt palju ise sularahaga askeldanud. (PE2)

4.2.2.2. Igapäevaste ostude sagedus ja poes kuluv aeg

Paludes vastanutel hinnata oma poeskäimise sageduse muutust, leidis suurem osa, et nad teevad sisseoste sama tihti kui varem. Üksnes ühe pensionäri puhul tuli selgelt esile, et tema poeskäimised olid oluliselt harvenenud.

Krooni ajal mulle meeldis käia iga päev, sellepärast et ma ostsin hästi vähe, hästi vähe ostsin igat asja. Aga nüüd ma ostan ikka nii, et ma käin ütleme kaks korda nädalas poes, mitte rohkem. (ÜP2)

Konkreetne vastanu pelgas poodi külastada, kuna ta ei tundnud eurodega arveldamisel kindlustunnet ning kartis, et ei tule oma sissetulekuga toime. Seda kartust süvendas asjaolu, et euroajal maksab ta kaardiga, seega ei ole tal jooksvat ülevaadet oma rahalistest võimalusest, vabadest ressurssidest. Operatiivtasandil toimunud tehniline muutus kandus üle ebakindluseks kognitiivsel tasandil.

Pelgan poodi minna. /.../ See euro pani minule igal juhul küll suurema kontrolli peale, kui see kroon oli. Ma kardan, et ma ei tule välja... pensionipäevani. /.../ ma ei julge apteeki ka minna. (ÜP2)

Sularaha puhul oli lihtne raha üle lugeda, seevastu kontoväljavõtte jälgimise praktikat ei ole veel omandatud (seda tehakse väga harva). Kuna praktikaid koos hoidvad elemendid varieeruvad inimeseti, kes praktikaid kannavad, siis esineb ka sisemisi erinevusi praktikas ning see on selgelt osa praktikate arenemisest aja jooksul (Gram-Hansseni 2010: 74). Praktika elementide varieeruvat mõju kinnitas teine vanema generatsiooni esindaja, kes ei olnud teadlik pangakaardil olevast jäägist, tundis seetõttu väikest hirmu, kuid aspektil puudus mõju poeskäimise sagedusele ehk kognitiivtasandil tunnetatud kindlustunde puudumine ei mõjutanud otseselt kokkuhoidu.

Seda näeb kuu lõpus, kas raha on veel järel, seda ma ei oska ütelda, kuna esimest korda maksan ju ainult kaardiga. Ma isegi ei tea, palju sinna järgi on jäänud, ma pole nüüd tükk aega vaadanud kah. (ÜP1)

Pereemad arvasid, et kuna pere vajab täpselt samamoodi süüa ja tarbeesemeid kui varem, siis poes tuleb ikka sama tihedusega käia ning muutusi ei täheldatud.

Sisseostude tiheduse kõrval andsid vastanud hinnangu ka poodlemisele kuluva aja osas. Kõik intervjuueeritavad kinnitasid, et vähemalt jaanuari alguses läks neil poes käies rohkem aega.

Ajakulu kasvu põhjustajana kirjeldati esiteks rahalugemisele kuluva aja suurenemist, millest tulenesid ka pikemad järjekorrad:

/.../ ise ka ikka, kui münte loed siis läheb ka aega rohkem jah... Inimesed tahtsid lihtsalt uue rahaga harjuda. Arveldamise käigus ju harjudki. (PE1)

Kioskimüüjal läks rahade arveldamisega küll tavalisest rohkem aega, mistõttu tekkis närviline järjekord. (ÜP2 jaanuari päevik)

Teine ajakulu suurendaja oli hindade võrdlemise protsess, mis toimus enne kassasse siirdumist. Toodi välja, et inimesed mõtlevad poes pikemalt, püütakse aru saada, palju mingi toote eest ikkagi maksma peab ning võrreldakse seda harjumuspärase hinnaga.

Inimesed käivad kõik kortsus kulmul ringi ja vahivad neid hinnasilte. /.../ uurivad ja kohe näha, et nad mõttes arvutavad, et mis see kaup siis tegelikult maksab. Et kas ta on nüüd sama või ta on nüüd kallim ja kohe vaatad, et eeh aega läheb rohkem. (PE2)

Kroonides olnud ostusummasse ei osanud küll ladusalt poesolevaid EUR-hindasid arvutada. (PE1 jaanuari päevik)

4.2.2.3. Turulkäimine

Turulkäimise harjumustes täheldasid muutusi kaks vastanut, kellest pensionär ÜP2 nentis, et külastas jaanuaris turgu varasemast märkimisväärselt vähem. Vanast praktikast on ajutiselt loobunud, kuid loodetakse see taastada, kui on harjutud eurodega arveldama.

/.../ loodan, et ma kevadeks harjun nii palju ära, et ma oskan ise ka juba arveldada sularahas, sellepärast et siis ma ju tahan igal juhul turu peal käia. (ÜP2)

Üks pereemadest rääkis, et ta on jätnud mõnel korral turule minemata, kuna rahakotis pole olnud piisavalt sularaha ning sellisel juhul on mugavam supermarketisse minna. Tegu ei olnud aga teadvustatud muutusega. Ülejäänud vastanud ei leidnud, et nende turulkäimise sagedus oleks olulisel määral muutunud.

Pensionär, kelle turukülastused olid muutunud minimaalseks, tõi välja, et turulkäimist ei piira mitte üksnes hirm ise sularahas eurodega arveldada, vaid ka arvamus, et müüjad on hindadega manipuleerinud, neid tõstnud ning pidas seetõttu plaani teha „kontrollkäik“ uurimaks hinnataset.

/.../ peaks minema turu peale ja lihtsalt neid hindasid vaatama ja võrdlema, mis nad olid kroonidega ja mis nad on praegu... Sest ma kardan, et seal nad kah on vusserdand. (ÜP2)

4.2.2.4. Euroga arveldamise meeldimine/mittemeeldimine

Reckwitz (2002: 251) rõhutab, et sotsiaalsed praktikad on küll rutiinsete kehaliste soorituste kogumid, kuid samal ajal ka vaimsete tegevuste kogumid, kus teadmistel on oluline roll. Praktikateooria jaoks on teadmised midagi keerulisemat, kui lihtsalt „millegi teadmine“, hõlmates arusaamise, tahtmise ja tundmise viise, mis on omavahel ühendatud praktika sees (Reckwitz 2002: 253). Eurodega arveldamise praktikas positiivseid tundmise viise hõlmatud ei olnud: kuna võeti paratamatusena asjaolu, et teist maksevahendit pole, siis sellise valikuvabaduse puudumisega meeldivaid emotsioone ei seostatud ning rõhutati faktoreid, mis euroga arveldamise juures ei meeldi. Ebameeldivustest tuli vanema generatsiooni esindajaid ühendava tegurina välja füüsiline komplikatsioon – kehv silmanägemine – , mis takistas sujuvat sularahas arveldamist. Sendi vääringute mittenägemine tekitas ebamugavustunnet ja soovi ennetada kaasostjate võimalikku pahameelt.

Ma pidin tahes-tahtmata panema kõik terve selle peotäie müüjale nina alla. /.../ Kui sul rahvas selja taga on, noh mina lähen närvi ja müüjad lähevad närvi ja järjekorras seisjad lähevad närvi... ja no siis on parem ära üldse mine poodi. (ÜP2)

Lisaks mainitule nenditi, et müntide kaasaskandmine ja nende ülesleidmine on füüsiliselt ebamugav, kuna sendid muudavad rahakoti raskeks ning rahakotid ei pea eurosente kinni.

/.../ need sendid jooksevad välja. See on nii ebamugav. /.../ Äkki tahad rahakotist raha võtta ja terve käekott on raha täis, aga sa ei saa teda kätte. (PE2)

Komplikatsioonid olid seega kahetised: füsioloogilised „sisemised“ takistused ja välistest teguritest tingitud takistused. Füsioloogilised takistused esinesid pensionäride puhul ning tegu on vältimatu faktoriga, mida kommunikatsioon mõjutada ei saa. Välistest tegurid, nagu ülalmainitud mündihoidja kättesaadamatus, sentide rohkus, leidsid lahenduse vältivate strateegiate kaudu.

4.2.3. Hindades orienteerumise praktikad

4.2.3.1. Hinnasiltide jälgimine

Intervjueeritavatega arutati ka muutusi ja kohanemist hindades orienteerumises, mis hõlmas endas näiteks hinnasildi jälgimist, soodustuste, hindade ümberarvestamist. Alustuseks uuriti respondentidelt, millist numbrit nad esmalt hinnasildid jälgivad. Peamiselt toodi välja, et esimese numbrina vaadatakse hinnasildil eurosid, kuid seda üksnes visuaalse efekti tõttu. Eurohinnad on sildil suuremalt kujutatud, seepärast haarab silm tahes-tahtmata esmalt neid, kuid teadlikult jälgitakse siiski kroonihindu ning viiakse läbi võrdlevat vaatlust.

No esialgu ikka tuleb euro, sest euro on nüüd suuremana pandud. Kõigepealt vaatan seda, aga siis ma kindlasti vaatan ka, mis ta siis tegelikult Eesti kroonides maksab. (PE1)

Ka hindade jälgimise puhul muutub vanema generatsiooni jaoks oluliseks juba mainitud füüsiline komplikatsioon kehva silmanägemise näol:

No ma pean eurosid vaatama, need on vähemalt niisugused minu silmanägemisele (naerab) nähtavad, aga krooni siis läheb hirmus raskeks. (ÜP2)

Eurole ülemineku algperioodil on võrdlev krooni- ja eurohinna vaatlemine vajalik, et adapteerida mõtlemist ning tekitada tunnetuslik süsteem, kus mõistetakse konkreetse eurohinna osakaalu oma rahalistest võimalustest.

/.../ varsti võib-olla ikkagi harjub see mõtlemine sellega ära, et sa nagu saad enam-vähem aru, et-et kas see on palju või vähe ja kui suure osa see minu sissetulekust moodustab... Alati on ju see just, et sa peab hindama seda, et palju sa saa... selle hinnaga saad osta igasugu asju. (PE2)

Kahes vääringus hinnasilte peeti vajalikuks, kuna see „annab /.../ võimaluse inimesele selles harjunud süsteemis hinnata, et kas see on kallid või ei“ (PE2). Harjunud süsteemis elamise mõjukust kinnitab ka Plaza (1999: 136): on elu tõsiasi, et enamik inimesi elavad kindalt sisse seatud personaalses keskkonnas, mida valitsevad harjumused, kord, mugavus, rutiin jms, muutused põhjustavad rahutust ning inimlik vastumeelsus nende suhtes paneb kartlikult käituma, klammerduma tuttava külge. Tarbijad polnud jaanuaris uue valuutasüsteemiga kohanenud, oma väljaminekuid hinnatati veel rutiinselt kroonisüsteemis, kuna nii oli lihtsam mõista, kas kaup on sobivas hinnaklassis.

./.../ ma ei tea, ma olen nii aeglane ka võib-olla, mul lihtsalt ei lähe nii ruttu see välja see (rõhutatult) mõõtkava. See mõõtkava on nii sisse harjund ju. Ja ma ei tea, kui kaua aega läheb selleks, et see kaoks peast. (PE2)

4.2.3.2. Hinnavõrdlus ja soodustused

Kroonides arvestamise tendents kehtis ka erinevate kaupluste hinnataseme võrdluses: „./.../ teisendan kõik mõttes kroonideks ja siis võrdlen teises poes nähtud hinda ./.../“ (PE2). Juurdunud kroonimõõtkavas vaadeldakse ka soodustusi saamaks teada allahindluse summat kroonides. Samas nimetati ka, et soodustused on tihti toodud eurodes ning siis tuleb need ise kroonidesse ümber arvutada. Seega hinnasilt kui soodustuste jälgimise praktika üks elemente mobiliseerib kasutama vaimseid tegevusi, milleks varem vajadus puudus. Mainimisväärne on ka asjaolu, et mõlemad pereemad tõid välja hinnangu, et praegused soodustused ei ole nii soodsad kui krooniajal – euro-soodustusi tajuti tunnetuslikult väiksematena kui varasemaid sooduspakkumisi.

Kuna hinnasildilt jälgiti kroone, siis arvestati ka üldist ostusummat kroonides. Pensionär ÜP2 tõi välja, et kui poes ei suudeta spontaanselt ostusummat kroonidesse arvestada, siis püütakse hilisema hindamisega oma väljaminekuid kroonisüsteemis võrrelda.

Vähemalt kodus siis vaatan üle, palju ta siis huvitav oli see kroonides, et kas ma nüüd väga hirmsasti laiasin. (ÜP2)

4.2.3.3. Hindadest arusaamine

Üks pereemadest tõi probleemkohana välja ka selle, et hindade esitamise viis pole alati võrreldav, mis omakorda raskendab harjumuspärasest hindade mõistmist. Tüüpilise probleemina nähakse vajadust teisendada peas kõik asjad kroonidesse, et vana mõõtkava järgi mõista, kas hind on kallis või odav.

./.../ hind on toodud eurodes ja siis on toodud Eesti kroonides tema kilohind. (Naerab.) See on muidugi eriline gümnaastika ajude jaoks, mis ei ole eriti arvutamislembesed, et siis sa mõtled, kui palju konkreetselt see saiake või leivake seal siis Eesti kroonides maksaks ja siis sa hindad seda, et kas ta on kallis või odav. (PE2)

Hindadest arusaamise probleemi tõdesid nii noorema kui vanema generatsiooni esindajad ning ainsa välise lahendusena tõsteti esile kahes vääringus hindasid kui regulatiivsest abivahendit.

No loomulikult, kui seda kallist Eest kroonikest all ei oleks, siis oleks ikka asi päris hull. /.../ praegu küll ei ole harjumud. (ÜP1)

Kui kroonide ajal teati, palju asjad orienteeruvalt maksavad, siis ei pidanud ostmisel pikalt kaaluma, kas tegu on kalli või odava tootega. Kauba hinda osati paremini võrrelda enda sissetulekuga. Uue valuuta puhul osutub keerukaks eurohinna võrdlemine enda üldiste kulutamisvõimalustega. Vältimaks üleliia kulutamist, tuleb uue rahalise mõõtkava juures õppida näiliselt väiksemaid eurohindasid reaalselt tajuma ning paigutama oma tulude ja kulude skeemile.

Minu jaoks on tegelikult raske veel praegu jah... Kohe ei ole seda taju, et palju ta siis maksab ee minu rahakoti järgi. Aga just see jah, et mõtled küll 3 eurot, 3 eurot, aga samas juba pea 50 krooni on ju. Et hinnad ju tunduvad väikesed, aga mis neil see nii-öelda tegelik väärtus on. (PE1)

Kõik hinnad, mis sisaldavad EUR sente rohkem, kui 10 senti, ajavad pea kirjuks. (ÜP1 jaanuari päevik)

4.2.3.4. Eelarve kontroll

Ümberarvestamiste, pidevate kalkulatsioonide probleem ei esine üksnes kauba hindade osas poes, vaid ka muude kulutuste puhul. Üleminek tekitab vajaduse kogu pere-eelarve ümber seada europõhiseks.

Varem oli, et nii palju kroone sain, nii palju maksab see, see, see. /.../ Sa tead, kui palju sa maksab see veest, palju sa maksad elektri eest. Ja siis saa umbeski tead, kui palju sul jääb kroone üle ja sa näed hindasid ja sinu peas see tabel juba enam-vähem on olemas, et-et mida sa võid. Eurodega hakkab kõik otsast pihta... (PE2)

Vanema generatsiooni puhul võib tajuda topeltkohanemist, mis hõlmab arvelduse aluse muutust (uus maksevahend kaardi näol) ning lisaks kontrolli kadumist, mis kaasneb kaardiga maksmisel.

On tõsine hirm, et ei oska pidada arvet väljaminekute kohta ja tuleb nädalake enne pensioni päeva nälgida. (ÜP1 jaanuari päevik)

Selge näide euro rutiinidesse tungimisest on pensionär ÜP1 raskused eelarve tasakaalus hoidmisel. Vastanu täitis varasemalt kaustikut, kuhu kirjutas üles kulud ja tulud ning pidas silmas, palju ta võib päevas kulutada. Pärast euro tulekut ei osatud enam sarnast süsteemi toimivana hoida, kuna kaardimaksetega kadus võimalus raha üle lugeda ning selle järgi nädalasi kulutusi hinnata. Kontoväljavõtte jälgimine on veel võõristatud, tšekkide alusel väljaminekute hindamine on aja- ja energiakulukam kui sularaha loendamine – kõik see takistas praktika jätkusuutlikkust, mis tekitas ka hirmu toimetuleku ees.

Kuna kaardimakse puhul on väljundit raskem kontrollida (keeruline tajuda ostu kogusummat), siis võib oletada, et rakendatakse teisi kontrollimeetodeid sisendi tasandil. Selle näiteks võib olla poes enama aja investeerimine, et mõista ega toodet põhjendamatult kallilt ei osteta või kokkuhoiu rakendamine. Kognitiivne probleem väärangu tajumisel on tekitanud uue vajaduse pühendada praktikatesse enam kompetentsi ning vaimseid ressursse (peast arvutamine, hindade „kontrollimine“).

4.2.3.5. Reaalsustaju ja enesekontroll

Hindade jälgimise, enda tulu- ja kulubaasi hindamise ning ostukäitumise muutumisega kaasneb küsimus kahe jalaga maa peal olemisest, enesekontrolli säilitamisest. Enne uue kognitiivse skeemi kinnistumist võib esineda ebaselgust väljaminekute suuruse mõistmisel, kus tuntakse, et hinnad on väikesed, tooted odavad ning saab endale rohkem lubada. Kuigi respondendid leidsid, et nemad pole ennast madalatest hindadest hullutada lasknud ega asjatult kaupa kokku ostma hakanud, siis reaalsustaju püsimises ning hindade tegeliku väärtuse mõistmises nähti problemaatilist kohta, mis võib osutada inimeste ostukäitumise puhul tüüpiliseks.

/.../ ma arvangi, et nad lähevad selle oi kui odav peale välja... eks ole vaatavad, et oi jummal, vanasti maksis nii palju, mõtle, nüüd on ainult 1 sent või-või 1 see euro. Mõtle kui odav. (ÜP2)

Vaat eurodega on see, et nagu sa ei taju selle... ee selle summa suurust /.../ siis võib juhtuda, et sa lihtsalt ei saa aru, kui suure summa eest sa midagi ostad. (PE2)

Toonitati, et väikeste hinnanumbrite juures tuleb harjuda tajuma kauba tegelikku hinda, kuna raha väärtus on teine. Kuigi ei leitud, et väiksemad hinnanumbrid oleks ostupraktikaid

muutnud, tuli ühe pensionäri vastustest välja, et harjumuspärasele mõtlemissüsteemile on euro siiski teatavat mõju avaldanud.

Mina vaatan ikka, et noh arved on nii väikesed ja... ongi. /.../ Kuus eurot ja seitse eurot ja kott on täis ja... eh, ei tea. /.../ vaatad küll, et jumal hoidku, nüüd on 80 senti ja siis oli 8 krooni... Ei noh ütleme seal mõned puuviljad, enne vaatad nii palju, nüüd on nii vähe (naerab). (ÜP2)

Ilmne näide sellest, et euro väärtusest ei saada veel aru ning uue valuutaga kohanemine on aeganõudev, oli ühe pensionäri ehmatuse esimesel europensionipäeval, kui varasemast ligi viietuhanda krooni suurusest pensionist oli saanud kolmesajaeurone pension.

/.../ alguses jah... ikka kui ütleme, et mul on viiendal pensionipäev, siis ma ikka mõtlesin alguses olin nii šokeeritud, kui ma vaatan... mis mul oli 300-ga ainult. Aga noh selle pead oma mõtlemises lihtsalt ümber panema. (ÜP2)

4.2.3.6. Hinnatase

Kõik vastanud leidsid, et eurole ülemineku perioodil on teatud kaupade hinnad tõusnud. Välja toodi hinnatõusu just toidukaupade – suhkur, kohv, riis, piimatooted – osas. Kuigi enamasti tunnetati kallinenud hindu igapäevakaupade osas, siis üks pensionär rõhutas hinnatõusu ka ravimite ning kommunaalmaksete puhul.

Üks pereemadest leidis, et kuigi teatud kaubagruppides on tõusu tunda, siis üldine hinnatase on enam-vähem sama ning tõus toimub ilmselt pikema aja vältel.

Üsna sama. Selle suure uurimise, puurimise ja arvutamise tulemusena tundub, et-et nagu praeguseks ei ole midagi väga kõvasti muutunud. (PE2)

Vastupidisel arvamusel oli vastanu ÜP2, kes leidis, et juba kroonide ajal kõvasti tõusnud hinnad on teda oluliselt mõjutanud ning seetõttu ei saa hinnataset kuidagi samaks pidada. Kartus, et teatud ootamatud asjad on veel kallinenud ning ta ei tule oma sissetulekuga toime, sundis pensionäri jaanuaris ka ravimid ostmata jätma. Seega ostupraktika elementidena on vaimsed tegevused ja emotsionaalne seisund (Reckwitz 2002) mõjutanud praktika ajutist modifitseerimist, ostupraktika muutus on aga kandunud üle ka tervise diskursusesse ning mõjutanud ravimispraktikat.

Kuigi vastanud tõid välja, et hindade tõusu on märgata, ei pidanud keegi hinnatõusu põhjustajaks otseselt eurot. Pigem leiti, et hinnatõusu taga on poekettide omanikud, kaupmehed.

Noh, ma ütlesin, mina arvan, et euro (rõhutatult) ei tõstnud, aga igal juhul nendele tõstjatele oli see ettekäändeks, et euro tõstab. Sellepärast, et hinnad tõusid ju enne eurot... juba kõvasti. (ÜP2)

Antud pensionär toonitas mitmel korral, et hindu tõsteti juba aasta lõpus ja kroonide ajal, teised vastanud sellist aspekti ei rõhutanud.

Pereemad leidsid, et euroga seoses võivad hinnad veel tõusta, kuna üleminekuga kaasneb hinnataseme ühtlustumine Euroopas, kuid see muutus toimub pikema perioodi vältel.

Et see on tegelt nagu varjatud lihtsalt. Sest et osa hindasid meil ei ole võrreldavad... noh Euroopa hinnaskaalaga. (PE2)

Kokkuvõtlikult võis hindades orienteerumise analüüsil näha, et euro oli võõras ning harjumatu, seetõttu püüti käitumispraktikaid endiselt kroonipõhiselt jätkata, mis kinnitab Reckwitzi (2002) rutiinsuse mõjukust praktikate puhul. Hinnavõrdlus toimus jaanuaris vastanute seas kroonipõhiselt ning mälu järgi, kuna eurohinnad polnud veel mälus kinnitunud.

Tabelis 4 on kokkuvõtlikul kujul esitatud mikrotasandil respondentide kognitiivsed oskused, füüsilised võimed, vahendid/nende puudumine, mis seostuvad euro kasutuseletulekuga kaasnenud praktikate muutmise või omandamisega.

Tabel 4. Praktikatega opereerimine eurole ülemineku olukorras.

Respondent	Probleemid/takistused seoses euro kasutusega	Praktikate muutmine või uued praktikad	Praktikate muutmisega seonduvad (uued) probleemid, nende lahendused
ÜP1	<ul style="list-style-type: none"> • Halb nägemine: <ul style="list-style-type: none"> - ei näe sendi vääringut - seetõttu sentide lugemine raskendatud, vastumeelne • Ei ole harjunud kiiresti kurssi arvestama 	<ul style="list-style-type: none"> • Varem tasus poes valdavalt sularahas, nüüd kaardiga • Poes vaatab kroonihindu, arvutab need jooksvalt kokku. Võrdleb “uusi kroonihindu” mälus 	<ul style="list-style-type: none"> • Puudub harjumus kontojääki vaadata, seetõttu mure, kas tuleb kuu lõpuni välja • Ei oska hinnata sissetulekute ja kulutuste balanssi eurodes. <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Probleemide mõju</p>

		olevate “vanade kroonihindadega” ostu kalliduse kindlakstegemiseks	väljaminekutele minimaalne: ei hoia iga hinna eest kokku
ÜP2	<ul style="list-style-type: none"> • Halb nägemine: <ul style="list-style-type: none"> - ei näe sendi vääringut - ei näe väikeses kirjas kroonihinda hinnasiltidel • Pole sobivat euro mündihoidjat leidnud • Arvestuste tegemiseks kulub aega • Hirm, et müüjad on turul hindu tõstnud (hindadega „sahkerdamine“) 	<ul style="list-style-type: none"> • Vältib sularaha kättekogunemist – varem tasus poes valdavalt sularahas, nüüd kaardiga • Kodus arvestab ostusumma kroonides ja võrdleb sissetulekuga (hilisem hindamine) • Ei käi (ajutiselt) turul 	<ul style="list-style-type: none"> • Puudub harjumus kontojääki vaadata, seetõttu mure, kas tuleb kuu lõpuni välja • Ei oska hinnata sissetulekute ja kulutuste balanssi eurodes. ↓ Probleemide mõju väljaminekutele tugev: teadlik kokkuhoid, poeskäikude sageduse vähenemine Lahendus: enda abivahend paberil • Planeeritav kontrollkäik. Lootus, et õpib kevadeks eurodes mõtlema
PE2	<ul style="list-style-type: none"> • Sularaha ebaturvaliseks pidamine (krooniajast üle tulnud kognitiivne skeem) • Rahakott ei pea metallraha kinni, on liiga punnis • Esialgu raske mõista, kui suure osa moodustab mingi eurohind sissetulekust 	<ul style="list-style-type: none"> • Suurenenud kaardiga tasumine 	<ul style="list-style-type: none"> • Poes kulub enam aega, kuna mõtleb enne kauba ostmist pikemalt
PE1	<ul style="list-style-type: none"> • Ei meeldi metallraha Müntide loendamisel läheb rohkem aega • Ei taju euro vääringut 	<ul style="list-style-type: none"> • Kasutab enam kaarti • Kodus arvutab oste eurodesse (hilisem hindamine) • Arvutab sissetulekud kroonidesse 	<ul style="list-style-type: none"> • Esialgu kulus poes hindade jälgimisele enam aega

4.3. Teavituskampania vastuvõtt

Selgitamaks välja, kuidas võib täheldada seoseid euro teavituskampania vastuvõtu, interpreteerimise, omandamise ning käitumis- ja ostupraktikate muutuste vahel, uuriti intervjuueeritavatel esmalt nende hinnangut eurole ülemineku avalikule kajastamisele ning spontaanseid seoseid kampaniaga. Lisaks sellele paluti inimestel sõnastada, mida taheti kogu „eurojutuga“ öelda ehk püüti kaardistada teavituse põhisõnumeid respondentide vaatenurgast. Kampania mõju ja vastuvõtu analüüsimiseks uuriti ka informantide reageeringuid konkreetsetele kampaniaelementidele.

4.3.1. Kampania üldine interpretatsioon

Teavituskampania vastuvõtu analüüsimiseks paluti pereemadel ja pensionäridel esmalt anda hinnang euro tuleku avalikule kajastamisele. Selleks tuli vastajatel nõustuda ühega järgnevatest hinnangutest: 1. euro tulekust räägiti liiga (tüütavalt) palju, tekkis tunne, et inimesi peetakse rumalateks; 2. räägiti küll palju, kuid tavainimese seisukohast mitte väga sisukalt/praktiliselt; 3. räägiti piisavalt, arusaadavalt ja sellest oli kasu; 4. ei räägitud piisavalt. Hinnangud jagunesid kaheks: pooltel juhtudel leiti, et euro tulekust räägiti piisavalt ning sellest oli ka kasu (respondendid PE1, ÜP1) ning teine pool leidis, et räägiti küll palju, kuid mitte tavainimese jaoks piisavalt praktiliselt (respondendid PE2, ÜP2).

Intervjuueeritavad, kes leidsid, et euro temaatikat vahendati piisavalt, tõid peamiste kajastatud aspektidena välja utilitaarse instrueeriva informatsiooni (Sturges 1994) alla liigitatavaid näiteid. Infona, mis ütleb kriisist mõjutatud inimestele, kuidas nad peaksid füüsiliselt kriisile reageerima (*Ibid.*) nähti pangatööst, kursist ja raha väljanägemisest teavitamist.

Respondendid, kes leidsid, et infot oli palju, kuid see polnud sisukas või praktiline, tõid välja edastatud info üldist ja kauget edastuslaadi. Avaliku kajastuse puhul täheldasid sellise hinnangu andjad üldjoontes rääkimist euro tulekust, kuid ei leidnud selles piisavalt infot, kuidas euro üksikindiviidi ning tema hakkamasaamist mõjutab.

/.../ praktiliseks läks jutt alles siis, kui see eurode vahetamise asi päevakorda tuli /.../ (PE2)

Kauge käsitlese all peeti silmas riigi üldise heaolu tõusule viitamist ning optimismi sisendamist.

.../ kuidas see üldiselt toob Eesti riigile kasu ja-ja tegelikult need tavainimeste jaoks jäi see kaugeks, sest see iga inimene mõtleb ju oma rahakoti peale .../ (PE2)

Lisaks edastatud euroinfo kajastushulga hindamisele, küsiti spontaansete eurokampania seoste väljaselgitamiseks esimest saadet, lugu, pilti vms, mis meenub euro tuleku kajastamisega. Kampaniaga seotud konkreetsetest elementidest meenusid vastanutele ausa hinnastamise kokkulepe ja välireklaam „Euro – meie raha!“.

.../ noore perekonna naeratav pilt kuskil tohu-tohutu tabloo .../ (PE2)

Persoonidest seostusid intervjuueeritavatel euroteavitusega Andus Ansip ja Igor Gräzin, pigem viidati emotsionaalset seotust mitteteketavatele umbmäärastele persoonidele: „*igasugused tähtsad pulgad*“, „*pangaboss räägib*“, „*targad mehed arutasid*“.

Spontaansete seoste nimetamisest tuleb välja, et respondendid ei ole kampanias kasutatud paljudest meediumidest (otsepostitus, tele-, välireklaamid, euronäitus, peamised kõneisikud) kuigi informeeritud ning pole toimunud suunatud teadlikku infovastuvõttu. Selle põhjuseks võib olla asjaolu, et euro tulekut kajastati meedias pikemat aega enne ülemineku lõplikku kinnitamist juulis 2010 ning infost on tekkinud üleküllus. Inimesed võivad olla antud temaatikast väsinud või pidevate eurotemaatiliste kajastustega harjunud ning omandanud teatava ükskõiksuse, immuunsuse ehk jutt lastakse nii-öelda üheks kõrvast sisse ja teisest välja. Seda kinnitab ka asjaolu, et keegi vastanutest ei väljendanud, et neil oleks üleminekuga seotud info vastu olnud suuremat spetsiifilist huvi. Kuna eurokampania käigus edastati infot kõigis meediakanalites, siis tuli vastustest pigem välja suundumus, et jälgiti, kuulati ja tunti huvi siis, kui juhtuti parajasti vastava info peale. Üks pensionär ja pereema arvasid, et nad pigem ei tundnud huvi üleminekuga seotud info vastu, üks pensionär leidis, et ta tundis huvi ning üks pereema mainis, et mingi huvi üleminekuga seotud info vastu ikka oli – üldine tendents kaldub ükskõiksuse poole.

Ka need vastanud, kes leidsid, et info ei olnud piisavalt sisukas, ei pidanud vajalikuks ise lisainformatsiooni hankida ning toetusid meedias edastatud infole. Isiklikul tasandil infootsingut ei tehtud. Ainult üks pensionär käis pangas infot küsimas, kas ta peab seoses euroga sõlmima mingisuguse lepingu. Viimane näide ilmestab, et kampania käigus edastatud

info ei saanud pensionäriks selgeks. Võib eeldada, et konkreetne vastanu ei olnud ainus vanema generatsiooni esindaja, kelles edastatud info segadust tekitas või üldse arusaamatuks jäi. Kuigi personaalsel tasandil ei peetud euroteabe otsimist tähtsaks, siis ühe pereema näitel tuli välja, et kõrgendatud huvi võib esineda seoses praktikate muutmisega tööl.

.../ ma käisin kursusel ka eelmine aasta, suvel Tallinnas, seoses eurole üleminekus .../ (PE1)

4.3.1.1. Teavituse põhisõnumid

Inimeste tõlgendused kampaania käigus edastatud infost selgitati välja, paludes neil sõnastada, mida taheti kogu „eurojutuga“ öelda. Teavituse põhisõnumite sõnastamise kaudu tuli ühe aspektina välja kampaania mainekujunduslik eesmärki läbi ratsionaalse veenmise. Mainekujunduslikku funktsiooni täitsid sõnumid, mis rääkisid kasust riigile ja üldisele heaolule.

.../ majandus tõuseb ja-ja siis tulevad investeerijad sisse ja no seda juttu oli ikka päris kõvasti kohe .../ mis minule sellest tolku on. (ÜP2)

.../ püüti inimestele selgeks teha, et see on teile kohutavalt kasulik. (PE2)

Taoliste sõnumite suhtes valitses skepsis. Vastustest tuli välja, et ei usaldata eksperte, „tarku“, kuna nad ei suutnud hajutada hirmu, et indiviidil tuleb muudatused isiklikest ressurssidest kinni maksta. Mainimist leidis ka, et tegu on lihtsalt ühe järjekordse kampaaniaga.

.../ mina olen juba nende tarkade jutu peale väga skeptiline, ma ei usu kõike, mis räägitakse. (ÜP2)

Teavitusel nähti ka utilitaarset eesmärki praktiliste probleemide vältimise ja ennetamise näol. Sellisel puhul kirjeldati, et teavituse sõnum oli teha inimestele selgeks olulised tegurid ja faktid üleminekuprotsessis ning vähendada seeläbi arusaamatusi. Utilitaarse eesmärgi omistas kampaaniale üks naispensionäridest.

.../ kuna kroonidega saab maksta, kuna saab vahetada ja kui kaua vahetada ja näidati seda raha, misukene ta välja näeb, sest paljud inimesed nägid teda esimest korda. (ÜP1)

Kõige enam kattus pereemade ja pensionäride arvamus teavituse eesmärkidest emotsionaalse adapteerimise alla liigitatavate sõnumite osas. Põhisõnumina, mille intervjuueeritavad mitmel korral välja tõid, nimetati üldsõnalist euro tulekust teavitamist. Vaimse ettevalmistuse

funktsioonis võib näha ka optimismi sisendavaid sõnumeid, mida peeti inimeste leplikumaks muutmisele suunatuks.

Tahetigi öelda, et nüüd euro tuleb ja olge valmis. Et võtke oma uus raha vastu ja olge õnnelikud /.../ (PE1)

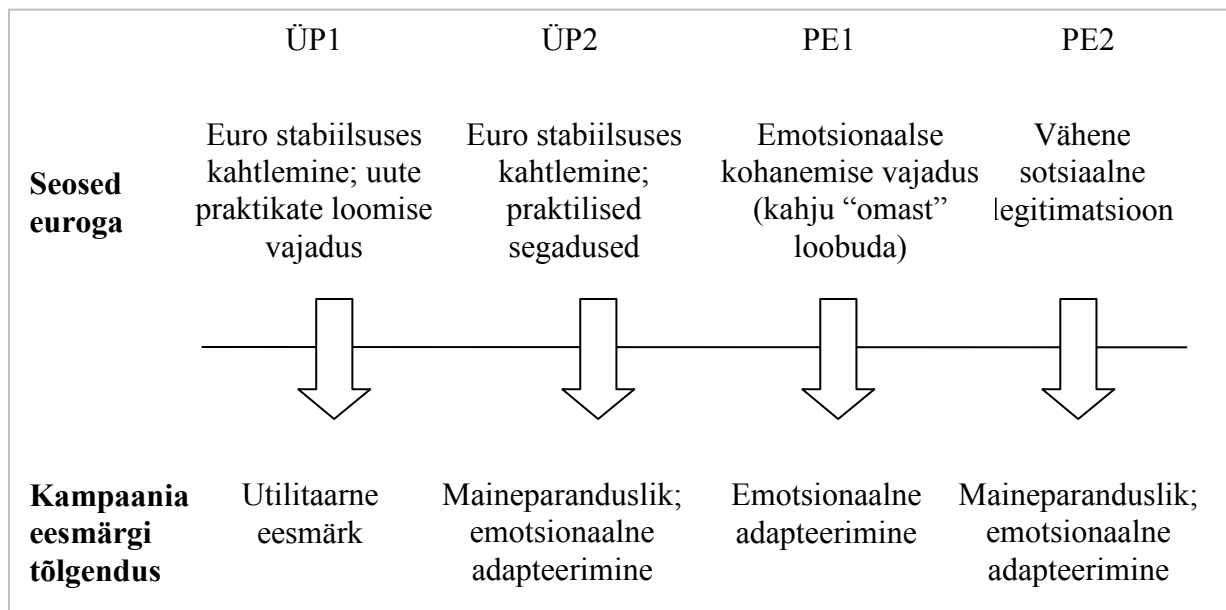
/.../ eurooptimismi sisendamine. Et-et inimesed oleksid rõõmsad, õnnelikud ja rahul ja ei avaldaks eriti nüüd, kus on valimised ka tulemas ja ei avaldaks nagu oma vastumeelsust. (PE2)

Vastajad täheldasid teavituse puhul ka sõnumite edastamise pikka ajavahemikku ning sõnumite korduvat esitamist, mida võib samuti näha emotsionaalse kohandamise vahendina.

/.../ kui sa ikka tead, et ta tuleb ja tuleb ja tulebki, siis on nagu kergem teda vastu võtta natukene /.../ (ÜP2)

/.../ kuna see oli piisavalt pikk aeg /.../ kaua inimesi ette valmistati, siis nad olid rohkem juba vaimselt selleks valmis. Neil lihtsalt oli vaja veel ainult seda rahatähte enda käes hoida. (PE1)

Võrreldes horisontaaltasandil vastajate esmaseid seoseid euro ja üleminekuga ning põhisõnumite sõnastamist, ilmneb välise ebakindluse (Atkin 1973) ülekandumine eelteavituse interpretatsiooni. Kampania eesmärgi interpretatsioon kattub euro, üleminekuga seostud negatiivsete assotsiatsioonidega (vt joonis 3) – kampaniat „loeti“ vastavalt subjektiivselt tunnetatud hirmudele.



Joonis 3. Kampania seoste ja interpretatsiooni kattuvus.

4.2.1.2. Kinnipüütud utilitaarne info

Avaliku kajastuse interpreteerimise ja omandamise seisukohast uuriti ka meenuvaid kasulikke lugusid ja fakte euro kohta. Utilitaarse infona toodi välja üleminekuga seotud käitumisjuhiseid raha vahetamiseks ning konkreetseid fakte uue rahaga toimimise kohta (kahes rahas arveldamine, kaua Eesti Pank kroone vahetab, paralleelhindade periood).

Kuna intervjuud viidi läbi jaanuari lõpus, siis inimestel oli juba olnud aega üleminekuga kohaneda ning vahetamise, kursi, pangaprotsessidega seotud faktid olid muutunud vähem aktuaalseks. Päevakajaliseks oli tõusnud aga valeraha probleem, hoiatused ning praktilised õpetused selle vältimiseks. Kuna valeraha teemat oli meedias tollal faktilisest infost enam kajastatud, siis võib eeldada, et inimestel oli see kõige värskemini meeles ning sellise info kasulikkust tõsteti kõige enam esile.

./.../ selgitatud ja näidatud neid ee noh, millised no näevad välja valerahad või-või millistele elementidele pöörata tähelepanu ./.../ (ÜP1)

Kuigi faktipõhine info üleminekust, kursist kannab utilitaarset funktsiooni, mõjub praktilise teabega kursisolek ka psühholoogilisel tasandil ning võib vähendada inimeste ärevust.

Selles oli seda praktilist poolt ka, aga ikka pigem psühholoogiline. (PE2)

4.2.1.3. Kasulikud infoallikad

Pereemad ja pensionärid pidasid kolmel juhul euroteemadel kõige kasulikumaks meediumiks televisiooni, ühel juhul raadiot, lisaks mainiti ka otsepostitatud infovoldikut ning euroteemalist koolitust. Personaalse suhtluse roll kasuliku infoallikana jäi eelmainitud meediumide kõrval minimaalseks – ainult üks pereema viitas otseselt ka tutvusringkonnas levinud infole. Ei saa järeldada, et euroteemadel ei oleks toimunud personaalseid arutelusid või teema ei esinenud inimeste igapäevavestluste agendas, kuid praktilist kasu nähti siiski enam meedias edastatul.

Televisiooni kui kõige kasulikuma infoallika esiletõstmise põhjus võib peituda selles, et see on kõige kättesaadavam ning üldises meediatarbimises enam jälgitud meedium. Seda kinnitab ka TNS Emori 2009. aasta meediapäeva uuring, milles selgus, et 15-74-aastased Eesti elanikud vaatasid televiisorit keskmiselt 4 tundi ja 22 minutit, seevastu raadiot kuulati 2,5

tundi, päevalehtede lugemisele ning interneti kasutamisele kulutati aga vastavalt 0,27 ja 1,43 tundi (Veskimägi 2009). Sama uuringu põhjal tarbis televiisorit meediatüübina 92,9% 15-74-aastastest elanikest, samas päevalehti luges 46% (*Ibid.*). Vastajate hinnang ei anna seega kinnitust, et televisioonis tõepoolest kajastati kõige kvaliteetsemat infot, vaid iseloomustab pigem euroinfot levitanud kanalite jälgimise mustrit. Televisiooni esiletõstmise taga võib olla ka see, et seal edastatud info oli kõige järjepidevam, korduvam ning mõjukas just tänu visuaalsele kinnistamisele.

See jõuab kõige kiiremini kohale, kui näed seda visuaalselt. Näitas ju neid rahatähti, noh kuidas neid vaadata, millised need olema peavad. (PE1)

4.3.2. Konkreetsete kampaaniaelementide vastuvõtt

Lisaks üldisele kampaania interpreteerimisele uuriti ka vastajate reageeringut konkreetsetele kampaaniaosistele, nagu tele- ja välireklaam, ausa hinnastamise logo ning otsepostitatud materjalid.

4.3.2.1. Ausa hinnastamise logo

Ausa hinnastamise kokkuleppe kohta uuriti arvamusi, näidates vastava kampaania logo (vt Lisa 5). Logo oli ainus eurole üleminekuga seotud kampaaniamaterjal, mida kõik respondendid olid näinud vastavalt kas poes või televisiooni kaudu. Üks pereemadest tõi ausa hinnastamise kokkuleppe tunnuslause *Euro hinda ei tõsta* välja ka esmase seosena, mis meenub kuuldes sõna „euro“.

Kuigi intervjuueeritavad olid ausa hinnastamise logoga tuttavad ning seostasid seda enamasti ka mõne oma tavapärase ostukohaga, ei saa väita, et antud respondentide puhul oleks kampaania käitumispraktikatele mõju avaldanud. Vaatamata sellele, et tavapärasel toidupoes oli logo silmatud, ei peetud sellele tähelepanu pööramist vajalikuks. Käitumispraktikaid mõjutasid harjumused ja rutiin, poode antud kampaania alusel ei eelistatud ning spetsiaalselt antud logo ostukohas ei otsitud.

.../ kui ma poodi lähen näiteks, siis ma ei vaata, kas seda poe ukse peale on nüüd seda silti või ei ole. (ÜP1)

Samas omistati ausa hinnastamise kampaaniale emotsionaalse kohandamise eesmärgi kandmist.

/.../ inimesed ärge pabistage, et tuleb euro, aga see selle varjus ei hakka keegi hinda tõstma, et kasutada ära teie segadust. (PE2)

Kuigi kampaaniaelemendil oli kohandamise potentsiaal, genereeris see ka vastupidise interpretatsiooni (Hall 1980: 127), kus sõnumist saadi aru, kuid selle tõlgendus ei vastanud soovitud. Näitena tuli ühe naispensionäri puhul välja kognitiivne skeem, kus tunnetati, et eurole üleminekut kasutati ära hindade tõstmiseks. Teisisõnu, tõsteti hindu juba kroonides ning ühineti siis ausa hinnastamise kampaaniaga.

/.../ ükskord kauplusest küsisin, et teil on plakat ukse peale, et euro hinda ei tõsta, aga ometi teil on hinnad /.../ mõtlevad, et inimesed on lollid. Euro ju mõjutas väga kõvasti, et nad tõstsid hinda. (ÜP2)

Konkreetses pensionäris tekitas negatiivseid emotsioone asjaolu, et kuigi kaupluses oli eksponeeritud logo *Euro hinda ei tõsta*, olid hinnad tõusnud. See näitab, et ei oldud täpselt kursis, milles antud kampaania seisnes. Arvati, et see viitab üldisele hinnataseme säilitamisele, mitte kampaania tegelikele lubadustele, et seoses eurole üleminekul ei tõsteta hindu põhjendamatult ning ei ümardata hindu kroonidelt eurodeks kõrgemaks, kui ette on nähtud.

4.3.2.2. Välireklaam

Detsembris 2010 ja jaanuari alguses 2011 kasutati kampaanias välireklaami (vt Lisa 4), mida olid linnapildis märganud kaks pensionäri ja üks pereema. Välireklaami vastuvõtu puhul tulid esile pigem negatiivsed reageeringud, millele viitavad fraasid „*nagu kõik reklaamid*“, „*mittevajalik reklaam*“, „*suurt midagi poleks andnud*“, „*alateadvuse komposteerimine*“. Seda peeti raharaiskamiseks ning ebaotstarbekaks, kuna see ei sisaldanud selgitusi, faktilist materjali.

Välireklaami “loeti” emotsionaalse harjumise võtmes. Kuna ülemineku puhul rõhutati paratamatust – */.../ Me teadsime seda ju kõik, et Eesti kroon kaob ära, tuleb euro, mis seal enam rääkida (ÜP1)* –, siis tõlgendati ka reklaami vastavalt oma vajadusele harjuda mõttega vältimatust protsessist. Emotsionaalse harjumise vajadust rõhutati välireklaami puhul ka läbi

sotsiaalse mudeldamise. Üks pereemadest tõi välja, et visuaalne pilt töötab alateadvuse kaudu ning tekitab vaatlejas kõrvutamismomendi. Selle kaudu kinnistatakse sotsiaalset mudelit, et Eesti inimene peaks euro tuleku üle õnnelik ning rahulolev olema.

Visuaalne reklaam on täiesti, see on alateadvuse komposteerimine ju. /.../ niuke armas neiuke. Hoiab seda eurot käes. Ee ja siis tekib selline tunne, et... aga kui tema on selle üle õnnelik, et võib-olla mina olen napakas, eks. (Naerab.) Et tegelikult võib-olla peaksin mina ka niimoodi naeratama /.../ (PE2)

Enamus praktilisi probleemilahedusi hõlmavad keerukamaid kognitiivseid protsesse kui pelgalt objekti kohta teadmiste omandamine – inivid tahab tavaliselt kombineerida kognitiivseid skeeme kujundamiseks suhtumist või suunamiseks käitumist (Atkin 1973: 207). Vastanutele ei piisanud teadmisest, et euro tuleb (kuna see oli ammu teada), euro visuaalne kujund ja käsitlus „meie raha“ ei sobitunud olemasolevasse kognitiivsesse skeemi. Kuna reklaami ei peetud praktiliseks ja sisukaks, siis teadvustati ka sõnumi omaksvõtul tugevalt, et tegemist on turundusliku produktiga.

/.../ ilus noor naisterahvas kõlbab ükskõik mille reklaamimiseks. Samas muidugi noh... just nimelt ükskõik mille. Olgu tegemist mootorratta, auto, euro, ükskõik millega. (PE2)

4.3.2.3. Eurokalkulaator, kursiarvutuskaart

Eurokalkulaatori olid personaalselt koju saanud kaks naispensionäri, kellest ühel seisis see pärast ühekordset põgusat tutvumist pakendis riulil, teine oli selle tuttavale ära andnud. Pereemad polnud oma majapidamisse kalkulaatorit saanud, kuid üks pereema oli selle hankinud õelt töösituatsioonis kasutamiseks. Kuigi kalkulaatori otstarbekuse ja vajaduse tunnetamine seoses tööpraktikaga muutis pereema esialgset negatiivset suhtumist vahendisse, ei tekitanud see soovi vahendit ka teistesse praktikatesse üle kanda. Seega on tähelepanuväärne asjaolu, et personaalseks otstarbeks eraelus (poes käimisel, eelarve reguleerimiseks) ei kasutanud kalkulaatorit üksi vastanutest – vahend, millega juurutada eurodes arvestamise praktikat, pole vastu võetud.

Eurokalkulaatori vajalikkuse ja otstarbekuse üle arutamine tekitas respondentides vastakaid reaktsioone. Üks naispensionär leidis kindlameelselt, et tegu oli raharaiskamisega ning see ei anna inimestele midagi, väljaminekute eest tuleb tasuda igal juhul. Hoolimata

eurokalkulaatori vajaduse mitterägemisest personaalsel tasandil, pidasid ülejäänud respondendid vahendit otstarbekaks töösituatsioonides, mis eeldavad pidevat rahaga arveldamist, eraldi toodi välja müügitöö.

Teist institutsionaalsel tasandil välja pakutud abivahendit – kursivahetuskaarti – olid näinud kaks respondenti (ÜP1, PE1), kuid kasutust oli see leidnud vaid ühe pensionäri puhul. Ülejäänud vastajad ei saanud esimesel silmitsel aru, millega tegu on või ei näinud sellel personaalsel otstarvet. Ainus kasutaja püüdis kaardi abil euro kursiga harjuda, mida võib näha kui püüdu eksisteerivaid kognitiivseid skeeme muutunud situatsioonile vastavaks kujundada.

/.../ et ikka selgemaks saaks ja et pähe jääks ja-ja... harjuks. (ÜP1)

Kalkulaatori kasutamisele omistati analoogselt pigem emotsionaalselt kohandavat kui praktilist otstarvet. Keegi vastanutest ei märkinud, et peaks vastavat vahendit oluliseks hindade kontrollimisel või ostusumma arvutamisel.

Ikka pigem huvi pärast, praktilist ma küll ei näe. (ÜP1)

Eurokalkulaatori puhul viidati ka selle kehvale kvaliteedile. Pensionärid töid välja, et paljud inimesed on selle tagasi saatnud, see pole vastupidav ning nupud ei tööta hästi. Selline meediast või teisestest allikatest (kuna ise kalkulaatorit ei kasutatud) pärinev info võis tekitada ebasoosiva eelhäälestuse, mis pärssis veelgi tõenäosust, et kalkulaator igapäevapraktikatesse juurutataks.

/.../ ta on nadi, oleks natukene kopsakam võinud olla. No vastupidavam natukene. (ÜP1)

Üks pensionäridest tõi tähelepanuväärse tegurina välja isikliku ümberarvestamise abivahendi. Selliseks lahenduseks oli paber, kuhu oli ajalehest välja kirjutatud kehtinud kroonivääringutele (5, 10, 25, 50, 100, 500) vastavad summad eurodes, sisuliselt on tegu kursiarvestuskaardi algelisema versiooniga. Kuigi soov ja vajadus valuutateisendusteks oli, ei kasutatud selleks kalkulaatorit. Situatsiooni üheks tagamaaks on füüsiline komplikatsioon: kuna kalkulaator ja ekraan on väikesed, siis on ka numbrid raskestijälgitavad. Teisalt võib selle taga olla ka hirm ajakulu ees, mis kulub kalkulaatori äraõppimisele, üldisemalt tehnoloogiline võõristus. Kuna konkreetne pensionär isegi ei proovinud kalkulaatorit kasutada, viitab taoline käitumismudel, et tegu pole üksnes füüsiliste faktoritega.

4.3.2.4. Otsepostitatud infovoldik

Kuna eurokalkulaatoriga koos saadeti koju ka voldik „Tere euro!“, siis polnud ka see kahe pereema majapidamisse jõudnud. Otsepostitatud infomaterjaliga olid tutvunud kaks vastanut (kaasa arvatud üks pereema, kes voldikut koju ei saanud), üks pensionär polnud saanud materjale lugenud ning ühtegi otsepostituse allikat polnud näinud üks pereemadest.

Naispensionär, kes polnud postkasti tulnud materjale lugenud, pidas neid ka ebavajalikeks, seega ei otsustatud infoallika vajalikkuse üle ratsionaalsuse või objektiivsuse põhimõttel, vaid valitsenud eelhoiaaku alusel.

/.../ mis see muudab, kui ma nad läbi loen. Ei muuda ju mitte midagi. (ÜP2)

Ülejäänud vastanud leidsid, et infomaterjalid olid eesmärgipärased, sisaldasid kasulikku infot.

/.../ ikka ilusti vaadata, missugused need rahad üldse välja näevad ja niimoodi. Sest mina näiteks polnud varem näinudki neid ju niimoodi kõiki... eriti neid paberrahasid. Et nüüd sai ikka ilusti näha, millised nad on ja niimoodi uurida neid ja vaadata lähemalt. (ÜP1)

Kuigi voldikut peeti sisukaks ning informatiivseks, esines informatiivsuse nägemises lahkavamusi. Respondent ÜP1 pidas tänuväärseks, et voldik tutvustas ka eurorahade väljanägemist, samas üks pereemadest ei pidanud seda kuigi vajalikuks. Positiivses valguses hinnati infot kursi, vahetustoimingute kohta. Samas võis respondent PE2 vastusest välja lugeda, et ka antud infoallikat tõlgendati kui osa turunduslikust kampaaniast, mille funktsioon pole pelgalt utilitaarse teabe edastamine, vaid eurooptimismi sisendamine.

/.../ ma arvan, et see, osa sellest kogumikust on muidugi selline optimismi huvides trükitud /.../ (PE2)

Välja toodi ka seda, et on hea, kui vajalik info on esitatud just kirjalikus formaadis. Sellise hinnangu taga võib näha asjaolu, et televisioonist, raadiost ja ajalehtedest saadud info on hetkeline, selle vastuvõtt sõltub ümbritseva keskkonna faktoritest (segajad, „müra“) ning võib pärast vastuvõttu kiiresti ununeda. Koju tulnud voldikut on võimalus säilitada, korduvalt lugeda ning vajaduse korral konkreetse info juurde tagasi pöörduda.

/.../ siit kui sealt need kursid ja vahetamise ajad ja kõik see oli juba enne ju teada. Aga kui ta on sul kirjas, siis on ta kirjas... (PE2)

4.3.2.5. Telereklaamid

Telereklaame peeti pigem otstarbekateks ning leiti, et nendes edastatud infost oli abi. Reklaamidega olid kursis kolm vastanut, üks pereema polnud ühtegi reklaami näinud. Respondent PE2 puhul sai seega jälgida koheseid reaktsioone esmamulje näol.

Telereklaam „Euroopa ühisraha euro“

Reklaami „Euroopa ühisraha euro“ puhul toodi välja, et tegu on visuaalselt kauni klipiga. Reklaami „loeti“ kui üldteavitavat, alateadvust mõjutavat meediumi. Antud reklaami puhul on selgelt tegu vaimselt kohandava, mitte utilitaarse teavitusega ning seda tajusid ka respondendid.

Noh ta oli selline lihtsalt üldteavitav, et jõuaks pärale, nüüd me oleme Euroopa Liidus ja meil on oma Euroopa raha, euroraha ja tekitaks inimestes ühtsustunnet. (PE1)

Ühe pensionäri puhul võis spontaanselt täheldada ka kohandamise protsessi mõjutusi. Ühiselt telereklaami vaadates kommenteeris pensionär ÜP2: */.../ ega sel rahal ka viga ei ole välimuselt.* Visuaalselt meeldivas vormis esitatud teave pani vaatajat ka euroraha positiivses fookuses tajuma.

Kuna rõhku oli pandud esteetikale, siis tuli ka välja, et vaatajale võib jääda selgusetuks reklaami seotus eurole üleminekuga.

/.../ neid maastikku ja see ei ütlend mulle midagi, silda ja... ma ei saanud sellest küll aru, et see euroga midagi seotud oli. Siin ju küllalt reklaamitakse kõiksuguseid kohti. (ÜP1)

Ka reklaami keelekasutus võib jääda tavainimesele kaugeks, abstraktseks või tekitada euro omaksvõtule vastupidist reaktsiooni. Näitena tekitas reklaamis kasutatud fraas „See pärand ühendab sillana Euroopa inimesi, toidab meie mõtteid ja unistusi“ ühes pensionäris negatiivse vastukaja: *„Mõtetest ja unistustest kõhtu täis ei saa“ (ÜP2).*

Telereklaam „EuroUudised“

Kui reklaami „Euroopa ühisraha euro“ puhul rõhutasid vastanud just visuaalselt kaunist vormi, siis klipp „EuroUudised“ paistis silma informatiivse sisu poolest. Reklaami iseloomustati kui arusaadavat ja kasulikku kampaaniaelementi.

/.../ vajalik info, et pangakontorites see vahetamine ja kõik. No väga hea, et ta ütleb, kaua saab oma kroone vahetada ja kuidas kõige lihtsamalt raha vahetamine toimiks. (PE1)

„EuroUudiste“ konkreetne, puhtalt informatiivne ning uudiste formaati järgiv esitluslaad oli respondentidele vastuvõetav, sobiv. Utilitaarne käsituslaad kandis endas aga mitte üksnes informeerivat, vaid ka psühholoogilist rolli.

/.../ süstib inimestesse siukest turvatunnet, et kõik on väga hästi ja konkreetselt käib asi nii ja nii. Ja teie ei kannata üleüldse. Eet ma arvan, et see on hästi tehtud... No ja see on praktiline ka, kui inimesed teavad, kuidas käituda ja kui palju neil selleks aega on. (PE2)

Telereklaam „Katsu“

Reklaam „Katsu“ oli intervjuueeritavate arvates samuti otstarbekas. Reklaami vajalikkuse tõdemine võis olla suurenenud seetõttu, et intervjuude läbiviimise ajal oli valeraha probleem eriti aktuaalset laadi. Telereklaamide mõjukus peitub ka selles, et on võimalik piltlikult vaatajatele praktilist õpetust jagada.

/.../ vajutas ka näpuga selle koha peale, kus ma näitasin sulle. Niimoodi näitas, et mis võib olla nagu võltsitud. Juhtis tähelepanu sellele. (ÜP1)

Lisaks toodi välja ka tähelepanek, et sellisel praktilist õpetust jagaval reklaamil pole juures tugevat kampaania hõngu, mis tekitaks vastuvõttu takistava eelhoiaiku.

Üldistades võib leida, et informatiivsed, praktilised ja hõlpsasti mõistetavad infoallikad aitavad ka emotsionaalselt kohaneda, kuna läbi omandatud informeerituse toimub potentsiaalselt ka alateadlik ärevustaseme langus. Informeeritudoleku kaudu saab tekkida kindlustunne, et probleeme on võimalik vältida. Üldteavitava, praktilist õpetust mittesisaldava teabe suhtes ollakse kriitilisem, selles tunnetatakse selgemalt kampaaniamomenti ning seetõttu on ka selle emotsionaalselt kohandav faktor väiksem. Tabelis 5 on esitatud kokkuvõtlikult kampaania interpreteerimine ning konkreetsete kampaaniaelementide vastuvõtt.

Tabel 5. Teavituskampaania vastuvõtt.

Kood	Teavituse põhisoõnumi tunnetamine	Hinnang kampaaniaelementidele, nende vastuvõtt	Saadud kampaania materjalid	Praktikasse rakendatud abivahendid	Kasulikud infoallikad
ÜP1	Utilitaarne eesmärk	<ul style="list-style-type: none">• Ausa hinnastamise logo – on näinud, poes ei pööra tähelepanu• Välireklaam – on näinud; <i>raha</i>	Otsepostitud esitlused	Kursiarvestuskaart (üksnes kodus ja huvi)	Kõige enam televisioon, mainitud ka

		<p><i>raiskamine</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Eurokalkulaator – vajalik; huvi pärast, praktilisust ei näe; kehv kvaliteet • Infovoldik – <i>tänuväärne asi</i>; hea, et tutvustab rahatähtede välimust • Telereklaamid – meeldiv mulje - „Euroopa ühisraha euro“ – on näinud; ei seostanud euroga - „EuroUudised“ – arusaadav - „Katsu“ – selgitati ilusti; <i>ega raha pole ka ju näinud enne</i> 		pärast), kalkulaatori andis ära	ajalehed, otsepostitus
ÜP2	Maine-paranduslik; emotsionaalne adapteerimine	<ul style="list-style-type: none"> • Ausa hinnastamise logo – on näinud, poes ei pööra tähelepanu • Välireklaam – on näinud; <i>mittevajalik reklaam</i> • Eurokalkulaator – raha raiskamine; kehv kvaliteet; <i>mitte keegi ei kasuta seda</i> • Infovoldik – ei ole lugenud, <i>minu poolest oleks olemata võinud olla</i> • Telereklaamid - „Euroopa ühisraha euro“ – meeldib, ilus; <i>mõtetest ja unistustest kõhtu täis ei saa</i> - „EuroUudised“ , „Katsu“ - <i>no neid nii palju ju näidati, et midagi ikka kõrva taha jäi.</i> 	Otsepostitused koju	Ei kasutanud otsepostitatud vahendeid: paberile kirjutatud oma kursi-arvestuse abivahend	Televisioon
PE1	Emotsionaalne adapteerimine	<ul style="list-style-type: none"> • Ausa hinnastamise logo – on näinud, poes ei pööra tähelepanu • Välireklaam – pole näinud • Eurokalkulaator – töö juures vajalik; paljud ei kasuta, sama kellelegi kindlasti vajalik • Infovoldik – otstarbekas; olulised faktid välja toodud • Telereklaamid: - „Euroopa ühisraha euro“ – ilus, üldteavitav; <i>tekitaks inimestes ühtsustunnet</i> - „EuroUudised“ – vajalik info - „Katsu“ – kasulik; <i>tehakse kõik visuaalselt selgeks ja õpetatakse, mida võiks teha</i> 	Ei saanud otsepostitusi	Eurokalkulaator tööpraktikas	Kõige enam eurokursus, mainitud ka otsepostitus, televisioon
PE2	Maine-paranduslik; emotsionaalne adapteerimine	<ul style="list-style-type: none"> • Ausa hinnastamise logo – on näinud, poes ei pööra tähelepanu. Roll: emotsionaalne rahustamine • Välireklaam – on näinud; turundusliku lähenemise, sotsiaalse mudeldamise tajumine • Eurokalkulaator – vajalik teistele töösituatsioonis • Infovoldik – kohati 	Ei saanud otsepostitusi	Ei kasutanud ühtegi abivahendit	Tutvusring-kond, raadio

		informatiivne; <i>osa sellest kogumikust on muidugi selline optimismi huvides trükitud</i> ; rahatähtede välimuse tutvustamine pole vajalik <ul style="list-style-type: none"> • Telereklaamid – polnud varem ühtegi näinud - „Euroopa ühisraha euro“ – reklaamina üsna hea; <i>on inimeste alateadvusse vajutamiseks</i> - „EuroUudised“ – asjalik, informatiivne; <i>süstib inimestesse turvatunnet</i> - „Katsu“ – informatiivne; <i>jõulist kampaania hõngu on vähem</i> 			
--	--	--	--	--	--

4.4. Kohanemisprotsess

Kuna intervjuude käigus selgus, et üleminekut ei pooldatud ning euroga positiivseid emotsioone ei seostatud, siis on oluline analüüsida ka kohanemisprotsessi ning seda mõjutavaid tegureid. Kohanemisprotsessi algpunktiks võib pidada esimest reaalselt eurodega arveldamist jaanuaris. Emotsionaalne mõjutatus, mis esines pensionäridel ja pereemadel esimesel eurode kasutamisel/nendega kokkupuutel, varieerus tugevasti. Mõlemad pensionärid oli esimesel euroostul enam psühholoogiliselt mõjutatud ning kogesid negatiivseid emotsioone. Üks pensionäridest tundis enne esimest poekülastust suurt ärevust: kartes poodi minna, ootas ta kümnekond minutit kaupluse ukse taga. Jaanuari lõpus, intervjuu läbiviimise ajal, leidis sama respondent, et on tasapisi harjunud ning enam ei karda ta midagi. Ka teisele pensionärile seostusid esimese euroostuga ebameeldivad mälupeegeldused. Nimelt tundus respondendi jaoks šokeeriv olukord, kus ta sai kassas 100-kroonisega tasudes tagasi üksnes mõned euro metallrahad.

Tunded olid ikka väga viletsad. /.../ 100 krooni andsin ära ja sain seal ee mingi kaks-kolm sendikest pihu peale, nii et šokk oli suur. (ÜP1)

Siin võib täheldada krooniajast üle kandunud rahakäsitluse diskursust, kus sendid ja mündid polegi justkui raha. Pärast üleminekut on vajalik senisel kognitiivtasandil tajutu asendada ka peenrahale väärtuse omistamisega.

Noorema generatsiooni esindajate jaoks, kes olid ka varem euroga kokku puutunud, möödus esimene ostude sooritamine sujuvamalt. Kuigi ka üks pereema leidis, et arveldamine tundus keeruline, ei ilmnunud suuremat psühholoogilist mõjutatust.

Esimese euroostu kõrval mõjutavad praktikate kinnistumist ka meeldivad ja ebameeldivad juhtumid ostusituatsioonis. Meeldivast küljest tõid pereemad välja juhtumid, kus kaup saadi tasuta või soodsamalt, kuid mille positiivne efekt ei tulenenud uuest valuutast. Üleminekuprotsessiga võib enam seostada rahulolu teenindava personaliga – toodi välja, et müüjad olid meeldivad, abivalmis. Üks pereemadest möönis ka, et inimesed üldiselt olid kannatlikud, ootasid ning mingisuguseid konflikte ei tekkinud. Meeldivusi nähti seega läbi inimliku faktori, kuid mitte tehnilistest või struktuursetest muutustest tulenevalt. Konkreetseid ebameeldivaid vahejuhtumeid ei täheldatud. Ühel juhul meenus personaalne takistus sularahaga arveldamisel, kuna kaupmehel polnud raha tagasi anda, kuid pigem reflekteeriti juhtunut läbi empaatia kui negativismi. Sama pereema pidas vahetusraha ja väikeste eurosentide vähesust üldiseks probleemiks, kuna see oli ka elukaaslase tööpraktika alane komplikatsioon. Lisaks konkreetsetele vahejuhtumitele saab täheldada kompetentsist ja suhtumisest/hoiakust tulenevat eneserefleksiooni:

Ma olin juba häälestanud ennast mitte ebameeldivustele, nii et mul ei tekitanud miski ebameeldivust. (PE1)

Minul ei juhtund küll midagi. Aind et piinlik oli, et ise nii rumal oled. (ÜP2)

Vastanutel paluti ka hinnata, kui kaua võib neil personaalselt harjumiseks aega kuluda. Kuigi ühelt poolt toodi välja, et arveldamise käigus on juba tasapisi harjutud, siis leiti, et kohanemiseks kulub kindlasti mitu kuud. Kõik respondendid väljendasid lootust, et vähemalt suveks on nad juba piisavalt uue süsteemiga kohanenud. Sellise perioodi nimetamise taga võib olla alateadvusse talletunud fakt, et siis tuleb taas läbida uus kohanemistsükkel ning hakkamasaamine on paratamatu, kuna paralleelhindade periood lõpeb juunis 2011.

/.../ ma siiski loodan, et juunini peaks siiski kuluma see euro kah pähe või kätte või kuidas ütelda, harjuma sellega /.../ (ÜP1)

5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Antud peatükis tuuakse välja olulisemad uuringutulemused ning diskuteeritakse nende üle teoreetiliste ja empiiriliste allikate kontekstis.

5.1. Muutused ostukäitumises

Esimese püsitatud uurimisküsimuse eesmärgiks oli uurida, milliseid muutusi esineb pereema/üksiku naispensionäri ostukäitumises vahetult pärast euro tulekut. Ühe pensionäri puhul ilmnes poeskäimise sageduse piiramine, kulutuste teadlik kontroll kokkuhoiu näol ning turul käimise harjumuste muutus. Kõiki vastanuid hõlmas maksevahendite eelistuste modifikatsioon. Nenditi ka poes kuluva aja suurenemist, mille taga oli asjaolu, et ostusituatsioonis investeeritakse varasemast enam aega mõtlemisele/kaalumisele, arvutamisele.

Väljaminekud novembris ja jaanuaris ei kõikunud märkimisväärselt: PE1 leibkonna kogukulutused vähenesid minimaalselt, enam vähenesid ÜP2 kulutused, PE2 ja ÜP1 kulutused olid jaanuaris suuremad kui novembris (vt 1.2.1.). Siiski võib täheldada vabamalt reguleeritavate kulutuste, näiteks väljas söömine, kodukeemia, majapidamistooted, maiustused, naudingukaubad, karastusjoogid, vähenemist vahetult pärast eurole üleminekut. Väljaminekute struktuur ei peegelda aga piisavalt muutusi rutiinsetes käitumistes, mikrotasandil toimunud uuendused ja modifikatsioonid ilmsid süvaintervjuudest ning väljenduvad tasumisviisides, poes kuluvas ajas, toimetuleku komplikatsioonides.

Respondent, kes oma sõnul püüdis jaanuaris vähem poes käies oma kulutusi rohkem kontrolli all hoida, suutis realselt seda teha suhteliselt vähesel määral. Kuigi konkreetse pensionäri kulutused igapäevastele ostudele (nt põhitoidus, maiustused, puu- ja juurviljad) olid vähenenud, jäi langus kulukategooriates 5 euro kanti. Kokkuhoid väljendus eelkõige ravimite ostmata jätmises ning poekülastuste piiramine vähendas kulutusi minimaalselt. Ülejäänud respondendid poekülastustega väljaminekuid reguleerida ei püüdnud ning sarnast kokkuhoidmist ei väljendanud.

Selgelt võis täheldada väljamineku eest tasumise praktika muutust tehnilise abivahendi juurutamise näol. Jaanuaris kasutati pangakaarti märksa enam kui kroonisüsteemis. Põhjusena

tuli välja kahte liiki komplikatsioone: 1. füsioloogilised „sisemised“ takistused, mis tulenesid praktika läbiviija iseärasustest – kehv silmanägemine, teiseduste ja ümberarvutuste ebameeldivus (seotud kompetentsiga); 2. välistest teguritest tingitud takistused – metallraha rohkus, sendid muudavad rahakoti raskeks, rahakott ei pea sente kinni, pole saada mündihoidjat. Komplikatsioone püüti vältida viies sularaha kasutamine miinimumi ning eelistades tasumisviisina pangakaarti. Operatiivtasandil esinenud tehniliste probleemide lahendusena kasutati ka tehnilist vahendit. Respondentide hulgas oli ka pensionär, kelle tasumispraktikas võis täheldada kõige suuremat muutust, nimelt kasutas ta varem pangakaarti üksnes väga suurte väljaminekute puhul, kuid eurole ülemineku protsessis integreeris ta pangakaardi kasutamise ka oma igapäevaostude tegemise praktikasse. Kuigi eelnevatest uuringutest (Eesti... 2010) oli teada pensionäride võimalik võõristus pangautomaatide, -kaartide suhtes, ei kasutatud seda sisendit reaalses kommunikatsioonis. Teavituses ei panustatud harimisprotsessi ning uus maksepraktika tekitas ka antud bakalaureusetöös osalenud pensionäridele ebameeldivusi.

Praktikate kooshoidmisel maadlevad inividid pidevate kompromissi ja kohanemise momentidega, luues nii hästi kui suudetakse omaenda elamisviisi ja seistes mõnikord vastamisi tõkestavate ja rusuvate süsteemidega (Hand & Shove 2007: 97). See nähtus ilmnes rusuva mündisüsteemi vältimises – mugavuse nimel on mitteteadlikult tehtud kompromisse teiste praktikate arvelt. Kasutades pangakaarti (luues mugavat, kiiret eluviisi) loovutati osaliselt kontroll väljaminekute üle (eelarve pidamise probleemid), mugavusega kaasnes hirm toimetuleku ees. Kaardi kasutamist nähakse positiivsena, kuid ei tõmmata teadvustatult paralleele sellega kaasnevate teiste praktikate muudatuste vahele. Praktikate muutuse ja stabiilsuse juures on oluliseks see, kuidas muutused ühes praktikas võivad mõjutada teisi praktikaid – muutus ühes praktikas võib kujundada teisi praktikaid jagatud elementide tõttu (Gram-Hanssen 2010: 74). Näiteks muutus maksevahendite praktikas tõi kaasa muutuse turulkäimise praktikas: sularahakasutus viidi miinimumini, sellele lisandus valeraha hirm ning tulemusena jäeti turul ostmise ära.

Kaardimaksed ei pruugi olla lahendus ebakindluse vähendamiseks, kuna võivad komplitseerida kohanemisprotsessi: ei tekigi harjumust sularahas arveldada, ei ole vajadust jälgida palju sularaha tasumisel antakse ja tagasi saadakse, ei kohaneta valeraha probleemiga. Teisalt tingib kaardi kasutamine vajaduse uue tehnilise kohanemise järele – tuleb hakata varasemast enam kasutama pangautomaati, mitte üksnes sularaha väljavõtmiseks (mida osati

teha), kuid ka kontojäägi kontrollimiseks (mida osati samuti teha, kuid ei peetud varem niivõrd vajalikuks). Operatiivtasandil toimunud tehniline muutus kandus üle ebakindluseks kognitiivsel tasandil – kuna polnud juurdunud harjumust vaadelda pangaautomaati kui kulude ja tulude balansis hoidmise praktika elementi, siis tekitas see hirmu, kas sissetulekutega tullakse kuu lõpuni välja.

Kohanemine saab toimuda läbi reaalse ostutegevuse ning eurohinna vaatlust „soodustavad“ hinnasildid, eurodes sooduspakkumised panustavad sellesse protsessi. Maksimisprotseduuris suuremaid takistusi ei nähtud: järjekordade pikenemist täheldati jaanuari alguses ning kui mööduvat nähtust, maksevahendina eelistati sularaha asemel kasutada pangakaarti (selleks oli olemas valmisolek ning oskused). Probleemaatilisem oli tasumisele eelnev protsess, kauba hinna mõtestamine endale arusaadavaks, hindade võrdlev vaatlus – kehaliste tegevuste (Reckwitz 2002) kohandamine sujus hõlpsalt (tehnilised probleemid leidsid lahenduse), kuid vaimsed tegevused (*Ibid.*) vajavad pikemat kohanemisperioodi, et minimaliseerida soorituslikku ebakindlust (Atkin 1973) ning saavutada psühholoogiline toimetulek, uued kompetentsivormid.

5.2. Probleemid rahaga opereerimises, hindades orienteerumises

Teise peamise teemana uuriti, kas ja milliseid probleeme tekitab eurole üleminek rahaga opereerimises, hindade mõistmisel. Järeldada saab komplikatsioone sularahaga arveldamisel (nt kehv silmanägemine, sentide rohkus), eelarvestamise tehnikate segi löömist ning seeläbi ka vajadust omistada tuttavatele tehnoloogilistele praktikaelementidele uued tähendused (kontoväljavõtte jälgimine osa tulude-kulude tasakaalus hoidmisest). Hindades orienteerumise probleemid olid tingitud euro mälujälje puudumisest, mistõttu tunnetati vajadust jälgida kroonihindu, teisendada hinnad vanasse valuutasse. Puudus võrdlusmoment euro mõõtkavas ning esines raskusi valuuta väärtuse tunnetamisel.

Shove ja Pantzar (2005: 48) vaatlevad väljakujunenud ja uute elementide lõimumisest kepikõnni näitel, kus ainus uus iseärasus peitub selles, kuidas juba tuttavaid elemendid (kepid, sotsiaalsed ja füüsilised oskused, idee lõbu pärast kõndimisest) on omavahel seotud. Rahaga opereerimise probleemide muutsid varem eksisteerinud elementide uued seosed relevantseks ka eurole ülemineku puhul. Näiteks pangakaardi ja pangaautomaadi kasutamise praktika oli

kõigile respondentidele tuttav, kuid omandas pärast üleminekut uue tähenduse, vajas kohandamist (i. k. *reinvention*). Pensionäride näitel tuleb selgelt välja, et pangaautomaat oli vahend sularaha hankimiseks, kuid mitte oma tulude-kulude kontrollimiseks. Seetõttu tuleb nüüd sularaha kasutamise minimaliseerimise juures omandada uus praktika, millega oma eelarvet kontrolli all hoida. Eelarvestamise praktikad said euro tulekuga segi löödud ning ilmneb, et teavituskampaaniast polnud siinkohal kasu: uue valuuta väärtust oli keeruline tajuda, ebakindlus tekitas soovi kokku hoida, väljaminekutest polnud selget aimu. Kuigi praktikate muutmise käigus on võimalus luua uusi assotsiatsioone (pangaautomaat ja eelarve kontroll) ning vanu vaidlustada (sentide lugemine kui taunitud tegevus), siis antud juhtumite puhul pole selliseid uusi seoseid juurutatud.

Reckwitz (2002: 249) sõnul on praktika rutiinne käitumise tüüp, mis koosneb mitmetest omavahel seotud elementidest: kehaliste tegevuste vormid, vaimsete tegevuste vormid, „asjad“ ja nende kasutus, taustateadmised arusaamise näol, oskusteave (*know-how*), emotsionaalsed seisundid ja motivatsioonilised teadmised. Kehalised tegevused sõltuvad aga kehalistest võimetest, mis on erinevate praktikate puhul jagatud ning mille mõjud kanduvad seega ka paralleelsetesse rutiinidesse. Näiteks kehv silmanägemine mõjutab maksepraktikaid (hakati enam kasutama pangakaarti, välditi sularaha), kuid teisalt muutis see ka komplitseeritumaks seni eksisteerinud hinnajälgimise praktika: polnud enam võimalik või vähemalt niivõrd mugav kroonihinda vaadata, kuna erinevalt krooniajast on nüüd suuremad eurohinnad. Ka Plaza (1999: 143-144) rõhutab, et kommunikatsiooni puhul on oluline õppimine, mis ei sisalda ainult info omandamist või mõistmist, teadmiste omandamisest on otsustavam kompetentsi/oskuste omandamine. Kompetentsi ei määra pelgalt see, mida me teame, mõistame, vaid ka see, mida me saame teha (meie võimed), see, mis meil on (tegemise väärtus ja tahe teha), meie isiksus ja hoiakud (*Ibid.*). Kehalised võimed piiravad varasemate kognitiivsete skeemide säilitamist, mõjutavad kompetentsi tekkimist pärast üleminekut ning sunnivad jälgima uut valuutat. Siin võib täheldada kaht aspekti: sundolukord võib tekitada ebamugavust ja soovi peas eurohinnad ikkagi kroonideks arvestada, teisalt, kui kroonihinda ei näe ja pikema perioodi vältel ei vaevuta enam peast arvutama, soodustab see läbi sundolukorra uue valuutaga harjumist.

Kirjeldatud rahaga opereerimise probleemidele eelneb aga hindade vaatlus ning raskused nendes orienteerumises. Hinnasiltide jälgimist uurides selgus, et esimese numbrina vaadatakse eurosid, kuid seda üksnes visuaalse efekti tõttu. Eurohinnad on sildil suuremalt

kujutatud, seepärast haarab silm tahes-tahtmata esmalt neid, kuid teadlikult jälgitakse siiski kroonihindu ning viiakse läbi võrdlevat vaatlust. Eurole ülemineku algperioodil on võrdlev krooni- ja eurohinna vaatlemine vajalik, et adapteerida mõtlemist ning tekitada tunnetuslik süsteem, kus mõistetakse konkreetse eurohinna osakaalu oma rahalistest võimalustest. Harjunud süsteemis, rutiinsuses elamisest tunnetatud kindluse valguses püüti ka pärast üleminekut meelde jätta siiski kroonihindu, mitte hindu eurodes. Kuna vastanud mäletavad veel kaupade hindu krooniajal, siis arvestatakse ka praeguseid hindu kroonides ning võrreldakse neid eelmise aasta hindadega – püütakse rakendada varem eksisteerinud vaimseid skeeme. Kuigi Plazale (1999: 143-144) toetudes võib tõdeda, et baasinformatsiooni levitamine („kõik, mida sa peaksid teadma euro kohta“) oli vastu võetud, ei aidanud kursi teadmine hinnajälgmise praktikas komplikatsioone vältida, kuna relatiivne raamistik keskmiste hindade võrdlemiseks nihkus paigast ära, raskem oli mõista, kas kaup on kallim või mitte. Teavitust edastas mehaanilist infot vahetuskursi näol, puudujäägid ilmnesis inimeste harimises, polnud hinnavõrdluskaskeeme, varasemad asjad on piltlikult öeldes eurodesse ümber arvestamata.

Algeline kognitiivne ebakindlus tekib, kui indiviid tajub ebapiisavat teadmiste taset objekti suhtes pärast talletatud kognitsioonide ümbertöötlemist eelnevatest kogemustest (Atkin 1973: 207). Kuna pärast eurole üleminekut varem peas olnud „tabel“ ei ole enam adekvaatne, eurohinnad ei paigutu varasemasse kognitiivsesse mõõtkavasse, siis tekibki vajadus rakendada uusi tegevusmalle arvutamise ja eelmainitud hilisema kontrolli kaudu, et vähendada tekkinud ebakindlust. Vaimsete skeemide muutus, teabevälja ümberkujundamine on mikroprotsess, mille peab läbi viima agent ise, edastatud info oli aga universaalne, kuulus makrotasandile, seega oli kommunikatsiooni panus pigem psühholoogiline kui soorituslikult abistav. Sama suundumust kinnitab ka jaanuaris läbiviidud euroseire (Euroseire 6 2011) uuring, kust selgus, et kõige sagedasemad probleemid eurole üleminekul seoses olid: raskused vanade hindade uuteks ümberarvutamisega (esines 65% 15-74-aastasest elanikkonnast), uue vääringu tajumise raskused (56%) ning ebamugavused suure hulga peenrahaga (56%).

5.3. Mälus oleva teabe restruktureerimine igapäevategevuste teabeväljas

Kolmas uurimisküsimus pidi selgitama välja, kui võrd/kuidas peab inimene restruktureerima ja asendama mälus olevat teavet kujundamiseks muutusejärgselt ümber oma igapäevategevuste sooritamiseks vajalikku teabevälja. Olulisimana ilmnis vajadus luua eurost märk kognitiivsetesse skeemidesse, et tekiks uus mõõtkava rahaga opereerimiseks. Lisaks oli näha krooniajast üle kandunud hoiakuid peenrahaga arveldamise osas ning uue praktikana valerahaga arvestamise vajadust.

Hindades orienteerumise komplikatsioonide leevendamiseks on kampaania raames välja pakutud ka abistav meede paralleelhindade kujul, mida antud respondendid oma teabevälja restruktureerimiseks ei kasutanud. Kahes vääringus hindasid enne üleminekut võib liigitada Sturgesi (1994: 308) alusel emotsionaalselt kohandavaks informatsiooniks, mis panustab Atkini (1973: 208) järgi nii kognitiivsesse kui afektiivsesse adaptiooni. Ometi ilmneb paralleelhindade mõjukus alles pärast üleminekut, kus selliseid hinnasilti peetakse praktilisteks, kasulikeks, kuid kasutatakse pigem vanade kognitiivsete skeemide säilitamiseks, mitte uue euro mõõtkava loomiseks. Enese teadlik kursiga harjutamine on osa vaimsest adaptioonist, teisisõnu inimesed peavad uue valuutasüsteemi puhul kohandama ümber oma püsiva iseloomuliku mõtteviisi raha käsitlemisel. Antud uurimuse respondentide puhul tuli välja, et ostusituatsioonis toimub mälu järgi võrdlus vanade kroonihindadega, kuid puuduvad nii-öelda „vanad eurohinnad“. Inimeste mälus pole eurost jälge, pole võrdlussüsteemi, aegrida eurodes. Jälg eurost tuli reaalsuses 1. jaanuarist 2011, kui muutusi polnud enam võimalik vältida, toimus varasema teabevälja kunstlik katkestamine. Seega võib öelda, et ka paralleelhinnad kui institutsionaalsel tasemel välja pakutud abivahend emotsionaalseks kohanemiseks, mis vastuvõtmisel abistaks nüüdset käitumuslikku adaptiooni (Atkin 1973: 208), pole omaks võetud.

Eurole üleminek tekitas vajaduse restruktureerida ka sularaha käsitlemisega seotud teabevälja. Laiendades Halkieri & Roskilde (2011) käsitlust euro teavituskampaaniale, võib tõlgendada, et pühendumise praktikale moodustavad emotsionaalsed ja normatiivsed suunad, mida ja kuidas teha. Metallraha ebameeldivaks pidamise ning seetõttu sularaha vältimise põhjusena toodi välja ebamugavust, ajakulu. Samas tuli vähemalt ühe pensionäri vastustest välja ka eeldus, et sentidega arveldamine, kassas „jokutamine“ pole mitte ainult füüsiline takistus, vaid

võib sisaldada ka konflikti eneserepresentatsiooniga, mis kujundas nii-öelda emotsionaalse, normatiivse suuna. Rõhutatud praktiline skeem toob välja füüsilise mugavuse, varjatud kognitiivne skeem peegeldab soovi säilitada mina-pildi *status quo*. ÜP1 kinnitab: „*Mina neid sente kokku lugema ei hakka rahakotis. /.../ Ma ei tea palju mul seal rahakotis neid sente on ja mul pole õrna aimugi. Ja et ma hakkan neid lugema ja kokku liitma või arvutama, seda ma juba ei tee /.../*“. Võib oletada, et sentide kokkulugemine on ebasoovitud tegevus, mida võib-olla seostatakse kehva sissetuleku, toimetulekuraskustega. Sarnaselt võib metallraha käsitlust mõjutada võimalik krooniajast üle tulnud kognitiivne skeem, kus sente justkui ei peeta rahaks. Kuna varasemalt ei omistatud sentidele nii suurt väärtust, siis lükatakse ka praegu need teabeväljast välja.

Teine euroga kaasnenud sularahaga seotud teabevälja restruktureerimisvajadus on täheldatav valeraha probleemi puhul. Üleminekuga kohanemise protsess võib tingida uue käitumispraktikana ka valeraha võimalusega arvestamise, selle äratundmise oskuste omandamise. Atkin (1973: 205) vaatab utilitaarse eesmärgiga informatsiooniotsinguid, kus individid hangib teate sisu kui vahendit oma praktiliste probleemide lahendamiseks. Sõnumil on vastuvõtja jaoks instrumentaalne utilitaarsus, kui see pakub talle kasuliku sisendi igapäevastele keskkonna stiimulitele reageerimiseks või personaalsete eelsoodumuste kaitsmiseks (*Ibid.*). Valeraha käsitlus euroteavituses oli jõudnud kõigi respondentideni. Oldi teadlikud, kuidas valeraha peaks ära tundma, info oli struktuurselt olemas ning teadvustatud, kuid see ei kandunud üle käitumiseks, kus raha oleks ka reaalselt katsutud ja vaadeldud. Seega, kuigi sõnumil oli instrumentaalne utilitaarsus ning info jõudis teabevälja (olid juhised, kuidas stiimulile reageerida), ei vähendanud see ebakindlust – endiselt maksti kaardiga, välditi sularaha või ei käidud turul. Kuigi valeraha temaatika edastamist teavituskampaania kaudu peeti kasulikuks, võib öelda, et utilitaarne info tekitas teatud tasandil lisandunud ebakindlust ning panustas veelgi sularaha vältimisse: „*/.../ jumal tänatud, et mul pangas on [raha]. Seal vähemalt ei ole... võib-olla ei tule võltsraha. Eks ole ju, et kui oleks sularaha, siis oleks ju... kahju palju suurem*“ (ÜP2). Atkini (1973: 208) järgi võib valerahaga seotud teabe vastuvõtu liigitada kognitiivne ja sooritusliku adaptiooni alla: ühelt poolt teadvustati probleemi üldiselt, teisalt teati, kuidas peaks valeraha ära tundma (kehalised tegevused). Võib täheldada, et nähakse info kasulikkust üldisel tasandil, kuid seda ei internaliseerita. Põhjus võib peituda selles, et valeraha hirm ja probleemi ulatuse teadvustamine on väiksem siis, kui personaalselt on vähem kokku puutunud euro paberrahaga arveldamisega.

5.4. Eelteavituse roll ja selle tajumine

Püstitatud oli ka uurimisküsimus, millist rolli eelnev teavitus ülemineku puhul täitis. Tuginedes Sturgesi (1994: 308) kolme infokategooria mudelile (utilitaarne instrueeriv informatsioon, emotsionaalselt kohandav informatsioon, mainekujunduslik/imagoloogiline informatsioon), tuli teavituse põhisõnumite sõnastamise kaudu tuli välja, et kampaanial tajuti erinevate vastajate poolt kõigi kolme kategooria poolt kantud eesmärgid. Kõige enam tõlgendati kampaania eesmärki emotsionaalse kohandamise seisukohast, kus põhisõnumina toodi välja euro tulekust teavitamist, optimismi sisendamist, samuti sõnumite kordamist ja pikka edastusperioodi. Mainekujunduslik eesmärk omistati kampaaniale läbi majanduslikule kasule, inimeste heaolule rõhutavate sõnumite. Utilitaarsust nähti kampaania eesmärgina praktiliste probleemide vältimist hõlbustava teabe (kursid, kroonidega maksmise periood, raha vahetamine, pangatöö) edastamisel, kuid utilitaarsete faktidega kursisolek ei olnud piisav, et vältida probleeme rohujuuresandil. Võrreldes horisontaaltasandil vastajate esmaseid seoseid euro ja üleminekuga ning põhisõnumite sõnastamist, ilmnis välise ebakindluse (Atkin 1973) ülekandumine eelteavituse interpretatsiooni.

Plaza (1999: 138) sõnul on kõik üleminekuprotsessi osalised huvitatud selle formaalsest kvaliteedist – instrumentaalne, operatiivne, tehniline kvaliteet –, kuid tarbijad paistavad ka vajavat poliitilist kvaliteeti – kvaliteet, mis seostub demokraatliku osaluse, läbipaistvuse, garantiide ja mõjuga hindadele. Demokraatliku osaluse, sotsiaalse legitiimsuse vähese tunnetamise probleem tõstatas ka antud uurimuses: väljendati pahameelt rahvaküsitluse puudumise üle, tunnetati, et „*rahva arvamust ei arvestatud*“, otsus tehti valitsuse tagatoas. Täheldada võib kognitiivset skeemi, et avalikkuses põhjendatakse demokraatia (referendumi) puudumist ratsionaalsuse ja kasuga ning ratsionaalsust kõrvutatakse rahva tahtega. Kuna euro tulek demokraatliku protsessina jäi vähelegitiimseks, ei tekkinud ka veendumust euro üldisest kasust, kohati tajuti eurotevituskampaaniat turundusliku produktina. Tulemused kinnitavad, et euro demokraatlik legitiimatsioon ning majanduslik legitiimatsioon on omavahel seotud (Plaza 1999).

Uskumise, usalduse faktorit saab tugevdada vähendades ignorantsust/teadmatust, skepsist ja teisi emotsionaalseid puudujääke (Plaza 1999: 140-141). Tuginedes Plaza (1999) avaliku arvamuse ringide jaotusele, lähtusid antud uuringu respondendid pigem negatiivsetest kui positiivsete argumentidest. Väljendati kahtlusi, loodeti, et eurot ei võeta veel vastu, ei nähtud

sotsiaalseid võimalusi, usalduse faktor on puudulik ning seetõttu ei tunnetatud eurot kui parimat võimalust Eesti rahandussüsteemile.

Kui Plaza (1999: 142) toonitab, et Euroopa integratsioon arenemiseks enne ja pärast eurot ei tohiks see olla tajutud kui tehnokraatide, pankurite, eurokraatide jt poolt peale surutud nähtus, siis antud uuring viitab, et seda eesmärki ei suudetud Eesti euroteavituskampanias täita. Intervjueeritud kasutavad selliseid väljendeid, nagu „*igasugused tähtsad pulgad*“, „*pangaboss räägib*“, „*targad mehed arutasid*“, mis pigem just esindavad pankurite-eurokraatide diskursust. Mainekujunduslike sõnumite suhtes valitses skepsis, mistõttu ei hajunud hirm, et indiviidil tuleb muudatused isiklikest ressurssidest kinni maksta. Eelnev koos üldise negatiivse suhtumisega üleminekusse ja eurosse (vt 4.1.) võis pärssida teavituse rolli teabevälja ning rutiinsete käitumiste kujundamisel.

5.5. Meedia, eelteavituse roll teabevälja loomisel, praktikate ümberkujundamisel

Viimase uurimisküsimusega sooviti teada, milline roll on meediast (sh reklaamist), euroteavituse elementidest saadud teabel euroga opereerimiseks vajaliku personaalse teabevälja loomisel, igapäevarutiinide ümberkujundamisel. Kuigi eelteavitusega oldi kursis, info oli struktuurselt olemas, teabevälja jõudnud, ei võetud seda käitumispraktikatesse. Otsene eelteavituse soorituslik mõju jäi antud respondentide puhul minimaalseks: kampania abivahendeid kasutas ainult üks pereema, personaalse kohanemise hõlbustamiseks ei kasutatud kalkulaatorit ega reflektorkaarti, paralleelhinnad polnud jätnud eurost mälusse jälge. Meedia tõi teabevälja valeraha probleemi, kuid omandatud teadmisi raha äratundmiseks ei rakendatud, hirm valeraha ees polnud kadunud ning kasutati vältivaid strateegiaid.

Kasulike infoallikatena töid informandid kõige enam välja televisiooni (kolmel juhul), lisaks nimetati raadiot, lehti, otsepostitatud infovoldikut, euroteemalist koolitust. Eelteavituse interaktiivsemad meediumid – euroveeb, euroinfo telefon – ei leidnud kordagi mainimist. Meediareklaami ekspertide hinnangul on laiale avalikkusele eurosõnumite edastamiseks konkurentsilt parim kanal televisioon (Kommunikatsioonistrateegia... 2010), mis konkreetsete respondentide puhul leidis kinnitust. Televisioon on oluline suure katvuse saavutamiseks ning sihtrühma väärtushinnangute mõjutamiseks (Kommunikatsioonistrateegia... 2010). Kuigi antud uuringus pidas kolm vastanut neljast

televisiooni väärtuslikuks euroinfo edastajaks, ei saa täheldada väärtushinnangute mõjutamist positiivses suunas, kuna üldine suhtumine nii eurosse kui üleminekusse oli negatiivne.

Personaalse suhtluse roll kasuliku infoallikana jäi eelmainitud meediumide kõrval minimaalseks – ainult üks pereema viitas kasuliku infoallikana ka tutvusringkonnas levinud infole. Üks pensionäridest mainis ka pereliiget, kes oli tööl saanud valeraha äratundmisega seotud infot ning seda ka antud informandile edastanud. Ei saa järeldada, et euroteemadel ei oleks toimunud personaalseid arutelusid või teema ei esinenud inimeste igapäevavestluste agendas, kuid praktilist kasu omistati meedia poolt edastatule.

Võib öelda, et eelteavitust interpreteeriti kui paratamatusega leppimise mehhanismi. Vaadeldes alljärgnevalt eraldi kampaaniaelemente, tuleb tõdeda, et kampaania pigem ei kõnetanud inimesi või tegi seda üksnes spetsiifilisel tasandil (töösituatsioonis). Kuigi utilitaarne info jõudis teabevälja, oli sellel enam vaimselt kohandav kui operatiivtasandil rutiinne muutev potentsiaal. Teavitus saab luua psühholoogilise keskkonna, vähendades ebakindlust, aidates leppida paratamatusega. Atkini (1973: 208) käsitluse alusel edastati enam soorituslikku infot, vähem oli seire- ning juhendavat infot. Rõhuti konkreetsele situatsiooniinfole (kuidas vahetada, kurss, valeraha), püsivaid muutusi (kuidas poes arveldada, eelarvestamine, ümberarvestamised) kampaania niivõrd ei puudutanud. Kuigi süsteemsed valikud määratlevad viisi, kuidas eurole üleminekut hallatakse (ning teatud ulatuseni viisi, kuidas see tegelikult juhtub), on oluline ka eksperimentaalne ja adaptiivne element, kuna protsessi mõjutab ka rohujuuretasandil toimuv: see, mida inimesed tegelikult teevad, võib saada protsessi tuumaks (Plaza 1999: 138). Institutsioonid defineerisid ülemineku enda tasandil (kas pankades tekivad järjekorrad, kas inimesed saavad raha vahetatud, mis toimub lepingutega), mitte subjekti tasandil. Rohujuuretasandil tekkisid probleemid, mida institutsioonitasandilt on keerukas adresseerida.

Tekib eeldus, et finantskäitumist peetakse personaalseks, privaatseks ning institusioone ei taheta sisse lasta. Utilitaarne info on üldine, nii-öelda keskmisele inimesele orienteeritud, kuid inimeste praktikad on niivõrd individuaalsed, et polegi võimalust edastada otseselt rutiinne muutvat teavet. Eelteavitus saab täita küll harivat ja psühholoogilist funktsiooni, rahustades inimesi, kuid ei saa näidata, kuidas pakutud vahendeid peaks juurutama ja kognitiivsetesse skeemidesse kohandama. Info jääb teatud universaalsele tasandile, inimene ise peab

personaalselt kujundama oma praktikad ning mikrotasandil toimuvat mõjutavad keerukamad elemendid kui üksnes informatsioonivajadus ja selle rahuldamine.

Plaza (1999: 143-144) sõnab, et eurokommunikatsioon peab käima samaaegselt mitut rada: levitama baasinformatsiooni („kõik, mida sa peaksid teadma euro kohta“), sisaldama mõistmist ja demokraatlikku positsioneerimist avaliku debati kaudu ning õppimist, mis ei sisalda ainult info omandamist, vaid ka käitumise kohandamist vastavalt eesmärkidele. Baasinformatsiooni levitamist võib pidada tulemuslikuks, utilitaarsest infost oldi teadlikud (vt 4.2.1.2.), kuid antud valimi puhul ilmnevad just demokraatlikku positsioneerimise ning õppimise kui käitumusliku kohandumise ja kompetentsi omandamise puudujäägid.

Välireklaam

Välireklaami puhul tajuti sotsiaalse mudeldamise kasutamist ning „*alateadvuse komposteerimise*“ eesmärki ning seetõttu distantseeruti antud meediumist. Respondendid „lugesid“ reklaamplakatit negatiivses võtmes, tajudes reklaamis esitatud sotsiaalset mudelit „õnnelikust eestlasest“ kui turundusvahendit. Loosung „meie raha“ edastas aga pigem paratamatuse, kui ühtsustunde sõnumit. Vahetult enne üleminekut loeti ebapiisavaks sõnumit, et euro tuleb. Antud tulemus kattub Sturgesi (1994: 309) tähelepanekuga, et kriisi vallandumise staadiumis tuleks imagoloogiline teave viia miinimumi või üldse kaotada võimaliku negatiivse reaktsiooni tõttu auditooriumi seas, kelle esmane mure on kriisi sügavamad mõjud personaalsel tasandil ning olulisem on instruktsioonidele rõhumine, kuna auditooriumi vahetute käitumuslike vastuste vajadus kasvab dramaatiliselt.

Kui välireklaami puhul ei tajutud eurokupüüride visuaalset kujutamist positiivsema, kuna oli juures kiri „meie raha“, siis infovoldikus vaadeldi rahakupüüride visuaali kujundamist vastupidiselt positiivses võtmes. Siit selgub, et oluline pole mitme üksnes teavituse sisu, vaid meedium, mis dikteerib samuti interpretatsioone. Seega on põhjendatud eelteavituses võimalikult lai meediumideampluaa ning teabe varieeriv kordamine mitte üksnes selles tähenduses, et iga inimene puutuks vähemalt mingi teabevahendiga kokku, vaid ka suurendamaks tõenäosust, et puututakse kokku teabevahendiga, mis on kognitiivtasandil vastuvõetav ning sobitub senise meedia ja kampaaniate interpreteerimise praktikaga.

Tuues paralleele kriisikulu ja ülemineku protsessi vahel, võib öelda, et imagoloogiliste sõnumite roll oleks võinud olla suurem eelhoiaku kujundamisel ning vahetult enne

üleminekut (kui hoiakud olid juba välja kujunenud) sai see pigem kriitilise vastuvõtu. Makrotasandi info ei kõnetanud mikrotasandil toimuvaid rutiinilõhkumisi (hinnataseme muutus, vajadus muuta makseviise, raskused hindade jälgimisel).

Eurokalkulaator, kursiarvutuskaart

Eurokommunikatsioon oli põhiliselt üles ehitatud info levitamisele, mis peaks põhjustama muudatused vaimsel tasandil ning seejärel kanduma praktika kehalistesse tegevustesse. Kuna kognitiivsel tasandil toimuvaid struktuurimuutusi on raske prognoosida, siis võiks eeldada, et tehniliste abivahenditega – eurokalkulaator, kursiarvutuskaarti – on lihtsam panustada praktikate muutumisse ning leevendada puudujääke kompetentsis, oskustes, emotsionaalsetes seisundites. Ometi ei juurutanud ükski respondent institutsionaalselt tasandilt pakutud „tehnoloogiaid“ otsustusprotsesside lihtsustamiseks enda personaalses igapäevases ostupraktikas.

Lehtonen (2003: 364) näeb terminit „kodustamine“ kasuliku vahendina kirjeldamaks praktikaid, milles inimesed võtavad omaks uut tehnoloogiat. Ta lisab, et tehnoloogia ei saa muutuda edukaks – või olla tajutud kui „vajadus“ –, kui see ei läbi mitmeid teste ja katsetusi, millesse potentsiaalne kasutaja selle paneb. Antud praktikate puhul esines testimine ühe pereema puhul ning ka see ei põhjutanud kalkulaatori kui „vajaduse“ täielikku integratsiooni, seega respondendid ei „kodustatud“ pakutut. Sama tendents kordus ka kursiarvutuskaardi puhul, mida pensionär kasutas kodus, enese teadlikuks harjutamiseks uue kursiga, et saavutada motivatsioonilised teadmised (Reckwitz 2002), kuid mitte tarbimissituatsioonides.

Lehtonen (2003: 364) seisukoht, et testid ja katsetused on seotud seadme kuvandi/imagoga, kasulikkusega ja igapäevastesse praktikatesse ja suhetesse sobitumise viisiga, leidis samuti kinnitust. Ühe eurokalkulaatori „mittekodustamise“ mõjurina võib näha negatiivset kuvandit eelhoiaaku näol, mis on samuti teavitustöö tulemus. Ebasoosivat hoiakut võis tekitada kuvand rikkis ja ebakvaliteetsest vahendist, mis ei tulenenud personaalsest kasutusest, vaid teisestest allikatest. Kuigi välja tulid ka füüsilised komplikatsioonid, võib suuremat kaalukust omistada mainitud eelhoiakule, üldisele tehnoloogilisele võõristusele (kompetentsi ja oskusteave puudumine, pole harjumust poes abivahendeid kasutada). Üks vastanutest oli loonud omaenda kursiarvutusabivahendi (paberile kirjutatud kroonikupüüridele vastavad euroväärtused), mis näitab, et ka vajaduse olemasolul ja tunnetamisel, ei leidnud kalkulaator, kursiarvutuskaart kui vahend eurodes arvestamise juurutamiseks vastuvõttu ning kinnitust leiab Gram-Hansseni

(2010) kirjutatu: uue tehnoloogia tutvustamine ei ole alati piisav praktikate muutusteks. Eelteavituse vahendite tunnustamine üldisel ühiskonna- ehk makrotasandil ei kandunud üle individuaalsel ehk mikrotasandil opereerimiseks.

Eelmainitud kuvandi puhul, kus kalkulaatorist räägitakse kui rikkis, ebakvaliteetses või nadist tehnilisest lahendusest, võib olla tegu ka Atkini (1973) järgi kaitsva adaptatsiooniga. Pärast kognitiivse või efektiivse orientatsiooni kujundamist võib inimesel olla kahtlus, kas ta vaated on õiged, kuid infovajadus on sellises staadiumis tihti erapoolik, kallutatud – paljudel juhtudel tahetakse kinnitust orientatsioonidele, mitte ei soovita hinnata nende mõistlikkust (Atkin 1973: 220). Situatsiooni, kus enda praktikatesse pole kalkulaatorit soovitud, suudetud kohandada, põhjendatakse sellega, et see ei tööta, keegi ei kasuta seda („*minu tutvusringkonnas mitte keegi ei kasuta seda kalkulaatorit*“, „*ma olen kuulnud paljusid inimesi, kes ütlevad, et nad üldse ei kasuta seda*“), seega ka „mina“ teen õigesti, kui ei kasuta.

Lehtonen (2003: 363) räägib praktikate puhul ka kollektiivsuse aspektist, kus hinnatakse vajadust objekti järele ja leiavad aset konsultatsioonid sõprade ja sugulastega, kes võivad olla „soojad spetsialistid“. Rõhutus, et tutvusringkonnas ei kasutata kalkulaatorit, viitab isikliku referentsgrupi puudumisele. Ka pensionär, kelle enda kompetentsitase ja oskusteave panustasid kalkulaatori mittekasutamisse, ei otsinud abi „spetsialistidelt“. Igapäevaelus oli igauks oma praktikatega üksi, arutati peast, kasutati paberil abivahendit, tehnoloogiale, institutsionaalsetele lahendustele ei loodetud. Tegu võib olla siirdeühiskonna probleemiga, kus levinud on arusaam ja hoiak, et igauhel tuleb indiviidi tasandil enda probleemid ära lahendada. Ei oodata abi, olda harjutud tuge ootama ning see võib teatud juhtudel tekitada eelhäälestuse, et kui tulebki midagi postkasti, siis ei hakata seda kasutama.

Gram-Hansseni (2010) räägib, et teatud juhtudel pole alust teadmiste levikuks või muutuseks tegevuses, kuna ei tunneta probleemi või ei peeta seda oluliseks ning see pärsib ka muutusi juurdunud praktikas. Enne jaanuarikuiste päevikute täitmahakkamist kinnitasid kõik respondendid, et saavad ilmselt üleminekuga hakkama, suuremaid probleeme ei teki, see kinnitab juurdunud suhtumist, et *peab* hakkama saama. Praktikate puhul on väljakutseks arendada tegevust, mitte pelgalt toodet ning avalikul kuvandil on selles kriitiline roll (Shove & Pantzar 2005: 52). Shove & Pantzar (2005: 57) märgivad lisaks, et toodetel üksi pole mingit väärtust, need omandavad selle praktikasse integreerituse ning kompetentsivormide ja tähendustega ühendatuse kaudu, mis antud respondentide puhul ei toimunud. Suurt tähelepanu

pöörati tootele kui sellisele, kuid kui respondentidel puudub harjumus ühendada „tehnikat“ ja tähendusi ei teki ka „kodustamist“.

Eurokampaania tulemuslikkuse hindamisel tuli välja, et eurokalkulaatorit on kasutanud 59% ning seda ei ole üldse saanud 7% 15-74-aastasest Eesti elanikkonnast (Euroseire 6 2011). Samast uuringust selgus, et kõige sagedamini kasutatakse kalkulaatorit palga või pensioni ümberarvutamiseks (42%) ning kaupluse ostutšekkide ülekontrollimiseks (39%); eriti sageli on kalkulaator nimetatud otstarvetel kasutada 60-74 aastastel (Euroseire 6 2011). Kuigi antud uurimuse respondentid kalkulaatorit nimetatud eesmärkidel ei kasutanud, viidati sarnaselt euroseire andmetele tendentsile kasutada kalkulaatorit kontsentreeritud tehingute abivahendina (nt kodus summeerimiseks), mitte “välitingimustes” (nt kaupluses igapäevoste tehes). Gram-Hansseni (2010: 15-16) toob välja, et kuna praktikaid koos hoidvad elemendid varieeruvad inimeseti, kes praktikaid kannavad, siis esineb ka sisemisi erinevusi praktikas ning see on selgelt osa praktikate arenemisest aja jooksul. Seega ei saa antud tulemuste põhjal riiklikul tasemel väljapakutud abivahendeid läbikukkunuteks lugeda, vaid võib nentida, et personaalsed emotsionaalsed seisundid, motivatsioonilised teadmised, oskusteave ei toetanud konkreetsete respondentide puhul struktuurselt olemasoleva teabe internaliseerimist käitumispraktikatesse.

Kuna riiklikul tasemel on keeruline lühikese perioodi vältel muuta juurdunud praktikaelemente – tehnoloogia ja raha käsitlemise diskursusi, emotsionaalseid seisundeid, kehalisi harjumusi –, siis võib öelda, et kampaania abil saab üksnes edastada tehnoloogilisi abivahendeid ja loota, et need sobituvad eksisteerivate koordineeritud ütluste ja tegevuste üksuste ehk praktikatega (Gram-Hanssen 2010).

Plaza (1999: 139) leiab, et eurole üleminek on äärmiselt keeruline ideoloogilise, majandusliku ja kultuurilise tähendusega sotsiaalne siire, kus väline keskkond kogu oma keerulisuses on sõnumite, märkide, sümbolite, stiimulite lahinguväli keset segadust ja müra. „Infomüra“ mõju võis näha telereklaamide puhul, kus toimus märkamine, kuid ilmnisid segajaid info vastuvõtul – keeleliselt ja pildiliselt ilustatud edastuslaad, võimalus, et nähtut ei seostata euroga. Otsepostitustel on tõenäosus saada kõige põhjalikum ja „müravabam“ vastuvõtt ning tagada info kinnistumine korduva dekodeerimise käigus. Ometi selgus, et kõigi kampaaniaelementide puhul mängis äärmiselt olulist rolli eelhoiak, üldine kuvand euro ja ülemineku diskursuses.

5.6. Kriitika ja edasised uuringud

Antud bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida eurole üleminekust tingitud muutusi inimeste rutiinsetes käitumismustrites, vaadeldes mikrotasandil toimunud praktikate modifitseeringuid ning uute praktikate loomist, mille baasil analüüsiti, kas ja kuidas aitas institutsionaalne massivõrgustik kasutatav kommunikatsioon inimesi eurole üleminekuga kohanemisel. Töö panust võib näha just rohujuuretasandi lähenemises. Euroteavituskampaania tulemuslikkust on hinnatud euroseire (vt Euroseire 6 2010) uuringuga, mis väljendab üldist kampaania vastuvõttu, kuid antud uuring avab enam reaalseid ilmnenud raskusi.

Uurimuse puuduseks võib pidada strateegilist suunatud valimit, kus vaadeldakse üksnes naisi. Valimi laiendamine mõlemale soole oleks võimaldanud teha laialdasemaid järeldusi ning võrrelda kohanemisprotsessi iseärasusi sugude erinevuses. Päeviku-uuring oli meetodina huvitav ning lõi eelduse saada mitmekesisemat materjali, kui üksnes süvaintervjuude käigus. Meetodi kriitikana võib tuua välja, et päeviku täitmine jäi uurimisperiodide edenedes järjest enam soiku ning autor tundis kohati raskust respondentide motiveerimisel. Samas ilmsid päevikute ning vestluste analüüsil materjalides edastatud mõtete kattuvused, mis suurendas kogutud materjali läbipaistvust. Intervjuude käigus meenutati detailselt oma kogemusi, mille taga võib olla asjaolu, et päeviku täitmine tekitas autokommunikatsiooni, tänu millele oldi temaatikas siiski sees ning see hõlbustas hilisemat intervjuueerimisprotsessi.

Tööle oleks pakkunud ka lisaväärtust, kui autor oleks suutnud integreerida valimi liigituse teadlikeks ja mitteteadlikeks ning selle alusel tähelepanekuid esile tuua. Selleks oleks tulnud aga eristus teha vähem faktipõhiselt ning võib-olla rakendada ka otsest vaatlust, et teha järeldusi, kas teadlikkuse mõju avaldub näiteks konkreetses ostusituatsioonis.

Edasised uurimisuunad antud teemal võiksid vaadelda kohanemisprotsessi pärast paralleelhindade perioodi lõppu, püüdes diskuteerida, kas korra läbitud kohanemiskeskused ning 6-kuuline harjumisperiood on olnud piisavad, et vältida uute probleemide tekkimist. Huvipakkuv oleks ka konkreetsete respondentide taasküsitlus teatud ajaperioodi möödudes, et näha, kas ja kuidas on hoiakud eurosse ja üleminekusse pärast kohanemist muutunud ning kas esinenud takistusi rutiinsetesse käitumistesse tungimise kaudu nähakse sama emotsionaalse spektri kaudu või ununevad läbitud raskused ning euro „kodustatakse“.

KOKKUVÕTE

Antud uurimuse eesmärgiks oli uurida eurole üleminekust tingitud muutusi inimeste rutiinsetes käitumismustrites, keskendudes just mikrotasandil toimunud praktikate modifitseerimisele ning uute praktikate loomisele. Samuti oli sihiks eelneva põhjal analüüsida, kas ja kuidas aitas institutsionaalne massilevikanaleid kasutav kommunikatsioon inimesi eurole üleminekuga kohanemisel. Töö eesmärgi täitmiseks viidi kahe Tartu pereema ning kahe üksiku naispensionäri läbi kolmenädalased päeviku-uuringud ning pärast üleminekut ka süvaintervjuid.

Kuigi enne jaanuarikuist üleminekut ei osanud ükski respondent probleeme ette näha ning eeldas personaalselt sujuvat üleminekut, kaasnes reaalsuses uue valuutaga hirm, vanade rutiinsete käitumiste segilöömine, vajadus praktikaid modifitseerida ning omandada ka täiesti uusi praktikaid. Operatiivtasandil esinenud tehniliste probleemide lahendusena kasutati rahaga opereerimise puhul tehnilist vahendit. Välise ebakindluse mõjul jäeti ka turul ostlemine ära ehk kasutati vältivaid strateegiaid.

Psühholoogiline mõjutatus esimesel eurodega arveldamisel oli suurem pensionäride puhul, kuid hindades orienteerumise raskusi tajusid ka noorema generatsiooni esindajad. Tunnetati vajadust teisendada hinnad kroonidesse, hinnavõrdlus toimus mälu järgi ning samuti kroonipõhiselt. Paralleelhinnad polnud toonud eurot kognitiivsetesse skeemidesse, puudus võrdlussüsteem, mälujalg eurodes, mistõttu oli raske tajuda uue valuuta väärtust. Tulenevalt probleemidest ning ebakindluse tunnetamisest panustati poes enam aega hindade jälgimisele ning teisendamisele.

Eestis on eurokommunikatsiooni planeeritud alates 2004. aastast, mil Rahandusministeeriumi juhtimisel moodustati eraldi kommunikatsiooni töögrupi, kes vastutas teavituse planeerimise ja elluviimise eest (Kommunikatsioonistrateegia... 2010). Kommunikatsiooni ülesandena nähti kõigi Eesti elanike informeeritust eurole üleminekuga kaasnevatest mõjudest ja praktilistest muutustest. Oldi ka seisukohal, et piisav praktiline teave, peamiste sõnumite rõhutamine vähendab euro kasutuselevõtuga seotud ebakindlust ning toetab euro sujuvat kasutuselevõttu, suurendab toetust euro suhtes. Antud bakalaureusetööst järeldub, et kuigi teadlikkus praktilistest muutustest omandati (inimesed olid utilitaarse teabega piisavalt

kursis), ei pärssinud see vaimsel ja füüsilisel tasandil komplikatsioonide ilmnemist. Ka ei saa kogutud empiiriliste tulemuste valguses omistada kampaaniale euro toetuse suurendamist, kuna pereemade ning naispensionäride seosed euro, üleminekuga olid negatiivsed (ainsa positiivse aspektina toodi välja rahavahetuse kadumist reisimisel), euro maine madal (usuti, et kurss võib hakata kõikuma, euro kaduda). Ülemineku vähelegitiimsena tajumise ning kujunenud eelhoiaku tõttu võeti kõige paremini vastu just utilitaarset infot, mainekujunduslikku ja psühholoogiliselt kohandavat teavet tajuti turundusliku produktina, selle suhtes oldi kriitilisemad, tõlgendades seda vastupidiselt.

Riiklikul tasandil välja pakutud abivahendite – paralleel hinnad, eurokalkulaator, kursiarvestuskaart – vastuvõtt oli piiratud, vahendite potentsiaali ei rakendatud, tugineti enda vaimsetele oskustele, arvutati peast või loodi enda abivahendid (nt valuutaväärtuste paberile kirjutamine). Tegu võib olla siirdeühiskonna probleemiga, kus levinud on arusaam ja hoiak, et igapäev tuleb indiviidi tasandil enda probleeme ära lahendada.

Kokkuvõttes näitas antud uuring eelteavituse üldist lähenemist, nii-öelda keskmisele inimesele orienteeritust, kuid inimeste praktikad on niivõrd individuaalsed, et polegi võimalust edastada otseselt rutiine muutvat teavet. Eelteavitus saab täita küll harivat ja psühholoogilist funktsiooni, rahustades inimesi, kuid ei saa näidata, kuidas pakutud vahendeid peaks juurutama ja kognitiivsetesse skeemidesse kohandama. Info jääb teatud universaalsele tasandile, inimene ise peab personaalselt kujundama oma praktikad ning mikrotasandil toimuvat mõjutavad keerukamad elemendid kui üksnes informatsioonivajadus ja selle rahuldamine.

SUMMARY

The aim of this Bachelor's thesis "**Changeover to the Euro - Changes in Everyday Practices and the Reception of Eurocommunication**" is to study how changes, reinventions, continuity in everyday practices can be brought on by the transition in the monetary system, i.e. the changeover from kroons to euros. In addition, the present thesis analyses if and how eurocommunication that uses mass media can help people to adapt with the transformation.

Although the communication of euro was aimed to the whole society, the focus of this analysis concentrates on two distinctive groups: working women and pensioners, precisely two middle-aged women with children and two single pensioners in the city of Tartu.

Data for the present study was obtained through qualitative interviews and diaries. The respondents had to keep a diary during a period of three weeks in November 2010 and January 2011 with the aim to map possible changes in consumption, expenses and to give them a chance to immediately reflect upon emotional aspects that come with the adoption of the euro.

As Plaza (1999) marks, it is a fact of life that most people live firmly ensconced in a personal environment ruled by habit, order, convenience, routine, etc., change makes people anxious. The human aversion to change leads people to behave timidly, to cling on to the familiar. And so this study aims to discuss, how people cope with these changes that are not voluntary.

The results of this study showed the need for implementing new practices and modifying the old routine ways of behavior. For instance, lots of small change and the fear of forgery made people avoid using cash and prefer to pay with card. So cognitive uncertainty was resolved by avoiding strategies and technical means. Other difficulties were seen in keeping the balance of income and expenditures, implementing bank cards and ATM-s into the new discourse of handling money.

As the adaption process takes time, the biggest complications firstly emerged with understanding the new prices and the value of the new currency. People felt the need to

calculate new euro-prices or the overall cost of goods into kroons and that in turn forced them to spend more time in consumption situations to thinking, estimating and calculating in mind. There could be seen a lack of supporting trace of euro in mental structures.

The eurocommunication planning is based on the Estonia's National Changeover Plan – strategy that is aimed toward ensuring smooth transition. What happened at the grassroots pointed that the communication was too universal, general to be the center of the changes in everyday life. Respondents knew the facts (official rate from kroon to euro, exchange procedure etc.), instructing information, but there was a need toward educating and adjusting information, because the euro was perceived as a forced phenomenon. Internalizing information received critical and negative reception, the support and image of euro was low. Measures offered by the state – calculator, displaying prices in two currencies – did not have an obvious positive impact in helping the respondents of this study.

KASUTATUD KIRJANDUS

Atkin, C. (1973). Instrumental Utilities and Information Seeking. *New Models for Mass Communication Research*, 2: 205-242

Eesti eurole üleminekuga seotud hoiakud valitud sihtrühmades. (2010). Saar Poll, URL (kasutatud mai 2011)

http://euro.eesti.ee/EU/Prod/Euroveeb/Avaleht/download/Fookusgruppide_aruanne.pdf

Euroopa Komisjoni koduleht . (2011). URL, (kasutatud aprill 2011)

http://ec.europa.eu/economy_finance/emu10/facts11_et.htm

Euroseire 2. September 2010. Riigikantselei, Rahandusministeerium, Faktum & Ariko, URL (kasutatud jaanuar 2011)

http://euro.eesti.ee/EU/Prod/Euroveeb/Avaleht/download/Euroseire_2_aruanne.pdf

Euroseire 6. Jaanuar 2011. Riigikantselei, Rahandusministeerium, Faktum & Ariko, URL (kasutatud mai 2011)

http://euro.eesti.ee/EU/Prod/Euroveeb/Avaleht/download/Euroseire_6.pdf

Euroveeb kodulehekülg. (2010). URL (kasutatud jaanuar 2011)

<http://euro.eesti.ee/EU/Prod/Euroveeb/Avaleht/Videod/euroraha/euro60.jsp>

Euroveeb kodulehekülg. (2010). URL (kasutatud jaanuar 2011)

<http://euro.eesti.ee/EU/Prod/Euroveeb/Avaleht/Videod/euroudis/news1.jsp>

Euroveeb kodulehekülg. (2010). URL (kasutatud jaanuar 2011)

<http://euro.eesti.ee/EU/Prod/Euroveeb/Avaleht/Videod/euroraha/katsu.jsp>

Gram-Hanssen, K. (2010). Understanding change and continuity in residential energy consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11(1): 61–78

Halkier, B. & I. J. Roskilde. (2011). Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study on handling nutritional contestations of food consumption. *Journal of Consumer Culture*, 0(0): 1–23.

Hall, S. (1980). Encoding/decoding. S. Hall *et al* (toim.). *Culture, Media , Language: Working Papers in Cultural Studies*. London: Hutchinson, 117-127.

Hand, M. & E. Shove. (2007). Condensing Practices: Ways of Living with a Freezer. *Journal of Consumer Culture*, 7(1): 79–104.

Information and communication strategy on the euro and EMU. (2004). URL (kasutatud aprill 2011)

http://eurlex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=en&type_doc=COMfinal&an_doc=2004&nu_doc=552

Jõesaar, K. (2010). *Eurole ülemineku legitimatsioon valitsuskommunikatsioonis ja ajakirjanduses*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Kommunikatsioonistrateegia euro kasutuselevõtmiseks Eestis. (2010). URL (kasutatud mai 2011)

http://euro.eesti.ee/EU/Prod/Euroveeb/Avaleht/Vasakmenueue/Publikatsioonid/Dokumendid_uelemineku_kohta/Kommunikatsioonistrateegia.pdf

Konverteerija. (2010). URL (kasutatud jaanuar 2011)

http://euro.eesti.ee/EU/Prod/Euroveeb/Avaleht/download/Truekised/Konverteerija_ET.pdf

Laherand, M-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: OÜ Infotrükk.

Lehtonen, T-K. (2003). The Domestication of New Technologies as a Set of Trials. *Journal of Consumer Culture*, 3(3): 363-385.

Leibkonna eelarve uuring 2010. Eesti Statistikaamet. URL (kasutatud jaanuar 2011)

<http://www.stat.ee/public/files/aruandevormid/2010/402031382.pdf>

Masso, A. & T. Taur. (2010). *Meedia ja kommunikatsiooni uurimismeetodid*. Käsikirjaline loengukonspekt. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Plaza, V. P. (1999). The Euro as a Political Communication Process: Quality Requirements. *Journal of Consumer Policy*, 22(1-2): 135-147.

Reckwitz, A. (2002) Toward a Theory of Social Practices. *European Journal of Social Theory*, 5(2): 243-263.

Shove, E. & M. Pantzar. (2005). Consumers, Producers and Practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, 5(1): 43-64.

Sturges, D. L. (1994). Communicating through crisis: A strategy for organizational survival. *Management Communication Quarterly*, 7(3): 297-316.

Tere euro! Kas tahad teada, kuidas euro Eestisse tuleb? (2010). URL (kasutatud jaanuar 2011)

http://euro.eesti.ee/EU/Prod/Euroveeb/Avaleht/download/Truekised/Euro_eraisikule_est_weebi_f.pdf

Veskimägi, M. (2009). *Internet@meediauuringud.ee – müüdid ja reaalsus*. URL (kasutatud mai 2011) <http://est.best-marketing.com/popFile.php?id=354>

Vihalemm, T. (2001). *Teadustöö alused ja seminaritöö*. Tartu: TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

LISAD

Lisa 1: Novembri päeviku-uuring

HEA PÄEVIKU TÄITJA! ALUSTUSEKS PALUN LUGEGE LÄBI SEE JUHEND!

Palun täitke päevikut personaalselt enda igapäevaste kulutuste kohta, märkides lisaks üles ka üldised kogu leibkonnale tehtavad kulutused.

TEHTUD RAHALISED KULUTUSED

Palun märkige üles kõik päeva jooksul tehtud personaalsed kulutused koos ostusumma ja ostukohaga.

Toidukulutuste hulka kuuluvad ka kulutused alkoholile ja tubakale. Palun ärge unustage neid kirja panemast. Toidukulutuste kirjapanemisel märkige tabelisse ainult ostusumma, koguseid ja ühikuid pole vaja märkida. Sama kehtib ka **tarbekaupade** puhul.

Märkige üles ka **väljaspool kodu** söömisel, märkides lahtrisse „Kus sooritasite ostu?“ märksõna *väljas*.

Teenuste puhul märkige üles tarbitud teenus ja selleks kulutatud summa, lahter „Kus sooritasite ostu?“ jätke tühjaks.

Palun pange kirja ka laenu andmine, tehtud annetused, ostetud kingitused jms.

Märkige üles ka **kommunaalmaksud ja majapidamiskulud**: telefon, internet, kaabeltelevisioon, elekter, gaas, vesi, üür jms. Kui nende maksime ei lange vaadusalistele kuupäevadele, siis märkige need palun eraldi üles.

Muude väljaminekute – ravimid, kütusekulud jms – puhul on oluline üksnes tooteliik ja kogus, mitte tarbimiskoht. Pole vaja välja tuua täpseid ravimite nimesid, võib märkida lihtsalt valuvaigisti, köhahäri vms.

Laenu, liisingu või järelmaksu (krediitkaardi) tagasimakse puhul kirjutage palun ka nendele tehtavad kulutused üles.

OSTU SOORITAMISE KOHT

Lahtrisse „Kus sooritasite ostu?“ märkige konkreetse poe/kaupluseketi nimi, turu puhul märksõna *avg*, väljassõtmise puhul märksõna *väljas*. Muudel puhkudel jääb see lahter tühjaks. Märkige vastavasse lahtrisse rist, kui tegu on Teie tavapärase ostukohaga ehk kohaga, kust olete harjunud oma oste sooritama ning olete seda regulaarselt ka varem teinud.

NB! Kui Teil on olemas ostutšekk, kus on kirjas toodete liik ja ostukoht, pole vaja neid tabelisse märkida ning võite klammerdada tšeki vastava kuupäevaga lehe külge.

Vastake iga päev ka tabeli all olevatele küsimustele ning kord nädalas kogu nädala väljaminekuid puudutavatele küsimustele, mis on ette antud.

3

Kuupäev: 1. november 2010 (esmaspäev) NÄIDE!

TEHTUD RAHALISED KULUTUSED: ostetud toit, tarbekaupad, tarbitud teenused, maksud/kommunaalmaksud (vesi, gaas, elekter, internet jms), järelmaks, muud väljaminekud (ravimid, kütus jms)	OSTUSUMMA	KUS SOORITASITE OSTU?	MARKIGE RIST, KUI TEGU OLI TAVAPÄRASE OSTUKOHAGA.
Lilled sõbrannale sünnipäevaks	35	Selver	
Teratasku leib	8.50	-/-	
Keeduvorst „Saaremaa“	20	-/-	
Selveri kilekott	1.50	-/-	
Glasuurkohuke	4.80	-/-	
Ühissõiduki üksikpilet Tartus	10.00		
Ajakiri Naised	11.90	R-kiosk	
Kinopiletid	120.00		
Caffe latte	25	Väljas	
Piim 2,5% kiles	8.60	Maxima	x
Sigaretid LD	34	Maxima	x
Šokolaad Geisha	14.50	Maxima	x
Elekter	243		
Internetiühendus	199		

Mida oleksite tahtnud/ soovitud osta, aga mingitel põhjustel ei ostnud? Tooge iga asja juures välja ka konkreetne põhjus. Nägin talvemantlit, mida sooviksin, kuid polnud vabu ressursse, et seda osta.

Millised olid ostud, mida polnud eelnevalt plaanis teha? (Ootamatud ostud) Ostsin šokolaadi Geisha, kuna see oli uue maitsega, mida polnud varem proovinud.

Sõbranna kutsus ootamatult välja kinno, lisaks käisime kohvikus, ostsin Caffe latte.

4

KÜSIMUSTIK

1. Teie leibkonda kuulub liiget

ema, vanus ___ aastat
 isa, vanus ___ aastat
 tütar, vanus ___ aastat
 poeg, vanus ___ aastat
 üksik täiskasvanud naine, vanus ___ aastat
 üksik täiskasvanud mees, vanus ___ aastat
 tütar, vanus ___ aastat
 poeg, vanus ___ aastat

2. Leibkonna sissetulekud

Novembrikuus oli sissetulekuid kokku krooni ulatuses.
 Eelmisest kuust oli järel: krooni.
 Sissetulekud palgana: krooni.
 Muud sissetulekud: krooni.
 Pereisa andis kulutusteks: krooni.

4. Kui tihti täitsite Te päevikut kolme nädala jooksul?

Märkige sobivasse lahtrisse X.

- 1 Iga päev
 2 Iga kord pärast ostude tegemist või teenuse tarbimist
 5 Enamasti iga päev, kuid lõpupeole ei suutnud enam kõike üles märkida
 6 Täitsin nii, kuidas kunagi meelde tuli

5. Mis tekitas kõige enam raskusi päeviku täitmisel? Palun kirjutage suurematest probleemidest ja segadust tekitavatest asjaoludest siin:

.....

.....

.....

SUUR TÄNU PÄEVIKU TÄITMISE JA KOOSTÖÖ EEST!

31

Näide informandi PE1 päevikust

Kuupäev: 17. november 2010 (kolmapäev)

TEHTUD RAHALISED KULUTSED: ostetud toit, tarbekaubad, tarbitud teenused, maksud/kommunaalmaksud (vesi, gaas, elekter, internet jms), järelmaks, muud väljaminekud (ravimid, kütus jms)	OSTUSUMMA	KUS SOORITASITE OSTU?	MÄRKIGE RIST, KUI TEGU OLI TAVAPÄRASE OSTUKOHAAGA.
Meele püü	8.90	Konsum "Eeden"	X
Meele lõpuosa	9.90	— " —	X
Prüginotid 10l	23.90	— " —	X
Karve kavaliharju	19.90	— " —	X
Kuukõivopähelijogurt	8.90	— " —	X
apelsinipallidega jogurt	5.30	— " —	X
Karve lastevorst	14.50	— " —	X
Kevade küpsised	17.90	— " —	X

Mida oleksite tahtnud/ soovitud osta, aga mingitel põhjustel ei ostanud? Tooge iga asja juures välja ka konkreetne põhjus.

Talvise kooki ekstrakti, mis on kallis ja maitseline, aga kuna teid pole oli juba ära võetud ja teie ei ostanud enam sama koogi, mis peeti m

Millised olid ostud, mida polnud eelnevalt plaanis teha? (Ootamatud ostud)

Prüginotid, mis need trüüdid, paisevad ja paisevad, mis ma ilmsel proovis kodus on.

KÜSIMUSED MÖÖDUNUD NÄDALA KOHTA!

Kas ostsite mingi asja planeeritult kindlast ostukohast? Märkige palun juurde põhjus.

Näide: kaupluses X oli toode soodushinnaga.

Kaupluses oli kahte erinevat konnemeis mehele ja vahel mees
võib olla ja planeerimise need ostid ise

Kas rääkisite kellegagi tehtud ostudest/väljaminekute või asjadest, mida sooviksite osta?

Autariiki need anu talle ja mehega.

Kas arutasite kellegagi, palju asjad maksavad või kust on soodsam osta? Kellega?

Jätre ja mehega ja ärga ka, öde uueis uilas

Kas ja kui palju planeeriste oma oste ette? Näiteks teadsite, et nädalavahetusel või järgmisel nädalal tuleb mõni kampaania ning lükkasite ostu sellesse aega?

Teadsime et kaupluses on kahte erinevat mehele ja neri
oli palju anu mehega hinnaga.

Näide informandi ÜP2 päevikust

Kuupäev: 11. november 2010 (neljapäev)

TEHTUD RAHALISED KULUTSED: ostetud toit, tarbekaubad, tarbitud teenused, maksud/kommunaalmaksud (vesi, gaas, elekter, internet jms), järelmaks, muud väljaminekud (ravimid, kütus jms)	OSTUSUMMA	KUS SOORITASITE OSTU?	MÄRKIGE RIST, KUI TEGU OLI TAVAPÄRASE OSTUKOHAGA.
Teleleht	7.-	ANNE	
suutoud	220.-	na'eljan	
Uur, prügin. üldel. Hooldus, neri väliskor. Laldus. neri-kapalidat soe vein, kütte, veeüldk. demondif. ostrek.	789.30		
mandariin	7.24	ANNE	

Mida oleksite tahtnud/ soovinud osta, aga mingitel põhjustel ei ostnud? Tooge iga asja juures välja ka konkreetne põhjus.

Millised olid ostud, mida polnud eelnevalt plaanis teha? (Ootamatud ostud)

KÜSIMUSED MÕÖDUNUD NÄDALA KOHTA!

Kas ostsite mingi asja planeeritult kindlast ostukohast? Märkige palun juurde põhjus.

Näide: kaupluses X oli toode soodushinnaga.

Kein teatud kauplustes mis, kui on alla
hindleus

Kas rääkisite kellegagi tehtud ostudest/väljaminekuteist või asjadest, mida sooviksite osta?

ei

Kas arutasite kellegagi, palju asjad maksavad või kust on soodsam osta? Kellega?

ei

Kas ja kui palju planeeriste oma ooste ette? Näiteks teadsite, et nädalavahetusel või järgmisel nädalal tuleb mõni kampaania ning lükkasite ostu sellesse aega.

Kaan tar nabaami leki ja kui on
kampaania, lähen ja ostan kui on vaja

Lisa 2: Jaanuari päeviku-uuring

HEA PÄEVIKU TÄITJA! ALUSTUSEKS PALUN LUGEGE LÄBI SEE JUHEND!

Palun täitke päevikut personaalselt enda igapäevaste ning üldiste kogu leibkonna kulutuste kohta, säilitades vastava perioodi ostutšekid.

Tabellisse märkige palun ainult sellised väljaminekud, mille kohta teil tšekid puuduvad:

- 1) Märkige üles ka väljaspool kodu söömised, märkides lahtrisse „Kus sooritasite ostu?“ märksõna *väljas*.
- 2) **Teenuste** puhul märkige üles tarbitud teenus ja selleks kulutatud summa, lahter „Kus sooritasite ostu?“ jätke tühjaks.
Palun pange kirja ka laenu andmine, tehtud annetused, ostetud kingitused jms.
- 3) Märkige üles ka **kommunaalmaksud ja majapidamiskulud**: telefon, internet, kaabeltelevisioon, elekter, gaas, vesi, üür jms. Kui nende maksmine ei lange vaatusalustele kuupäevadele, siis märkige need palun eraldi üles.
- 4) **Muude väljaminekute** – ravimid, kütusekulud jms – puhul on oluline üksnes tooteliik ja kogus, mitte tarbimiskoht. Pole vaja välja tuua täpseid ravimite nimesid, võib märkida lihtsalt valuvaigisti, köhahäri vms.
- 5) **Laenu, liisingu või järelmaksu** (krediitkaardi) tagasimakse puhul kirjutage palun ka nendele tehtavad kulutused üles.

Seekordne päevik on rohkem “tavalise” päeviku moodi, mida osa inimesi peab ja kuhu kirjutatakse üles päeva sündmused, mõtted ja tunded. Selle päeviku teema piirneb ostude tegemisega poes või erinevate teenuste pakkujatel. On väga oluline, et te lisaks ostude jt kulutuste loetlemisele paneksite iga päev võimalikult täpselt kirja vahejuhtumid, emotsioonid ja kogemused, mis sel päeval ostude tegemisel tekkisid. Kirjutage täiesti vabas vormis ja omas stiilis, nii nagu kirja heale sõbrale või iseenda päevikusse. Iga päevikulehekülje lõpus on esitatud ka mõned täpsustavad lühiküsimused.

Näide informandi PE2 päevikust

Kuupäev: 15. jaanuar 2011 (laupäev)

TEHTUD RAHALISED KULUTUSED (iga ostetud kaup või muu kuluartikkel märkide eraldi reale ja selle juurde järgmises lahtris ostusumma)	OSTU-SUMMA	KUS SOORITASITE OSTU?	MÄRKIGE RIST, KUI TEGU OLI TAVAPÄRASE OSTUKOHAGA.

Palun kirjeldage siin nagu “tavalises” päevikus kõiki vahejuhtumeid, ja ka oma mõtteid ja tundeid, mis Teil täna poes ostude tegemisel tekkisid.

*Kuna mul oli aega, ma ma jalgisin
kõrgele... arutulekita kaupadele ka
kaasakadantide, kõik kavatada, keelma kart
ma ja arutavad muhkelelele.*

*Ma ma kui kõik kütud kulutused
poes olid... rohkem aega, et arutada
ja meelde arusaadavaks, kuidas hõlpsad
täpselt oma võimad hõlpsad.*

- Kas miski tekitas ostmisel ebamugavustunnet, ärritust? Kirjeldage palun, mis täpselt.....
- Kas miski tekitas segadust, kõhklusi? Mis täpselt?.....
- Mille puhul tundsite, et hindades on raske orienteeruda? Kirjeldage täpselt.....
- Kas Teil tekkis tunne, et mingid asjad on kallimad kui varem?.....
- Kas Teil tekkis poes küsimusi, probleeme? Kelle poole pöördusite (müüja, infoteetaja, kassapidaja vms)?.....

Näide informandi ÜP1 päevikust

Kuupäev: 5. jaanuar 2011 (kolmapäev)

TEHTUD RAHALISED KULUTSED (iga ostetud kaup või muu kuluartikkel märkide eraldi reale ja selle juurde järgmises lahtris ostusumma)	OSTU-SUMMA	KUS SOORITASITE OSTU?	MÄRKIGE RIST, KUI TEGU OLI TAVAPÄRASE OSTUKOHAGA.
Tubakasin	15€.		+

Palun kirjeldage siin nagu "tavalises" päevikus kõiki vahejuhtumeid, ja ka oma mõtteid ja tundeid, mis Teil täna poes ostude tegemisel tekkisid.

Stuudendi soovida fondi poes sükk-
 rahast seet on võimalik taastada kaasa
 rändalaadungit tuba sattu raharõõri,
 leeva asemel, ühe rubla ja teiste
 eurodele mis on nii raskend
 et on võimalik mu saada mis ühgi raha
 see üldse on. On tõsta hõnu et ei oot
 pidada arvet väljaminekut kohta ja tuleb
 mõeldakse enne peis. Ovi päeva nägida.

Lisa 3: Intervjuu kava

I Euroga seonduv teabeväli (spontaansed seosed)

1. Milline on esimene asi (nähtus, inimene vms) mis sul pähe tuleb kuuldes sõna „euro“?
- Milliseid positiivseid seoseid euro sinus tekitab? Nimetada mitu seost.
- Milliseid negatiivseid seoseid euro sinus tekitab? Nimetada mitu seost.
2. Milliseid emotsioone tekitab sinus eurole üleminek?
3. Püüa meenutada, milline oli Teie kõige esimene kokkupuude euroga?
- Kuna see toimus?
4. Palun meenuta, milline oli sinu esimene mõte või tunne, kui said teada, et Eestis tuleb kasutusele euro?
- Ligikaudu, kui kaua te seda teadnud olete?
5. Milline on sinu hinnang – kas euro tulekust räägiti avalikult.
Loen sulle nüüd ette rea võimalikke hinnanguid. Millisega neist sa kõige enam nõustud?
...liiga (tüütavalt) palju, tekkis tunne, et inimesi peetakse rumalateks
...räägiti küll palju, kuid tavainimese seisukohast mitte väga sisukalt/praktiliselt
...räägiti piisavalt, arusaadavalt ja sellest oli kasu
...ei räägitud piisavalt

- Pärast hinnangu andmist lasta seda põhjendada, tuua näiteid.
6. Mis on esimene saade, lugu, pilt, lause või inimene, mis/kes meenub, kui mõtled euro tuleku avalikule kajastamisele televisioonis, raadios, ajalehtedes, tänaval – kus iganes?
- Mis veel meenub?
7. On sul meeles mõni lugu, fakt eurost, millest sul kasu oli – ükskõik mis mõttes.
- Milline see teave oli, millest kasu oli (nt hoiatus, praktiline õpetus jne)?
8. Püüa sõnastada kolm kuni viis hästi praktilist asja, mida peab teadma, millega peab arvestama, et ostude-maksete tegemisel täna, siin Eestis mitte hätta jääda, endale tüli, ajakulu, rahalist kahju vm probleeme tekitada.

- Need võiks olla nõuanded. (Kujutle et ma olen pikalt ära olnud ja mind on vaja “õpetada”, et ma muutunud süsteemis hästi toime tuleks). Võib teha kirjalikult.

- Iga nõuande juurde paluda „lugu“, näidet, täpsustust või põhjendust!

II Muutused ostukäitumises

9. Kuidas läks jaanuari ostupäeviku täitmine?
10. Kuidas tasud praegu poes või teeninduskohas?
- (Millal, kus) sularahas? Miks?

- Millal, kus pangakaardiga? Miks

11. Kuidas sulle tundub, kas praegu tasute pangakaardiga, sagedamini, samapalju või harvemini kui enne 1.jaanuari? Miks?

12. Kui tihti sa turul oste sooritate?

- Kas su turulkäimise harjumused on seoses euroga muutunud?

13. Kuidas sulle tundub, kas praegu teete igapäevaseid sisseoste sagedamini, samapalju või harvemini kui enne 1.jaanuari? Miks?

14. Kuidas hindad, kas praegu kulub sul poes käimisele rohkem aega või vähem aega? Või pole midagi muutunud?

- Millest on muutus tingitud?

15. Millistest kohtadest tavaliselt oma igapäevaseid oste teed?

- Kas oled tähele pannud, kuidas selles kohas (neis kohtades) hinnad on antud - kas ainult eurodes, eurodes ja kroonides või ainult kroonides?

- Kas mäletad (panid tähele) – millal hinnasildid muutusid? (näiteks kui varem olid topelthinnad siis nüüd on ainult eurod vms)

- Juhul kui hinnasildil on nii kroonid kui eurod – kumba numbrit sa hinnasildilt jälgid – kroone või eurosid?

16. Kuidas sa mõttes hindu arvestate – kas mõtled veel nõ kroonides või eurodes?

- Näiteks võrreldes sama kauba hinda erinevates kauplustes.

- Kui kauplus väidab, et täna on mingi kaup soodushinnaga – kas siis arvestad kuupalju soodustust saad kroonides või eurodes?

17. Ligikaudu mitu korda selle nädala jooksul oled sa arvutanud mingit hinda eurodelt „tagasi” kroonidesse? Mäletad ehk, mille puhul näiteks?

- Aga vastupidi - “vana” kroonihinda “uueks” eurohinnaks? Mäletad ehk, mille puhul näiteks?

18. Jaanuari kahel esimesel nädalal sai maksta nii kroonides kui eurodes. Mida siis sina kasutasid maksmiseks (v.a. kaadimaksed) – kas rohkem kroone, rohkem eurosid või mõlemaid ühepalju?

19. Kas viimase nädala jooksul (kui enam kroonides maksta ei saa) on sul tekkinud probleeme, mida jaanuari alguses ei olnud?

III Võimalikud probleemid ostmisel, kohanemine

Nii, nüüd oleme juba peaaegu poole peale jõudnud oma vestlusega...

20. Meenuta midagi meeldivat, toredat (mingi juhtum), mis sul jaanuaris seostub ostude tegemise või maksete tasumisega?

21. Meenuta midagi ebameeldivat (mingi juhtum), mis sul jaanuaris seostub ostude tegemise või maksete tasumisega?

22. On inimesi, kes arvavad, et euro on hindu tõstnud ja inimesi, kes leiavad, et hinnatase on sama. Milline on sinu arvamus?

- Kui leiad, et hinnad on tõusnud, too palun näiteid, millised asjad on kallimad.

23. Kas oled tundnud, et hindadest on raskem aru saada?

- Too näiteid!

24. Kas olete tundud, et kaupmees püüab sind seoses euroga tüsata? Too mõni näide? Mida siis tegid?

25. Kirjelda palun, millised võivad olla sinu arvates tüüpilised probleemid, mis inimestel eurodega arveldamisel tekkida võivad.

- Kas sinul pole selliseid probleeme esinenud?

26. Kui sa planeerite praegu oma kuised väljaminekuid, siis mis rahas sa mõttes arveldad?

- Kas kroonides?

- Kas eurodes?

27. Kas sul on Eesti sularaha kroone?

- Kuna vahetasid oma kroonid eurodeks?

28. Millised tunded olid sul esimest korda jaanuaris eurodega arveldamisel?

- Kas tundsid millegi ees hirmu?

29. Kui nüüd kokkuvõtvalt rääkida, siis mis sulle euroga arveldamise juures meeldib ja mis ei meeldi?

III Informeerituse tekkimine

30. Rääkisime enne sellest, palju sinu arvates euro tulekust meedias on räägitud. Sinu arvates oli seda (palju, vähe...). Kui püüaksid nüüd oma sõnadega öelda, mida sinu arvates taheti inimestele öelda, kogu eelneva nõ "eurojutuga" – mis see oleks?

- Püüa sõnastada näiteks kolm erinevat mõtet – aga oma sõnadega ja nii nagu sulle tundub.

31. Kui nüüd rääkida täpsemalt eurokampaniast, siis kas sa oled saanud eurokalkulaatori?

- Kas kasutad seda?

- Oskad öelda, kus su eurokalkulaator praegu asub? Palun otsi see üles.

32. Mida sa arvad eurokalkulaatorist üldiselt?

- Kas see on vajalik?

33. Kas järgmised materjalid on tulnud sinu postkasti?
- Kas oled neid uurinud?
- Kui oled neid näinud, kas säilitasid need või viskasid minema?
34. Mis sa arvad, kas sinu poolest võiks koju saadetud infomaterjalid olemata olla?
- Mis kasu sa nendest saanud olete?
35. Kas olete näinud järgmist välireklaami?
- Mida on siin inimestele öelda tahetud sinu arvates?
- Mis on esimesed mõtted ja tunded, mis see sinus tekitab?
36. Järgmiseks ma näitan sulle arvutist paari reklaami.
- Kas sa oled näinud neid reklaame?
- Mis mulje sulle neist jääb?
- Kuidas hindad neist saadavat infot?
- Milline neist kõige rohkem meeldis? Miks?
37. Kuivõrd tundsid üldse huvi eurole üleminekuga seotud info vastu?
- Kas otsisite ise kusagilt infot?
38. Kas olete näinud seda märki (näitan Ausa hinnastamise märki)?
- Mida see tähendab?
- Kas oled kursis, kas sinu tavapärased poed on selle kampaaniaga liitunud?
39. Milline infoallikas on olnud sinu arvates euroteemadel kõige kasulikum?
- Kas meedias edastatud infost on olnud sulle abi?
- Püüa põhjendada!
40. Kuhu või kelle poole pöörduksid, kui sul tekib seoses euroga probleeme?

IV Maine

41. Kui stabiilseks valuutaks pead üldiselt eurot?
- Kas usud, et euro jääb püsima?
42. Millise mulje jätab euro sulle visuaalselt?

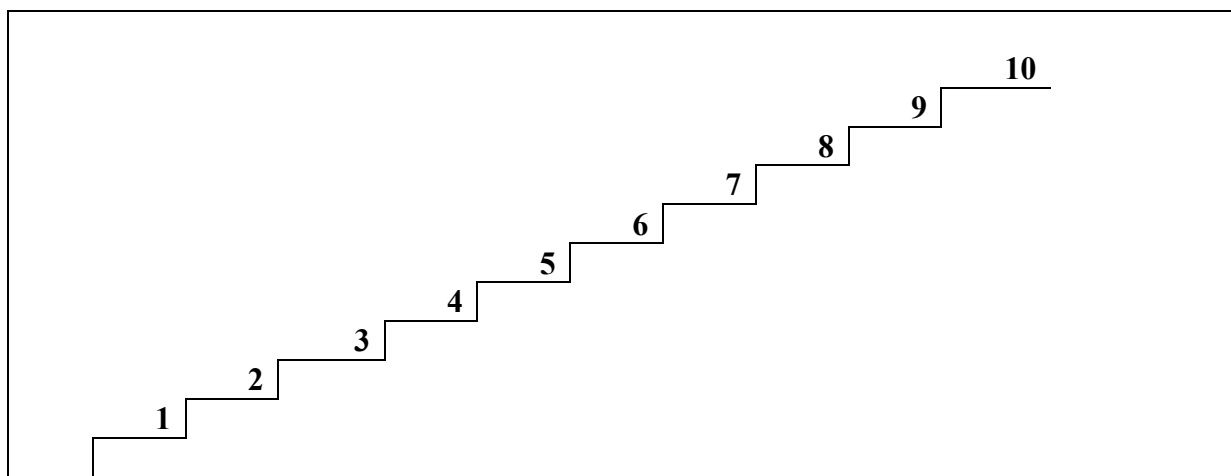
Taustaküsimused

Nii, nüüd oleme küll küsimustega lõpetanud, kuid ma annan ühe lehe, millel olevatele küsimustele palun vastata.

Milline järgnevatest kirjeldustest vastab Teie praegustele majanduslikele võimalustele?

- Elan hästi praeguse sissetuleku juures
- Saan hakkama praeguse sissetuleku juures
- Praeguse sissetuleku juures on üsna raske hakkama saada
- Praeguse sissetuleku juures on väga raske hakkama saada
- Ei oska öelda

Inimesed asuvad oma materiaalsete võimaluste poolest ühiskonnas erinevates kihtides. Tinglikult saab seda kujutleda trepina, millel võib liikuda nii üles, päris tippu kui alla, päris põhja. Trepil ülemine, kümnes aste kujutab ühiskonna kõige rikkamaid, suurepäraste materiaalsete võimalustega inimesi. Esimesel astmel on aga kõige vaesemad, väga minimaalsete materiaalsete võimalustega inimesed.



Palun määratle oma sisetunde järgi, kus asus Teie (pere) kaks-kolm aastat tagasi?

_____ astmel

Kus asute praegu?

_____ astmel

Kokkuvõte

Kas on veel midagi, mida sooviksid lisada või täpsustada arutletud teemadel?

Lisa 4: Intervjuus kasutatud välireklaam

1. jaanuarist 2011
hakkab Eestis kehtima euro.

MEIE raba

www.euro.ecb.eu www.euro.eesti.ee

EUROOPA Keskpank
Keskpank

QR-kood

Eesti Pank
Bank of Estonia

The advertisement features a woman with long brown hair and a pearl necklace, holding a 20 Euro banknote. To her left is a vertical strip of Euro banknotes (5, 10, 20, 50, 100, 200, 500). The top left corner has a blue banner with the text '1. jaanuarist 2011 hakkab Eestis kehtima euro.' and a logo 'MEIE raba' with a Euro symbol. The bottom of the ad contains the ECB website (www.euro.ecb.eu), the Estonian Euro website (www.euro.eesti.ee), the European Central Bank logo, a QR code, and the Eesti Pank logo.

Lisa 5: Intervjuus kasutatud ausa hinnastamise logo



Lisa 6: Filterküsimustik

Millistest allikatest saate infot Eestis toimuva kohta?

	Peamiselt siit	Ka siit	Väga harva siit	Siit kindlasti mitte
Postimees	1	2	3	4
Eesti Päevaleht	1	2	3	4
SL Öhtuleht	1	2	3	4
Mõni nädalaleht (nt Eesti Ekspress, Maaleht)	1	2	3	4
ETV	1	2	3	4
Kanal 2	1	2	3	4
TV 3	1	2	3	4
Vikerraadio, Raadio 2, Klassikraadio	1	2	3	4
Elmar, SkyPlus, Star FM jt eraraadiokanalid	1	2	3	4
Kohalik (Tartu) raadio	1	2	3	4
Delfi jt uudisteportaalid Internetis	1	2	3	4
Ajalehed Internetis	1	2	3	4
Sõprade-tuttavate vahendatud uudised	1	2	3	4
Pereliikmete vahendatud uudised	1	2	3	4
Kolleegide vahendatud uudised	1	2	3	4
See, mida oma silmaga näete	1	2	3	4

Kas saate infot veel mõnest kanalist, mida eelpool ei olnud nimetatud?

.....

Millistest allikatest saate infot oma koduümbruses, kodulinna toimuva kohta?

	Peamiselt siit	Ka siit	Väga harva siit	Siit kindlasti mitte
Postimees	1	2	3	4
Eesti Päevaleht	1	2	3	4
SL Öhtuleht	1	2	3	4
Mõni nädalaleht (nt Eesti Ekspress, Maaleht)	1	2	3	4
ETV	1	2	3	4
Kanal 2	1	2	3	4
TV 3	1	2	3	4
Vikerraadio, Raadio 2, Klassikraadio	1	2	3	4
Elmar, SkyPlus, Star FM jt eraraadiokanalid	1	2	3	4
Kohalik (Tartu) raadio	1	2	3	4
Delfi jt uudisteportaalid Internetis	1	2	3	4
Ajalehed Internetis	1	2	3	4
Sõprade-tuttavate vahendatud uudised	1	2	3	4
Pereliikmete vahendatud uudised	1	2	3	4
Kolleegide vahendatud uudised	1	2	3	4
See, mida oma silmaga näete	1	2	3	4

Kas saate infot veel mõnest kanalist, mida eelpool ei olnud nimetatud?

.....

- 1. Kas oskate öelda, kuna läheb Eesti euro kasutusele üle?**
- 2. Milline on kurss, millega kroonilt eurole üle minnakse?**
- 3. Kumb väidetest on õige?**
 - A - Iga inimene saab vahetada kroone eurodeks vaid kindla ettemääratud summa ulatuses
 - B - Iga inimene saab vahetada kroone eurodeks piiramatus koguses (summas)
- 4. Kumb väidetest on õige?**
 - A - Pangad ei võta kroonide eurodeks vahetamise eest teenustasu üks kuu enne ja pool aastat pärast eurole üleminekut
 - B – Pangad võivad võtta kroonide eurodeks vahetamise eest teenustasu
- 5. Kumb väidetest on õige?**
 - A - Eesti Pank vahetab kroone eurodeks piiratud aja jooksul pärast üleminekuperioodi
 - B - Eesti Pank vahetab kroone eurodeks piiramata aja jooksul
- 6. Kui kaua saab sularahakroone pärast eurole üleminekut veel maksmiseks kasutada?**
- 7. Kui kaua peavad kauplused pärast eurole üleminekut näitama hindu paralleelselt nii kroonides kui eurodes?**

Lisa 7: Informantide kulutuste võrdlus (summad eurodes)

Tootekategooria	Informandid							
	PE1		PE2		ÜP1		ÜP2	
	nov.	jaan.	nov.	jaan.	nov.	jaan.	nov.	jaan.
Abiostud (pakendid)	0,1	0,2	-	0,2	0,06	-	-	-
Alkohol	42,67	37,36	-	-	3,19	7,08	-	-
Ilutooted	5,34	6,93	4,01	19,87	-	0,99	-	-
Kala	1,47	2,41	4,07	1,94	6,74	8,83	5,11	4,06
Karastusjoogid, mahlad	6,61	10,65	4,95	1,33	1,73	2,28	2,11	-
Kodukeemia, majapidamistooted, kiire käibega kodukaubad	15,33	13,49	7,68	6,59	7,04	6,07	6,82	2,46
Kommunaalmaksud, kindlustus	116,83	170,82	114,28	175,9	40,17	42,43	76,31	93,95
Konserveeritud toit, purgisupid	4,74	8,56	3,62	3,52	5,92	2,07	3,82	5,56
Kuivained	14,51	6,1	9,24	19,76	7,57	6,24	7,64	3,58
Kultuur/meelelahutus, vaba aeg	39,94	105,18	2,84	7,35	2,2	2,3	1,34	1,35
Kütus	76,69	94	-	-	-	-	-	-
Leib, sai	10,64	8,31	7,29	6,09	4,4	4,57	4,7	4,98
Lihatooted	37,03	32,18	25,95	22,05	14,66	15,8	19,17	18,99
Maiustused/naudingukaubad, kondiitritooted	30,62	20,29	15,75	11,6	9,84	10,88	4,1	2,01
Meditiinikulutused (ravi, visiiditasu)	-	-	3,2	-	-	-	7,03	7,03
Munad	2,19	1,6	1,6	2,28	1,6	0,82	0,79	0,8
Piimatooted	27,83	22,12	24,43	21,59	18,56	17,75	21,19	18,44
Puu- ja juurviljad	21,24	15,69	12,95	9,88	7,98	8,38	10,5	5,23
Püsivad/pika käibega kodukaubad	95,45	4,81	18,79	5,53	10,41	19,56	-	1
Ravimid	-	4,57	4,97	-	34,9	28,37	45,29	2,71
Riidekaubad	1,27	-	5,16	22,11	2,49	4,29	-	-
Sigaretid	-	-	-	-	-	-	40,39	63,55
Teenused	30,36	24,17	-	20,63	-	55	-	-
Transpordikulud (bussipiletid)	-	-	11,37	19,26	-	-	-	-
Valmistoit	10,8	10,98	1,82	1,74	9,91	7,3	0,65	1,88
Võla maksmised	-	-	-	-	-	-	31,96	-
Väljas söömine	23,84	8,75	6,52	5,35	-	-	3,45	1,6
Õli, või, äädikas, ketšup, mesi	4,48	6,15	5,25	16,72	4,7	3,97	4,39	3,48
Kulutused kokku	619,98	615,32	295,74	401,29	194,07	254,98	296,76	242,66

Märkused:

- Ilutooted – dušigeel, juuksevärv, kehahoolduskomplekt jms
- Kodukeemia, majapidamistooted, kiire käibega kodukaubad – puhastusvahendid, pesupulber, nõudepesuvahend, tualettpaber, köögipaber, tikud, kassitoit, küünel jms
- Konserveeritud toit, purgisupid – hapukurk, konserveeritud tomatid, herved jms

- Kuivained – suhkur, jahu, pulbersupid, maitseained, kohv, tee, makaronid jms
- Kultuur/meelelahutus, vaba aeg – väljaskäimised (spa), ajakirjad/ajalehed, lotopiletid, raamatud jms
- Lihatooted – vorst, pasteet, liha, hakkliha jms
- Maiustused/naudingukaubad, kondiitritooted – kohukesed, jäätis, šokolaad, küpsised, saiakesed, koogid jms
- Piimatooted – piim, hapukoor, kohupiim, jogurt, majonees jms
- Pika käibega kodukaubad – ehitusmaterjalid, juhtmed, elektripirnid, lauakatted, kalender, toalilled jms
- Riided – t-särk, püksid, sukad, sokid jms
- Valmistoit – salatid, soojad toidud, pitsa jms

LISA 8: Intervjuude transkriptsioonid

Intervjuu respondentiga ÜP2

Intervjuu on viidud läbi 66-aastase üksiku naispensionäri. Intervjuu toimus 24.01.2011 intervjuueeritava kodus. Vestlus sujus hoogsalt ning vastaja oli avatud ja jutukas.

Nii hakkame siis pihta. Milline on esimene asi, nähtus või inimene, mis sul tuleb pähe kuuldes sõna euro? Ükskõik, milline seos.

Hullumaja (naerab).

Milliseid positiivseid seoseid euro sinus tekitab?

Positiivseid... (mõtleb pikemalt). Positiivseid vist mitte mingisuguseid, seepärast et mulle kroon väga meeldis.

Aga kas tundub, et mingit kasu eurodest pole?

Kasu?

Jah. Kas sellest küljest pole positiivset...

No aga praegu küll ei ole mingisugust kasu. Rahakott oli nigu-nigu kopkid täis, mida ma üldse ei salli. Posi... eks seda ole hiljem näha, mis sealt positiivset tuleb. Aga praegu ma küll ei saa aru, et oleks midagi positiivset. Ma ei usu seda juttu, et majandus paremaks läheb ja seda ja teist ja kolmandat.

Aga kui võtta nüüd vastupidi, siis milliseid negatiivseid seoseid euro tekitab?

Jälle üks sõna... hullumaja (naerab).

Mida sa silmas pead selle hullumaja all?

Kui palju segadust on... kus kui pikad järjekorrad. Tänu müüjatele. Vaat mina, kui ma läksin esimest korda poodi, siis tänu müüjatele, müüjad olid väga lahked. Andsid neile ikka oma peotäie kopkid ette, nad aitasid sul vaadata. Ma olen pime kah, ei näe kah noh (naerab).

Siis milliseid emotsioone tekib sinus eurole üleminek üldiselt?

Ei meeldi jah eriti. Eriti ei meeldi, aga noh ega... mina ei ole siin mingi otsustaja, eks seda ole hiljem näha, kui-kui on tõesti sellest eurost kasu või-või... aga muidugi selles mõttes on küll mulle meeldib, et noh tundub, et siuke noh hindasid on hea arvestada ja vaatad, et mina, mina ei ole läind siinemaani selle õnge, et oi kui odav, ma ostan kümme tükki.

Mhmh...

Mina vaatan ikka, et noh arved on nii väikesed ja... ongi. Kas sa ei ole tähele pannud poes? Kuus eurot ja seitse eurot ja kott on täis ja... eh, ei tea.

Nii, aga meenuta nüüd, milline oli su kõige esimene kokkupuude euroga?

(Mõtleb pikalt.)

Kas see oli nüüd või oled sa kunagi varem ka näiteks eurosid näinud, kasutanud?

Ei, ei, ei. Esimene kokkupuude oli siis, kui ma ostsin selle stardipaketi.

Detsembris siis?

Detsembris jah. Siis tuln koju, võtsin kohe lahti ja siis luubiga uurisin neid kopkeid, mis mis on ja siis, vaatasin eee noh väärtust võrdlesin krooniga.

Peast või kuidas?

Ei, ei. Mul ee ajalehes oli ju see noh, mis maksab, mis on euro, ütleme 25 krooni on mitu eurot ja 50 krooni, mitu eurot ja vot see võtsin selle tabeli. Ja selle järgi siis ja nüüd ma vaatan ka ahhaa, et üle 80 krooni või ütleme hää küll äärmisel juhul 100 krooni, krooni (rõhutatult) ma kulutada ei tohi. Siis noh ma tean, no mitu eurot see enam-vähem on, siis juba tõmban luku kinni kotil. Enam ei tohi osta midagi. No jah, ütleme, ma ei käi ju iga päev poes, eriti nüüd. Krooni ajal mulle meeldis käia iga päev, sellepärast et ma ostsin hästi vähe, hästi vähe ostsin igat asja. Aga nüüd ma ostan ikka nii, et ma käin ütleme kaks korda nädalas poes, mitte rohkem. Ja siis vaatan ahhaa, nüüd läks 100 krooni, nüüd läks 100 krooni, ahhaa pensionist on järgi nüüd nii palju, nüüd on nii palju... Kuna ma käisin... pühapäeval käisin Eedenis, või mitte pühapäeval, laupäeval, siis võtsin selle kontoväljavõtte välja, vaatasin ahhaa, 120 eurot on järgi. See teeb nii-nii palju kroone. Ahah, no siis ma vast pigistan välja ka pensionini kuidagi.

Kuidas sa siis arvutasid palju see ülejääk kroonides teeb?

Ei no mul on see papper, paber on rahakotis ja kogu aeg jah. Ma umbes no enam-vähem nii... maksud olid siis maha läinud kõik, siis ma sain vaadata, palju mul seda kulutamisraha siis on.

Nii, aga kui sa nüüd püüad meenutada, milline oli sinu esimene mõte või tunne, kui said teada, et Eestis tuleb kasutusele euro...

Kahju. Lihtsalt kahju.

Aga kuna see umbes toimus?

No seda ju räägiti ikka väga-väga palju enne seda. Rohkem kui pool aastat ju või aasta vää. Mina arvasin, et noh eem või lootsin, et või ma ei tea arvasin, et ega see vast ikka läbi ei lähe.

Et ikka ei tule see euro?

Jah, et ikka ei tule. Just sellepärast, et mul ee noh kroonist kahju. Minu meelest meil oli ju niiiii ilus raha. Aga noh jah raha väärtus oli ju nüüd null peaaegu... mitte midagi. Oehh...

Mis mõttes null?

Noh osta sai selles eest ju järjest vähem.

Nii, aga milline on sinu hinnang, kas euro tulekust räägiti avalikult. Ma loen ette neli varianti ja siis sa palun vali, millisega kõige rohkem nõustud. Esimene on, et euro tulekust räägiti liiga tüütavalt palju, tekkis tunne, et inimesi peetakse rumalateks. Teine variant on: räägiti küll palju, kuid tavainimese seisukohast mitte väga sisukalt, praktiliselt. Kolmas variant: räägiti piisavalt, arusaadavalt ja sellest oli kasu. Ja neljas variant on, et ei räägitud piisavalt.

Ma arvan, et see teine variant.

Et räägiti küll palju, kuid tavainimese seisukohalt mitte väga sisukalt, praktiliselt?

Jah, võõ... ega üpris raske oli noh... nii nagu üldjoontes räägiti. Eee, nemad jah võib-olla ütleme ee noh, kuidas nüüd öeldakse, need kõrged tegelased või suured tegelased, nendel oli kõik arusaadav, aga tavalisele inimesele ikka tükk aega pidi sul tampima pähe enne kui midagi tolku sai.

Aga edasi nüüd... mis on esimene saade, lugu, pilt või inimene, mis sulle meenub kui mõtleb euro kajastamisele telekas, raadios, ajalehtedes, tänaval... Kui sa mõtled kõige selle peale, mis on eurost kajastatud avalikult, on midagi konkreetset, mis on sellega seoses meelde jäänud?

Ma ei tea... noh palju asju on meeles.

Proovi neist nimetada mõni...

Seoses euro tulekuga... noh ma telekat ainult vaatan, lehte ma ei loe.

Telekast ei meenu midagi?

Seal on ju olnud üht, teist ja kolmandat. Need reklaamid ja asjad. Aga ma ei tea... igasugused need stardipaketi reklaamid ja...

Aga on sul äkki meeles mõni lugu või fakt eurost, millest sul kasu oli?

Noh ma ei tea kasu... Aa no jaa seda muidugi... see oli ju väga hea inf, et 14. jaanuarini sai veel mõlemaga maksta üks ole ja siis kuus kuud saab kroone vahetada, kuigi mul midagi vahetada ei ole (naerab). Aga noh, ikkagi.

Aga mis otstarve sellel infol oli?

No lihtsalt hea teada, et mida ja kuidas teha.

Meenub veel midagi mingi kasulik lugu või fakt?

No seda, seda ka kui räägiti, et see võltsraha. Ega ma ei teadnud üldse, et nisuke asi võimalik on. Nii uus raha ja juba võltsitakse. Noh, nüüdki ükspäev näitas, ma ei tea mitme eurone see oli, mis on valerahad kinni püütud ja-ja et jah, selle peale ma küll mõtlesin, et jumal tänatud, et mul pangas on. Seal vähemalt ei ole... võib-olla ei tule võltsraha. Eks ole ju, et kui oleks sularaha, siis oleks ju... kahju palju suurem.

Nii nüüd tuleb üks kirjutamisülesanne, aga äkki sa soovid, et ma loen sulle ise ette selle, on lihtsam, ei pea silmi pingutama.

Jaa, seda võiks jah.

Püüa siis sõnastada 3-5 praktilist nõuannet, mida peab teadma või millega arvestama, et ostmisel, maksmisel mitte hätta jääda, endale rahalist kahju, probleeme tekitada. No näiteks kujuta ette, et inimene on ära olnud ja tuleb nüüd Eestisse ja järsku on euro, mitte midagi eurost ei tea, mis nõuandeid sa annaksid.

No... kaardimakse see on hea, et maksa kaardiga, kui valeraha ei taha. See on kõige kindlam. Mina ise enda-endale ma mõtlesin ka seda, et väga... ja noh kui pangast ütleme võtad ju seda sularaha, siis on ka ju kindel, et saad no ikka õige raha. Aga kui kuskil tuleb vahetamine või- või ostad turu pealt midagi... neil võib olla juba valeraha, mis nad tagasi annavad. Minul näiteks on... ma ei tea vist paar eurot on seda sularaha. Suveks vast olen nii palju juba ära harjunud, et juba julgen euroga ka noh turu peale kah minna...

Enne sa mainisid näiteks seda, et kuna hinnanumbrid on nii väikesed, siis tundub, et võid osta 10 asja...

Jaa, jaa. Ma kardan, et nii mõnigi, ma olen siin noh oma tuttavate ringis, et oi jumal kui odav nüüd kõik on (imiteerib). Et muidu räägiti, et euro tõstab hinda, mõtle, kui odav kõik on. Ma ütlesin, et olgu siis odav, aga... ega ju mõttetu on niisugustele, noh... mõnedele inimestele on täitsa mõttetu seda rääkida, et arvesta ümber või natukenegi harju. Mina õnneks selle õnge ei läinud.

No nii, räägime siis nüüd täpsemalt sellest päevikust ka, mida sa jaanuaris täitsid. Ma küsin nüüd siin täpsustusi ja meenutusi. Näiteks enne sa räägisid on esimest poeskäigust jaanuaris. Kuidas sellega oli?

Sellega oli niimoodi, et vähemalt 10 minutit olin poe ukse taga seisin. Ei julgend sisse ka minna. Ausõna (naerab). Jah, esimest korda, kui läksin... Ja siis tuli üks tuttav poest välja ja tema küsis, et „mis sa siin seisad?“ Ma ütlesin, tead, et ausõna nii hirm on püksis, et ma ei julge üldse minna poodi. Ta ütles, et mis sa nüüd ei tule toime... et meil on ju kõik, no siis poodi läksin, kõik on tuttavad müüjad, et küll nad aitavad. Ja oligi, läksin sisse, ostsin kauba ära, andsin müüjale raha, juhataja ka tuli veel juurde ja kahekesi said päris hästi hakkama ja-ja ma loodan, et ausalt kah. Nii et siis läks nigu... tasapisi.

Juhataja tuli...

Jah, noh kõik ju ikka tuttavad seal poes. Eks ta kontrollis kassapidajat ka sellepärast, et noh esimesed päevad olid ja-ja kassapidaja luges... kassapidaja oli nii kihvt, ee ta luges kolm korda seda raha ja arvestas siis kroonidesse ja noh neid hindasid ja jälle kolm korda luges ja ütles, et nüüd peaks õige olema. Ja siis see juhataja nägigi, et mis ta no kolm korda üks ole loeb seda raha. Võtab sealt minu peost ja-ja siis tuli ütles, et „Mis on?“. Ei midagi ei ole, et ma igaks juhuks kontrollin veel kord üle seda kassat ja värki, et noh ma rohkem ei võta ja vähem ka ei võta. Ja noh siis tänapäevaks ma olen juba kõva mutt, enam ei karda poodi minna (naerab). Seda enam, et nüüd on kaardiga ainult maksan, sularahas ei maksa.

Aga äkki meenub sul veel mingeid juhtumeid?

(Mõtleb pikemalt.) Järjekorrad olid küll jah, aga mitte väga suured. Kassapidajad olid täitsa tasemel minu meelest. Ma vähemalt ei märgand küll, sellepärast et ega ma ju ausalt öelda... ega ma ei kontrolli ju kaardimakset iga kord. Ja muidu ma neid tšেকে ka tavaliselt ei võta, nad annavad ju küll, aga ma olen ära visanud. Nüüd siis võtsin... Ei, ma küll ei märkand. Noh täpselt nii, kui mõni minust veel vanem inimene tuli ega temal oli ka raske. Ta ee noh kah niimoodi pihk ette ja ega ta ise ei oskand arvestada ja ei näe ka palju... Mul on siin üks tuttav, kes ee noh temal kaarti ei ole, tema võtab kogu pensioni pensionipäeval välja sealt... pangast. Ja tema käib kogu ega noh niimoodi... alguses ka ütles, et ainult nii, et pihk ette ja võta. Müüjate aususel kõik läks. Et ise ütles, aga nüüd juba natukene oskab võrrelda ja arvestada. Ma ütlesin, et ma võin sulle oma kalkulaatori ka anda, topelt. Aga noh, inimesed harjuvad tasapisi.

Kuidas sa ise siis arveldasid... Alguses kasutasid need stardimündid ära ja siis hakkasid kaarti kasutama?

Jah. Mõni münt on mul ainult.

Aga kas miski tekitas ostmisel ebamugavustunnet või ärritust?

Esimene kord läks ikka aega. Kauem ikka kui tavaliselt ja mis noo... see pani kõva kontrolli peale. Enam ei ostnud nii üks ole... Üldjoontes kroonide ajal panid, et ahah, no nii palju läheb üks ole. Aga sellega juba pani mõtlema, et eeei seda ei saa osta. Seda ma ei osta, hoian kokku, äkki ei tule välja kuu lõpuni. Vaata ongi niimoodi, et nüüd no nii haruharva, kui ma olen nüüd sellel kuul... see oli teine kord kui ma ostsin, pirni ostsin ja apelsini... Aga muidu on niimoodi, et mul oli kogu aeg kodus mingit puuvilja, kogu aeg. Nüüd ei julge osta. Või mahla näiteks.

Aga millest see tuleb? Kas hinnad on nii palju muutunud?

Aga hinnatõus oli ikka vanal aastal väga suur. Väga suur oli hinnatõus. Ma olen nüüd vaatasin üürilgi... küte, mis tõusis, prügiveedu, mis tõusis. Aa pane need kõik kokku. See oli

vanal aastal juba tõusis ja ei saagi osta. Rohud, ravimid kui palju tõusid. Apteegis mulle isegi öeldi novembris, et ärge nüüd ehmatage, et ravimid on väga kõvasti tõusnud. Olidki. Ma pidin pikali kukkuma. Muidu läks mul nii 500 krooni, siis läks mul ligi 800. Noh, see paneb sind mõtlema ja kokku hoidma. Täna ma nüüd jaanuaris jätsin ravimid ostmata, sest... noh ma ei tea, võib-olla on veel midagi tõusnud ja-ja tähtis on ju see, et söögiraha oleks.

Me rääkisime nüüd juba päris mitmest asjast, mis on tõusnud. Aga kas on veel midagi, mille puhul sul poes tekkis tunne, et nüüd on kallim? Sellised igapäevased asjad.

Jaa, noo toiduained küll. Ma ei tea, ausalt öelda ma ei arvestanud nii, et mis ta krooni ajal oli. Ja kõik, mis tõusis, tõusis krooni ajal ära.

Mille puhul sa tundsid, et hindades on raske orineteeruda?

Ei noh krooni ajal oli niimoodi, et sa teadsid juba hindasid üks ole enam-vähem. Ja siis kui avastasid, vaatasid jessas, kroon juures, kaks krooni juures. Aga noh tõsteti siis küllaltki nii viisakalt. Aga lõpuks vaatasid, et issand võta kas või see kohvikoor, noh ta oli ju alguses 3.80, siis läks 4.20... kroonides. Palun väga, praegu on üle viie. Ikka kõvasti on hinnad tõusnud. Aga noh nad tõusid juba krooni aegu. Ei saa jah öelda, nigu nad ütlevad, et euro ei tõstnud hindu... muidugi euro (rõhutatult) ei tõstnud, aga seoses euroga (rõhutatult), need-need noh, mis nad ongi need ülemused tõstsid kõvasti hinda. Kõvasti kohe on tõstetud.

Nii, siis on selline küsimus, et kuidas tasud praegu poes või teeninduskohas. Kus sa tasud sularahas ja miks?

No turu peal, aga praegu turu peal ju kaupa väljas ei ole ja sisse turgu ma vahest harva käin, kui kala isu tuleb või. Aga noh suvel ma käin küll turus rohkem kui kaupluses.

Aga kus sa maksad pangakaardiga?

Igal pool mujal siis...

Aga miks?

Aga mugav on ju. Ei ole vaja seda raha kaasas... no kus sa neid kopikaid hoiad kogu aeg kaasas. Nüüd ma olen vaadand seda euro rahakotti nigu nad ütlevad. No njetu mitte kuskil. Need, kuhu need mündid pannakse. Ja nüüd ma siis hoidungi väga-väga, et ma endale üldse sularaha ei tekita.

Kuidas tundub, kas praegu tasud pangakaardiga sagedamini, sama palju või harvemini kui enne 1. jaanuari?

Eeei no ikka sularaha kasutan väga harva. Varem ikka võtsin kohe välja ja käisin turu peal ja-ja... On ju mõningad kohad, kus saab ju ainult sularahas maksta. Ma loodan, et ma kevadeks harjun nii palju ära, et ma oskan ise ka juba arveldada sularahas, sellepärast et siis ma ju tahan igal juhul turu peal käia.

Siis... Kui tihti sa turul oste sooritad praegu?

Nüüd jaanuaris olen vist... mhmh üks või kaks korda käinud.

Kas su turulkäimise hajrumused on seoses euroga muutnud?

Mhmh. Praegu küll. Ma ütlen, et võib-olla kevadel, kui ma olen rohke harjunud sularahaga juba noh. Ma olen ise mõelnud, et ma peaks minema turu peale ja lihtsalt neid hindasid vaatama ja võrdlema, mis nad olid kroonidega ja mis nad on praegu... Sest ma kardan, et seal nad kah on vusserdand. Ma ei tea küll, aga nii ise mõtlesin, et peaks minema üks mõnikord kontrollkäigu tegema.

Kuidas sulle tundub, kas praegu teed igapäevaseid sisseoste sagedamini, harvemini või sama palju kui enne jaanuari?

Harvemini.

Aga mis põhjusel?

Pelgan poodi minna. Mida harvem käid... vaat mul on nigu mida kaugemale hoiad, seda parem. See euro pani minule igal juhul küll suurema kontrolli peale, kui see kroon oli. Ma kardan, et ma ei tule välja... pensionipäevani. Ma ütlen, et ma ei julge apteeki ka minna. Rohud ära ostan, siis on kõöga söögirahaga. Vali, kas ostad ravimid ja ei söö või ostad süüa...

Kuidas hindad, kas praegu kulub sul poes käimisele rohkem või vähem aega... või pole midagi muutunud?

Noo alguses siis jah rohkem. Aga ma ütlen, et nüüd ma hakkam juba harjuma. Nüüd ma juba tean, et ma oma-oma... ega ma muutnud ei ole midagi, ikka tavalised asjad, leib, sai, või, tükk liha võib-olla sealt või nii hakkliha. Ühesõnaga noh... ainult ma olen kõvasti kokku hoidma hakanud.

Nii, aga millistest kohtadest a oma tavapäraseid oste teed?

Tavaliselt ma käin ikka Eedenisse ja Säästukasse. Mõnikord kui on hädajuhus, siis käin Annes ka, sest Annes on väga kallis kõik. Aga noh Säästukast saab natuke odavamalt mõned asjad ja-ja põhiliselt ma käin Eedenisse. Ja Maximasse ka mõnikord.

Kas sa oled tähele pannud, kuidas nendes poodides, mis sa nimetasid, on hinnad antud? Kas hinnad on antud eurodes, kroonides või nii eurodes kui kroonides?

Oi ei, siin olid juba näiteks Annes oli juba detsembri lõpus euro ette pandud ja all oli väiksel kroonides. Ja praegu on kah ikka niimoodi, eurodes on hind ja all on väiksel kroonides.

Kuna hinnad on nii kroonides kui eurodes, siis kumba numbrit sa vaatad?

No ma pean eurosid vaatama, need on vähemalt niisugused minu silmanägemisele (naerab) nähtavad, aga krooni siis läheb hirmus raskeks.

Et need on nii väikesed, et raske on näha?

Raske on näha jah. Aga noh tead enam-vähem...

Kuidas sa mõttes hindu arvestad, kas sa mõtled kroonides või eurodes? Näiteks kui sa võrdled sama kauba hinda Säästumarketis ja Eedenis.

Jah. Alguses mõtlesin kroonides, aa nüüd hakkam mõtlema juba eurodes. Ma arvan, et kevadeks juba olen täitsa normis, juba kroonid hakkam ära unustama.

Aga kui sa mõtled selle hinna eurodes ära, kas sa siis veel teisendad pärast need kroonideks ümber?

No natuke ikka jah, natuke nii üldsumma ikka... Vähemalt kodus siis vaatan üle, palju ta siis huvitav oli see kroonides, et kas ma nüüd väga hirmsasti laiasin.

Kui kauplus väidab, et mingi kaup on soodushinnaga... et kas sa siis arvestad seda, palju ta nüüd soodsam on, kroonides või eurodes?

Kuidas ma arvestan? Noh tavaliselt sinna on ju kirjutatud niimoodi, ütleme, et 3 eurot, ütleme noh, see on siis maha tõmmatud ja siis on pandud seal 2 eurot või... Siis tuleb ikka

tõenäoliselt eurodes. Praegu on juba eurodes... ütleme kui ongi soodused, siis on kõik eurodes, noh kohe tõmmatakse maha.

Kui sa nüüd mõtled ligikaudu, siis mitu korda selle nädala jooksul sa oled arvestanud mingit hinda eurodest tagasi kroonidesse.

Ma ei oskagi öelda. Ma ütlen, et enam ma noh, tasapisi hakkab ära unustama. Alguses oli rohkem seda.

Aga vastupidi, näiteks mingit krooni asja eurodeks?

Seda üldse ei ole enam. Aga no jah, ma ikka vahest eurodest mõtlen. Vahest ikka mõtlen niimoodi, et huvitav, mis ta kroonides on. Agaaa noh järjest harvem... Alguses oli küll esimesed paar nädalat nii, et oi jummal hoidku, tõesti kartsin. Sellepärast et õde mul kogu aeg ütles, et vaata, et sa selle lõksu ei lähe, et vaatad, oi kui odav ja ostad ei tea kui palju kokku. Noo, võib-olla mõned vanainimesed, kes väga vanad on, nad ei saa aru üks ole või küll nemad ka harjuvad... võib-olla nemad lähevad jah selle õnge. Aga ega vaatad küll, et jumal hoidku, nüüd on 80 senti ja siis oli 8 krooni... Ei noh ütleme seal mõned puuviljad, enne vaatad nii palju, nüüd on nii vähe (naerab). Aga tegelikult raha väärtus on ju teine.

Kui jaanuari kaks esimest nädalat sai maksta nii kroonides kui eurodes, siis mida sa maksmiseks kasutasid? Ärme kaardimakseid arvesta.

Eurod.

Ainult eurosid kasutasid, kroone sul ei olnud?

Ma võtsin kõik vana-aastal viimased kroonid ja panin sinna Toidupanka.

Järgmiseks siis... kas viimase nädala jooksul, nüüd kui enam kroonides maksta ei saa, on sul tekkinud mingeid probleeme, mida jaanuari alguses ei olnud?

Mkmm. Ma olen ju jaanuari algusest tegelikult eurosid kasutanud.

Nii, nüüd oleme umbes poole peale jõudnud oma vestlusega. Järgmine teema... Meenuta midagi meeldivat või toredat, mis sul jaanuaris ostude tegemisega seostub.

Müüjad olid väga sõbralikud ja väga kannatlikud ja ma vaatasin, et ega nad ainult mind ei aidanud, nad ikka kõigile. Sellepärast et enamus rahvas, noh mõni oli, kes hakkas ise siblima ja otsima seal... aga enamus rahvas läks ja pistis oma peo sinna, kes kaardiga ei olnud. Sest tundub, et paljudel olid need stardipaketid just sellepärast ostetud, et noh... maksta eurodes. Ja müüjad olid väga abivalmid küll. Eks neil oli vaesekestel raske, sellepärast vaata mõned maksid ju kroonides, mõned maksid eurodes... ega neil oli raske.

Meenub äkki mõni ebameeldiv juhtum seoses ostude tegemisega jaanuaris?

Minul ei juhtunud küll midagi. Aind et piinlik oli, et ise nii rumal oled.

On inimesi, kes arvavad, et euro on hindu tõstnud ja neid, kes arvavad, et hinnatase on samaks jäänud. Milline sinu arvamus on?

Noh, ma ütlesin, mina arvan, et euro (rõhutatult) ei tõstnud, aga igal juhul nendele tõstjatele oli see ettekäändeks, et euro tõstab. Sellepärast, et hinnad tõusid ju enne eurot... juba kõvati. Ja kohe väga kõvasti.

Enne sa mainisid, et sulle tundub, et peaaegu kõik asjad on kallinenud...

Väga paljud, väga paljud. Aga on ka asju, mis on jäänud samaks.

Näiteks mis?

Näiteks... minu jalaravi hind. Paljud asjad on jäänud, aga väga paljud, noh enamus ma kardan... Ma ütlen, et võta kas või üüri seda... elekter tõusis, küte tõusis ja kõvasti tõusis. Niisamuti prügiveedu, hooldused. Ma saan aru jah, et kõeti detsembris. Oleks siis võrreldes novembriga ütleme 150 krooni tõusnud, aga küte tõusis nii 300 krooni. Aga ära tuleb ju niikuinii maksta. Euro teda ei tõstnud, aga seoses euroga tõsteti kõiki asju.

Kas sa oled tundnud, et hindadest on raske aru saada?

Noh mina pean ju orienteeruma ainult toidukaubas, ravimitest ja nii edasi. Aga noh ei... tea mina saan küll aru. Need on ilusti kirja pandud ju... aga noh harjuma peab jah, harjuma peab kõvasti. Ikka tükk aega vaatad ja-ja mõtled, et kas ma nüüd ostan või ei osta või.

Aga kas oled tundnud, et kaupmees püüab sind seoses euroga tüssata?

Ma ei tea, mina küll ei usu, et nad tüssavad. Võib-olla mõned on, kes tüssavad, aga ei, ma ei tea. Vigu võib igatüüpi juhtuda. Ma ei usu lihtsalt seda. Ma usun, et inimesed on ikka enam-vähem ausad.

Kirjelda palun, millised võivad olla sinu arvates tüüpilised probleemid, mis inimestel euroga arveldamisel tekkida võiks.

No ma arvan, et nad lähevad selle oi kui odav peale välja... üks ole vaatavad, et oi jummal, vanasti maksis nii palju, mõtle, nüüd on ainult 1 sent või-või 1 see euro. Mõtle kui odav. Aga tegelikult... see euro... raha saab nii ruttu otsa. Mõtle, mul oli nii ümmarguselt 5000 pension, nüüd on ainult 300. Ja mind paneb see väägade ettevaatlikuks. Aga vaata raha väärtus on... sellest ma arvan, et on paljudel raske aru saada. Aga mina olen nii ettevaatlik, ma hirmsasti pelgan, et ma üle laristan.

Kuidas sa praegu on kuiseid väljaminekuid planeerid? Mis rahas sa mõttes arveldad, kroonides või eurodes? Näiteks mõtled, et saan peaaegu 5000 krooni pensioni, võin kulutada iga päev näiteks 100 krooni päevas või mõtledki, et saan 300 eurot ja saan kulutada nii ja nii palju eurosid.

Jah ma kardan, et ma mõtlen nüüd, nüüd (rõhutatult) juba hakkab tasapisi eurodes mõtlema. Aga alguses jah... ikka kui ütleme, et mul on viiendal pensionipäev, siis ma ikka mõtlesin alguses olin nii šokeeritud, kui ma vaatan... mis mul oli 300-ga ainult. Aga noh selle pead oma mõtlemises lihtsalt ümber panema.

Meie eelpool räägitud jutust ma sain aru, et sul pole Eesti sularaha kroone.

Ei, ei ole.

Kuna sa vahetasid oma kroonid eurodeks?

Ei, mul ei olnudki üldse vahetamiseks raha. Ma ütlen, et viimased kroonid kuskil detsembri lõpu poole... mul oli nii palju ostetud toitu, et kuna ma tuln... kolmandal või neljandal poodi... ja viimased need kroonid panin ära sinna Toidupanka.

Nii et sa lihtsalt ostsid selle stardikomplekti?

Jah, jah. Juba detsembris ikka, detsembri keskel või enne seda isegi. Ma ostsin selle igaks juhuks, et äkki tuleb uuel aastal kohe mingi selline hädaolukord või oled püstinäljas, eee-et siis on hea millega arveldada.

Millised tunded olid sul jaanuaris esimest korda eurodega arveldamisel?

Kehvad tunded. Jah, ausalt, sellepärast et mulle väga meeldis krooniraha.

Tundsid sa millegi ees hirmu?

Ei hirmu mul küll ei olnud, aga mul oli kahju lihtsalt. Mis seal hirmu tunda, peab lihtsalt ära harjuma. Krooniga oli ju omal ajal sama lugu, ikka pidid harjuma, enne kui hakkasid taipama.

Mis sulle euroga arveldamise juures meeldib ja mis ei meeldi?

No seda sendirämpsu on küll väga palju. No tõesti. See stardipakett oli 200 krooni üks ole, jumal mul oli kott nigu põrsas, münte täis ja raske ka veel. Ja noh kõigepealt juba sellepärast mulle ei meeldi, et ma ei näe. Ma pidin tahes-tahtmata panema kõik terve selle peotäie müüjale nina alla. Sellepärast et kui mina seal oleks niimoodi oma luubiga neid vaadanud, kas ta on sent või-või on euro või eurosent... Kui sul rahvas selja taga on, noh mina lähen närvi ja müüjad lähevad närvi ja järjekorras seisjad lähevad närvi... ja no siis on parem ära üldse mine poodi. Sellepärast ma ütleni, mina arveldan ära sularaha.

Aga kas on midagi, mis meeldib ka euroga arveldamise juures?

Mis mulle meeldib... ei olegi midagi sellist.

Enne me rääkisime, et palju sellest euro tulekust meedias on räägitud, siis sina arvasid, et räägiti küll palju, aga tavainimesele sellest nagu eriti palju kasu ei olnud...

Aga noh üldjoontes räägiti. Nagu siin mõnedki targad ütlesid, et peaks nagu detailselt lahti rääkima vanale inimesele, kuidas see asi käib. Aga noh nisukene tuleb euro, jah tuleb, mina noh tänu... ma ikka sain aru üht-teist ja ausalt öelda ma ei pabistanudki üldse. Tuleb, läheb, aru ei saa, pistan rahapundi nina alla ja sain väga hästi hakkama.

Aga mis sa arvad, kogu see euro teema ja jutt... mida üldse taheti öelda sellega. Mis võiksid olla 3 mõtet või asja, mida püüti kogu selle infoga edasi anda?

No seda kindlasti räägiti, räägiti päris tihti, et siis majandus tõuseb ja-ja siis tulevad investeerijad sisse ja no seda juttu oli ikka päris kõvasti kohe. Et ühtne raha, siis tulevad mujalt kah, aga noh... mis mina sellest tean või mis minule sellest tolku on. Mina kuulan ainult kõrv kikkis, kas pensioni tõstetakse aga natukene sellest hinnatõusuga seoses, mis oli ikka aasta lõpul... Ansip ütles ilusti ära, et eeeiii tõuse.

Hinnatõusust näiteks on...

See on minu isiklik arvamus, et euro ei tõstnud neid hindu, enne tõsteti ju hinnad ära, kroonide ajal tõsteti hinnad ära. Aga just seoses euroga siis vaadati, kes seal olid üks ole targad inimesed arutasid... no vot praegu on 7 krooni, euroga tuleb ainult 2 eurot, panema natuke juurde, siis saame 3 eurot. Nemad tõstsid neid hindu, kes need tõstjad on, ega ma ei tea, kes need tõstjad on, kõik need poekettide omanikud või kes teevad neid hindu.

Mis veel võib olla, et nii palju sellest eurost räägiti onju, et taheti inimesi...

Padjaga pähe.

Mis sa mõtled sellega?

No maha rahustada. Padjaga pähe. Eks see võib-olla mõjus ka mõnele... a mina olen juba nende tarkade jutu peale väga skeptiline, ma ei usu kõike, mis räägitakse.

Nii, kui nüüd praktilisemast küljest rääkida, siis kas sa oled saanud eurokalkulaatori?

Jaaa...

Kas sa kasutad seda?

Ei.

Miks nii?

Ei viitsi. Ei, ma ei ole kasutanud.

Aga kas sa tead, kus see sul praegu on?

Näed, seal sinu selja taga riivli peal. (Osutab karbile riivlil.) Aga ma ei ole kasutanud, no mis see annab mulle.

Aga sa siis kasutad, nagu sa enne rääkisid, seda enda paberit, kus on...

Jah, just täpselt. Ja selle ma kirjutasin ajalehest endale paberi peale. (Näitab paberit, kus on välja kirjutatud, palju on 5, 10, 25, 50, 100, 500 krooni eurodes). Kõik kirjutasin välja ja sellega saan natukene võrrelda. Noh nii, mitte palju...

Nii, aga mis sa üldse arvad sellest eurokalkulaatorist? Sa ise ei kasuta, aga kas see üldiselt on vajalik, otstarbekas.

No kindlasti riik raiskas raha. No igasuguste lolluste peale on raha küllalt. Mis sellest inimestel... Minu tutvusringkonnas mitte keegi ei kasuta seda kalkulaatorit. Mina olen ise seda paberit andnud mitmele, et noh selle järgi saab natukene arvestada ja-ja mitte keegi ei kasuta seda kalkulaatorit. Ja ma olen kuulnud, et paljud on, vot ma ei teagi, kuhu nad tagasi viisid, aga paljud on tagasi saatnud sellepärast... et nad ei tööta, rikkis on. Või nad ei oska siis teda õieti kasutada. Minu meelest see kalkulaator ei anna ju midagi. Maksma pead sa nii ehk naa, kas sul on see kalkulaator või ei ole.

Nüüd veidi teistmoodi ülesanne ka. Ma näitan sulle pabereid ja voldikuid seoses euroga... et kas sellised asjad on su postkasti tulnud?

Jaa. Seal ümbrikus on kõik. (Osutab riivlile.)

Kas sa oled neid uurinud või lugenud ka?

Ei, ma ei näe lugeda. Pilgu viskasin peale korra

Aga prillidega...

Mul ei ole prille.

Olgu. Sa oled neid näinud, aga uurinud ei ole, aga ära ka ei ole neid visanud...

Ei ma ei ole ära viskand... Ma olen ikka mõelnud, et kui ma ükskord nägijaks saan, et-et siis võib-olla loen lihtsalt huvi pärast. Aga üldiselt jah ma siia maani ei ole... Sellest ma üldse aru ei saa, mis asi see on (osutab hologramm-kaardile).

See on taoline asi, nagu sinul paberi peal on. Näitab palju mingi eurosumma kroonides teeb. Aga nüüd ma näitan sulle arvutist paari videoklippi.

(Kommentaariid reklaami „Euroopa ühisraha euro“ vaatamise ajal.)

Seda näitab ju telekast pidevalt. Ilus. Jaa, jaa. Mõtetest ja unistustest kõhtu täis ei saa. Mhmh... ega sel rahal ka viga ei ole välimuselt.

Oled sa näinud neid reklaame?

Jaa.

Kõiki oled näinud?

Kõiki jah.

Milline sulle neist kõige rohkem meeldis?

See sillaga. (Viitab reklaamile „Euroopa ühisraha euro“.)

Mis mulje see sulle jättis?

See oli ilus, isegi ilus peab ütlema. Mulle meeldis.

Aga kuidas sa hindad seda infot, mis sa neist saad? Näiteks sulle meeldis esimene, mis oli ilus.

No neid nii palju ju näidati, et midagi ikka kõrva taha jäi.

Aga näiteks see reklaam, kus näitas raha katsumist (viitan reklaamile „Katsu“), kas sa arvad, et sellest on sulle kasu? Sa ju ise ei kasuta praegu sularaha.

Jah, ei no ma olen mõelnud, et kui ma nüüd ükskord nii julgeks saan, et ma võtan välja ka natukene, noh eriti suvel, kevadeks. Et kui ma julgust saan, küll ma siis katsun. Aga noh ega ma ütlen, et selle valerahaga on... nagu nad hoiatavad, et väga palju liigub valeraha juba. Ma ei saa aru, et kus see valeraha... aga kus nad oskavad, kui nüüd alles tuli euro välja.

Nüüd ma näitan sulle ühte välireklaami. Kas sa seda oled näinud?

Jah, lugesin küll neid. Mis seal oli jälle... see meie raha. Aga mittevajalik reklaam, peast ära (muigab).

Mis sa arvad, kas need materjalid ja voldikud, mis koju saadeti, oleks sinu poolest võinud need olemata olla?

Minu poolest küll.

Et ei ole mingit kasu neist saanud?

Ma ei ole neid lugenud. Või noh võib-olla ma oleks saanud kasu, aga... mis see muudab, kui ma nad läbi loen. Ei muuda ju mitte midagi. Minu poolest oleks küll nad olemata võinud olla.

Kuhu või kelle poole sa pöörduks, kui sul tekiks seoses euroga mingeid probleeme? Kellega sa arutaksid neid?

Ma väga neid rahasju ei aruta... No Eedenis pangas on väga tore naine, kes ee teeb sulle puust punaseks ette ja annab infot, mis sind huvitab. Isegi sa võid lolle küsimusi esitada, aga ta seletab sulle ilusti ära kõik.

Kuivõrd sa tundsid üldse huvi selle eurole üleminekuga seotud info vastu?

Mitte eriti.

Et väga hoolikalt ei jälginud siis seda?

Ei, mis see muutnud oleks. Mina olen nii... noh vähe tarbin, ma mõtlen ma ei osta ju mingisuguseid suuri asju või mul ei ole mingit äri ega mitte midagi eksole. Noh igapäevased toimetused, mis peavad (rõhutatult) olema tehtud, no maksud makstud ja nii edasi. Teised asjad mind ausalt öelda ei ole huvitanud. Mind huvitas ainult see, et kas ma õigel ajal ja kuidas ma maksud saan makstud ja ühesõnaga oma eluga toimetulek.

Nii et ise sa ka ei otsinud kusagilt infot?

Ei... Sealt pangast ma ükskord selle proua käest küsisin, et kas ma pean tulema panka, noh tulema ise midagi tegema, et läheb euro... Ta ütles, et ei, see läheb automaatselt, et mitte midagi ei ole vaja inimesel tõsta.

Olgu, aga kas sa sellist asja oled näinud? (Näitan Ausa hinnastamise kokkuleppe logo.)

Jaa, jaa, olen küll.

Mis see tähendab?

Et euro hinda ei tõsta. Ja-jah, euro hinda ei tõstnud küll, aga hinnad tõusid kõvasti siin. Ma ükskord kauplusest küsisin, et teil on plakat ukse peale, et euro hinda ei tõsta, aga ometi teil on hinnad... No ega see ei ole euro, see on kroon tõusis, kroon tõusis. Aga kus see siis on nüüd, mõtlevad, et inimesed on lollid. Euro ju mõjutas väga kõvasti, et nad tõstsid hinda. Või kuidas sellest aru saada, seleta mulle ära.

No nad pidasid siin ilmselt seda silmas, et ei tõsta siis hinda, kui nad neid hindu ümardavad. Et nad ei ümarda inimese kahjuks.

No seda ma nüüd ka päris hästi ei usu, et keegi hakkab nüüd inimese kasuks ümardama. Ma ei ole uurind ja ega see midagi ei muuda. Mina pean ikka oma maksud ära maksma ja toime tulema. Mind ausalt öelda ainult huvitab see... et oleks paarsada kroonigi tõstetaks seda pensioni. No kas või poole sellest hinnatõusust. Mis seda mõjutas siis?

Seda küll jah. No siin on räägitud sellest, et hinnatase ühtlustub Euroopas ja...

Jaa, jaa. See oli ka jutuks ju. Aga kas seda ka keegi mai-mainis, et pensionid ja palgad ja need ka peaks ühtlustama, mitte ainult hinnad.

Aga oled sa tähele pannud, kas sinu tavapäraselt külastatavad poed on selle kampaaniaga liitunud?

Ma olen seda märki ikka jah näinud kuskil. Noo... Konsumis vist küll oli see jah. Ja-ja Annes vist ka olen näinud seda. Aga ma nüüd otsima pole küll seda hakanud.

Milline infoallikas on sinu arvates olnud euro teemadel kõige kasulikum?

No telekast oled kuulnud kõige rohkem, no siin kah ikka räägitakse... nii üldjoontes.

Kas sa tunnend, et sul sellest oli mingit kasu? No võtame näiteks, kui üldse poleks räägitud.

Ei noh hea oli kuulda ikka nii... ühe kõrvaga. No kasu? Kasu ei olnud midagi, aga vähemalt sa olid informeeritud, et nisukesed asjad toimuvad siin Eesti riigis.

Et see polnud siis väga praktiline või...

No info lihtsalt... et ette valmistada natukene, et kui sa ikka tead, et ta tuleb ja tuleb ja tulebki, siis on nagu kergem teda vastu võtta natukene... Muidu ju küsitleti tänava peal inimesi. Väga palju, no peaaegu kõik ütlesid, et oi Eesti rahast on nii kahju, aga mis see kahju annab. Kui ta tuleb, siis tuleb.

Kui stabiilseks valuutaks sa üldse pead eurot, selles mõttes, et kas usud, et see jääb püsima?

Ma ei tea... ma olen isegi selle peale mõelnud. Vaata dollari kurss ju kõigub kogu aeg... huvitav, kas euro on kunagi kõikunud, seda ei ole nigu kuskil räägitud. Sa ei tea?

No sellega on nii, et see euro kurss on praegu fikseeritud ja kindlaks määratud...

See raha väärtus on üks vist jah, muidu ei saaks me ju osta. Jah ja poleks mõtet liituda sellega. Ta ikka peab olema ilmselt sama, aga kas ta püsima jääb... kes seda teab. Dollar ju kogu aeg käib üles ja alla, üles alla. Ega siis on hirmus küll, kui hakkab selline asi... et ta muutub. No kõik siin maailmas on võimalik.

Millise mulje jätab euro visuaalselt sulle?

Ega tal viga ei ole, aga kroon oli ilusam. Minule meeldis küll kroon, ikka meie need suurkujud olid peal. Ilus raha oli minu meelest. Mahtus ilusti rahakotti ära (naerame). Eurosid ei tea, kui suured nad on. Ei tea, milline rahakott tuleb osta.

Kas on veel midagi, mis sa tahaks lisada või täpsustada räägitud asjadest?

Ei ole.

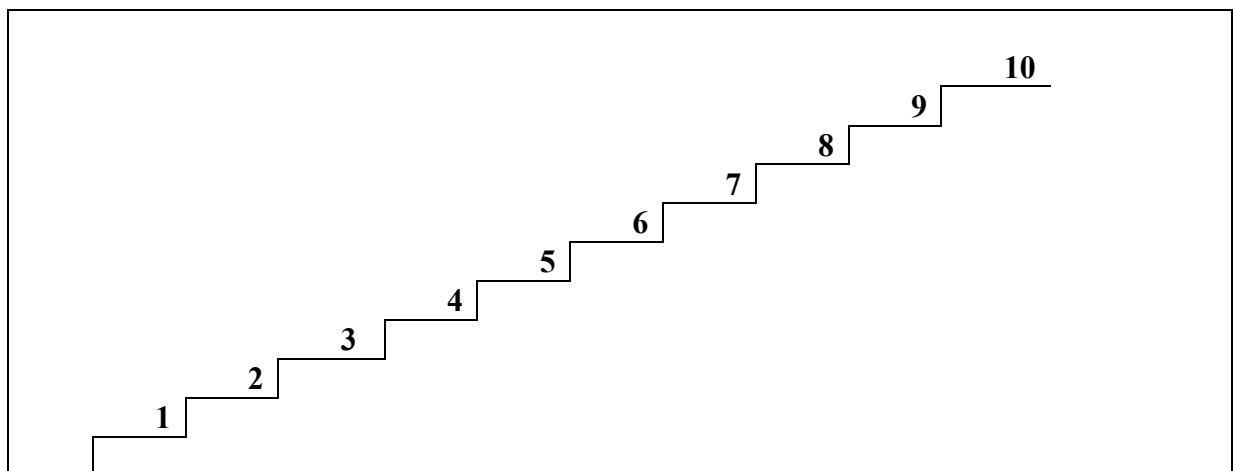
Aga sellisel juhul suur tänu vestluse ja aja eest.

Taustaküsimused

Milline järgnevatest kirjeldustest vastab Teie praegustele majanduslikele võimalustele?

- Elan hästi praeguse sissetuleku juures
- Saan hakkama praeguse sissetuleku juures
- Praeguse sissetuleku juures on üsna raske hakkama saada
- Praeguse sissetuleku juures on väga raske hakkama saada
- Ei oska öelda

Inimesed asuvad oma materiaalsete võimaluste poolest ühiskonnas erinevates kihtides. Tinglikult saab seda kujutleda trepina, millel võib liikuda nii üles, päris tippu kui alla, päris põhja. Trepil ülemine, kümnes aste kujutab ühiskonna kõige rikkamaid, suurepärase materiaalsete võimalustega inimesi. Esimesel astmel on aga kõige vaesemad, väga minimaalsete materiaalsete võimalustega inimesed.



Palun määratle oma sisetunde järgi, kus asus Teie (pere) kaks-kolm aastat tagasi?

_____ 4 _____ astmel

Kus asute praegu?

_____ 3 _____ astmel

Intervjuu respondendiga ÜP1

Intervjuu on läbi viidud 72-aastase naispensionäriaga, kes elab üksi oma eramus. Intervjuu toimus 24.01.2011 intervjuueeritava kodus. Vestlus sujus hästi ning tõrgeteta. Intervjuueeritav oli osavõtlik ning tõi vestlusesse sisse ka omapoolset aktiivsust, näidates intervjuueerijale, kuidas euro paberraha katsuma peab.

Milline on esimene asi, nähtus või inimene, mis sul tuleb pähe kuuldes sõna euro?

No esimene asi tuleb ikka see pähe, et-et-et me euroliitu nüüd ronisime, mis ei ole sugugi kindel koht... tegelikult euro raha jaoks ei ole kindel koht, kuna üks ja teine ja kolmas riik ju on nagu kriisis ja suured riigid ja et ei ole nagu väga kindel koht, kuhu me kah nüüd astusime. Kuhu me oma jala maha panime.

Siis edasi küsiks, et milliseid positiivseid seoseid euro tekitab?

Ausalt öelda mitte mingisuguseid.

Aga milliseid negatiivseid seoseid?

No just see kohutav sendid ja-ja et niivõrd palju valeraha liigub. Valeraha hirm.

Milliseid emotsioone tekitas sinus see, et me eurole üle läksime?

No algul ikka, ikka väga ebameeldivad emotsioonid. Sest esiteks arvestada juba see noh... on küllaltki väga suur vahe sellel rahal ju. Et ei oska nagu arvestada niimoodi, et-et noh kogu aeg peab ju vaatama, mõtlema palju see maksab nüüd ja palju ta enne maksis. Õnn, et kuskilt veel vaadata on, jumal tänatud veel see, et... aga ikka vaatad, kui palju ta siis maksis see asi, et ei pööra nagu sellele eurole nii tähelepanu. Mõtles, see leivapäts maksab nüüd ainult 1 euro ja nüüd ostan kohe 10 leivapätsi kokku. Sellist mõtet üldse pole tulnudki, vaid ikka vaatad palju see leivapäts ikka kroonides maksis... sest ma ju teadsin palju tema enne maksis. Et praegu ta küll mingit erilist emotsiooni, head emotsiooni, ei tekita praegu küll veel.

Aga milline oli sinu kõige esimene kokkupuude euroga? Kuna esimest korda nägid või kasutasid?

Ikkagi nüüd oma toidupoes.

Et siis nüüd jaanuarikuus?

Aa, et nagu üldse kunagi, et... No Soomes käisin, natukene oli vahetatud raha, aga üldiselt ei olnud eriti palju ja mul poeg tegeles sellega, nii et mina suurt ei tegele. Ja kui maksin, siis maksin selle kaardiga.

Kuna see umbes oli?

Ülemöödunud suvel... et seal ma ei pööranud sellele suurt tähelepanu.

Püüa meenutada, milline oli sinu esimene mõte või tunne, kui said teada, et Eestis tuleb kasutusele euro?

No esimene mõtlemine oli, et ega midagi teha ei ole, kui tuleb, siis tuleb noh. Ja tuleb ära harjuda ka... mis teha.

Kui kaua sa seda tead umbes, et Eestisse tuleb euro?

Seda ma nüüd küll ei mäleta, nii kui see jutt hakkas siin televiisoris pihta. Eem nii ta hakkas ju... Oli, et me direktiivid täidame ja-ja siis otsustati see lõpuks Brüsselis, et kas võetakse euro

noh Eesti euroliidu liikmeks ja... ega ma ei mäleta, kuna see jutt hakkas siin. Et kõik need pingutused ju Eestis mis tehti, kõik tehti ju euro nimel. Et see käib ikka hulka aega juba.

Edasi teeme siis nii, et ma loen ette variandid ja siis vaatame, millisega sa nõustud, et kui palju sellest eurost üldse räägiti avalikult. Esimene variant on, et liiga tüütavalt palju, tekkis tunne, et inimesi peetakse rumalateks. Teine variant on, et räägiti küll palju, kuid tavainimes seisukohast mitte kuigi otstarbekalt. Siis järgmine variant on, et räägiti piisavalt, arusaadavalt ja sellest oli kasu. Ja viimane on, et ei räägitud piisavalt.

See kolmas.

Et räägiti piisavalt, arusaadavalt ja sellest oli kasu?

Jah, just täpselt niimoodi jah.

Oskad sa äkki mõne põhjenduse ka tuua, miks just see variant. Näiteks, mis kasu sellest oli?

Kasu oli nii palju, et sa teadsid, missugune see raha välja näeb ja kui palju ta on kallim no kui kroon eksle ja no vähemalt... Ma ei oska ütleda muud kasu.

Mis on esimene saade, lugu, inimene, pilt, mis sulle ette tuleb, kui mõtled euro kajastamisele?

No minu jaoks ikka televiisor.

Aga kui sa mõtled mingile konkreetsele inimesele, pildile, saatele loole või muule taolisele?

Ikka meie enda poliitikud jahusid siin kogu aeg. Ikka Ansip, peaministri jutt ikka. Tema oli see, kes siin kogu aeg rääkis, et kindel.

On sul meeles mõni konkreetne lugu või fakt eurost, millest sul on kasu olnud?

No, kasu on olnud sellest, et selgitatud ja näidatud neid ee noh, millised no näevad välja valerahad või-või millistele elementidele pöörata tähelepanu eee... mis võivad olla võltsitud. Sellest oli minu meelest küll.

Nüüd on üks kirjutamisülesanne, aga me võime selle suulist ka teha. Ma annan sulle ka selle lehe, et võid ise lugeda, aga ma seletan üle ka. Püüa sõnastada 3-5 praktilist nõuannet, mida peaks teadma, et ostmisel, maksmisel mitte hätta jääda, endale rahalist kahju või probleeme tekitada. Mis nõuandeid sa annaksid?

(Loeb veel kord lehelt ülesande üle ja mõtleb pikemalt.) Noo, mina ei oska selle kohta muud öelda, ee-et praegu see on hea, et on olemas veel kahed hinnad. Et ma saan näha... palju see asi ikka maksis, ütleme toidupoes, palju see maksis. No see on praktiline asi, et on kaks-kahed hinnad, et on veel vanad hinnad ka Eesti kroonides ja neid tuleks vaadata. Ja ma siiski loodan, et juunini peaks siiski kuluma see euro kah pähe või kätte või kuidas ütelda, harjuma sellega nii palju, et ei pea enam olema. Las ma veel loen seda. (Loeb veel lehelt ülesande kirjeldust.) Nojah loomulikult ka see, et peab ikka oskama raha vaadata, et ta oleks ikka õige raha, mitte ei oleks võltsraha. Et kuna on teada, et niivõrd palju liigub seda.

Äkki meenub veel midagi?

Eee.. no minu meelest peab olema ikka kaasas ka see mmm... kaart, et mitte oma sentidega hätta jääda (naerab). Et selgub, et sul polegi neid sente. On küll kotitais, aga polegi nii palju, et maksta saab mõne asja eest. Et siis oleks ikka võimalik kaardiga maksta, et mitte poodi võlgu ei pea jääma oma sentidega.

Aga kui me nüüd räägiks sellest jaanuari stupäevikust, siis kuidas läks selle täitmine?

No siis kui süda oli täis, siis kirjutasin, aga kui süda täis ei olnud, siis polnud nagu midagi kirjutada.

Olgu. Aga kui rääkida väljaminekutest, siis kuidas tasud praegu poes või teeninduskohas? Näiteks kus sa tasud sularahas?

Ainult turus.

Ja igal pool mujal siis tasud kaardiga?

No pangakaardiga maksan igal pool, nii toidupoes kui tööstuskaupa puhul... apteegis.

Aga miks pangakaardiga?

Aga no millega siis veel? Sentidega või? Ei ole nii suurt sendikotti... veel ostnud ja õmmelnud ka ei ole (naerab). Sellega on mugavam ja lihtsam.

Kuidas sulle tundub, kas praegu tasud pangakaardiga harvemini, sagedamini või sama palju kui enne 1. jaanuari?

No ma enne peaaegu üldse pangakaardiga ei tasunud. Ainult kui mingeid suuri oste, näiteks remonti tehti või midagi suuremat ostu või kallist asja osta, siis maksin kaardiga. Muidu ma kaardiga ei maksnud. Poes, toidupoes maksin ikka sularahaga. Aga-aga, no nüüd... on teisiti.

Jaanuari päevikust on näha, et sa oled turus ka käinud. Kui tihti sa tavaliselt turul oste sooritad üldse?

No paar korda kuus kindlasti.

Aga kuidas sulle tundub, kas need turul käimise harjumused on seoses euro tulekuga muutunud?

Ei ole tegelikult, ei.

Kas praegu teed sa igapäevaseid oste harvemini, sama palju või sagedamini kui enne 1. jaanuari?

Eee, mina ütlesin niimoodi, et... ma ei oska seda ütleda... Mina ostan ikka nii palju, kui mulle vaja on. Ja ostsin enne nii palju, kui vaja oli, sõin või kulutasin ja nüüd täpselt samamoodi. Seda näeb kuu lõpus, kas raha on veel järel, seda ma ei oska ütleda, kuna esimest korda maksan ju ainult kaardiga. Ma isegi ei tea, palju sinna järgi on jäänud, ma pole nüüd tükk aega vaadanud kah.

Aga selles mõttes muutunud, et mitu korda poes käid näiteks nädala jooksul?

No mulle tundub, et ei ole muutunud jah midagi siin.

Poes käid sa siis umbes sama palju. Kui sa nüüd mõtled poes käimisele kuluva aja peale... Kas aega kulub rohkem või vähem kui enne? Või pole midagi muutunud?

Eee... selle koha pealt küll mitte. No enamasti ma käin siin meie poes ja siin pole kunagi teab mis järjekorda ja asju. Ei rohkem küll aega... ma ei leia, et nüüd kiiremini läheb ka. Võib-olla läheb isegi kauem, sest vaata ütleb ju natukese aja pärast, et nüüd pange kaart sisse üks ole, nüüd võite vajutada, nagu ootad. Aga enne viskasid oma raha laua peale, müüja viskas tagasi.

Nii, siis millistest kohtadest sa tavaliselt oma igapäevaoste teed?

No ma käingi siin Konsumi poes. Ja Maximast või Maksimarketist ka vahel.

Kas sa oled tähele pannud, kuidas nendes kohtades on hinnad antud – kroonides, eurodes või mõlemates?

Ei, no igal pool on praegu kahed hinnad, vähemalt toidupoodides küll.

Kas mäletad või panid tähele, millal need hinnasildid muutusid?

See oleneb poest. See oli vist eelmise aasta lõpus. Kuskil pool ma vaatasin, et oli nii, et see euro oli ikka nii väike veel ja Eesti kroon oli ikka nii suur, siis ma vaatasin, et siia polegi veel see süsteem jõudnud.

Aga kus see oli?

See oli vist turul mingis poes.

Kuna hinnasildid on nii kroonides kui eurodes, siis kumba numbrit sa neist jälgid?

No ikka, ikka Eesti krooni. See ei ütle mulle praegu, see euro ei ütle mulle praegu mitte midagi. See euro võib seal suurelt olla, aga ikka vaatan krooni.

Kuidas mõttes hindu arvestad, kas mõtled veel kroonides või eurodes?

No-no loomulikult kroonides. Ma vaatan, et ikka see maksab nüüd nii palju ja nii palju ja et nii suur summa tuleb nüüd umbes kokku. Kui ma nüüd ostan... ma ei oska nende eurodega veel midagi nii väga arvestada. Nad on nii väiksekese ja aga nii vähe kah sealjuures et... ikka Eesti kroonidega arvestan.

Samamoodi siis ilmselt ka siis, kui öeldakse, et mingi asi on soodustusega, seda soodust?

Jah, ikka. Ikka vaatan, kas kroonides on antud või mõtled, mis ta siis kroonides oleks.

Ligikaudu mitu korda oled selle nädala jooksul arvutanud mingit hinda eurodelt tagasi kroonidesse?

No ei olegi arvutanud, nad on seal siltidel. No puukorvi otsin siin, et puid tuppa tuua, siis arvestasin, et palju see siis nüüd oli kroonides maksis, et nii palju maksis eurodes.

Aga näiteks vastupidi on ka mingi asja puhul, et kroone eurodeks arvutanud?

Eeei olegi nii lausa arvutanud. See on teada, et ta maksab 15, 64 ja nii edasi, aga arvutanud ei ole. Mis seal ikka arvutada.

Kui jaanuari kaks esimest nädalat sai maksta nii kroonides kui eurodes, siis kumba kasutasid rohkem maksmiseks? Kui sularahast räägime.

Kulutasin ära ikka kroonid. Ikka nii palju kui oli, kulutasin kõik ära.

Kaua see siis umbes oli? Esimene nädal või mõlemad kaks nädalat?

Ei, ma arvan, et esimene nädal vast. Siis hakkasin rohkem kaarti kasutama.

Kas viimase nädala jooksul, nüüd kui enam kroonides maksta ei saa, on tekkinud mingeid probleeme, mida jaanuari alguses ei olnud?

Ei, ei.

Meenuta mingit toredat juhtumist, mis sul on jaanuaris seoses ostudega olnud. Mingi meeldiv juhtum.

(Mõtleb pikalt.) Kui ausalt öelda, siis polegi midagi meeldivalt. Ei meeldivat ega ebameeldivat. Meie poes on ikka ühed ja samad müüjakesed, keda nägu pidi tunned ja tead.

Ei midagi mingit erilisi emotsioone, ei head ega halba. Täitsa tavaline elu. Ei ole veel asju kotti toppind (naerab... et poleks ära maksta saand. Olen ikka kõige eest ära maksta saanud.

Edasi siis... On inimesi, kes arvavad, et euro on hinda tõstnud ja inimesi, kes arvavad, et hinnatase on samaks jäänud. Milline sinu arvamus on?

Ma arvan niimoodi, et vaevalt nüüd, et see euro eriti hinda on tõstnud. Et kui on tõstnud hinda, siis on seda tõstnud ikka kaupmehed. No võib-olla seal natuke see tuleb ümardamisega, võib-olla siis tõesti, aga see vist ei ole nimetamisväärne. Ma arvan nii, kuigi ma pole ka eriti arvutanud.

Aga kas tundub, et mingid asjad on nagu kallimad?

No ma vaatan, et banaanid olid juba kallimad, aga võib-olla nad oleks muidu kah olnud kallimad... No suhkur on küll kallim, aga ma ei tea, kas see on euroga seotud... ma ei usu, ma ei tea seda. Riis on siin nii kallis, et kuku pikali. Ma ei tea, kas see on euroga seotud. Ma ei usu. Need asjad ei ole vist euroga seotud, ma nii arvan.

Kas oled tundnud, et hindadest on raskem aru saada?

No loomulikult, kui seda kallist Eest kroonikest all ei oleks, siis oleks ikka asi päris hull. Ma räägin, et ma loodan, et juunikuuks või juuliks eee harjub lõpuks ära, aga praegu küll ei ole harjunud. Nii et igal juhul, igal juhul on ikka kasu Eesti kroonidest, et nad on seal hinnasildi peal olemas.

Aga äkki sa oskad mingi näite ka tuua. Tuleb meelde äkki mingi olukord, et vaatasid mingit asja ja oli see hind eurodes ja ei saanud üldse aru palju see tegelikult maksab.

Eem ma, ei. Sellepärast et ma ei vaatagi neid eurosid, ma vaatan Eesti kroonides. Aga ma ei hakka arvutama, palju... et kas ikka on täpselt nüüd noh poes pandud. Seda ma poes küll tegema ei hakka. Aga ma vaatan Eesti kroonides, mis ta maksab ja ma ju mäletan eee neid asju, palju nad enne maksid ja ongi kogu lugu, tead. Ja sellepärast kannangi kaasas kaarti, et-et kui midagi osta tahad, siis ei tekiks probleemi, et ei saa maksta. Et noh, kuna ma ei viitsi arvutada... et palju siis kokku nüüd eurokesi tuleb. Et kuna ma ei viitsi sellega tegeleda, siis just sellepärast kannangi ja kasutan kaarti.

Kas oled tundnud, et kaupmees püüab sind seoses euroga tüssata?

Ei. No mis ta meist tüssab.

Kirjelda palun, millised võivad olla sinu arvates tüüpilised probleemid, mis inimestel euroga arveldamisel tekkida võivad.

Ma kardan, et valeraha. Ma ei kujuta ette muud probleemi. Või siis kulutad liiga palju ära ja kuu lõpus on rahakott tühi. Arvad, et kõik on nii odav, nii nagu reklaamitakse siin mõne kaupluse ukse peal, et vaadake ometi, kui odav meil kõik nüüd on, tead. Kulutad ära ülearu ja siis kuu lõpus on näpud põhjas. Selline ebameeldiv asi võib tulla... Või oled saand valeraha.

Kui planeerid praegu oma kuiseid väljaminekuid, siis mis rahas sa mõttes arveldad?

Noh... Kuidas ma nüüd ütlen. Varem krooni ajal ma pidasin sellist arvestust, et mul oli arvestatud, palju ma võisin päevas kulutada ja siis võtsin vastavalt sellele raha. Ja siis teisel pool olid kulutused, et kirjutasin üles niimoodi. Aga see kuu ma seda enam ei tee, ma ei oska seda teha, sest ma ei orienteeru selles euros nii hästi. Kuna ma ei maksa käest raha, siin ma varem ikka võtsin nädala raha välja, aga nüüd kaardiga ma ei hakka iga kord, kui poest tulen kahed ja kolmed prillid ees nüüd taga ajama. Sellega tuleb ikka tõesti harjuda, see ei ole

niisama. Tuleb ikka tasakesi ära unustada kroon ja tuleb ikka tasakesi eurole üle minna, aga see võtab harjumist. Nõuab harjumist kohe kõvasti.

Järgmine küsimus oleks siis selline, et kas sul on Eesti sularaha kroone?

Ei ole.

Kuna sa vahetasid oma kroonid eurodeks?

No sii... mina kulutasin oma kroonid eurodeks ära, et mina kulutasin. Mina vahetamas ei käinud. Ja mis olid arve peal, need olid arve peal, üks ole. Need läksid kah... jäid ka arve peale. Aga mis oli sularaha, kulutasin ära. Sest ega mul kunagi... ma ei võtnud kunagi pensioni korruga välja. Ma võtsin ikka jao kaupa. Nädala jagu või kui midagi suuremat summat vaja oli, siis niimoodi.

Millised tunded olid sul jaanuaris, kui sa esimest korda eurodega arveldasid?

Tunded olid ikka väga viletsad. Tunded oli niimoodi, et ma räägin, kuidas lugu oli... Ühesõnaga 100 krooni oli mul ja ma ostsin eem möödaminnes, et tuln poest läbi ja ostsin mingit tühist asja. Ma ei mäleta pa-paar tühja... ma ei tea, kas oli saia vaja ja midagi vist pakikese võid ja niimoodi, et kaks-kolm asjakest mingisugust ostsin. Ja-ja ma sain sellest 100 kroonist siis tagasi eem neid münte siis mõned üksikud... siia pihu peale pani mulle kassapidaja, tead. Siis ma olin ikka täitsa šokis (muigab). Et mitte midagi ei olnud... 100 krooni andsin ära ja sain seal ee mingi kaks-kolm sendikest pihu peale, nii et šokk oli suur.

See oli siis, kui sa veel kroonidega tasusid, aga kui sa esimest korda eurodega maksid, kuidas siis oli?

Mina sentidega ei ole veel siiamaani maksnud. Kui mina maksan siis annan ikka paberraha. Mina sentidega ei maksa (naerab). Mina kohe ei saa neid sealt lugema hakata ja maksmata nendega.

Aga kui sa esimene kord siis selle euro paberraha tasusid, siis...

Ee nojah... siis see raha oli ka ju väiksem. Ei olnud enam sajaline, see oli kas viieline või kümneline, see enam sajaline ei olnud. Ja kui sealt 10 kroonist anti või see noh eurost anti tagasi... noh neid sente, siis see ei olnud nii hull. Et esimene šokk oli kõige suurem, et kui sellest sajast kroonist sai kaks-kolm senti tagasi.

Aga kui esimene kord see arveldamine oli, kas tundsid millegi ees hirmu ka?

Ee... mm... No vaata, mis puutub hirmu, siis siin poes ma ei tunne mingit hirmu.

Mis sulle euroga arveldamise juures meeldib?

Eeh... kui ausalt öelda, siis ei meeldi veel praegu. Praegu meeldib veel... ee nutan ikka taga Eesti krooni. Ei ole siin midagi meeldivat.

Aga mis siis täpselt on see, mis ei meeldi?

Need sendid ei meeldi. No ei... küsimus on ju selles ka, et noorematel inimestel, kellel on head silmad, nendel ei ole ju probleeme, aa minul on täitsa probleeme ka veel. Näiteks need prillid on mul ees sinuga rääkimiseks, üks ole, siis on niimoodi, et pead kogu aeg teisi prille, no nagunii koguaeg vahetad, aga poes teinekord ei taha nigu vahetada. Et ühesõnaga, et mina ikka niimoodi tead... ja ma vaatan, et müüja niisamuti tead ajab sul pihu-pihu.. selle nina sinu pihu peale ja sealt korjab... kui sa pihuga annad müüjale... Kui-kui oleks nüüd olnud nii, et pauhti päevapealt on nüüd ainult need eurod, kroonid oleks ära kadunud, siis... siis oleks küll paanika olnud. Nüüd loodame, et vähemalt juuni... juulini on aega, vast harjub.

Siis enne me rääkisime sellest, et palju sellest euro teemast üldse meedias on räägitud. Siis sa arvasid, et on piisavalt räägitud. Kui sa nüüd püüaksid oma sõnadega öelda, mis selle jutuga taheti inimestele öelda.

Inimestele taheti ikka selgitada... taheti, et inimestel oleks ikka kõik selge ja arusaadav ja et ei tekiks noh nagu arusaamatusi. Et kõik oleks ikka teadlikud ja saaksid asjast ilusti aru, et kuna kroonidega saab maksta, kuna saab vahetada ja kui kaua vahetada ja näidati seda raha, misukene ta välja näeb, sest paljud inimesed nägid teda esimest korda. Ja kuigi ma olen näinud teda laste käes, lapsed käivad välismaal... Aga ma ei ole ka kunagi süvenenud sellesse noh nii väga. Ega ta nii kohutavalt hirmus raha iseenesest ei ole ka ju nii hullusti, et... minu jaoks oli see raha täiesti võõras.

Kas sa oled saanud eurokalkulaatori?

Jaa, sain, sain.

Kas sa kasutad ka seda?

Ei ole kasutanud. Ma andsin selle ära tuttavale, tal hea töö juures kasutada.

Aga mida sa üldse arvad sellest eurokalkulaatorist, kas see on vajalik üldse?

Ta on kindlasti vajalik, aga ta on nadi, oleks natukene kopsakam võinud olla. No vastupidavam natukene. Ta on väga nisukene lihtsakene... ta on väga nadi, sõna otseses mõttes öelda.

Aga mis mõttes ta vajalik on?

No mis mõt... seal on ju kohe pilt, kui sa vajutad, eks ole... No ma ei arva muud, kui et võib-olla huvi pärast tahad vaadata, palju ma siis nüüd eurosid saan, kui mul on kroone praegu näiteks nii palju. Ütleme 100 krooni või 200 krooni või 500 krooni, palju ma siis nüüd selle eest eurosid saan. Huvi pärast lihtsalt. Mina neid sente kokku lugema ei hakka rahakotis. Mmm ma ei loe neid kokku... Ma ei tea palju mul seal rahakotis neid sente on ja mul pole õrna aimugi. Ja et ma hakkas neid lugema ja kokku liitma või arvutama, seda ma juba ei tee, tead. Ikka pigem huvi pärast, praktilist ma küll ei näe. Või... see on rohkem, kes tegelevad no müügiga ja niimoodi, nendele inimestele on ta rohkem kasulik... on ta isegi lausa vajalik.

Jah, seal on ta otstarbekas...

Aga minule ta jah ei ole... aga jah nadikene on ta küll. Jäab see kummiserv sinna serva alla kinni ja siis ta ei näita midagi... Et oleks võinud kapitaalsem olla.

Nii, kas sa neid infomaterjale oled näinud, on postkasti tulnud?

Jaa, olen, on tulnud. Ja mul on olemas need ja kõik...

Kas sa oled neid uurinud ka või lugenud ja vaadanud?

Jah, ikka. Olen, olen.

Ja kui sa lugesid nad läbi, siis sa hoidsid nad alles ka, nagu ma aru sain...

Kõik on alles. No selle kirja küll viskasin ära, seda ei olnud mulle vaja. Aga need ülejäänud on alles jah. Ja-ja need olid väga head asjad.

Kas sa kasutad ka seda kaarti?

Jaa, jaa.

Poes käid või kuidas?

Ei, poes küll ei kasuta. Aga ikkagi jälle nagu huvi pärast, et ikka selgemaks saaks ja et pähe jääks ja-ja... harjuks. Et hakka veel jagama, aga nii on kohe.. näed, et 10 kopikat on... selge pilt kohe, et nii palju. See on nüüd 1 sent... ei 10 senti siis maksab nii palju Eesti kroone (uurib hologramm-kaarti). Kohe niimoodi, ei see oli väga, ikka väga hea asi.

Nüüd ma näitan sulle siit arvutist ühte asja. Kas neid bussipeatustes olnud välilakateid oled tähele pannud?

Jah, olen pannud, aga noh see on ikka nagu see kõik reklaamid, et kas televiisorist... Need plakatid olid minu arust raha raiskamine.

Kas sa ei lugenud neid?

Eee... ma tean, et see on nüüd meie raha, eks ole euro ja umbes nii näitas seda ja et see on nüüd meie raha.

Aga pigem arvad, et see oleks võinud olemata olla?

Jaah, minule neid plakateid küll sinna kaupluste ette ja... hea küll, televiisoris siin rääkis iga õhtu, aitas sellest.

Aga mis sa arvad, mis sellega öelda taheti?

Nooh... ma ei arva ikka muud, kui et reklaam. Nii nagu need valimisreklaamid ja kõik sellised. Mis otstarve sellel muu on... Ta ei selgitanud seal ju mitte midagi, lihtsalt rääkis seda et... Me teadsime ju kõik, et meil tuleb euro, mis seal siis nüüd, et meie raha. Me teadsime seda ju kõik, et Eesti kroon kaob ära, tuleb euro, mis seal enam rääkida.

Mis sa arvad, kas need koju saadetud materjalid, kas need oleks võinud olemata olla või oli nendest mingit kasu ka?

Ei, mina arvan, et hea, et need ikka tulid koju. Seal on ikka need rahatähed, sai ikka ilusti vaadata, missugused need rahad üldse välja näevad ja niimoodi. Sest mina näiteks polnud varem näinudki neid ju niimoodi kõiki... eriti neid paberrahasid. Et nüüd sai ikka ilusti näha, millised nad on ja niimoodi uurida neid ja vaadata lähemalt. Jah minu... väga tänuväärne asi.

Kuhu või kelle poole pöörduksid, kui sul tekiks seoses euroga probleeme?

Minu nagu... ee ma arvan, et mul ei tekigi mingeid küsimusi. Milliseid küsimusi... mul on kõik selge. Kus saab vahetada, kus on vaja vahetada, kõik on tehtud, juba vahetatud... millal käibima hakkasid. Minul ei tohiks mingeid küsimusi tekkida. Kui seal võib-olla suur summa raha on ja nii rikas oled, siis on teine asi, et tahad uurida, kui suured protsendid on näiteks või niimoodi intressid või... Kui näiteks nii palju raha on, et tahad paigutada pankka osa raha või siis pöördud loomulikult panga poole. Aga minul näiteks ei tohiks nendega mingeid probleeme tekkida. Võib-olla peale selle, et otsa saavad (naerab). (Mõtleb pikemalt.) Või siis mõne vale raha olen saanud kuskilt turu pealt, et seda kardan ma kõige rohkem. Et seda on väga raske ära tunda.

Aga see siis seostub eelkõige ikka selle turuga?

Jah ja kus-kus liigub niimoodi sularaha. Oota, no sulle pole vast vaja näidata, aga... (läheb toob teisest toast euro rahatähe ja näitab mulle). Pojatütar mul ütles, tema töötab hotellis... Et nendele oli just õpetatud või et vaat seda... Katsu näpuga, et see... ta on krobelisem, kui see ülejäänud raha, et sellele tuleb väga nagu tähelepanu pöörata... Pangaboss räägib, et see on väike, väike probleem (imiteerib). Riigil pole muidugi probleemi, sinu probleem, kui võtsid

vastu, ütlevad. Siuksed jutud mulle üldse ei meeldi. Igas kassas on ju see... kõik vaatavad sealt läbi raha. Kas Eesti krooni ajal oli sellist asja? See on absurd.

Jah, ta on nagu kõrgem või paksem selline (uurime koos rahatähte).

Jah, ja natuke on nagu krõbe, et ei ole nii sile. Ja vot sellistele asjadele... ja vaata vasta valgust, mida on näidatud ja seletatud televiisorist, et see valgus paistab nagu tagant sisse või niimoodi. No niukseid asju jah.

Räägime nüüd üldisemalt. Kuivõrd tundsid üldse huvi eurole üleminekuga seotud info vastu?

Ee... ikka tundsin huvi. Kui ikka siin räägib tele... televiisor on õhtul lahti, „Aktuaalses kaameras“ ja niimoodi.

Et kui räägiti, siis ikka kuu...

Ikka kuulasin, mitte ei pannud televiisorit kinni ja ei läinud toast ka välja. Et ikka kuulasin.

Aga kas sa otsisid ise ka kuskilt mingit infot?

Ei käinud kuskil enam, aitas sellest küll.

Siis nüüd ma näitan sulle ühte märki. Kas sa oled näinud seda? (Näitan Ausa hinnastamise logo.)

Jaa, hinda ei tõsta, muidugi olen näinud... kuskil poe ukse peal ja telekas.

Kui sa seda näinud oled, siis oskad äkki seletada, mida see tähendab?

See tähendab seda, et seo-seoses euro tulekuga nemad ei tõsta hinda... see pood.

Kas sa oled kursi, et need tavapärased poed, kus sa käid, kas need on liitunud selle kampaaniga?

Oooi, ei ole. Sellega ma ei tegele.

Aga enda kodupoes siin ei ole näinud sellist silti?

Ma ei tea. Ma olen nii pimesi... ma võin silmad kinni panna, et mina ei vahi seal. Võib-olla on, võib-olla ei ole. Ma olen televiisoris näinud... Tallinnas näitab mõnda kauplust ja silt on ukse peal, et meie hinda ei tõsta.

Aga ise nagu ei ole seda tähele pannud?

Ei, ise ma ei ole, et kui ma poodi lähen näiteks, siis ma ei vaata, kas seda poe ukse peale on nüüd seda silti või ei ole. Kõiki poode ma muidugi veel pole jõudnud läbi ka käia (naerab).

Nii siis küsiks seda, et milline infoallikas on sinu arvates olnud euro teemadel kõige kasulikum?

No mina olen ikka televiisori vaataja. Ja lehti loen ka vahepeal. Ja siis need materjalid, mis koju tulid. Et kõige rohkem ikka televiisorist uudised ja nii. Seal on juttu olnud palju. Peaks selge olema asi, et piisavalt minu meelest.

Kui nüüd üldiselt sellest eurost rääkida, siis kui stabiilseks valuutaks sa eurot pead?

Ei pea, absoluutselt ei pea stabiilseks.

Ja mis sa selle all täpsemalt mõtled?

No ma kardan, et ee.. tulevad kursimuutused ja igasugused asjad.

Et hakkab see euro kurss kõikuma?

Jah, jah. Absoluutselt ei pea. Ei pea üldse ei stabiilseks ega isegi kindlaks mitte.

Aga kas sa usud, et see euro jääb püsima või siis...

Usun, et ei jää püsima. Kaob üldse ära, nii arvan mina. Aga mitte homme, ülehomme, vaid seal võib-olla 10 aasta pärast. Ma ei tea, aga ma arvan.

Millise mulje jätab euro visuaalselt?

Et kui ilus raha ta on, mõtled?

Jah.

No kroon on ju ilusam. Eesti kroon oli ilusam.

Aga euro tundub inetum või jätab üldse külmaks?

(Võtab lauvalt juba varem uuritud rahatähe ja mõtleb.) No raha on raha... jah, erinevad rahad on erinevat värvi, ei saa ütelda, aga ta ei ole... oma raha ta ei ole. Ta ei ole, meie raha ta ei ole. Ta on Euroopa Liidu raha. Ja selleks ta jääb. Ja kuna me muidugi oleme Euroopa Liidu liikmed ja raha-raha selles süsteemis ja kõik... siis me ka kasutame seda. Peame teda kasutama, teist raha meil ei ole enam. Aga meie raha see ei ole.

Nii nüüd vaataksime lõpetuseks veel paari reklaami ka koos.

(Kommentaariid reklaami „Katsu“ ajal.)

Nojah, see sama plakat oli selle peal, näitas neid. Küllaltki ilus, kena naine. Aga vaata, nüüd ta vajutas ka näpuga selle koha peale, kus ma näitasin sulle. Niimoodi näitas, et mis võib olla nagu võltsitud. Juhtis tähelepanu sellele.

(Kommentaariid reklaami „Euroopa ühisraha euro“ ajal.)

Aga mina siit küll ei näinud. Mina ei näinud seda. Või nägin, aga ei pöörand tähelepanu. Ta vist ilmselt tutvustab selliseid maid, kus see raha käib, kehtib. No mina olen neid näinud küll, aga ma ei oskand seda rahaga seostada. Mina olen neid reklaame näinud küll, televiisoris jooksevad, aga... seda silda jah ikka näitas.

(Kommentaariid reklaami „EuroUudised“ ajal.)

Noh seda on ka televiisoris rääkind. Ei jah, seda ta on rääkind. See on ilusti, arusaadavalt.

Milline neist kolmest kõige rohkem meeldis?

No näidati raha kõigepealt, eksole. Ega raha pole ka ju näinud enne. Raha näidati ja no siis ilusti selgitused kah niimoodi. Nagu näiteks seegi praegu selgitas, et kuni saab vahetada. Et mis ta siin näitas, seal noh... neid maastikku ja see ei ütlen mulle midagi, silda ja... ma ei saanud sellest küll aru, et see euroga midagi seotud oli. Siin ju küllalt reklaamitakse kõiksuguseid kohti. Et ma toda küll euroga ei seostanud.

Aga millise mulje need reklaamid üldiselt jätavad?

Jaa, meeldivad, meeldiva mulje. Ilusti rääkisid, selgelt. Ja oligi põhiline kui nii võtta, et põhiline on ikkagi, et televiisoris näidati ja sealt oli põhiline info.

Nii, kas kas on veel midagi, mis sa tahaksid räägitud teemadel lisada või täpsustada?

Minul küll ei ole lisada, kõik sai ära räägitud (naerab).

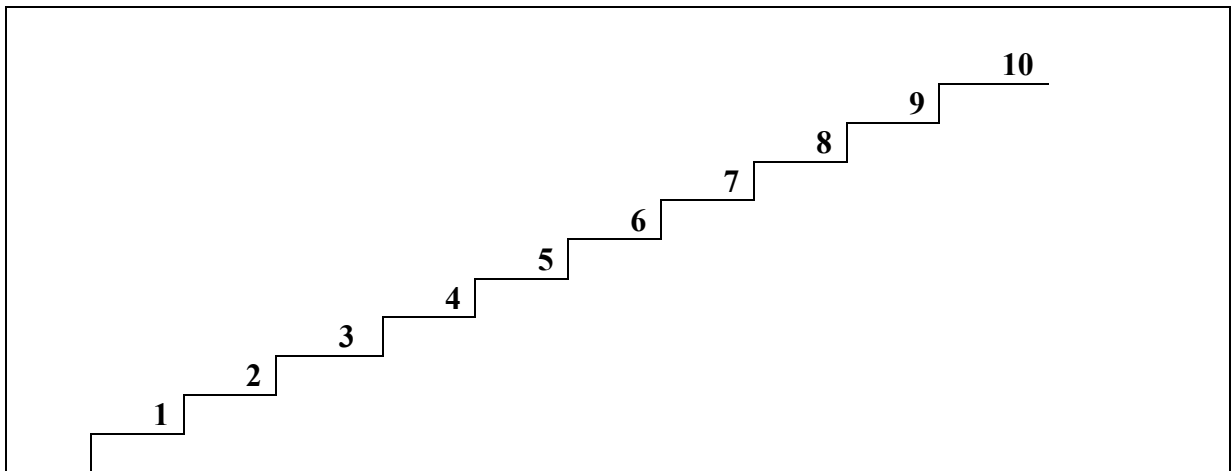
Aga sellisel juhul tänan väga selle vestluse eest ja et aega leidsid ja oleme lõpetanud.

Taustaküsimused

Milline järgnevatest kirjeldustest vastab Teie praegustele majanduslikele võimalustele?

- Elan hästi praeguse sissetuleku juures
- Saan hakkama praeguse sissetuleku juures
- Praeguse sissetuleku juures on üsna raske hakkama saada
- Praeguse sissetuleku juures on väga raske hakkama saada
- Ei oska öelda

Inimesed asuvad oma materiaalsete võimaluste poolest ühiskonnas erinevates kihtides. Tinglikult saab seda kujutada trepina, millel võib liikuda nii üles, päris tippu kui alla, päris põhja. Trepi ülemine, kümnes aste kujutab ühiskonna kõige rikkamaid, suurepärase materiaalsete võimalustega inimesi. Esimesel astmel on aga kõige vaesemad, väga minimaalsete materiaalsete võimalustega inimesed.



Palun määratle oma sisetunde järgi, kus asus Teie (pere) kaks-kolm aastat tagasi?

_____ 4 _____ astmel

Kus asute praegu?

_____ 4 _____ astmel

Intervjuu respondendiga PE1

Intervjuu on läbi viidud 42-aastase pereemaga, kelle pere elab oma eramus ning peres kasvab täisealine tütar. Intervjuu toimus 28.01.2011 pere eramus ning kodus oli kogu pere. Aeg-ajalt liikusid ruumist läbi ka intervjuueeritava tütar ja abikaasa ning intervjuus tekkis seetõttu hetkelisi pause. Üldist vestluse käiku see aga ei mõjutanud. Vestlus sujus kiiremini kui pensionäridega, sest respondendi vastused oli lühemad ja konkreetsamad.

Milline on esimene nähtus, asi või inimene, mis sul tuleb pähe kuuldes sõna euro?

Raha, raha iseenesest. Rahakupüür. Või see lipp ka, euro lipp. See sinine, kollaste nende tähtedega.

Oskad sa tuua välja mingeid positiivseid seoseid, mis euro sinus tekitab?

Noo, näiteks see on positiivne, et ei pea enam raha vahetama, kui mees näiteks läheb Soome. Võtad oma eurod ja lähed kasutad neid igalpool ilma vahetamata.

Aga negatiivseid?

Eks ikka ju mingil määral hindasid ju tõsteti ja. No... muidugi mul on kahju kroonist, aga noh see on puht sellel tasandil, et ta on tõesti meie Eesti raha, kroon.

Milliseid emotsioone tekitab sinus eurole üleminek üldiselt?

Mitte mingisuguseid, selles mõttes, et noh tuli ta niikuinii ja-ja me peame sellega leppima jah. See on paratamatus.

Meenuta, milline oli sinu kõige esimene kokkupuude euroga.

2005. aastal, siis kui abikaasa Soome tööle läks.

Nii, aga milline oli sinu esimene mõte või tunne, kui said teada, et Eestis tuleb kasutusele euro?

Mõte või tunne? Esimene oli mõte, et kas tõesti... Ja siis tööalaselt, et seoses üleminekuga väga palju tööd.

Ja kui kaua sa seda umbes teadnud oled, et Eesti läheb eurole üle?

Ülemöödunud aasta hakkas nigu see rohkem see jutt. Ei... kuna ta eurosooniga hakkas pihta. Ma ei mäleta, kolm aastat vist. Me teadsime ju seda tegelt ammu, kui me Euroopa Liitu läksime, et siis me paratamatult... meil tuleb ka euroraha käibe.

Räägime nüüd euro tuleku avalikust kajastamisest. Ma olen sulle ette neli varianti ja siis vali, millisega sa kõige rohkem nõustud. Kas euro tulekust räägiti avalikult liiga tüütavalt palju, tekkis tunne et inimesi peetakse rumalateks? Teiseks, räägiti küll palju, kuid tavainimese seisukohast mitte väga sisukalt, praktiliselt. Kolmandaks, räägiti piisavalt, arusaadavalt ja sellest oli kasu. Neljandaks, et ei räägitud piisavalt.

Ma arvan, et kolmas variant. Minu jaoks. No see on minu arvamus, sest kindlasti on inimesi, kes ei saanud aru sellest, no vanemad inimesed.

Oskad sa äkki tuua välja, kuidas sinul sellest kasu oli?

No minul oli ümardamisreeglid kõik tehti ilusti selgeks, kuidas mis peab mis...

See on siis tööga seotud?

Jaa... Siis see pangatöö siin aastavahetusel. Kõik oli ilusti ära räägitud, kuna mis kuupäevadel hakatakse automaatides neid vahetama ja kõik. Täiesti piisav oli.

Mis on esimene saade, lugu, pilt, inimene, mis sul meelde tuleb kui sa mõtled euro teema avalikule käsitlemisele?

Noo... „Euro hinda ei tõsta“ tuleb kohe pähe.

Meenub veel äkki midagi?

See on esimene asi, mis pähe tuli... Kohe ei meenugi rohkem, ma spetsiaalselt küll mingeid eurosaateid ei ole vaatand.

On sul meeles mõni lugu või fakt eurost, millest sul on kasu või abi olnud?

On ikka meeles faktid ju. Kaks esimest nädalat sai kahes rahas arveldada. Siis juulini peavad poodides hinnad olema kahes vääringus. Eee.. Eesti Pank vahetab lõpmatuseni kroone eurodeks ja nii edasi. See oli ju kõik kasulik info. Aa, seoses euroga pangas seisin kaks tundi järjekorras. See oli vanal aastal, aga mul oli töö asjus vaja. Uuel aastal olid veel hullemad. Ja-ja... viimasel ajal räägitakse ju igalpool sellest võltsitud rahast ka. Et oskaks ikka sellele rohkem tähelepanu pöörata ja vaadata neid kõike vesimärke ja turvaribasid ja-ja muud.

Nüüd oleks üks kirjutamisülesanne. Aga me võime selle suuliselt ka teha.

Kuule jah, on parem...

Püüa siis sõnastada 3-5 praktilist nõuannet, mida peaks teadma, et ostude-maksete tegemisel mitte hätta jääda, endale rahalist kahju või probleeme tekitada. Kui oleks nagu vaja inimesi õpetada.

(Mõtleb pikemalt.) Aa, no jällegi... rahatähti on vaja kontrollida ikkagi. Kindlasti. Ma arvan, et kõige tähtsam on ikka see raha kontrollime, et inimesed peavad selgeks tegema, kuidas... või noh kui ta vaatab seda raha, kas ta saab aru, kas see on õige rahatäht. Just nendes kohtades, kus pole võimalust ee raha kontrollida... mingid pisemad poed ja turul või käest kätte arvlemisel... No see ka, et segadust ei tekita... et raha väärtus on ju hoopis teine. Ära lase ennast hullutada väikestest hindadest. Tuleb ikka tähele panna neid kroonihindasid ka... et saaks teada sellise hinna, millega sa oled harjund väga, väga pikka aega arveldama. See et inimesed oleks realselt maa peal ja saaks aru, on see odav või kallis.

Kuidas tasud praegu poes või teeninduskohtades? Et kus või millal sa kasutad sularaha?

Sularaha kasutan siis, kui mul on kotis sularaha. Aga kui ei ole, siis enamuse aega ikka pangakaarti. Millal ja kus või?

Jah.

No juuksuris näiteks pean ma sularaha kasutama. No harva käin turul, seal on ka sularaha vaja jaa. Ja näiteks Bingo piletit ostan sularaha eest.

Ja ülejäänud kohtades tasud siis pangakaardiga?

Jah, seal kus saab ikka. Toidupoes ja mujal.

Aga miks pangakaardiga?

Sest mugav on. Ei ole neid sente nii kohutavalt... ma ei taha neid münte rahakotis. Mulle ei meeldi see metall.

Kuidas sulle tundub, kas praegu tasud pangakaardiga harvemini, sagedamini või sama palju kui kroonide ajal?

No ma ikka kasutan nüüd rohkem, sest kroonidega oli see sularahas arveldamine kuidagi kiirem ja lihtsam.

Sa ütlesid, et turul kasutad sularaha. Kui tihti sa üldse turul oste sooritad?

Harva. No korra kuus saab vast läbi käidud.

Aga see oli juba varem nii, et...

Jaa, jaa. Ma pole seal varem ka tihedamini käinud.

Aga kuidas sulle tundub, kas praegu sooritad oma igapäevaseid oste sagedamini, harvemini kui enne. Või pole midagi muutunud?

Ei rohkem ei käi küll. Ma arvan, et ikka sama ikka... nii palju, kui vaja on seda toidukraami, nii tuleb ikka osta. Kui mul on ikka vaja poodi minna, siis ma ikkagi lähen.

Kuidas sa hindad, kas praegu kulub poes käimisele rohkem aega kui varem?

Nüüd isegi enam ei ole. Esimesed nädalad kindlasti, sest kassades olid pikad järjekorrad seoses müntide lugemisega. Ja ise ka ikka, kui münte loed siis läheb ka aega rohkem jah... Inimesed tahtsid lihtsalt uue rahaga harjuda. Arveldamise käigus ju harjudki.

Aga näiteks hindade vaatamisele või jälgimisele poes...

Ja-jah, ikka. No õnneks praegu on nad mõlemad hinnad seal olemas, et saab kohe vaadata.

Millistest kohtadest sa tavaliselt oma igapäevaseid oste teed?

Konsum, Maxima ja Säästumarket. Vahest muud ka.

Aga kuidas nendes poodides on, kas hinnad on antud kahes rahas?

Jaa, ikka.

Siis kumba numbrit sa sealt hinnasildilt jälgid esimesena, kas kroone või eurosid?

No esialgu ikka tuleb euro, sest euro on nüüd suuremana pandud. Kõigepealt vaatan seda, aga siis ma kindlasti vaatan ka, mis ta siis tegelikult Eesti kroonides maksab.

Kuidas sa ise mõttes hindu arvestad, kui näiteks võrdled, palju maksab üks asi ühes poes ja teises poes?

Pigem ikka kroonides ma veel siiamaani jah. See nagu jääb rohkem meelde kui eurod praegu.

Ja kui kauplus väidab näiteks, et mingi asi on soodushinnaga, kas siis arvestad seda soodustust, mis saab, eurodes või kroonides.

Ikka kroonides vaatan... Ja ma võin ära öelda, et need soodustused on ka kallimaks läinud, kui võrreldes mis nad krooni ajal olid.

Mitu korda ligikaudu oled sellel nädalal arvutanud mingit hinda eurodelt tagasi kroonidesse?

Noo, poest tuled, siis olen ikka arvutanud nii endale... huvi pärast. Aga seoses tööga ma teen seda ka praegu ju pidevalt. No samas seda ju praegu pole vaja nii väga teha, sest vaata igal pool on ju olemas need kroonihinnad ka poes. Kordi ma nüüd küll öelda ei oska. Ja veel... sissetulekuid ikka vaatad ka, et mis need siis kroonides oleks.

Äkki meenub veel midagi, mingid teenus...

Aa, no siis bensiinihinda jah. Sest seal ei ole ju kroone välja toodud.

Aga vastupidi, näiteks mingit kroonihinda eurodeks?

Ka ainult tööga seoses, vaata kui mõni tuleb veel krooni arve. Aga muidu kroonihinda eurodeks, seda... no praegu on ju vaja juba ainult eurodes. Seda ei pea enam ümber arvestama.

Kui jaanuari kaks esimest nädalat sai maksta nii kroonides ku eurodes, siis kumba sa rohkem kasutasid?

Esimene nädal kindlasti kroone. Nii kaua, kui need sularaha kroonid said ära kulutatud.

Kui nüüd enam kroonides maksta ei saa, kas on tulnud ette probleeme, mida kahe esimese nädala jooksul ei olnud?

Ei, minul küll ei ole. Mõnes mõttes oli see arveldamine siis isegi lihtsam, sest kroone enam polnud, kroone enam ära ei pidand andma, et-et ei olnud seda kahes rahas arveldamist, et ühe annad, teise saad vastu. Maksid ainult eurodes ja said ainult eurosid tagasi.

Proovi nüüd meenutada midagi meeldivat või toredat, mis sul jaanuaris ostude, teenustega seostub.

Ee ühes poes ainult... no kuidas ma (naerab). Ükskord kui me käisime seal tuttava juures joogipoes, siis mees ostis ühe šampuse ja veini, aga pärast tšeki pealt vaatasime, et oli ainult šampus läbi löödud, veini ei olnud. Selle saimegi ilma rahata.

Äkki on veel midagi positiivset?

Jah... kõik olid väga kannatlikud, ei tulnud mingeid konflikte. Inimesed olid kannatlikud ja ootasid.

Aga midagi ebameeldivat?

Ma olin juba häälestanud ennast mitte ebameeldivustele, nii et mul ei tekitanud miski ebameeldivust.

Oleme nüüd umbes poole peale jõudnud oma küsimustega. Aga edasi siis, on inimesi, kes arvavad, et euro on hindu tõstnud ja inimesi, kes leiavad, et hinnatase on enam-vähem sama. Milline sinu arvamus on?

Ikka tõstetud on... Täna just vaatasin, et piim, hapukoor, kõik on kallimaks läinud. Toidupoes kindlasti, kohvid ja suhkrud ja kõik ju. Aga ei saa vist öelda, et kõik tõusud on seoses euroga. Aga samas... ka euroga tõusevad hinnad, sest hinnad ühtlustatakse, seda hinnataset võrdsustatakse.

Kas oled tundnud, et hindadest on raskem aru saada?

Jaa...

Oskad sa näiteid tuua?

No sellepärast, et ma olengi harjund Eesti krooniga... ja ma pean ju omale selgeks tegema euros, palju see asi maksab. Noo, et ma üleliia ei kulutaks. Minu jaoks on tegelikult raske veel praegu jah... Kohe ei ole seda taju, et palju ta siis maksab ee minu rahakoti järgi. Aga just see jah, et mõtled küll 3 eurot, 3 eurot, aga samas juba pea 50 krooni on ju. Et hinnad ju tunduvad väikesed, aga mis neil see nii-öelda tegelik väärtus on.

Aga mis sa arvad, kaua sul selleks harjumiseks aega kulub?

Ma ei oska kohe öeldagi, see ikka selgub selle kasutamise käigus... aga ma usun, et paar kuud ikka.

Kas oled tundnud, et kaupmees püüab sind seoses euroga tüsata?

Ei, ma ei ole seda tundnud.

Nii. Proovi palun nüüd kirjeldada, millised võivad olla tüüpilised probleemid, mis inimestel seoses euroga tekkida võivad.

No ongi see hinnast arusaamine ja pangas... ma olin, siis ma nägin ju vanad inimesed, et nad ei saa üldse noh... tulevad sinna infoleti juurde, siis toob oma pangaväljavõtte, näed tal on eurodes nii palju, palju tal see Eesti kroonis raha on. No ta ei saa aru. Ja noh ongi ikka see, et üle ei kulutaks. Jaa-ja siis... see valeraha. Minul on hea, meil on töö juures see kontrollimiseks eurodetektor olemas, aga tavainimestel võib see päris probleemiks tekkida... eriti pensionärid, kes väga palju turu peal käivad. Et see on üks tõenäoline koht, kus seda võltsitud raha võib ringelda.

Kuidas sa planeerid praegu oma kuiseid väljaminekuid, kas kroonides või eurodes?

No ma ikka, ikka ma mõtlen kroonides veel. Sellega mul on nagu lihtsalt selles mõttes aru saada, et palju mille peale kulub.

Kas sul on veel Eesti sularaha kroone?

Ei ole.

Kuna sa vahetasid on kroonid eurodeks?

Pangas need, mis olid, läksid ju automaatselt. Aga sularaha, mis kodus oli, selle me lihtsalt kulutasime ära jah.

Järgmiseks küsiks siis, millised tunded olid sul jaanuaris esimest korda eurodega arveldamisel?

No selles mõttes ma ütlen, et ma olen Soomes ka vaata käind, et mul polnud ta mingi esimene kord ja uudne päris. Aga noh ikkagi, keeruline ikkagi. Aga tunne oligi lihtsalt see, et vana läheb ja uus tuleb ja sellega tuleb väga ruttu harjuda.

Mis sulle euroga arveldamise juures meeldib ja mis ei meeldi?

Nojah see, sendid ja mündid, see mündimajandus ei meeldi, et maru palju on neid. Et tulebki alati ikka kui poodi lähed need mündid... no sellest ongi, et inimesed kasutavadki oma mündid ära ja see lugemine, see võtab kõik aega.

Aga meeldib?

Mis seal meeldida saab? Arveldada on vaja ja osta. See on paratamatus ja raha on raha. Lihtsalt ei ole teist maksevahendit kui euro.

Enne me rääkisime sellest, palju euro tulekust sinu arvates meedias räägitud on. Sa arvasid, et seda oli piisavalt ja see info oli arusaadav. Kui sa püüaksid oma sõnadega öelda, mida selle eruo jutuga taheti edasi anda, siis mis see oleks.

(Mõtleb pikemalt.) Tahetigi öelda, et nüüd euro tuleb ja olge valmis. Et võtke oma uus raha vastu ja olge õnnelikud. No samas on hea, et nii pikka aega räägiti. Inimesed ee, neil oli lihtsalt pikem aeg mõelda. Kui see raha oleks ootamatult tulnud, siis oleks muidugi rohkem olnud neid noh igasugu arusaamatusi. Aa kuna see oli piisavalt pikk aeg, kuna... või kaua inimesi ette valmistati, siis nad olid rohkem juba vaimselt selleks valmis. Neil lihtsalt oli vaja veel ainult seda rahatähte enda käes hoida.

Kas sa eurokalkulaatori oled saanud?

Eurokalkulaatorit mina isiklikult ei saanud. Ma laenasin õe käest, et töö juures oleks. Aga ise ma seda ei kasuta jah, et poes või kuskil. Ma ei ole üldiselt poes näinud oma silmaga, et inimesed kasutaks seda eurokalkulaatorit.

Mida sa üldse arvad sellest, oli see vajalik?

Eem... alguses ma arvasin, et on raharaiskamine, aga näiteks töö juures oli ta mul tõesti vajalik. Ma ei oska öelda... ei mul ema käib näiteks poes sellega ja kasutab. Et no, ütleme niimoodi, et natukene oli rahakulutust, aga no samas eks ta kellegile oli kindlasti või no paljudele oli ta kindlasti kasulik. Kuigi ma olen kuulnud paljusid inimesi, kes ütlevad, et nad üldse ei kasuta seda.

Olgu, aga edasi ma näitan sulle paari materjali. Kas sa selliseid infovoldikuid oled näinud?

Jah, töö juures ja ema juures ka. Siia meil ei tulnud.

Kas sa oled neid lugenud, sirvinud?

Olen, see oli mul isegi autos (näitab „Tere euro“ voldiku peale).

Aga mis sa arvad neist?

No seal on ilusti kõik lahti räägitud, olulisemad faktid on kõik ju välja toodud, mida teadma peaks.

Kas sinu poolest oleks võinud sellised asjad olemata olla või on neil mingi otstarve?

Kindlasti on... see otstarve. Loomulikult, siin on ju kõik kirjas olemas. Selle kohta ma ei ütleks, et see oleks pidanud olemata olema, see on õige asi. No võib-olla see kaart on mõttetu.

Kas sa sellist välireklaami oled näinud, mis bussipeatustes oli? (Näitan arvutis välireklaami pilti.)

No see meie raha jutt on tuttav küll, aga seda konkreetselt ma küll ei ole näinud. Aga, ei, ma ju bussiga ei sõida eriti. Ega see suurt midagi poleks andnud ka.

Nii, aga siis ma näitaks sulle paari reklaamklippi ja arutaksime nende üle natukene.

(Kommentaariid reklaami „Euroopa ühisraha euro“ ajal.)

Muusika on küll tuttav ja see neiu ka. No iseenesest ilus reklaam lihtsalt.

Mis sa arvad sellest või mis selle eesmärk on?

Noh ta oli selline lihtsalt üldteavitav, et jõuaks pärale, nüüd me oleme Euroopa Liidus ja meil on oma Euroopa raha, euroraha ja tekitaks inimestes ühtsustunnet.

(Küsimus pärast reklaami „EuroUudised“.)

Oled seda reklaami näinud ja mis mulje see jättis?

Seda olen näinud. Ikka oli vajalik inimestele, vajalik info, et pangakontorites see vahetamine ja kõik. No väga hea, et ta ütleb, kaua saab oma kroone vahetada ja kuidas kõige lihtsamalt raha vahetamine toimiks. See on kasulik info jälle. Kõik inimesed ei ole ju teadlikud ja hea, kui üksik vanem inimene või kes iganes saab televisiooni kaudu oma info kätte.

(Küsimus pärast reklaami „Katsu“.)

Mis mulje see reklaam jättis?

Jaa, see on ju ka väga kasulik. Seletab ilusti ära, kuidas vaadata ja näitab konkreetselt, kuskohast seda raha katsuda... Jälle tehakse kõik visuaalselt selgeks ja õpetatakse, mida võiks teha.

Kuivõrd sa tundsid üldse huvi selle eurole ülemineku teemade vastu?

No ma just ütlen, et spetsiaalselt nagu eriti ei tundnuki, aga just töö, mul töö on sellega väga seotud ja siis sellepärast ma nigu pabistasin ja sabistasin. Aga ise isiklikult ma ei pabistanud midagi. Nii palju, kui ikka peale sattusin, siis kuulasin või kuulsin... selles suhtes mingi huvi ikka oli. Aga ma käisin kursusel ka eelmine aasta, suvel Tallinnas, seoses eurole üleminekus. See oli väga kasulik.

Kas otsisid ise kuskilt infot?

No sellest kursusest ja meediast saadud infost mulle piisas.

Kas sa sellist asja oled näinud? (Näitan arvutist Ausa hinnastamise logo).

Olen ikka jah.

Mida see tähendab?

Euro hinda ei tõsta... See tähendab seda, et euro ajal me ei tõsta hinda, ei arvuta kaupa kroonidest kallimaks euro ajal. Et ei ümarda neid eurohindasid põhjendamatult kõrgemaks.

Kas sa oled kursis, kas sinu tavapärased poed Konsum, Maxima, Säästumarket on liitunud selle kampaaniaga?

Maximas vist küll on silt ukse peal. Aga vot Konsumi kohta ma ei oska öelda, ma ütleks pigem, et ma ei ole näinud seal küll kuskil sellist märki jah. Selveris on ka minu meelest. Aga ma suurt ei pööra sellistele asjadele tähelepanu.

Milline allikas on sinu meelest olnud euro teemas kõige kasulikum?

No minu jaoks oli personaalselt see kursus. Aga üldiselt ikka see brošüür näiteks ja no televisioonis oli ka sellest piisavalt. See jõuab kõige kiiremini kohale, kui näed seda visuaalselt. Näitas ju neid rahatähti, noh kuidas neid vaadata, millised need olema peavad.

Aga kuhu või kelle poole sa pöörduksid, kui sul tekiks euroga seoses probleeme?

No kui oleks poes kohapeal mingi probleem, siis pöörduks mõne töötaja poole, aga kui oleks üldse euroga probleem, siis ma läheks pank.

Aga on midagi sellist olnud?

Ei ole.

Kui stabiilseks valuutaks pead eurot?

Ise ma ei tea sellest eriti midagi, aga olen jutte kuulnud, et ei ole väga stabiilne, et siin võib veel kõike juhtuda.

Et kas sa usud, et see jääb püsima või kaob näiteks üldse ära?

Ma ei saa seda öelda, et kas ma usun, aga... räägivad, et ta kaob ära jah. On ju spekulatsioonid selle üle.

Millise mulje jätab euro sulle visuaalselt?

Sa mõtled rahatähte või?

Jah, jah, just välimuselt.

Eesti kroonid olid ilusamad, aga noh ei, ega ei ole viga. Maru suured on, vaata sajane on juba selline, et sellel peab mingi hirmus kott olema ju.

Kas tahaksid vele midagi lisada nendel räägitud euro teemadel?

(Naerab.) Ei, no kaua sa ikka sellest räägid.

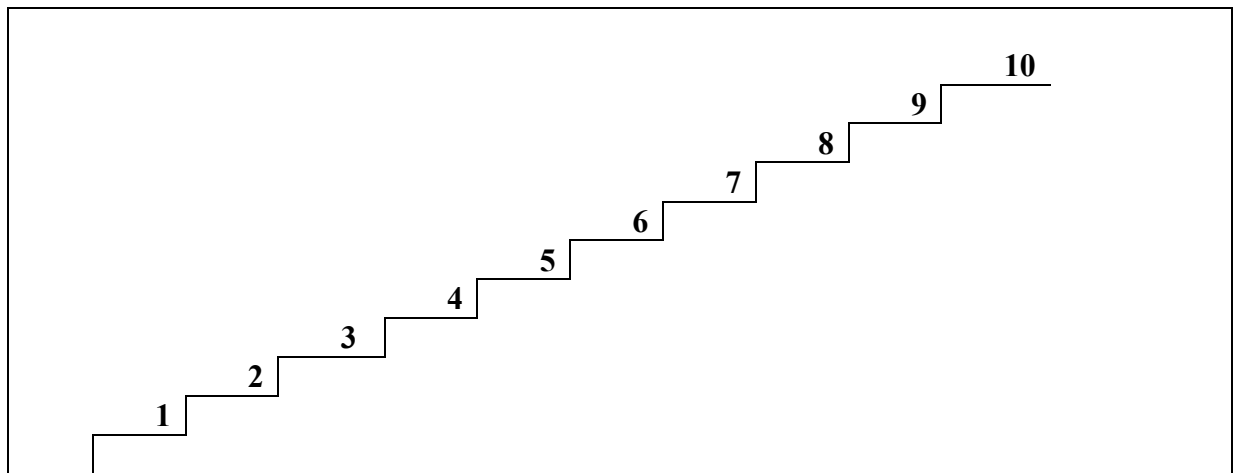
Aga sellisel juhul aitäh.

Taustaküsimused

Milline järgnevatest kirjeldustest vastab Teie praegustele majanduslikele võimalustele?

- Elan hästi praeguse sissetuleku juures
- Saan hakkama praeguse sissetuleku juures
- Praeguse sissetuleku juures on üsna raske hakkama saada
- Praeguse sissetuleku juures on väga raske hakkama saada
- Ei oska öelda

Inimesed asuvad oma materiaalsete võimaluste poolest ühiskonnas erinevates kihtides. Tinglikult saab seda kujutada trepina, millel võib liikuda nii üles, päris tippu kui alla, päris põhja. Trepil ülemine, kümnes aste kujutab ühiskonna kõige rikkamaid, suurepäraste materiaalsete võimalustega inimesi. Esimesel astmel on aga kõige vaesemad, väga minimaalsete materiaalsete võimalustega inimesed.



Palun määratle oma sisetunde järgi, kus asus Teie (pere) kaks-kolm aastat tagasi?

_____5_____astmel

Kus asute praegu?

_____5_____astmel

Intervjuu respondendiga PE2

Intervjuu on viidud läbi 49-aastase pereemaga, kes elab elukaaslase ja ülalpeetava tütrega korterelamus. Intervjuu viidi läbi 26.01.2011 intervjuueerija kodus. Vestlus sujus meeleolukalt ning vastaja oli valmis oma seisukohti väljendama ning andma pikemaid seletusi. Intervjuueeritav küsis koheselt üle, kui midagi tundus ebaselge või täpsustas küsimustest arusaamist.

Nii, hakkame siis esimese küsimusega pihta. Mis on esimene asi, nähtus või inimene, mis sul tuleb pähe kuulates sõna euro?

(Naerab.) Ehh... paraku tuleb see Swedbank'i ee see avaleht, mis on nendes makseautomaatides, kus on „Tere, euro! Meie raha.“ Siukene suunurgad ülespoole, siuke lause on seal. Ja-ja mõnedes oli minu arust seal isegi mingisugune või see oli kuskil... ei see oli linnas kuskil mingi tabloo „Tere, euro! Meie raha.“, mingi õnnelik niisugune noor perekond üksteisele sãrasilmil otsa vaatamas. Noo natuke siuke... tead noh... et ma vaatan seda kui noh kui natuke pealesurutud asja, mis on nõ-nõudnud reklaamikampaaniat.

Edasi minna selle teemaga, siis milliseid positiivseid seoseid euro sinus tekitab?

(Naerab.) Ma ei tea, ma ei suuda ühtegi välja mõelda. Kas ma pean tõesti mõne otsima või kuskil suruma endasse. Ma ei, ma ei ole euro pooldaja. Ma olen ausalt selles mõttes täielik vanur ja vastaline ja ugrimugri ja mis ma kõik olen ja-ja konservatiiv.

Kui ei tule midagi positiivset pähe, siis vägisi kindlasti ei ole vaja midagi välja mõelda.

No ütleme nii, et võib-olla et ee lootus, et eurosooni, euro, eurorahaga liitunud riikides noh on ee lihtsam siis rahaga askeldada võib-olla. Et see on lootus, et see teeb rahaga askeldamise lihtsamaks teistes euro-euroriikides.

Aga milliseid negatiivseid seoseid siis?

Eks see kõik, mis mainitud juba. Ma olen üldse eurovastane tegelikult. Negatiivset... meie oma raha kadumine, kõik see ja et rahva arvamust ei arvestatud.

Siis milliseid emotsioone tekitab sinus eurole üleminek?

Kas ma pean olema lõpuni aus? (Naerab.)

(Naeran.) Tore oleks muidugi jah.

Ma olin väga vastu... kuigi oli ette teada, et see surutakse läbi. Jah, ma olen noh nõrdinud, et see tehti niimoodi. Tähendab, ma olen sellepärast nõrdinud, et näiteks rahvaküsitlust ei tehtud. Ee, nii et ee... negatiivsed emotsioonid.

Järgmiseks siis võiksid proovida meenutada, milline oli su kõige esimene kokkupuude euroga.

See oli... ee Prahast, kui me tegime vahemaandumise enne New Yorgi lennukile minekut. Siis me vahetasime endale mõned eurod, ee selleks vahetasime, ma arvan, et see oli Swedbank'i kontoris ma arvan kuskil. Eestis vahetasime. Et arvata on, et tahame midagi näksata või juua. Siis-siis-siis nagu ma mäletan seda üllatusmomenti, et mingi pisisendikesed niuksed, nagu mingid 2-sendisid ja-ja et noh, kas need nagu üldse on rahad. Aga noh, kokkuvõttes... sellisel viisil ta töötas igal juhul.

Aga kuna see umbes toimus?

See toimus juba... ee, ei see toimus läinud suvel, kui me USA-sse läksime õega.

Püüa meenutada, milline oli sinu esimene mõte või tunne, kui said teada, et Eestis tuleb kasutusele euro.

Aa, noo jaa, siis kui see veel...

No siis, kui see juba kindel oli, et ikkagi tuleb...

Esimene mõte oli see, et... me ju teadsime, et nad suruvad selle läbi.

Ja kui kaua sa seda umbes tead?

Ee... tegelikult... kuna Eestis kõik sellised asjad lähevad läbi ilma suurema rahva vastupanuta või ilma üldse (rõhutatult) igasuguse vastupanuta, ilma igasuguse küsitluseta, siis kohe, kui hakatati rääkima, et meil... et-et oleks tark, arukas ja hea võtta kasutusele Eesti... noh Eestis ka euro. Ee siis-siis tegelikult ma arvasin kohe, et siin kindlasti ei tule mingisugust küsimustki ja et-et äkki inimesed arvavad, et võiks kuidagi teisiti teha. Kohe, kui see jutt tuli, ma olin kindel, et see tuleb... Aga noo ametlikult oli see kindel nüüd suvel siin.

Nii siis ma küsiks selle kohta, palju sellest euro tulekust üldse avalikult räägiti. Selleks ma loen ette 4 varianti ja siis sa saad valida, millisega kõige enam nõustud.

See on, et palju minu arust räägiti?

Jah, just nii. Esimene variant on siis, et räägiti liiga tüütavalt palju, tekkis tunne, et inimesi peetakse rumalateks. Teine variant: räägiti küll palju, kuid tavainimese seisukohast mitte väga sisukalt, praktiliselt. Kolmas variant: räägiti piisavalt, arusaadavalt ja sellest oli kasu. Ja neljas variant: ei räägitud piisavalt.

Jaa, ma arvan, et punkt kaks on üsna tõene. Minu jaoks. Minu meelest.

Et räägiti küll palju, kuid tavainimese seisukohast mitte väga sisukalt, praktiliselt?

Jaa. Jaa, see oli lihtsalt siuke optimistlik hõissa-hoo. Ee... praktiliseks läks jutt alles siis, kui see eurode vahetamise asi päevakorda tuli. Alles siis noh nagu läks asi nii asjalikuks.

Et alguses see informatsioon oli siis lihtsalt selline üldine?

Jaa-jaa, no et kuidas see üldiselt toob Eesti riigile kasu ja-ja tegelikult need tavainimeste jaoks jäi see kaugeks, sest see iga inimene mõtleb ju oma rahakoti peale, et kuidas tema konkreetselt seda tunda saab omal nahal.

Mis on esimene saade, lugu, pilt või lause, mis sulle meenub, kui sa mõtled euro tuleku avalikule kajastamisele? Ükskõik, kas linnas, televisioonis, raadios, ajalehes.

Kas siin oleks vaja midagi väga konkreetset? Ma mäletan mingisugust majandussaadet, mida ma ühe kõrvaga kuulsin raadiost. Eee Igor Gräzin ja kes nad kõik niuksed on, igasugused tähtsad pulgad ja targad, targad mehed arutasid seda.

Aga kas on veel midagi äkki, mis sulle meenub, kui mõtled kogule selle eurole temaatika kajastamisele?

(Naerab.) No muidugi. Lehvivad lipud ja naeratavad näod ja hüüdlauseid. No ei tule praegu rohkem konkreetselt meelde peale selle, et „Euro – meie uus raha.“ ja siis see noore perekonna naeratav pilt kuskil tohu-tohutu tabloos. Ma arvan, et see on äkki selle kangapoe juures. Seal oli mingi siukene.

Kui edasi rääkida, siis on sul meeles mõni lugu või fakt eurost, millest sul on kasu olnud.

Ee... jutt on informatsioonist, millest mul oleks kasu olnud?

Jah, täpselt.

Ee... jah... ma arvan küll. Seda küll korrutati hästi paljudes kohtades ka. Nagu sa võid aru saada minu ähmastest vastustest, siis näiteks ajalehtedes ma küll vastavaid artikleid ei lugenud. Aga noh, siis kui juba vahetamiseks läks, siis ee... siis ma nägin telekast mingist „Aktuaalses“ uudiste sabast või kuskilt nägin. Noh, inimestele soovitati, et kui kiiresti või kui aeglaselt nad võivad või kui kiiresti nad peaksid selle raha, oma olemasoleva raha ära vahetama. Ja-ja siis... neid minu arust nagu rahustati, et sellega ikkagi ei ole nii kiire, et kuna pangad vahetavad teevad seda veel pika aja jooksul. Ometigi mingil täiesti salapärasel põhjusel inimesed sattusid paanikasse ja vana-aasta lõpus toimus pankade selline... eh... revolutsioon peaaegu.

Aga kas selline info, et kaua saab vahetada ja muu selline on pigem ikkagi praktiline või...

Selles oli seda praktilist poolt ka, aga ikka pigem psühholoogiline.

Kirjutamisülesanne.

Püüa sõnastada kolm kuni viis hästi praktilist asja, mida peab teadma, millega peab arvestama, et ostude-maksete tegemisel täna, siin Eestis mitte hätta jääda, endale tüli, ajakulu, rahalist kahju vm probleeme tekitada.

Need võiks olla nõuanded. (Kujutle et ma olen pikalt ära olnud ja mind on vaja “õpetada”, et ma muutunud süsteemis hästi toime tuleks).

- 1. Alati võid kasutada eurokalkulaatorit, et säilitada arusaamine tegelikest hindadest.*
- 2. Kõigepealt maksa ära kohustuslikud kommunaalmaksud ja (kui on) tellitud teenused, siis vaata, palju poeskäikude jaoks üle jääb.*
- 3. Eelnenud toimingutest järelejäänud summa jaga kuni järgmise palga (pensioni, toetuse vms) saamiseni jäänud päevade vahel võrdselt.*
- 4. Kui sul pole kalkulaatorit, siis arvuta ostukorvi sisu enne kassassejõudmist, et kulud ei osutuks ootamatult liiga suureks.*

(Sellel ajal, kui mina vaatan kirjutamisülesande vastuseid.) Vaat eurodega on see, et nagu sa ei taju selle... ee selle summa suurust, kui sa käid poes tegelikult. Võib-olla oleks vahe olnud rahade vahe olnud kümnekordne, siis oleks seda kuidagi nagu kergem aduda, aga see 15 võtab kupli veidikene viltu ja siis... no siis võib juhtuda, et sa lihtsalt ei saa aru, kui suure summa eest sa midagi ostad. Kui see juhtub korduvalt, järjest, siis sa võid ennast lihtsalt lõhki osta. Ma olen näiteks teinud nii, et kui on kitsamad ajad, siis ma olen jaganud oma summa päevade peale ära ja tõdesin, et mul on igal päeval võimalik kulutada täpselt see summa.

Kuidas läks jaanuari ostupäeviku täitmine?

Noo... üks sellega oli nii, et algul esimese hooga ikka tegin neid sissekandeid ja mõtlesin, et nüüd ma hakkam iga päev tegema, aga pärast jäi seda kommentaaride tegemist järjest vähemaks. Mõtled ikka, et mida ma siis väga no mõtlesin või tundsin. Aga tihtipeale poes käies sa ju nii väga ei keskendagi ennast sellele, mis ümberringi toimub ja-ja mis ma nüüd mõtlesin. Ja kui on mingi tavapärane pood, eriti millega sa oled rahul näiteks, siis-siis puudub nagu ka see, et oh küll täna oli ikka poes kole ja jube ja siis sa lihtsalt traavid sealt läbi ja rahuldud sellega, et kõik läheb tavapäraselt.

Kui juba poodidest juttu tuli, siis räägime täpsemalt ka kus... kuidas sa praegu tasud poes või teeninduskohas. Et siis millal ja kus sa kasutad sularaha?

No igal võimalusel mina katsun tasuda kaardiga. Mm... ja sularahas ma tõesti tasun ainult seal, kus ei ole neid ee makse noh neid ee väikseid kaarditerminalipunktikesi. No turul näiteks on... on kaardiga maksmine... ja tegelikult on veel mingeid kohti, kus ma tõdesin, et ei ole

seda. Oi, aga mul ei tule praegu meelde. Ma veel lausa imestasin, et ei ole nendel seda terminaliga ühendust. Aga on poekesi veel, kus ei ole seda kaarditerminali.

Ja igal pool mujal tasud siis kaardiga, kus vähegi võimalik?

Jah.

Aga sa miks just kaarti eelistad?

Ee... sellepärast et... vot see on vist pigem siuke minu sotsiaalne niukene hirm või kiiks, et-et mulle tundub, et rahakotis raha pidamine on suhteliselt ebaturvaline. Pangakaart võib sattuda küll võõrasse kätte, kuid seda ei ole enam nii hõlbus kasutada teistel.

Kui sa oled üldiselt tihe kaardikasutaja, siis kuidas sulle tundub, kas sa praegu kasutad pangakaarti harvemini, sagedamini või sama palju kui enne 1. jaanuari.

Oota, kuidas see oli?

Et kas sa kasutad praegu pangakaarti rohkem kui sa seda kroonide ajal tegid?

Jaa, täiesti kindalalt jaa. Kroonide ajal mul ikka oli, oli ikka tihedamini kroone rahakotis. Aga nüüd... muidugi see kaardi kasutamine on praegu eriti tihedalt on just seotud sellega, et ää siis ei ole esiteks seda sendikestega edasi-tagasi sehkendamist, mis teeb küllaltki tülikaks... eee minu arust müüjatele ka selle tegevuse.

Kui tihti sa turul oste sooritad?

Paar korda kuus ma käin turul.

Aga kui me võtame nüüd selle kuu, siis kas need harjumused on kuidagi muutunud?

Käid sa tihedamini, harvemini, sama palju?

Pigem on see asjaolude sunnil või kuidagi ee... ma ei ole selle peale mõelnud, aga-aga ma olen paar korda jätnud turule minemata selle tõttu, et mul ei ole sularaha kotis ja-ja siis on kuidagi lihtalt mugavam minna suurde poodi.

See oli seoses turul käimisega. Aga kui mõelda üldiste sisseostude peale, siis ka sa käid nüüd poes harvemini, sama palju või sagedamini kui enne 1. jaanuari?

Ma arvan, et selles suhtes ei ole suurt midagi muutunud. Enam-vähem sama palju ikka.

Aga miks see nii on... sest süüa on ikka vaja osta?

Jah. Seltskond minu ümber on umbes sama suur, umbes sama näljane. Ja-ja-ja siis need muud vajadused ka, alates elektripirnidest ja elektrimaksudest ja kõigest... on püsinud samasugused.

Nii see poes käimise sagedus on jäänud samaks. Aga kui hinnata nüüd poes käimisele kuluvat aega, siis kas see on muutunud kuidagi?

Muidugi läheb kauem aega. Ja mitte ainult minul. Ma vist kuskil kommentaaris ka panin seda. Inimesed käivad kõik kortsus kulmul ringi ja vahivad neid hinnasilte. Täiesti ükskord ma mul oli aega ja ma poes vaatasin, et uurivad ja kohe näha, et nad mõttes arvutavad, et mis see kaup siis tegelikult maksab. Et kas ta on nüüd sama või ta on nüüd kallim ja kohe vaatad, et eeh aega läheb rohkem. Inimesed mõtlevad juba palju rohkem, et kui palju mul ikkagi selle kauba eest siis raha läheb.

Ja ise sa enda puhul tunned seda sama?

Täpselt. Täpselt seda sama. Kortsus kulmul uurin neid hinnasilte, mõtlen, et mis see siis nüüd kokku teeb... No et ei juhtuks nii, et kuhjad korvi täis ja siis pärast... miuke arve.

Millistest poodidest sa oma tavapäraseid oste teed?

No mul on see toidupood tavaliselt Konsum ja neid igapäevaseid tarbeesemeid saab seal ka, mis vaja on. Tikke, elektripirne, sokke... mida tahes. (Muigab.) Ja Maxima on ka. Ja muidugi Comarketis käin ka, sest kui ma olen tööl, siis on see hästi lähedal jällegi. No ja teistes ka, kui satun.

Kas sa oled ka tähele pannud, kuidas nendes räägitud poodides on hinnad antud? Kas need on kroonides, eurodes või mõlemas rahas välja toodud?

See on üks salapärase asi. Minu arust eem ma ei ole seda väga tähele pannud, aga minu arust näiteks Rimis olid enamused hindasid olid nüüd ainult eurodes.

Ja sa kroonihindu ei märganud?

Jah. Ma nagu uurisin seal minu arust aga kas seal nende juurviljade, puuviljade leti juures ee, et-et mis see siis hind on. Noh, et Eesti kroonides ei ole, siis jälle paned oma peas selle aeglase arvutusmasina tööle ja mõtled. Et ma ei oleks ju pidanud arvutama, kui seal oleks olnd see krooni hind. Ja näiteks meie Konsumis on nii, et osa hindu on eem... ka Eesti kroonides praegugi olemas seal all. Mis on väga hea, sest see noh annab nagu võimaluse inimesele selles harjunud süsteemis hinnata, et kas see on kallis või ei. Ee-ee aga mitte kõik. Ilmselt need uuemad hinnasildid on juba ainult eurodes, sest ma olen vaadanud, et osa hinnasilte on ainult eurodes.

Aga kuna sa vaatasid, et see muutus toimus, et need uued sildid tulid, kus ainult eurod on?

Ma arvan, et viimase nädala jooksul.

Mhmm. Aga kui hinnasildil on olemas mõlemad, nii kroonid kui eurod, siis kumba numbrit sa jälgid?

Ee... vot siin on see visuaalne efekt, et alati on ju see kehtiv, kehtiv hind või tähendab praegu makstava süsteemi järgi on see suuremana. Silm loomulikult haarab kõigepealt selle suurema numbri ja siis hakkad vaatama, et kus seal sildi peal see Eesti kroon on... see pisike asi seal. Aga õnneks siiski on. No varsti võib-olla ikkagi harjub see mõtlemine sellega ära, et sa nagu saad enam-vähem aru, et-et kas see on palju või vähe ja kui suure osa see minu sissetulekust moodustab... Alati on ju see just, et sa peab hindama seda, et palju sa saa... selle hinnaga saad osta igasugu asju.

Aga kui sa ise mõttes hindu arvestad, siis kas sa mõtled kroonides või eurodes? Näiteks kui võrdled hindu erinevates poodides.

Absoluutselt iga kord ma taban end sellelt, et ma võrdlen ikkagi neid kroonihindasid. Ma teisendan kõik mõttes kroonideks ja siis võrdlen teises poes nähtud hinda ee ka teisendan kroonideks ja siis võrdlen... kui mul ei ole meeles, mis seal sildi peal oli kroonides.

Kui kauplus väidab, et täna on mingi asi soodushinnaga, kas siis mõtled, et palju see soodustus teeb kroonides või vaatad ikkagi eurodes.

Jaa ee kogu aeg see tõlkemasin ajus töötab. Ikka kroonides jaa. See lihtsalt, ma ei tea, ma olen nii aeglane ka võib-olla, mul lihtsalt ei lähe nii ruttu see välja see (rõhutatult) mõõtkava.

See mõõtkava on nii sisse harjund ju. Ja ma ei tea, kui kaua aega läheb selleks, et see kaoks peast.

Kuna sa rääkisid, et sa tegeled pidevalt nende hindade ümberarvestamisega peas, siis on võib-olla veidi keeruline vastata nüüd. Aga ligikaudu mitu korda selle nädala jooksul oled sa arvutanud mingit eurohinda tagasi kroonidesse?

Põhimõtteliselt iga kord, igal ostukorral. Kõik ee hinnad, mida ma ei ole näinud Eesti kroonides. Noh mõned asjad on, mis on kaaluga või-või siuksed, on näiteks toodud... minu arust oli küpsetistes näiteks... ee et see hind on toodud eurodes ja siis on toodud Eesti kroonides tema kilohind. (Naerab.) See on muidugi eriline gümnaastika ajude jaoks, mis ei ole eriti arvutamislembesed, et siis sa mõtled, kui palju konkreetset see saiake või leivake seal siis Eesti kroonides maksaks ja siis sa hindad seda, et kas ta on kallis või odav.

Aga vastupidine olukord, näiteks mingit kroonihinda eurodeks?

No selleks ei ole praegu enam olnud vajadust, sellepärast et ee igal kaubal on olnud eurohind peal. Et ee... ja seda teisendust ma ei ole veel vajalikuks pidand, et ma arvutan seal konkreetse saiakese kilohinna eurodes ee, kui ta on seal näiteks kroonides antud, sest minu jaoks on palju selgem see, kui ma näen tema hinda ikkagi Eest kroonides.

Kui nüüd on see kroonides maksmise periood läbi, need esimesed kaks nädalat, siis kas sul on tekkinud nüüd probleeme, mida jaanuari alguses ei olnud?

No jah, mingi ports kroonikesi on veel vahetamata ja mina ei tea kas... ma ei ole muidugi mõelnud selle peale, ma ei tea, kas pank võtab nende vahetamise eest mingit teenustasu ka. Ee... see võib-olla on natuke siuke peavalu küsimus. Oota, las ma nüüd mõtlen, et probleeme siis millega?

Nüüd kui kroonidega enam maksta ei saa...

(Mõtleb pikemalt.) Ma ei tea, kas just probleemiks seda pidada, et osa seda Eesti krooni metallihunnikut on kasutamata. Minu arust suhteliselt nagu selline kuplit liigutav on süsteem näiteks taaraga. Et kui sa viid taara ära, siis need taara hinnad ja see... need on peaaegu olematud, et mis-mis mõttega ma üldse seda viin. See tundub kuidagi nii absurdne aga... aga noh kokkuvõttes võidab ju sellest ehk-ehk ka keskkond.

Sa rääkisid, et sa kasutasid nendel esimesel kahel nädalal kroone. Aga kas sa kasutasid siis ainult kroone või eurosid ka?

Ee.. no alguses ma kasutasin ikkagi kroone, sellepärast et mul ei olnud palk üle tulnud ja mul ei olnudki reaalselt eurosid. Et siis ma kasutasin kroone juba sellepärast, et see oli ainukene sularaha, mis meil oli.

Nii, aga proovi nüüd meenutada midagi meeldivat või toredate, mis sul jaanuaris seoses ostude tegemisega meelde tuleb.

Ee... mhh. No ma ei tea, vaata inimene on niuke pisike loomakene, kes on õnnelik, kui ta midagi odavalt saab ja mina näiteks olin väga õnnelik, kui leidsin, meie armas Konsumikene müüis mingisuguseid raamatuid. Ja ma sain sealt üsna toreda raamatu praktiliselt olematu hinnaga.

Aga äkki midagi seoses eurodega otsesemalt. Ma ei tea, et said näiteks rohkem raha tagasi või poes teenindus...

Müüjad on olnud erakordselt toredad. Ja seda, seda ma pean küll ütleva, et ee nad on püüdnud hästi nagu kannatlikud olla, kui inimesed neid eurosente loevad ja siis nad ei suuda

mõelda, kas nüüd on piisav summa ja kõik. Ee see niuke peavalu seal nendes maksmiskohtades on... ee alguses oli silmaga nähtav. Noh neid sente kokku lugeda, mingeid 1- ja 2-sendiseid. Kõigile tundub see nii noh nii algul nii raskesti hoomatav, et ee... Minu arust on teenindajad, vähamalt need, kellega mina olen kokku puutunud, on neid olukordi küllalt-küllaltki loominguiliselt ja rõõmsalt lahendanud.

Aga just vastupidiselt, mingit ebameeldivat juhtumit ka meenub?

(Naerab.) Näiteks elukaaslane on bussijuht ja ei saa vägagi tihti oma reisijatele neid 1- ja 2-sendiseid tagasi anda. Sest ta ei saa neid piisavalt. Bussipiletite hinnad on ka niivõrd absurdsed, näiteks Elva pilet maksab, mis ta oligi, kas 1 eur ja 96 senti või. Päeva lõpuks ja ammu enne päeva lõppu on tal väiksed sendid otsas. Ja mida pole, seda pole. Ja mulle tundub see probleem... mitmetes kohtades on see väikeste eurosentide vähesus. Kuna hinnad sisaldavad neid ja-ja tundub, et neid ei ole lihtsalt nii palju, nagu vaja on.

Aga endal mingi juhtum näiteks?

(Mõtleb pikemalt.) No jah, oli küll jah. Tallinnas seal, kui ma seal Kristiine keskuses lasin endale ühed võtmed järgi eee kopeerida. Ja siis see võtmetegija, muidugi temal ei liigu nii palju seda sularaha ja siis... siis me ei saanud kuidagi oma sularaha klappima. Et ee lõpuks ma tegelikult vist maksin talle kaardiga. Et väiksematel ettevõtjatel on selle vahetusrahaga küllaltki noh... on siukseid ebamugavamaid vahejuhtumeid, et kuna neil ju ei ole need kassad nii suured ja seda raha ei liigu nii suurtes kogustes.

Edasi siis hindadest. Et on inimesi, kes arvavad, et euro on hinda tõstnud ja inimesi, kes leiavad, et hinnatase on enam-vähem samale tasemele jäänud. Mis sina sellest arvad?

Tegelikult ma ei tea, millega seoses tõusis suhkru hind, aga mina ei osanud küll seda ühegi muu asjaga seostada. Ee... see sattus ju täpselt samale ajale. Ja suhkur tõusis kohe kõvasti. Bensiinihinda ei ole sellega võimalik seostada, sest mulle tundub, et see bensiin liigub nagu omatahtsi. Ee... aga ma arvan, et mis puudutab hinnatõusudesse, siis... siis euro võib tõsta hinda, aga ta tõstab nagu pikema aja jooksul. Et see on tegelt nagu varjatud lihtsalt. Sest et osa hindasid meil ei ole võrreldavad... noh Euroopa hinnaskaalaga. Muidugi me ei hakka rääkima sellest, et meie palgad ei kannata mingit võrdlust ühegi skaalaga välja (naerab).

No need, mis tõusnud on suhkur ja bensiin ja muu. Aga kuidas sulle tundub, kas üldine hinnatase on muutunud või...

Üsna sama. Selle suure uurimise, puurimise ja arvutamise tulemusena tundub, et-et nagu praeguseks ei ole midagi väga kõvasti muutunud.

Tegelikult me juba puudutasime ka seda teemat, aga küsime siis veel kord üle, et kas sa oled tundnud, et hindadest on raskem aru saada?

Jah. Minu arust on see lihtsalt sellepärast, et inimesed on ju niivõrd juurutanud oma peas mingi harjumuspärase süsteemi ee... hindamaks oma võimalusi ja-ja no ütleme soove ja neid siis omavahel võrdlema. Hindamaks oma mingisugust materiaalset baasi ja siis seda, mis selle baasiga on võimalik ette võtta. Varem oli, et nii palju kroone sain, nii palju maksab see, see, see. Juba kõik on harjund, eks ole. Sa tead, kui palju sa maksab see veest, palju sa maksad elektri eest. Ja siis saa umbeski tead, kui palju sul jääb kroone üle ja sa näed hindasid ja sinu peas see tabel juba enam-vähem on olemas, et-et mida sa võid. Eurodega hakkab kõik otsast pihta... Lihtsalt ei ole seda arvutusmasinat seal peas. Siis kogu aeg mõtled, et ööeh on see nüüd palju, on see nüüd vähem, rohkem. Ja noh, alati inimene tahab osta rohkem (muigab).

Kas sa oled tundnud, et kaupmees püüab sind seoses euroga tüsata?

Minul ei ole seda kogemust.

Proovi kirjeldada, millised võivad olla tüüpilised probleemid, mis inimestel euroga arveldamisel tekkida võivad.

No täiesti kindlalt on see see, et ee ei olda enam harjunud nende väikeste sentidega askeldama, eet seda nagu ei peeta rahaks, neid ei ole ka piisavalt... Ja-ja noh ma arvan, et täpselt samamoodi käib peas kogu aeg väike teisendus tagasi kroonidesse, et aru saada, kas hind on sama, kallim või odavam. Kas välja pakutud soodne hind ikkagi on nii soodne... ee et nüüd väike teisendus, mis ta kroonides on, ahah eelmine hind oli selline kroonides, aa see ei olegi nii soodne. No on ju, inimesed ikka kaaluvad ja mõtlevad. Ma arvan, et ega see võib olla üsna üldine siukene, et see tagasi teisendamise asi, see kogu aeg arvutad. Ja siis teine on see, et noh need väiksed sendid... ei olda enam harjunud neid rehkendama rahaks ja-ja siis... Noh tegelikult, mis veel on... Kuna mina olen praegu maksekaardiga nii palju askeldand. Aga need, kes askeldavad sularahaga rohkem, on tõsiselt hädas sellega, et see sendihunnik ei mahu lihtsalt rahakotti ära. Nüüd on need, vaata need mingid need sendikarbid või kuhu saad või libistad sendid sisse. See mahutab umbes 15, 16 euri kokku. Ma ei kujuta ette seda taskus pidada näiteks, ma ei tea käekotis...

Viimasel ajal on sellest valerahast ka palju juttu olnud.

Õige küll jah. Mina ei ole sellega küll kokku puutund. Ee, ma ei tea, kas ma tunneksin üldse ära valeraha, sest ma olen neid pabereurosid nii vähe käes hoidnud, et-et... Aga seal vist on ikka see, et kui sa vastu valgust vaatad, et seal peab olema need mingid varjud ja mingid vesipildid ja asjad. Et kui neid ei ole, siis on ilmselt asi võlts.

Aga kuna sa ise maksad kaardiga, siis sa seda valeraha ei karda?

No kui ma ainult kaardiga arveldaks, siis-siis see probleem minu jaoks minu arust ei saa kuidagimoodi tekkida.

Aga näiteks turul?

Jah, ma ei ole sellele mõelnud. Ee tegelikult õõh... tegelikult ma tean, et see probleem on täiesti reaalselt olemas ja-ja üsna laialdane isegi. Aga kuidagi vat... no jah ma ei ole mõelnud sellele tõesti. Ilmselt ma ei ole küllalt palju ise sularahaga askeldanud. Ja eriti just nende paberkupüüridega.

Kui sa planeerid praegu oma kuiseid väljaminekuid, siis mis rahas sa teed seda?

(Naerab.) Ikka kroonides jah. Ikka teisendad eurod kroonideks. No ilmselt pikapeale hakkab see euro ka ikkagi vajutama... kuskile ajusse tekitab mingi pitseri, et sa juba saad aru, et mis on mis ja kui palju seda on või kui vähe seda on.

Aga mis sa arvad, kaua see aega võtab, näiteks sul isiklikult?

Ma arvan, et minul võtab üks pool aastat.

Sellest oli ka enne tegelikult juba juttu, et ma sain aru, et sul on veel sularaha kroone alles ?

Jah. Ma arvan, et kuskil saja krooni ümber.

Aga muidu, kas sa vahetasid raha või oli sul arve peal raha?

Ee, mul oli arve peal ja ma lihtsalt kulutasin kaardiga makstes ta ära. Et mul sellist Eesti krooni klotsi ei olnud kodus. (Naerame.)

Millised tunded olid sul jaanuaris esimest korda eurodega arveldamisel?

Aa kas peavad mingid tunded olema vä? Mul ei tekind mingeid tundeid, sest ma arvasin... millegipärast ma arvasin, et sellest ei tule probleemi. Ee... ma ei uskund, et siin tekib mingisugust teisendamise probleemi. Ma ei teadvustanud ka seda, et mingid valerahad võiksid tulla või olla. Sest siis seda veel algul nagu väga ei kostnud kuskilt ee, nii et mul ei tekind mingeid tundeid. Kõik nii nagu vanasti, ainult väike arvutamine kogu aeg käis.

Mis sulle euroga arveldamise juures meeldib ja mis ei meeldi?

(Mõtleb.) Noh, tegelikult ei taha ju seda metallihunnikut nii palju. Tahaks, et oleks natuke kergem see rahakott ja ausalt öeldes need rahakotid lihtsalt ei pea neid eurosente kinni. Nad on nii... need sendid jooksevad välja. See on nii ebamugav. Puht lihtsalt füüsiliselt on see teeb asja ebamugavaks. Mul on siuke rahakott, et kui siia kõik need eurosendid sisse panna, mingid pisikesed, siis see ei lähegi kinni. See on puhtalt siuke, kuidas öelda oluline. Aga see on tegelikult küllaltki oluline. Äkki tahad rahakotist raha võtta ja terve käekott on raha täis, aga sa ei saa teda kätte.

Siis enne me rääkisime sellest, palju sellest euro tulekust üldse räägitud on. Sina arvasid, et räägiti küll palju, kuid tavainimese seisukohast mitte väga kasulikult. Kui sa nüüd püüaksid ise sõnastada, mida kogu selle eurojutuga taheti üldse inimestele öelda, edasi anda...

Võib-olla ma olen napakas, aga minule tundub, et põhiline oli ikka see eee eurooptimismi sisendamine. Et-et inimesed oleksid rõõmsad, õnnelikud ja rahul ja ei avaldaks eriti nüüd, kus on valimised ka tulemas ja ei avaldaks nagu oma vastumeelsust. Sest ma tean, et noh on peale minu teisigi vastalisi, kes arvasid, et Eesti kroon võiks jääda meil käibivaks rahaks ikkagi. Ja kes ikka südamest täiesti kahetsevad, et Eesti raha ära kadus. Et püüti nagu seda optimisimi kangesti süstida inimestesse.

On veel äkki midagi?

Tea, minu arust ma ikka ei pane mööda. Tegelikult püüti inimestele selgeks teha, et see on teile kohutavalt kasulik. Kuigi valdaval osal inimestest sellest praktilist kasu... ma noh, võib-olla jah teeb mõnedes kohtades asja lihtsamaks, kui lähed mujale, kus on ka euroraha ja nii. Peaks olema lihtsam lihtsalt askeldada, sa ei pea neid vahetama ja mõtlema, et kui palju sa vahetad ja nii edasi. Aga... aga ma arvan, et... see oli lihtsalt kampaania.

Kas sa eurokalkulaatori oled saanud?

Ei ole.

Ei tulnud koju postkasti?

Ei tulnud.

Aga mida sa üldiselt arvad sellest, et kas see on üldse vajalik?

Ma arvan, et see on tegelikult ee päris vajalik nendele, kelle igapäevane töö sisaldab rahaga arveldamist. Nendele on see kindlasti hea. Ja-ja ma arvan, et enamusi inimesi ikkagi tundsid ee, et see teeb elu lihtsamaks. Maaa arvan, et see ei olnud maha visatud raha.

Kas sa selliseid infomaterjale oled näinud?

Eee, ei. Mis asi see üldse on? (Vaatab hologramm-kaarti.)

See on selline kaardike, et kui seda liigutad, siis see näitab eurosid ja palju see summa siis kroonides on.

Jaa, ma pole isegi siukest asja näind. „Tere, euro!“, ei ole, ei seda ma pole ka saand.

Aga kas sa sellist välireklaami oled näinud?

Jaa, kuskil see tüdruk on, naeratav tüdruk. Võib-olla äkki kas Kaubamaja külje peal võis olla või kuskil. Jah, olen küll näinud.

Kas sa mingit tähelepanu ka pöörasid sellele?

Eeei muidugi, kui ma seda nägin, siis ma mõtlesin, et-et... ilus noor naisterahvas kõlbab ükskõik mille reklaamimiseks. Samas muidugi noh... justnimelt ükskõik mille. Olgu tegemist mootroratta, auto, euro, ükskõik millega.

Aga millise mulje see reklaam jätab sulle?

Vaata, see on puhtalt emotsionaalne isiklik... See tüdruk on natukene ee minu kaksikõe moodi ja sellepärast mulle see pilt meeldis, saad aru. Isiklik, isiklik see on alati, minul mängib alati see emotsionaalne foon.

Aga mingi praktiline pool või kasu sellest?

Ei, aga eks see reklaam töötab alateadlikult ju tegelikult. Visuaalne reklaam on täiesti, see on alateadvuse komposteerimine ju. Ee eriti siis, kui sul on, näiteks mina näen, see on tõesti niuke armas neiuke. Hoiab seda eurot käes. Ee ja siis tekib selline tunne, et... aga kui tema on selle üle õnnelik, et võib-olla mina olen napakas, eks. (Naerab.) Et tegelikult võib-olla peaksin mina ka niimoodi naeratama ja umbes sama armas välja nägema selle 20-eurosega. Võib-olla, kui mul oleks 100-eurone, siis ma näeksingi juba peaaegu sama armas välja. (Naerame.)

Kuna sa ise ei ole neid infomarterjale saanud, siis on võib-olla raske öelda, aga kas muidu sellised materjalid on vajalikud. Sirvi neid natukene palun.

Ma ei tea, võib-olla on inimesi, kes siukseid asju loevad. Ma oleks sellest pilgu üle libistand. Ee, ma ei tea noh, oota ma vaatan veel korraks... Tead, on sarnaseid infobülletääne, mida ma absoluutselt mitte kunagi mitte kuskilt ei loe. (Sirvib voldikutja mõtleb pikemalt.) Jaa, ma arvan, et see on kohati päris informatiivne. Vot see, mida mis kujutatakse euro pangatähtedel, see muidugi ei ole nii vajalik. Aga kuidas selle vahetamisega on, näiteks see on, see on muidugi jah informatiivne. Ee ja kurss ee... on ära toodud ja... Ja-ja siis kõik see muu jutt, mis muidugi tõstab optimismi ka. Ee ma arvan, et see, osa sellest kogumikust on muidugi selline optimismi huvides trükitud ja aga osa sellest on ikka sisaldab ka informatsiooni, mida noh... on hea kui ta mustvalgel. Inimesed ju põhimõtteliselt teadsid enam-vähem kõike, võisid seda teada, sest ega siit kui sealt need kursid ja vahetamise ajad ja kõik see oli juba enne ju teada. Aga kui ta on sul kirjas, siis on ta kirjas... On ikka parem.

Aga mis sa arvad, kuhu või kelle poole sa pöördusid, kui sul seoses euroga probleeme tekib?

No ma mõtlen, et pangas on olemas näiteks ee informatsiooni punkt või mingi informaatori neiukene, et läheksin küsiksini temalt. Ja tema võib-olla muidugi suunaks mind edasi mingisuguse halduri või ma ei tea kelle juurde, aga... aga põhimõtteliselt raha-rahandusinimesed peaksid suutma nendele küsimustele vastata, kui mina ei taba ära, ee-et mis värk selle rahaga on või kuidas temaga ringi käia või mitte käia.

Kuivõrd sa üldse tundsid huvi kogu selle eurole üleminekuga seotud info vastu?

Mm... ma arvan, et alla keskmise.

Et pigem nagu ei jälginud seda?

Pigem ei jälginud jah.

Ja ise ka ei otsinud kuskilt lisainfot?

Ei.

Mhmm. Selge. Nii, aga siis ma näitan sulle sellist asja. (Näitan arvutist Ausa hinnastamise logo.) Kas sa sellist asja oled näinud?

Euro hinda ei tõsta. Kuskil ma olen kindlasti näinud seda. Ee selle sisuga reklaami. Ta visuaalselt oli ma arvan natuke teistsugune.

Aga mis selle sisu on, oled sa kursis?

No jah, see selle sisu on täpselt see, mis siin kirjas on, võiks olla üks ju. Et inimesed ärge pabistage, et tuleb euro, aga see selle varjus ei hakka keegi hinda tõstma, et kasutada ära teie segadust.

Kas sa sellega oled kursis, kas sinu tavapärased poed, millest me enne rääkisime, on ka selle kampaaniaga liitunud?

Minu arust meie Konsumi ukse peal või kuskil oli küll midagi mingi taolise sisuga reklaam. Aga ei saa öelda, et ma väga kursis oleks sellega.

Nii, edasi minna, siis milline infoallikas on sinu arvates euro teemadel kõige kasulikum olnud?

Noh, kuna ma ei ole seda eriti koukind ja eriti eh püüdnud seda infot, siis-siis minuni on see niimoodi jõudnud a la ühest kõrvast naabrinaine rääkis. Ja siis ka ühest siit ja sealt raadiosaatest. Ja ma arvan muidugi, et kui oleks suunatud huvi olnud minu poolest, siis telest oleks kindlasti saanud... noh asjast pildi. Ja-ja võib-olla ka netist, kui oleks Google'isse toksind sisse euro ja kursid, ma ei tea... euro ja hinnad. Siis oleks saanud selle kohta ka kindlasti. Ma arvan, et sinna oli pandud vastavaid lehekülgi.

Aga kui sa selle vastu väga suurt huvi ei tundnud, siis kas sa tunnend, et sellest meedias edastatud infost on mingisugust kasu sulle olnud?

Mm-ma praegu hakkam mõtlema, et ma olen vist väga meediavaenulik inimene. Tead, ma arvan, et... et antud juhul mitte. Et ega... Ei, tegelikult küll ää. Ma ju kuulan raadiot. Ma ei kuula teadlikult raadiot, aga hommikuti meil ta seal pläriseb köögis ja-ja tegelikult ma arvan, et seda mida, mis mind huvitab, seda ma sealt sain ee teada. Kuivõrd kogu meedia... aga eks see ongi ju nii mõeldud, et igaüks oma mingitest kanalitest, mida ta vahetevahel kasutab, saab ikkagi selle enda jaoks hädavajaliku teabe. Ma arvan, et... et ikka on kasu jah.

Aga kui stabiilseks valuutaks sa üldse pead eurot?

Noh, siit tuleb välja kogu minu optimism või pessimism. Ee nii palju, kui mina aru saan, see Euroopa Liit on väga kehvast majanduslikus seisus ja ee varem või hiljem ta laguneb laiali. Ja ma arvan, et see euro... sellisel kujul ei ole väga, väga kindel asi.

Sa arvad siis, et euro võib üldse ära kaduda?

Jaa. See ei juhtu nii võib-olla kõige lähemal ajal, aga-aga pikkamööda see asi võib jõuda sinnakanti küll.

Aga küsiks siis sellist asja ka, et millise mulje euro sulle välimuselt jätab?

Ee... (Otsib enne vaadatud voldikust euro rahatähed üles.) Ee see 20-eurone, seda ma olen vaadand, see nende ee ajalooliste kiriku akendega või-või mis nad siin iganes on. See on minu arust küllaltki ilus. Ülejäänud rahad on minu arust küllaltki kahvatud. Üldse ma ei saa aru, nad on küllaltki kahvatud. Välja jättes numbrid... meeldis mulle Eesti raha rohkem. Muidugi, mis südamelähedane, see meeldib rohkem. See on ju nii. Et ee... ma ei pea teda eriti visuaalselt eriti kauniks rahaks.

Nii, vaatame siis lõpetuseks paari reklaami ka ja siis olekski kõik.

(Küsimused pärast reklaami „Euroopa ühisraha euro“.)

Mis sa arvad sellest?

Ei no muidugi, siin oli peal see minu lemmik tüdruk ja-ja siis oli peal see lemmik Euroopa raha, see kiriku aken eks ju. Ee kokkuvõttes, see on väga esteetiline reklaam, hästi kena on. Siin nagu niukest esteetiliselt prügi üldse ei ole, et reklaamina on ta üsna hea.

Et pigem jätab positiivse mulje?

Jaa, jaa. See on väga mõjukas reklaam.

Aga mingis info mõttes?

Ei, ei. Jaa, ilu värk. See on inimeste alateadvusse vajutamiseks ikka. Need ee, kõik need niuksed ee visuaalsed asjad on, mõjuvad alateadvusse väga tugevalt tegelikult.

(Küsimused pärast reklaami „EuroUudised“.)

Kas sa sellist asja oled näinud?

Mina ei ole, mina ei ole mitte ühtegi näinud.

Mis mulje see sulle jättis?

No ee, see on muidugi... Kuna see tundub nii asjalik ja informatiivne, siis see juba süstib inimestesse siukest turvatunnet, et kõik on väga hästi ja konkreetselt käib asi nii ja nii. Ja teie ei kannata üleüldse. Eet ma arvan, et see on hästi tehtud... No ja see on praktiline ka, kui inimesed teavad, kuidas käituda ja kui palju neil selleks aega on. Ja kui palju nad saavad või kui palju nad annavad. Et see on täiesti informatiivne.

Seda esimest polnud ka näinud?

Ei, ei olnud. Ma olin näinud ainult pilti sellest tüdrukust. Sellise liikuva klipina küll ei olnud näinud.

(Küsimus pärast reklaami „Katsu“.)

Aga mis mulje see jätab?

Eem vaata siin juba killuke informatsiooni oli jälle. See oli selline, kuidas öelda, ee varjatud soovitus raha ee katsumiseks. Et sa tunneksid ta ära ja see antud olukorras tundub, et see on väga vajalik. Kui kuuled, et noh õõ ajalehest lõigatud või ma ei tea, kust nad lõikasid neid suveniirkupüüre. Et tõenäoliselt neid katsudes oleks aru saanud, et see ei ole ehe, aga neid ei osatud katsuda. Et ee see on, muidugi seda reklaami vaadates tekib küsimus, kas see on nüüd selline emotsionaalne reklaam või informatiivne reklaam või see siuke lihtsalt silmaringireklaam... Mm... sellise, jah sellisena on ta võib-olla isegi kõige parem, sest ega see viimasel reklaamil seda kampaania hõngu, jõulist kampaania hõngu on nagu vähem. Kuna seal on ikkagi see rahva jaoks siuke praktiline iva niimoodi parajalt maitsvalt ära peidetud. Et vist ikkagi praktiline pool on sellel.

Tahaksid sa lõpetuseks veel midagi lisada või täpsustada?

Ma ei tea, mis mul siin ikka lisada on. Meie arvamustest.. aga ega eriti meie arvamused midagi ei loe. Ja ega me ei näe ju majanduse tervikpilti ja me ei oska seda kõike niimoodi analüüsida.

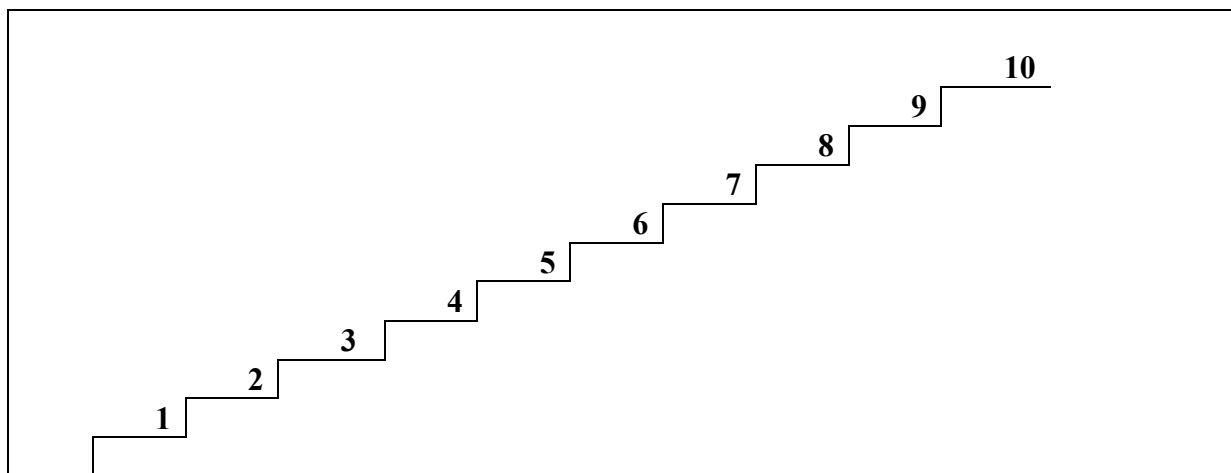
Aga igal juhul suured tänud sulle selle vestluse ja abi eest.

Taustaküsimused

Milline järgnevatest kirjeldustest vastab Teie praegustele majanduslikele võimalustele?

- Elan hästi praeguse sissetuleku juures
- Saan hakkama praeguse sissetuleku juures
- Praeguse sissetuleku juures on üsna raske hakkama saada
- Praeguse sissetuleku juures on väga raske hakkama saada
- Ei oska öelda

Inimesed asuvad oma materiaalsete võimaluste poolest ühiskonnas erinevates kihtides. Tinglikult saab seda kujutleda trepina, millel võib liikuda nii üles, päris tippu kui alla, päris põhja. Trepil ülemine, kümnes aste kujutab ühiskonna kõige rikkamaid, suurepäraste materiaalsete võimalustega inimesi. Esimesel astmel on aga kõige vaesemad, väga minimaalsete materiaalsete võimalustega inimesed.



Palun määratle oma sisetunde järgi, kus asus Teie (pere) kaks-kolm aastat tagasi?

_____ 4 _____ astmel

Kus asute praegu?

_____ 3 _____ astmel