

Tallinna veebikanalite kasutatavuse uuring

Tallinna Linnakantselei

November-detsember 2015

SISUKORD

UURINGU TAUST	3
KOKKUVÕTE	5
1. TALLINNA VEEBILEHT	9
1.1. Veebilehe külastussagedus	9
1.2. Veebilehelt otsitav info	10
1.3. Otsitud info leidmine	15
1.4. Info otsimise viis.....	20
2. M.TALLINN.EE	22
2.1. Keskkonna kasutamine	22
2.2. Tallinna uudiste nutirakenduse huvipakkuvus	24
2.3. Ühistranspordi mobiilirakenduste kasutatavus.....	25
3. VABADUSE VÄLJAKU EKRAAN	27
4. VABA AJA VEETMISE INFO VEEBIKANALITEST	29
5. SOTSIAALMEEDIA KASUTAMINE	31
5.1. Üldine kasutamine	31
5.2. Videomaterjali vaatamine facebookis.....	32
5.3. Soovitav info Tallinna kohta sotsiaalmeediast.....	33
6. KUI TALLINNAL OLEKS OMA KONTO FACEBOOKIS	35
6.1. Facebooki postituste iseloomu eelistused	35
6.2. Huvi suhelda ametnikega sotsiaalmeedia vahendusel ja valmidus saada e-postiga uudiskirju	39
7. OSALUSDEMOKRAATIA	41

UURINGU TAUST

Tellija. Tallinna Linnakantselei

Läbiviija. OÜ Faktum & Ariko

Uuringu ülesanne. Selgitada tallinlaste veebikasutuse harjumused ja eelistused seoses Tallinna linna poolt pakutava veebiinfo ja temaatikaga ning võrrelda tulemusi seal kus võimalik 2013 ja 2014 aasta uuringute analoogsete küsimustega.

Küsitluse läbiviimise aeg. November 2015

Valim. Küsitleti 500 tallinlast, kes kasutab internetti vastavalt nende sotsiaaldemograafilistele proportsioonidele vanusevahemikus 15-74 aastat.

NB! 2013 ja 2014 aasta uuringud, mille tulemusi võrreldakse korduvates küsimustes selle aasta tulemustega, viidi läbi valimitega N=1500 ning valimid kujundati kogu Tallinna elanikkonna proportsioone arvestades, mitte vaid interneti kasutajate seas. Võrdluseks olgu toodud, et 2014 aasta valimis oli interneti kasutajaid 83%.

Küsitlusmeetod. Küsitlus viidi läbi veebiküsitluse meetodil. Valimi väljavõtte tegemiseks kasutati üleriigilist uuringuteks eelvärvatud elanikkonna paneeli (sisaldab kokku ca 25 000 liiget). Selles paneelist teostati tallinlaste valimi väljavõtte vastavalt soo, vanuse ja suhtluskeele tunnustele. Linnaosa tunnus kujunes juhuslikult.

NB! 2013 ja 2014 aasta uuringud, mille tulemusi võrreldakse korduvates küsimustes selle aasta tulemustega, viidi läbi vahetu suulise intervjuu meetodil kodudes.

Sellest tulenevalt erines ka veebilehtede ja rakenduste visuaalne demonstratsioon küsitluse käigus. Sel aastal olid need vastajal küsimustiku sees arvutiekraanil, eelmistes uuringutes aga paberile prinditult, mida siis küsitleja vastava küsimuse juures näitas.

Valimite ja küsitlusmeetodi erinevuste iseloom. Ülaltoodust tulenevalt on nimetatud kolme uuringu puhul tegu järgmiste metodoloogiliste erinevustega.

- Kuigi 2013 ja 2014 uuringute valimid olid suuremad, kujundati käesoleva uuringu valimi sotsiaaldemograafiline proportsioon sarnaseks.
- Kui vahetu suulise intervjuu korral (2013 ja 2014) on küsimuste esitajaks ja vastuste märkijaks küsitleja, ehk intervjuu on suuline, siis veebiküsitluse puhul on küsimuse lugejaks ja vastuse märkijaks küsitletav ise. Sama kehtib ka veebirakenduste piltide kuvamise kohta küsitluse käigus. Siit tuleneb, et veebiküsitluses vastaja vastamiskeskkond on privaatne, ta saab ise otsustada kui palju ta küsimustesse ja vastusvariantidesse süveneb, vastamine ei ole mõjutatud küsitlejate käitumisest ja eripäradest, vastamise aeg ei ole piiratud jms.

Valimi ja küsitlusmeetodi muutusest tingitud tulemuste võimalik erinevus. F&A kogemuse põhjal analoogsete uuringute läbiviimisel erinevate meetoditega, võime tulemuste võimalike erinevuste kohta öelda järgmist.

- Küsimustes, kus tuleb hinnata vaadeldavate toodete või teenuste kvaliteeti, kalduvad veebiküsitluste tulemused olema mõnevõrra kriitilisemad (privaatne vastamine ja järelemõtlemise võimalus)
- Multiküsimustes, kus tuleb vastata etteantud loetelule erinevate teenuste/toodete/võimaluste jne (potentsiaalsest) kasutatavusest, kalduvad veebiküsitlused andma enam „jah“ vastuseid (enam aega loeteluga tutvuda ja variandid läbi kaaluda)
- Hoiakuküsimustes, mille vastustes sisaldub ka „raske öelda“ variant, kasutatakse veebiküsitlustes „raske öelda“ varianti vähem, ehk määratud hoiakuid väljendavaid vastuseid on enam.

Kõiki neid võimalikke mõjusid on märgata ka käesoleva uuringu materjalides, kus võrreldakse tulemusi 2013 ja 2014 aasta uuringute tulemustega. Juhul kui meetoodika muutuse mõju on ilmne, kommenteeritakse seda vastavalt vaadeldavate tulemuste juures.

NB! Neis küsimustes, kus võrreldakse vastuseid kogu valimi baasil, on 2013 ja 2014 aasta uuringu valimist võetud vaid interneti kasutajad (2014 näiteks 83% kogu valimist), mitte kogu valim, kuna käesoleva uuringu koguvalim moodustus vaid interneti kasutajaist. Edasisi alamküsimusi võrreldakse juba samal alusel vastavalt juhenditele ja suunamistele.

Valimi struktuur

		Arv	%
Üldjaotus		500	100%
Sugu	Mees	233	47%
	Naine	267	53%
Vanus	15-29	122	24%
	30-39	99	20%
	40-49	102	20%
	50-59	79	16%
	60-69	83	17%
	70+	15	3%
Rahvus	Eestlane	265	53%
	Venelane+muu	235	47%
Linnaosa	Pirita	22	4%
	Lasnamäe	140	28%
	Kesklinn	59	12%
	Kristiine	39	8%
	Põhja-Tallinn	64	13%
	Nõmme	46	9%
	Mustamäe	78	16%
	Haabersti	52	10%

Võrreldes 2014 aasta uuringuga on kogu valimi proportsioonid enamikes toodud tunnustes praktiliselt identsed. Erandiks on vaid vanim (70+) rühm, mida 2014 oli enam. Arvestades, aga seda, et kogu valimi vastuste võrdlus võrreldavates küsimustes teostati vaid interneti kasutajate seas ning viimaseid on 70+ vanuserühmas vähem, ehk sellest rühmast langes võrdlustes enam vastajaid välja, ei ole sel erinevusel üldtulemuste võrdlusele olulist mõju.

Tulemuste esitus

Materjalis esitatakse tulemused peamiselt järgmistes rühmades.

- 2015 kogu valim
- 2015 võrdlus kogu valimi põhjal 2014 ja 2103 aasta uuringuga seal, kus see võimalik
- 2015 (ja võimalusel ka eelmised uuringud) tulemused soo, vanuse ja rahvuse rühmade lõikes. Vanuserühmad üldistati seejuures kolmeks – 15-29, 30-49 ja 50+

Kuigi valimi taustandmed on olemas ka muudes tunnustes (linnaosa, sissetulek, haridus jms), ei kasutata neid siinkohal analüüsideks, kuna enamik neist ei oma enamikes küsimustes sisulist tähendust. Mõnedes küsimustes võib neil siiski tähendus olla, mistõttu esitatakse tellijale lisaks käesolevale aruandele ka uuringu algandmete fail ning tabeltöötlused kõigi tausttunnuste lõikes.

Suure osa küsimuste esitamisel kuvati vastajale vastava veebilehe või rakenduse pilt. Need on näha küsimustikus, mida käesolevale aruandele ei ole lisatud

KOKKUVÕTE

Tallinna veebilehe külastussagedus

- Viimase 12 kuu jooksul on Tallinna veebilehte külastanud 82% küsitletutest, ehk interneti kasutajast. Võrreldavas 2013 aasta uuringus oli see 45% ja 2014 aasta uuringus 72% interneti kasutajast.
- Kui külastajate osa on seekordses uuringus suurem, siis külastussagedus ei ole märkimisväärselt kasvanud. Vastuste osa vähemalt „kord paari kuu tagant“ või sagedamini oli 2013 36%, 2014 54% ja seekord 50%.
- Oluliselt on seekord suurem „harvem“ vastuste osa, mis 2014 oli 18%, seekord aga 32%. Kuna „harvem“ vastus on üsna ebatäpne ja välistada ei saa võimalust, et selles sisaldub ka vastuseid, mis võivad väljuda viimase 12 kuu ajamääratlusest, on meie hinnangul Tallinna veebilehe külastatavus jäänud võrreldes 2014 aasta uuringuga ligilähedaselt endiseks.

Tallinna veebilehelt otsitav info

- Tallinna veebilehelt enam otsitava info iseloom ja struktuur on lahtiste vastuste põhjal jäänud võrreldes 2014 aasta uuringuga valdavalt endiseks. Selleks on peamiselt transpordialane info (44% külastanutest) ja kultuur-huviringid-turismiinfo-meelelahutus
- Varasemast mõnevõrra enam on otsitud asutuste ja teenuste infot, parkimise ning sotsiaalse infot. Uue positsioonina lisandus Tallinna uudised, mida on otsinud 11% veebilehe külastajast.
- Vaadates vastuseid etteantud loetelu põhjal, on ülekaalus 4 teemat – ühistranspordi info (otsinud 78%), linna asutuste vastuvõtuajad ja kontaktinfo (58%), linna kaart ja aadressid (57%) ning kultuur-sport-meelelahutus (54%). Seejuures on kahes esimeses kasv märkimisväärne, kahes järgmises mõõdukas.

Otsitud info leidmine Tallinna veebilehelt

- 2015 ja 2014 aasta tulemused on oma iseloomult ligilähedaselt sarnased (kõikumised kummaski suunas ei ole põhimõttelist laadi).
- Probleemaolisem näib olevat kahe valdkonna info leidmine – teave keskkonnaseisundi kohta ja linna ametnike ametijuhendid ja sellega seonduv. Suhteliselt madal on info leitavus samuti uuringute ja statistika valdkonnas ning linna määruste ja õigusaktide valdkonnas. Kõigi neis langes info leitavuse hinnang ka võrreldes eelmiste uuringute tulemustega.
- Veerand veebilehe külastajast hindab, et mõne huvipakkuva teema kohta on veebilehelt raske infot leida või on selle kohta liiga vähe infot. Selliselt vastajaid on kaks ja pool korda enam kui kahes esimeses uuringus. Võimalik, et tegu on veebilehe muutustest tingitud harjumusega, üldisest nõudlikumast suhtumisest, ning võimalik on ka uuringu meetoodika mõju (veebiküsitlustes levinum kriitilisem hoiak hinnanguküsimustes). Muutus on samasuunaline ja sama tugev nii soo, rahvuse kui vanuse rühmades.
- Täpsustusena, millist infot on raske leida, märgitakse teemadest enam kultuurisündmusi ja üritusi, kuid üldine etteheide puudutab nimelt veebilehe kehva ja ebaloogilist ülesehitust.

Info otsimise viis Tallinna veebilehelt

- Info otsimine toimub kas menüü alt (36% vähemalt kord kuus veebilehte külastanutest) või kasutatakse menüüd ja märksõna järgi otsingut võrdsest (40%). Enamasti märksõna abil otsijaid on vähe (9%) ning nende osa on võrreldes 2014 uuringuga vähenenud.
- Tuleb arvestada, et mõlema meetodi võrdne kasutamine vastajate hinnanguis ei pruugi olla täpne. Kuna menüü abil otsijate ja mõlema meetodi paralleelkasutajate osa ei ole märkimisväärselt muutunud, siis võiks järeldada, et menüü selgus ja haaratavus on endiselt olulised veebilehe lihtsa kasutamise tingimuseks.

M.tallinn.ee keskkonna kasutamine

- Nutitelefonil ja tahvelarvuti jaoks loodud veebilehte m.tallinn.ee on viimase 12 kuu jooksul kasutanud enda hinnangul 16% küsitletuist. Kasv võrreldes varasemaga on mõõdukas, kuid stabiilne (2013 8%, 2014 13% interneti kasutajatest). Stabiilne kasv on näha nii, soo, vanuse kui rahvuse rühmades.
- Nimetatud lehelt otsitakse valdavalt ühistranspordi sõiduplaane ja marsruute, muid teemasid vähe ning see ei ole võrreldes 2014 aastaga muutunud.
- Ka selle keskkonna puhul ilmneb, et aktiivsemad kasutajad ei leia vajalikku infot sagedamini kui eelmistel aastatel (seekord 15%, 2014 uuringus 5% ja 2013 11%). Seega on tegu sama tendentsiga, mis tavapärase veebilehe puhul, et info leitavuse hinnang on muutunud kriitilisemaks.

Tallinna uudiste nutirakenduse huvipakkuvus

- 56% m-veebilehte kasutavatest, kasutaks Tallinna uudiste veebirakendus kas kindlasti või pigem kasutaks. 2014 oli vastav näitaja 58% ja 2013 69%. Samas on kasvanud nende vastajate osa, kes kindlasti kasutaks ja kahanenud nende osa, kes pigem kasutaks. Muutus ilmestab läbivalt kõiki peamisi vastajarühmi.
- Tendentsi hindamisel tuleks arvestada, et niikaua kui toode/lahendus on päris võõras, on ka potentsiaalne huvi abstraktsem/positiivsem. Seega ei ole üldise huvi mõningane taandumine üllatav ning olulisem on kindla huvi suurenemine.

Ühistranspordi mobiilirakenduste kasutatavus

- Lisaks m.tallinn.ee nutirakendusele küsiti uuringus eraldi ühistranspordi erinevate mobiilirakenduste kasutatavust.
- Enam on kasutatud Tallinn Transport Timetables rakendust – 38% kogu valimist.
- m.soiduplaan.tallinn.ee rakendust on kasutanud 34% küsitletud valimist. Ülejäänud nimekirjas olnud rakendusi, on kasutatud selgelt vähem (10%-16% valimist)
- Valdav enamus m.soiduplaan.tallinn.ee ja Tallinn Transporti Widget'i kasutajatest on saanud infoga rahule jäänud.
- Ka mõlema rakenduse kasutusmugavus on kokkuvõttes hea, kuid siin on Tallinn Transport Widget kasutajate hinnang mõnevõrra parem – väga rahul 33%, m.soiduplaan.tallinn.ee kasutajail 23%. Rahulolematuid on aga mõlemas rühmas võrdsest (12%)
- Mitterahulolu põhjustest tuuakse välja järgmised – ebaloogiline struktureering, aeglane laadimine ja kokkujooksmine, ei ole mugav mobiilile ja väikesele ekraanile, ebatäpne informatsioon.

Vabaduse Väljaku ekraan

- Vabaduse väljaku ekraanil näidatavat on viimase 12 kuu jooksul märganud enda hinnangul 22% küsitletud valimist. Seda on vähem kui 2013 (35%) ja 2014 (43%) uuringus, kuid neil aastatel ei küsitud mitte viimase 12 kuu kohta, vaid „kunagi märganud“. Vähenemine on toimunud ligikaudselt samal määral kõigis vastajarühmades.
- Need, kes ekraanil midagi on märganud, nimetavad peamiselt ilmateadet ja reklaame. Võrreldes 2014 aasta uuringuga on ilmateate märkimine sagenenud, reklaamide märkimine veidi vähenenud. Uute teemadena on aga lisandunud uudised ning elanike arv erinevates linnaosades. Selgelt vähenenud on kultuuriuudiste ning spordiuudiste nimetamine, kuid nende osa polnud ka varem kõrge.

Vaba aja veetmise info veebikanalitest

- Vaba aja veetmise infot on enim otsitud piletilevi.ee kanalist (märgib 65%) ja Facebookist (48%). Kolmandal kohal on kuhuminna.tallinn.ee (33%)
- Ka saadud on neist kanaleist infot kõige enam – vastavalt 38%, 22% ja 11%. Kui piletilevi.ee ja kuhuminna.tallinn.ee osas ei ole vastajarühmade lõikes suurt erinevust, siis Facebook on infoallikana tunduvalt olulisem nooremale rühmale ning mõnevõrra olulisem naistele kui meestele.

Sotsiaalmeedia üldine kasutamine

- Mõnda sotsiaalmeedia kanalit või rakendust kasutab igapäevaselt 64% küsitletud valimist. 2013 aastal oli vastav näitaja 57%, 2014 aastal 83% interneti kasutajast. Siin on tegu suure kõikumisega, millele on sisulist põhjendust raske leida. Vähenemine võrreldes 2014 aasta uuringu andmetega on läbiv kõigis vastajarühmades, mistõttu meile näib, et võrdlus on kohasem pigem 2013 aastaga, ning 2014 oli tegu teatava anomaaliaga. See anomaalia võib tuleneda sellest, et Google arvestati möödunud korral tervikuna sotsiaalmeediaks (+ lisandi tähendust ei selgitatud), nüüd aga Google+ koos vastava selgitusega (vt järgmine lõik)
- Sotsiaalmeedia kanaleist kasutatakse selgelt enam Facebooki (87%), seejärel You Tube'i (46%). Kui Facebooki osakaal on võrreldes eelmiste aastatega veidi suurenenud, siis You Tube'i osa on veidi langenud. Varasemast selgelt vähem märgitakse Google+, kuid siin on ilmselt tegu sel aastal sulgudes lisatud selgituse (Google sotsiaalmeedia rakendus) mõjuga. Kuna varem seda selgitust polnud peeti vastamisel tõenäoliselt silmas Googlit tervikuna. Mõnevõrra on kasvanud ka Instagrammi kasutus.

Videomaterjali vaatamine facebookis

- Facebooki regulaarsetest kasutajatest kulutab 59% videomaterjali vaatamisele 0-10% Facebookis veedetud ajast. Kuna etteantud vahemik sisaldab ka 0%, siis pole teada, kui suure osa moodustava videomaterjali üldse mitte vaatavad. 30% kasutajast kulutab videomaterjali vaatamisele 11-30% facebookis veedetud ajast.
- Märkimisväärne on, et ei soo, vanuse, ega rahvuse lõikes ole suuri erinevusi.

Soovitav info Tallinna kohta sotsiaalmeediast

- Enamiku nimekirjas olnud Tallinna teemade kohta soovitakse saada infot ka sotsiaalmeediast (50-70% sotsiaalmeedia kasutajast). Vaid heakorra ja hariduse teemad pakuvad vähem huvi.
- Selle küsimuse tulemused on selgelt erinevad varasemate uuringute tulemustest peamiselt meetodilistel põhjustel – seekord nimetati kõiki teemasid enam kui varem, kuid sisult ei ole vastuste struktuur oluliselt erinev.
- **Vaba aja veetmise** võimaluste kohta oodatakse infot enam kahes teemas – kontserdid ning messid ja laadad. Üldiselt on huvipakkuvad ka muud nimekirjas olnud teemad.

- **Pooled küsitlute test oleks valmis saama e-postiga uudiskirja järgmise kuu sündmustest.** Keskmisest kõrgem on selline valmisolek keskmises vanuserühmas ja venekeelse elanikkonna seas.
- **Huvi suhelda ametnikega sotsiaalmeedia vahendusel on suhteliselt kõrge** – kui selline võimalus oleks, kasutaks 20% küsitlute seda võimalust kindlasti ja 39% pigem kasutaks. Need tulemused on kõrgemad kui 2013 ja 2014 aastal.
- Vastust oodataks neil juhtudel ametnikult sama päeva jooksul (20% mõne tunni jooksul + 50% sama päeva jooksul).

Kui linnal oleks Facebooki konto

- Juhul kui Tallinna linnal oleks oma konto Facebookis, peaksid postitused olema ülekaalukalt **informatiivsed** (63% asetab informatiivsuse esimeseks, 24% teiseks), seejärel **harivad** (17% asetab esimeseks ja 15% teiseks). Need tulemused on peamiste vastajarühmade lõikes sarnased. Postituste ülejäänud karakteristikud on tunduvalt vähemtähtsad.

Osalusdemokraatia

- **44% valimist väidab, et on kuulnud veebipõhistest kaasamisportaalidest** („Täna otsustan mina“, „Osalusveeb“, „Petitsioon“. Seejuures tunduvalt vähem venekeelne elanikkond (29%). Pooled küsitlute, kes on neist portaalidest kuulnud, on mõnda ka külastanud, noored keskmisest veidi enam.
- **Veebipõhiste kaasamisportaalide kaudu riigi või kohalike omavalitsuste otsustes kaasarääkimine** pakub 9%-le küsitlute väga suurt huvi ning 39%-le küllaltki suurt huvi. Erinevate vastajarühmade vastuste profiil on lähedane.
- **Tallinna linna õigusakte on veebis lugenud 28% küsitlute.** Keskmisest veidi enam noorem vanuserühm, ülejäänud vastajarühmad ligilähedaselt samal määral.
- Kui Tallinna õigusakte on loetud, siis enamasti Riigi teataja veebilehel (73% lugenuist). Tallinna õigusaktide registrist on lugenud 38%.
- **Tallinna Volikogu õigusaktide menetlemise infosüsteemi on külastanud 5% küsitlute.** AKTAL-is näidatav info pakub väga suurt huvi 2%-le küsitlute ning küllaltki suurte huvi 21%-le. Viimane ei tähenda, nagu näeme, et see huvi realiseeruks reaalseks infosüsteemi külastamiseks.
- **Tallinna Volikogu otseülekandeid on veebi teel kunagi jälginud 7% küsitlute valimist** ning erinevusi vastajarühmade vahel praktiliselt ei ole.
- Vabaduse väljaku ekraani vahendusel on neid ülekandeid juhtunud nägema 3% küsitlute valimist ning Tallinna linnavolikogu maja fuajees 1%.

1. TALLINNA VEEBILEHT

1.1. Veebilehe külastussagedus

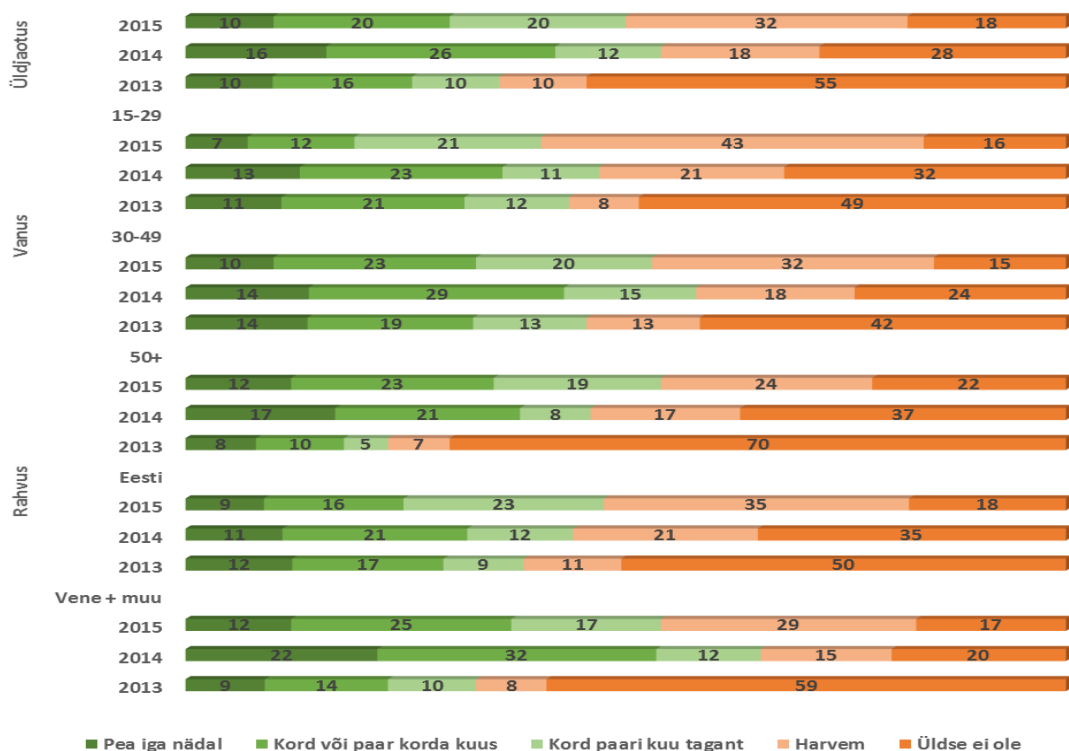
Viimase 12 kuu jooksul on Tallinna veebilehte külastanud 82% küsitletutest. Võrreldavas 2013 aasta uuringus oli see 46% ja 2014 aasta uuringus 72% interneti kasutajaist.

Kui külastajate osa on seekordses uuringus suurem, siis külastussagedus ei ole märkimisväärselt kasvanud. Vastuste osa vähemalt „kord paari kuu tagant“ või sagedamini oli 2013 36%, 2014 54% ja seekord 50%. Ka väga sageli külastamise osa (vähemalt korra kuus) on madalam kui 2014 aastal ning sarnaneb pigem 2013 aasta tulemusele.

Oluliselt on seekord suurem „harvem“ vastuste osa, mis 2014 oli 18%, seekord aga 32%. Tuleb tunnistada, et „harvem“ vastus võib olla üsna ebatäpne ja välistada ei saa võimalust, et selles sisaldub kuigipalju ka vastuseid, mis võivad väljuda viimase 12 kuu ajamääratlusest. Seetõttu on meie hinnangul Tallinna veebilehe külastatavus jäänud võrreldes 2014 aasta uuringuga ligilähedaselt endiseks ning isegi kui mõningane kasv on, siis pigem harvade külastajate osas.

Vanuse lõikes ilmneb, et veebilehe külastussagedus on veidi langenud nooremas ja keskmises vanusegrupis, kuid kasvanud vanemas rühmas.

Kui sageli Te olete viimase 12 kuu jooksul külastanud Tallinna veebilehte (tallinn.ee)?
(N = 500, kõik vastajad)



1.2. Veebilehelt otsitav info

Tallinna veebilehelt enam otsitava info iseloom ja struktuur on lahtiste vastuste põhjal jäänud võrreldes 2014 aasta uuringuga valdavalt endiseks. Selleks on peamiselt transpordialane info (44% külastanutest) ja kultuur-huviringid-turismiinfo-meelelahutus (vt diagramm lk 12).

Varasemast mõnevõrra enam on otsitud asutuste ja teenuste infot, parkimise ning sotsiaalabi infot. Uue positsioonina kodeeriti lahtiste vastuste rühmaks Tallinna uudised, mida on otsinud 11% veebilehe külastajaist.

Vaadates aga vastuseid etteantud rubriikide loetelu põhjal, on ülekaalus 4 teemat – ühistranspordi info (otsinud 78%), linna asutuste vastuvõtuajad ja kontaktinfo (58%), linna kaart ja aadressid (57%) ning kultuur-sport-meelelahutus (54%). Seejuures on kahes esimeses kasv märkimisväärne, kahes järgmises mõõdukas.

Kasvanud on ka paljude teiste teemade otsing, mis kokkuvõttes tähendab, et kogu loetelule anti vastuseid varasemast enam, mis omakord võib olla tingitud veebiküsitluse meetodist, ehk vastajate valmidus ja võimalus märkida erinevaid teemasid oli kõrgem.

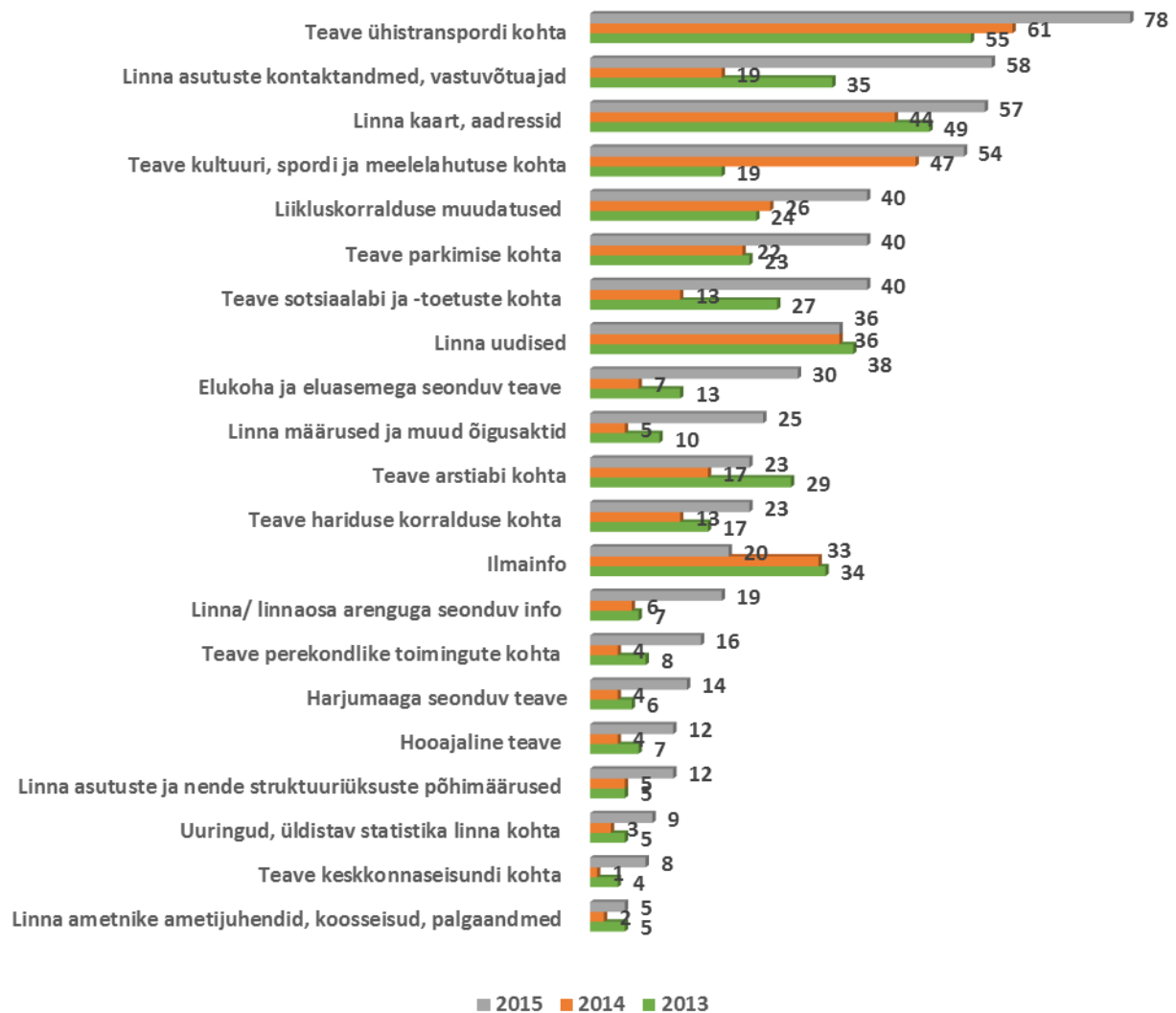
Ainsad teemad, mille otsimises kasvu ei olnud, olid linna uudised ning ilmainfo.

Kuna kirjeldatud muutuseid ei saa üheselt tõlgendada, siis siinkohal me lähemalt ei kommenteeri muutusi vastajate soo, rahvuse ja vanuse lõikes (vt diagrammid lk 13-16). Need võivad olla reaalsed, kuid võivad olla ka mõjutatud külastajate vastuste struktuurist (väga palju väga harva külastajaid) ning juba mainitud metoodilistest aspektidest.

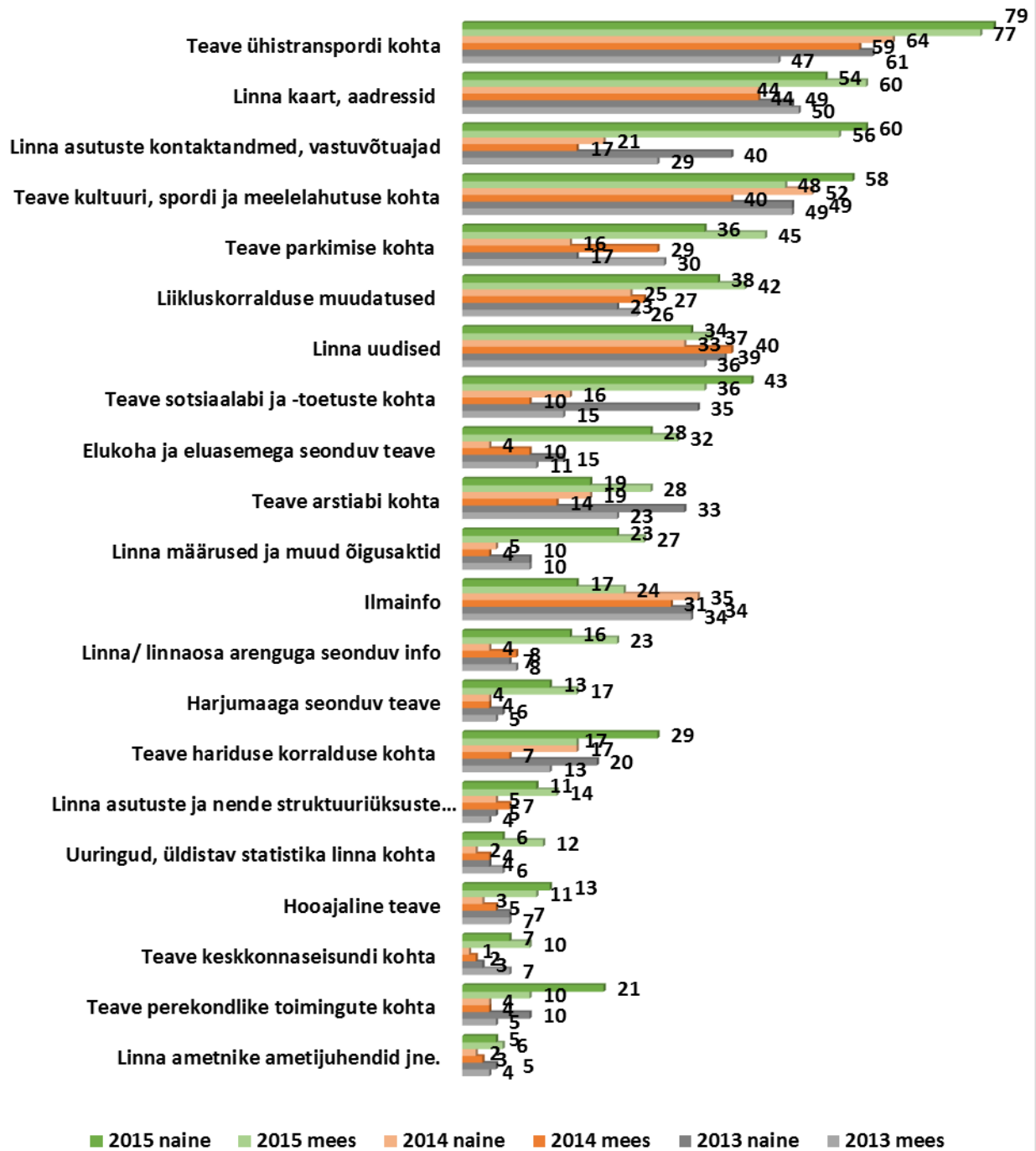
Millist infot Te Tallinna veebilehelt kõige sagedamini otsite?
(N= 411; need, kes on viimase 12 kuu jooksul külastanud Tallinna veebilehte)



Millist infot Te olete Tallinna veebileht otsinud?
(N = 411; need, kes on viimase 12 kuu jooksul külastanud veebilehte)

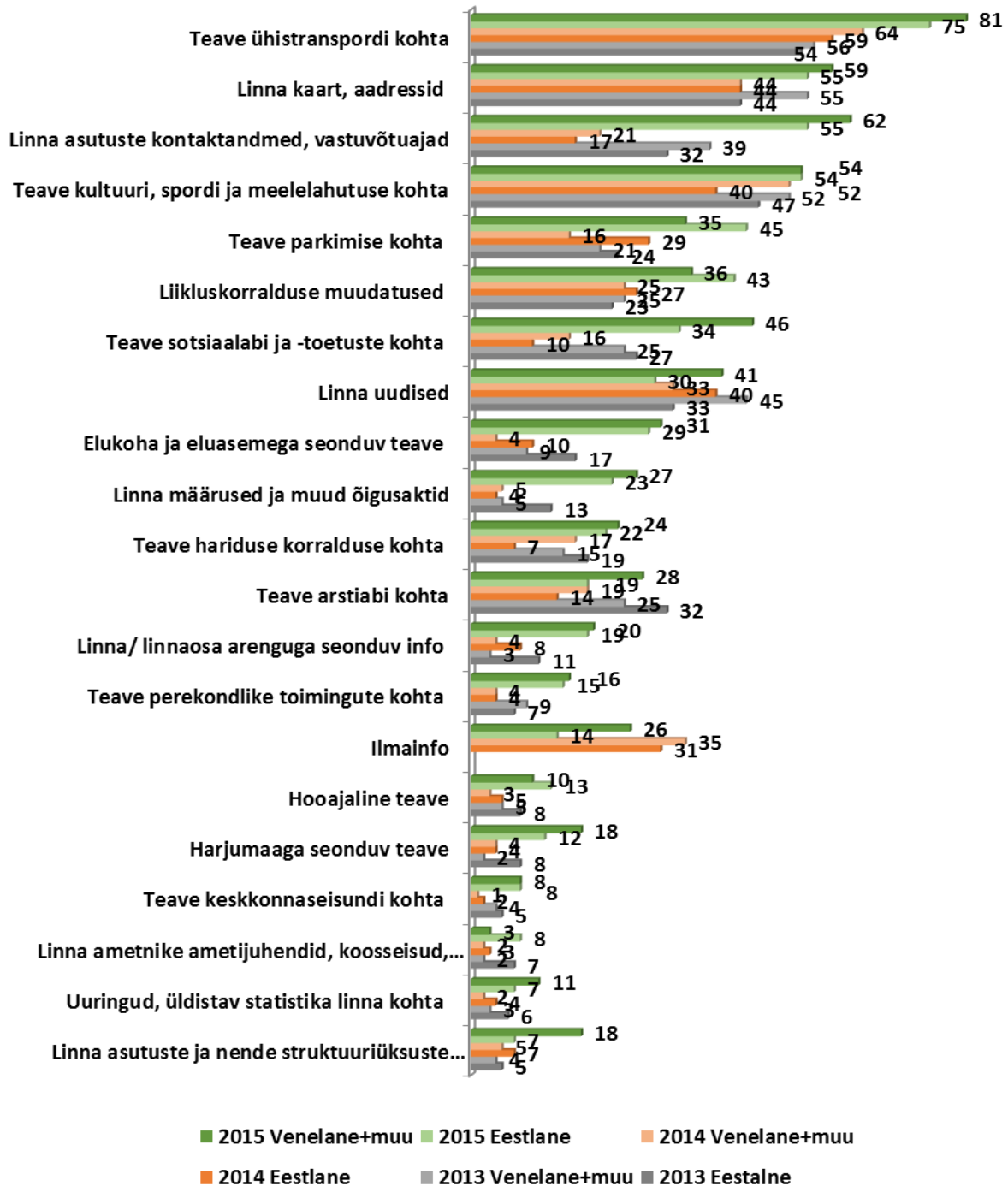


Millist infot Te olete Tallinna veebilehelt otsinud? (N= 411; need, kes on viimase 12 kuu jooksul külastanud veebilehte)



Millist infot Te olete Tallinna veebilehelt otsinud?

(N = 411; need, kes on viimase 12 jooksul külastanud veebilehte)



1.3. Otsitud info leidmine

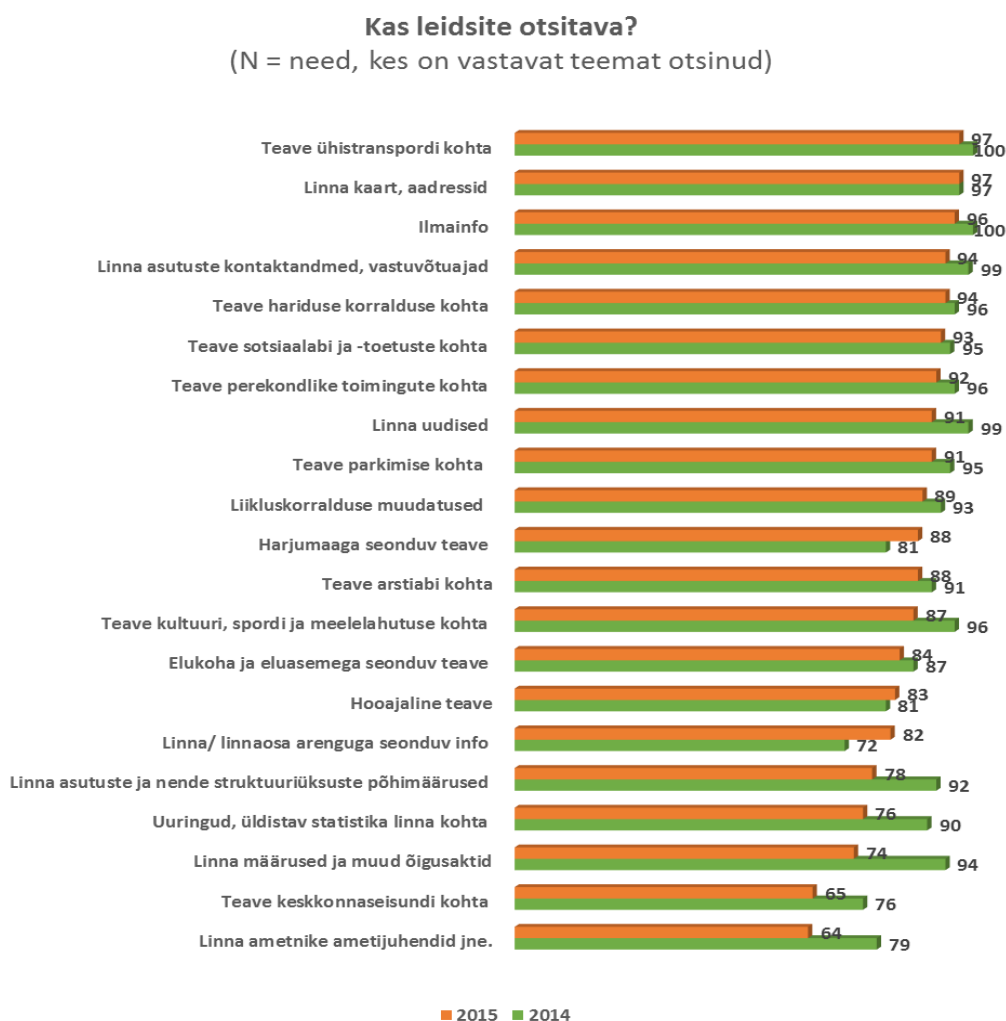
Järgneval diagrammil esitatakse võrdlus 2014 aasta uuringuga.

2015 ja 2014 aasta tulemused on aga oma iseloomult ligilähedaselt sarnased (kõikumised kummaski suunas ei ole põhimõttelist laadi).

Samas on soovitatav arvestada asjaolu, et küsimus ise on ebatäpse vastamise võimalustega peamiselt kolmel põhjusel – a) pole teada, millist külastust vastamisel silmas peeti (neid võis olla mitu); b) info leidmise hinnang külastuste kohta, mis toimusid mitmeid nädalaid või kuid tagasi, ei saa olla täpne; c) ebaselge on leidmise mõiste, ehk kas leiti kohe, mõistliku aja jooksul, või leiti lõpuks pärast pikka otsingut.

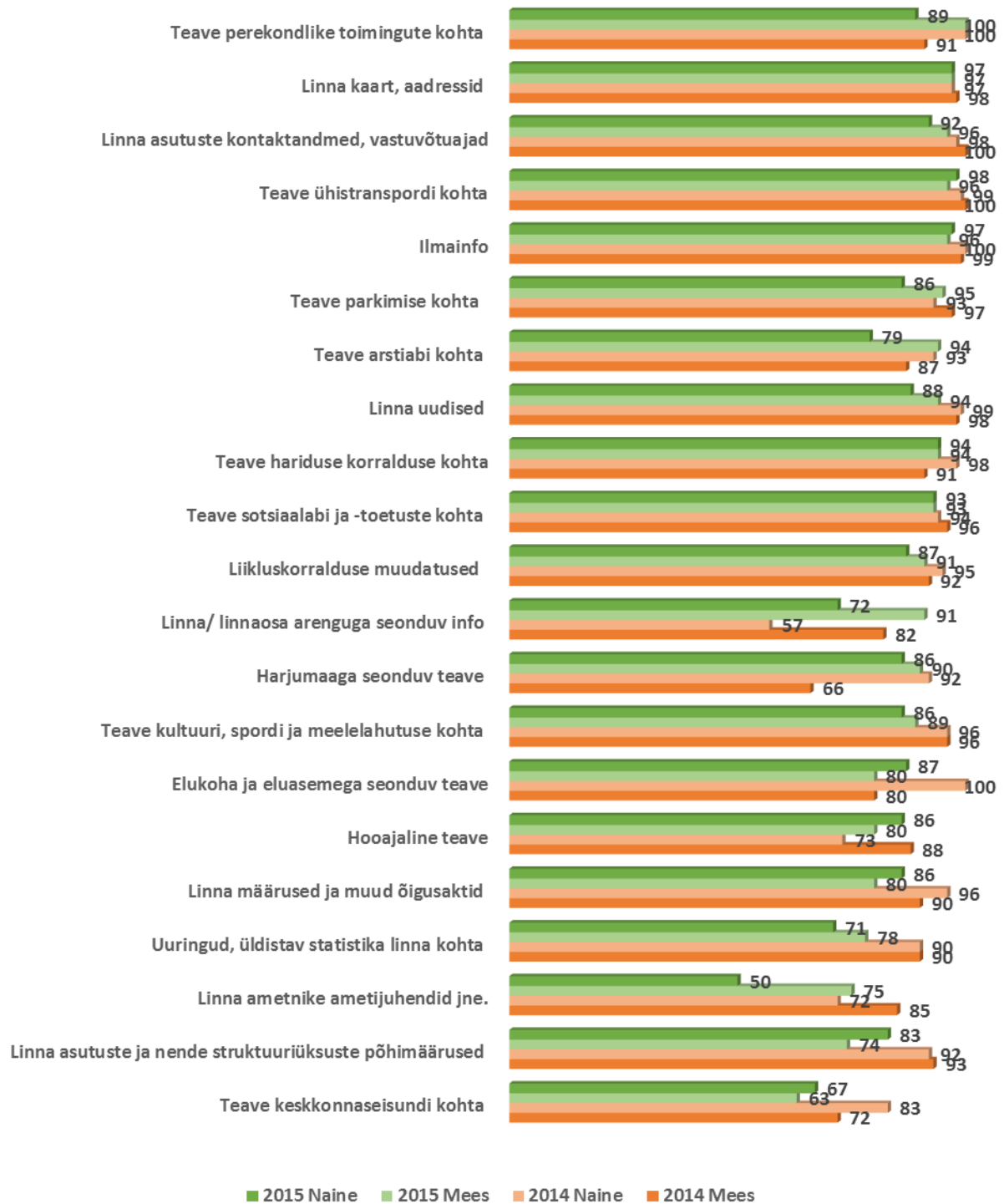
Seega tuleks selle küsimuse tulemusi vaadelda üldise hinnanguna info leitavusele Tallinna veebilehelt. Sellest aspektist vaadatuna näib problemaatilisem olevat 2 teema leidmine – teave keskkonnaseisundi kohta ja linna ametnike ametijuhendid ja sellega seonduv. Suhteliselt madal on info leitavus ka uuringute ja statistika teemas ning linna määruste ja õigusaktide teemas. Kõigi neis langes info leitavuse hinnang võrreldes eelmise uuringu tulemustega.

Diagramm põhineb „jah“ vastustel



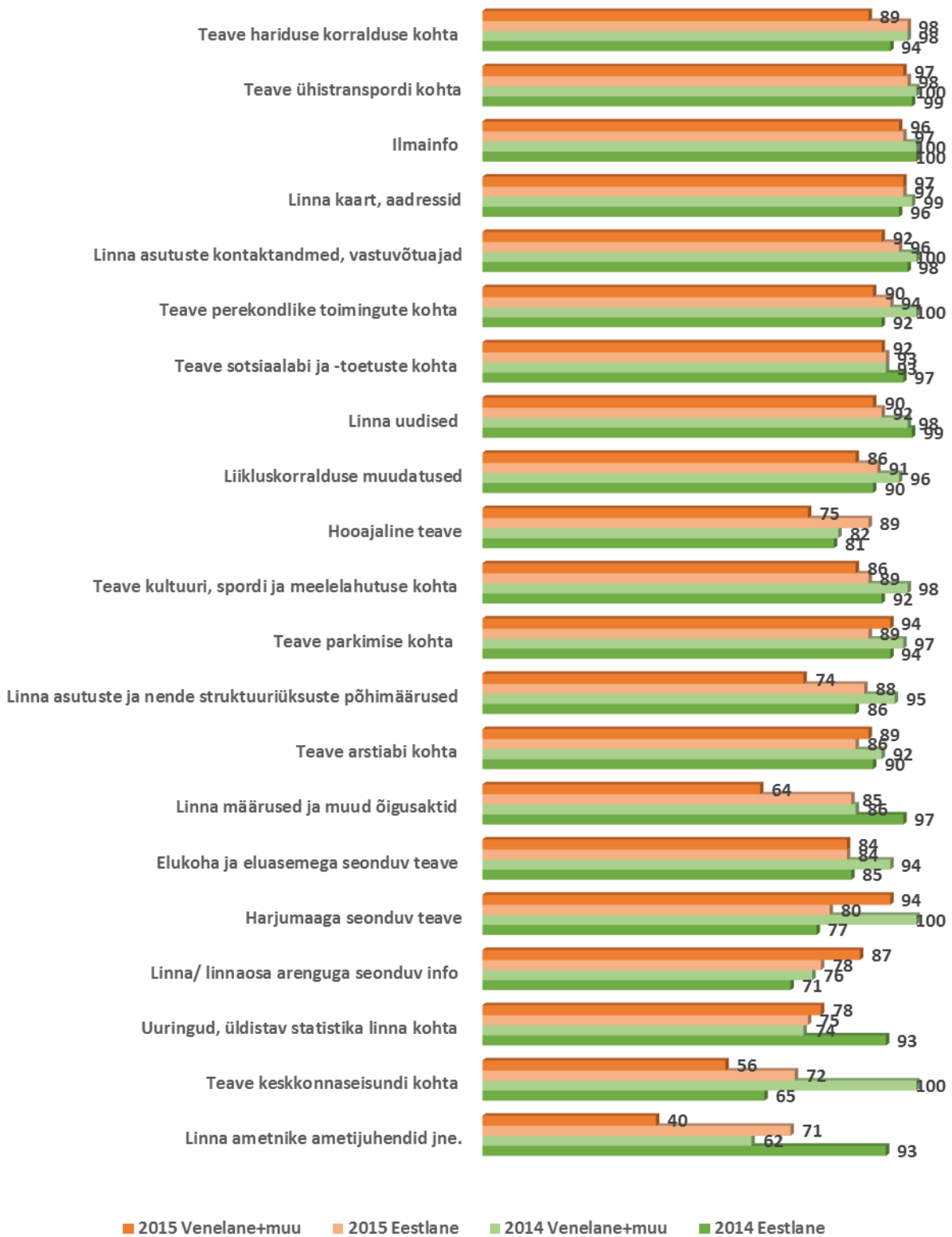
Kas leidsite ostitava?

(N = need, kes on vastavaid teemasid otsinud)



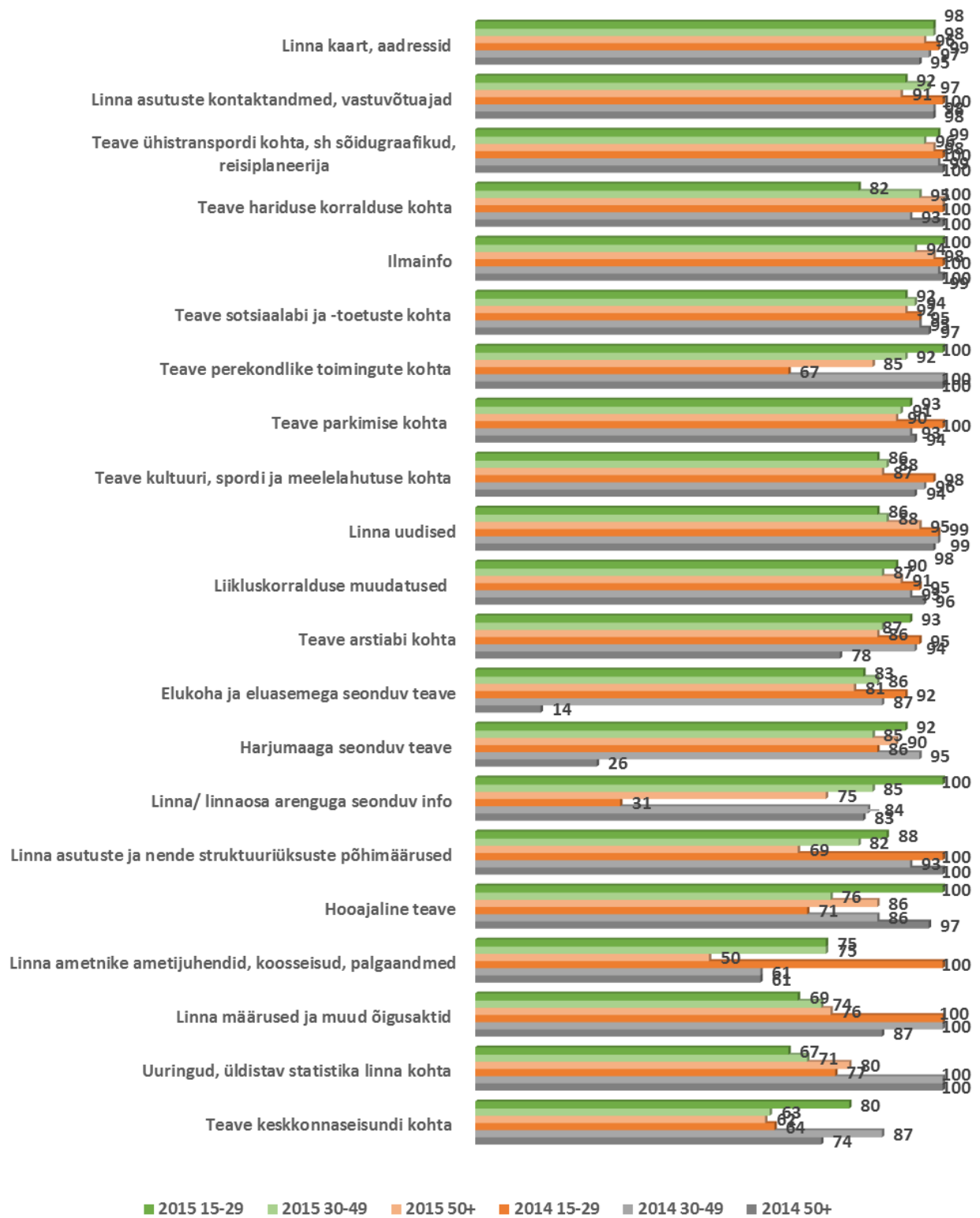
Kas leidsite otsitava?

(N = need, kes on vastavat teemat otsinud)



Kas leidsite otsitava?

(N = need, kes on vastavat teemat otsinud)

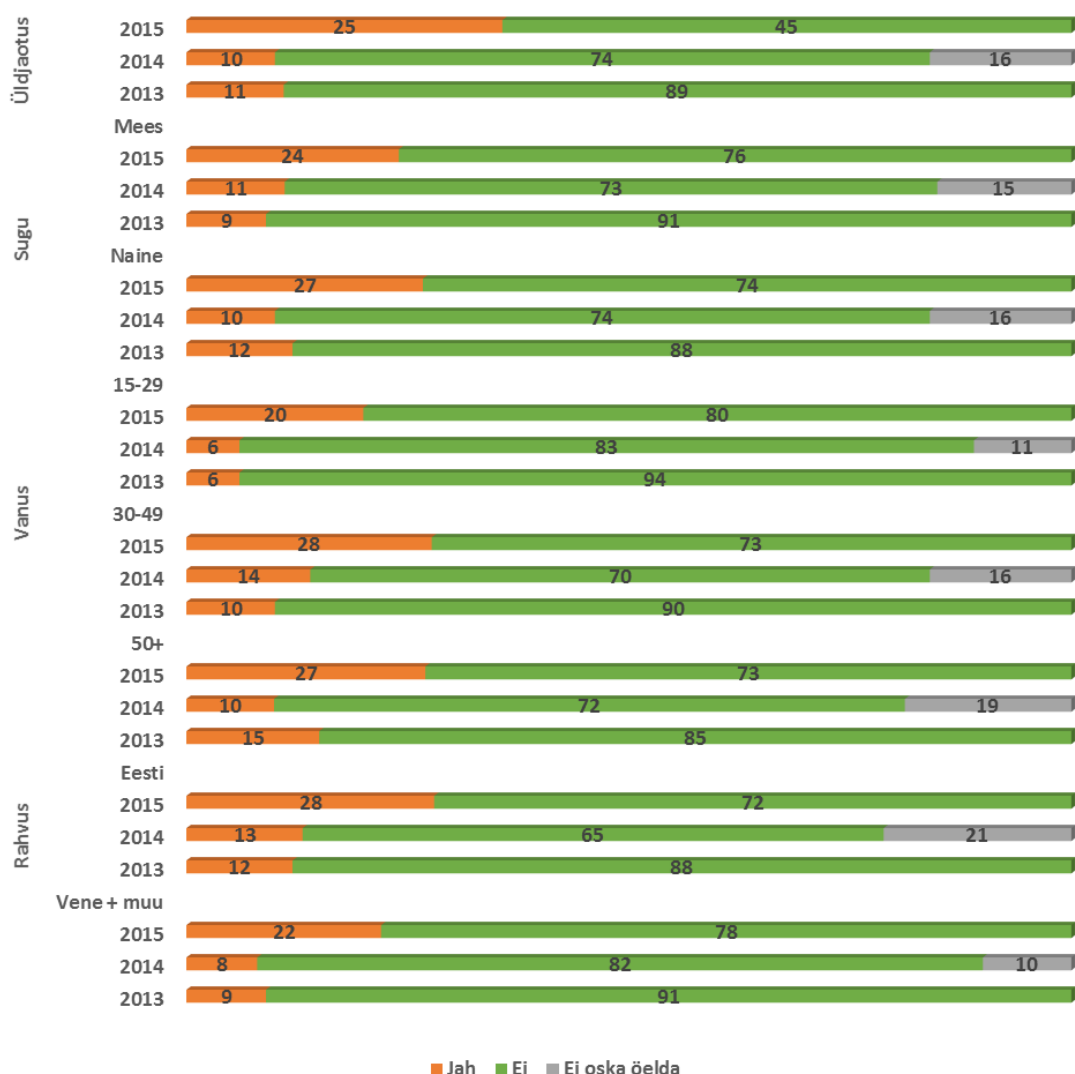


Veerand veebilehe külastajaist vastab, et mõne huvipakkuva teema kohta on veebilehelt raske infot leida või on selle kohta liiga vähe infot. Selliselt vastajaid on kaks ja pool korda enam kui kahes esimeses uuringus. Meil on raske kommenteerida muutuse sisu. Võimalik, et tegu on veebilehe muutustest tingitud harjumatusena, võimalik, et üldisest nõudlikumast suhtumisest, ning võimalik on ka uuringu meetodika mõju (veebiküsitlustes levinum kriitilisem hoiak hinnanguküsimustes). Muutus on samasuunaline ja sama tugev nii soo, rahvuse kui vanuse rühmades.

Täpsustusena, millist infot on raske leida, märgitakse teemadest enam kultuurisündmusi ja üritusi, kuid üldine etteheide puudutab nimelt veebilehe kehva ja ebaloogilist ülesehitust.

Kas on juhtunud, et mõne teid huvitava teema kohta on Tallinna veebilehel liiga vähe infot või seda on keeruline leida?

(N = 411; need, kes on viimase 12 kuu jooksul külastanud Tallinna veebilehte)



Milliste valdkondade kohta on keeruline infot leida?
(N = 103; need, kes vastasid, et veebilehelt on keeruline infot leida)



1.4. Info otsimise viis

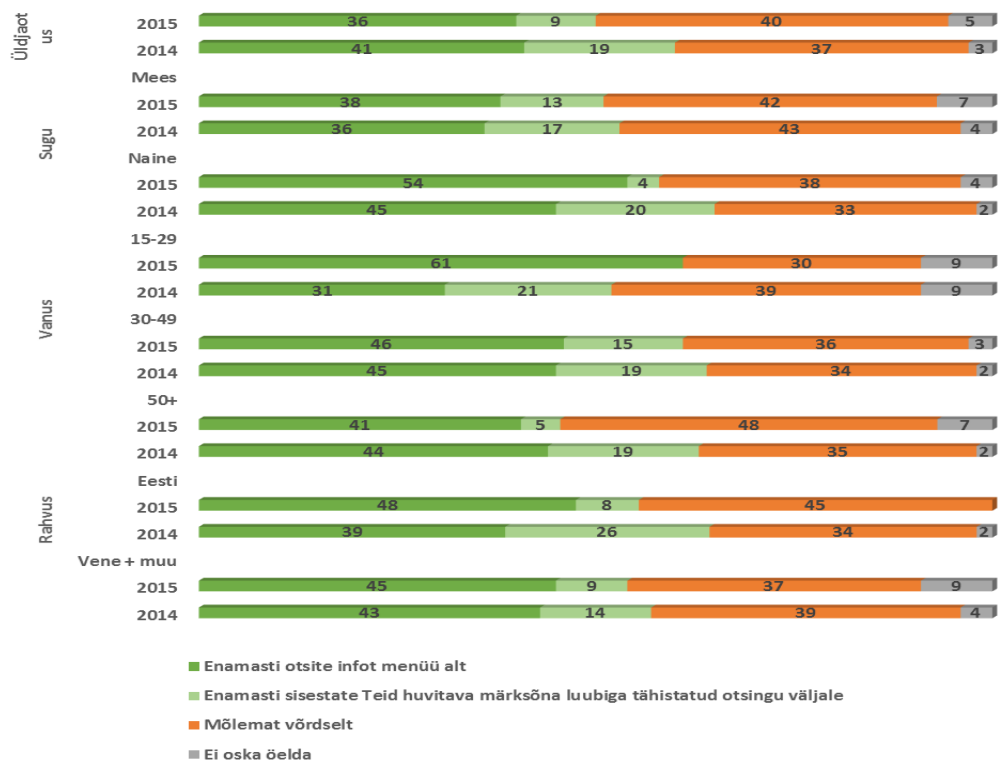
Info otsimine toimub kas menüü alt (36% vähemalt kord kuus veebilehte külastanutest) või kasutatakse menüüd ja märksõna järgi otsingut võrdselt (40%). Enamasti märksõna abil otsijaid on vähe (9%) ning nende osa on võrreldes 2014 uuringuga vähenenud.

Tuleb arvestada, et hinnang mõlema meetodi võrdsest kasutamisest ei pruugi olla täpne (päris võrdne ta kindlasti ei ole). Kuna menüü abil otsijate ja mõlema meetodi paralleelkasutajate osa ei ole märkimisväärselt muutunud, siis võiks järeldada, et menüü selgus ja haaratavus on endiselt olulised veebilehe lihtsa kasutamise tingimuseks.

Selged erinevused ilmnevad aga ühe või teise meetodi eelistamise põhjendustes – otsinguvälja eelistajate peamine põhjendus on kiirus (nimetab 62%), millele lisanduvad lihtsus ja mugavus, menüü eelistajatel aga harjumuspärasus (38%) ning rida muid vähemtähtsaid argumente.

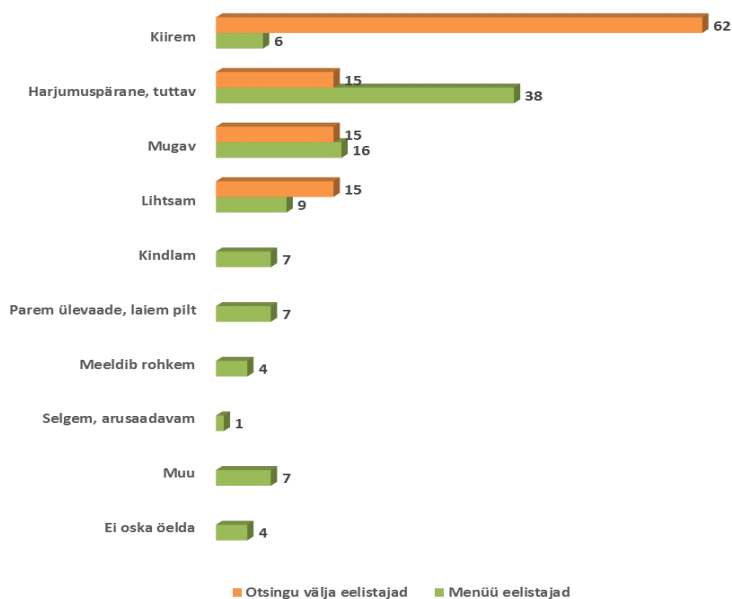
Kui te otsite infot Tallinna veebilehelt, siis kas Te tavaliselt otsite infot menüü alt või sisestate Teid huvitava märksõna luubiga tähistatud otsingu väljale?

(N = 150; need, kes külastavad Tallinna veebilehte vähemalt kord kuus)



Miks Te just sellist info otsimise viisi eelistate?

(N = 82; need, kes külastavad Tallinna veebilehte vähemalt kord kuus ja eelistavad üht kindlat info otsimise viisi)



2. M.TALLINN.EE

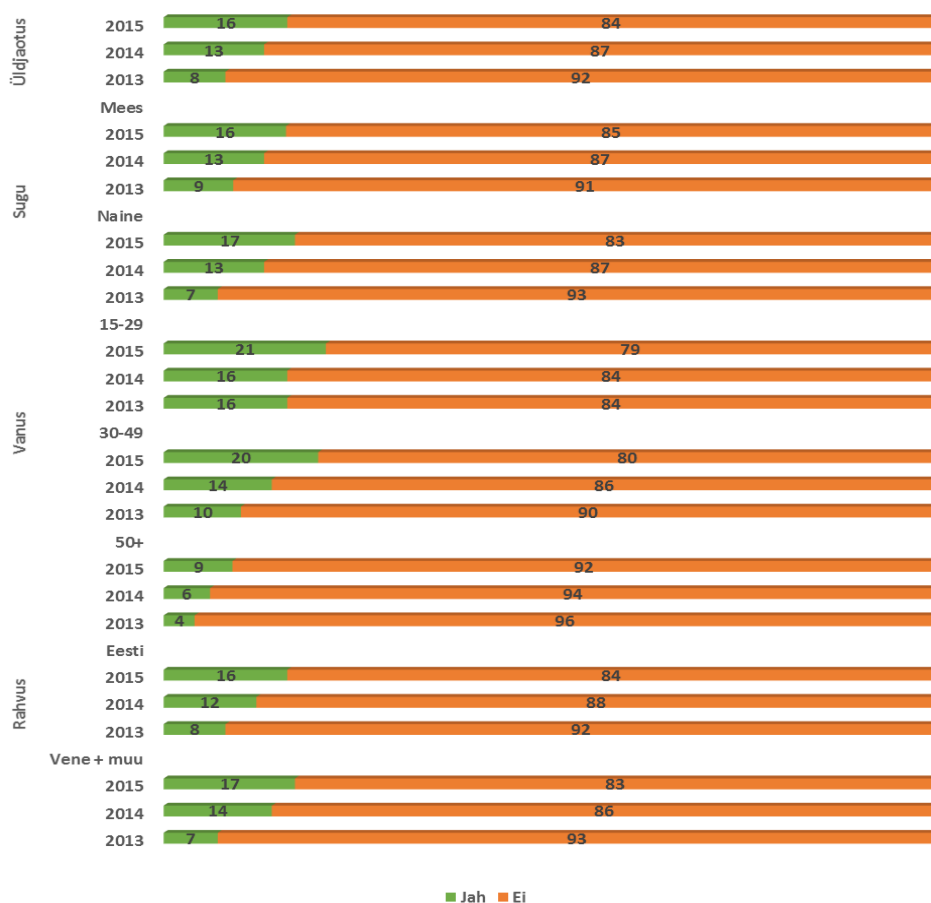
2.1. Keskkonna kasutamine

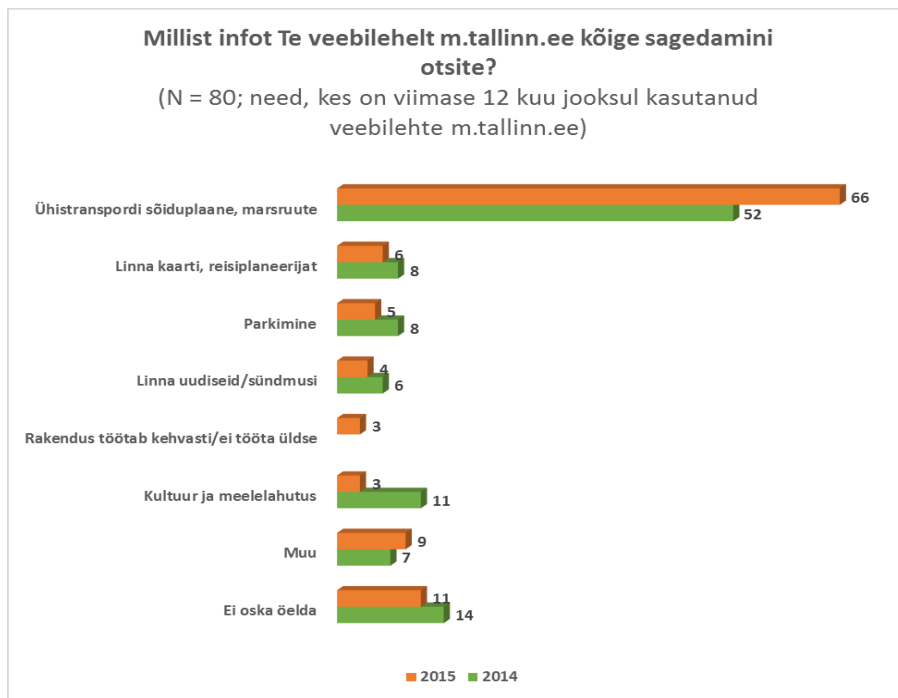
Nutitelefoni ja tahvelarvuti jaoks loodud veebilehte m.tallinn.ee on viimase 12 kuu jooksul kasutanud enda hinnangul 16% küsitletuist. Kasv võrreldes varasemaga on mõõdukas, kuid stabiilne (2013 8%, 2014 13% interneti kasutajast). Stabiilne kasv on näha nii, soo, vanuse kui rahvuse rühmades.

Ka sellelt veebilehelt otsitakse valdavalt ühistranspordi sõiduplaane ja marsruute, muid teemasid vähe ning see ei ole võrreldes 2014 aastaga muutunud (lahtiste vastuste baasil).

Samuti ilmneb, et aktiivsemate kasutajate hinnang „ei leia vajalikku infot või on seda vähe“ esineb seekord sagedamini kui eelmistes uuringutes (seekord 15%, 2014 uuringus 5% ja 2013 11%). Seega on tegu sama tendentsiga, mis tavapärase veebilehe puhul, et info leitavuse hinnang on muutunud kriitilisemaks.

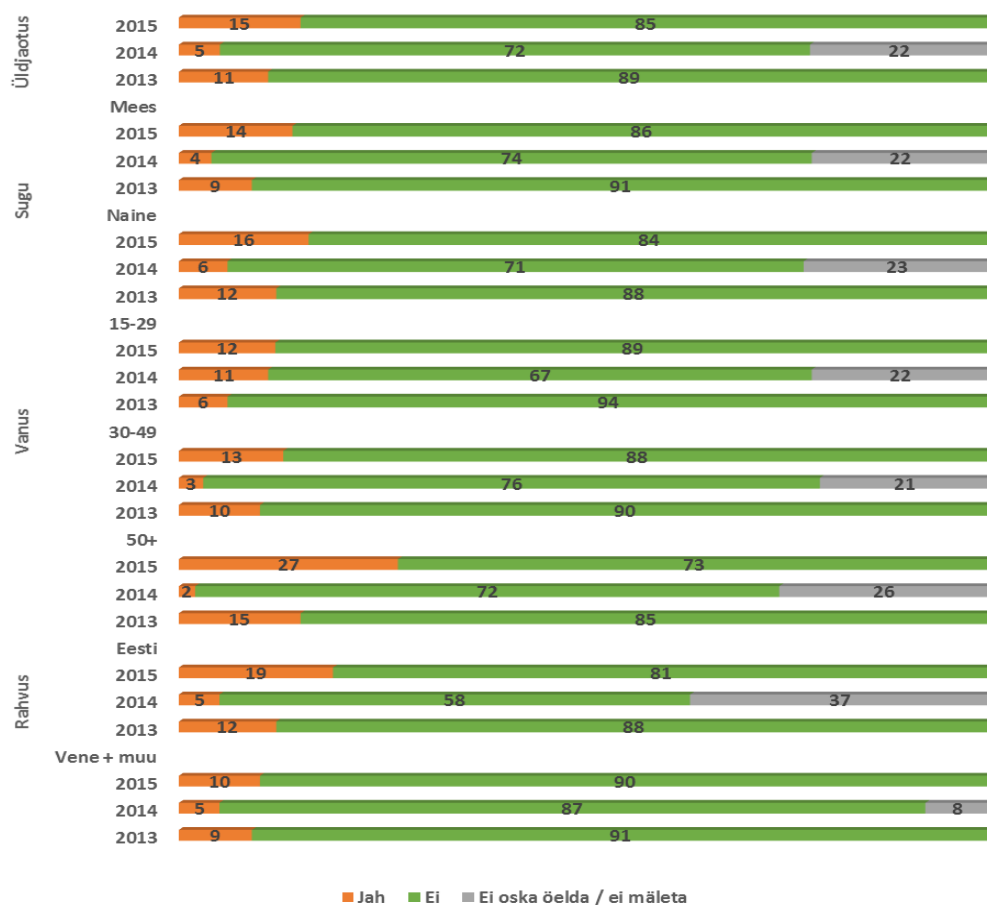
Kas Te olete viimase 12 kuu jooksul kasutanud nutitelefoni ja tahvelarvuti jaoks loodud veebilehte m.tallinn.ee?
(N = 500, kõik vastajad)





Kas on juhtunud, et mõne Teid huvitava valdkonna kohta on veebilehel m.tallinn.ee liiga vähe infot või on seda väga keeruline leida?

(N = 81; need, kes on 12 kuu jooksul kasutanud veebilehte m.tallinn.ee)



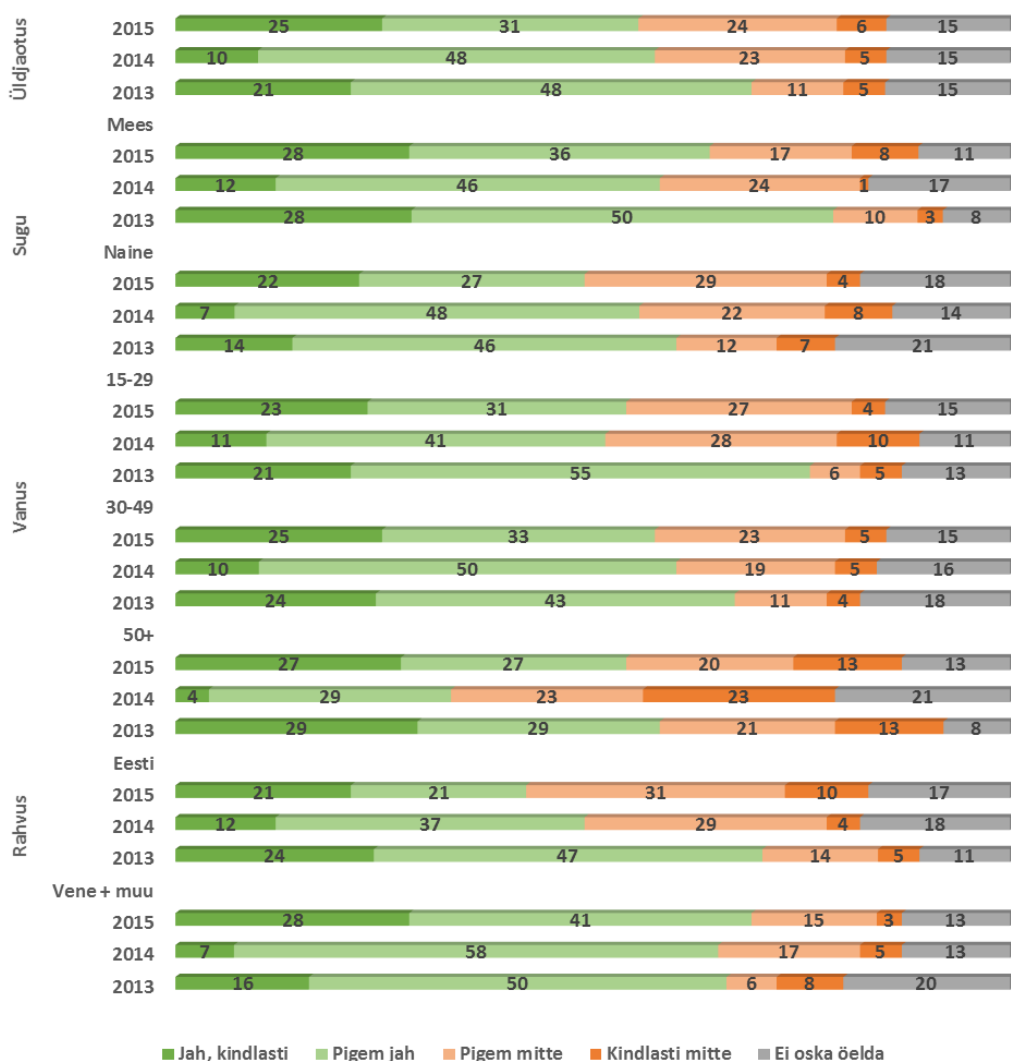
2. 2. Tallinna uudiste nutirakenduse huvipakkuvas

56% m-veebilehte kasutavast, kasutaks Tallinna uudiste veebilehte kas kindlasti või pigem kasutaks. 2014 oli vastav näitaja 58% ja 2013 69%, ehk kõrgem. Samas on kasvanud nende osa, kes kindlasti kasutaks ja kahanenud nende osa, kes pigem kasutaks. Muutus ilmestab läbivalt kõiki peamisi vastajarühmi.

Tulemuste hindamisel tuleks arvestada järgmise teguriga – niikaua kui toode/lahendus on päris võõras, on ka potentsiaalne huvi abstraktsem/positiivsem. Seega ei ole üldise huvi mõningane taandumine üllatav ning olulisem on kindla huvi suurenemine.

Kui Tallinna uudiste lugemiseks oleks olemas spetsiaalne nutiseadme rakendus, siis kas Te kasutaksite seda?

(N = 81, need kes on 12 kuu jooksul kasutanud veebilehte m.tallinn.ee)



2.3. Ühistranspordi mobiilirakenduste kasutatavus

Lisaks m.tallinn.ee nutirakendusele küsiti uuringus eraldi ühistranspordi erinevate mobiilirakenduste kasutatavust.

Enam on kasutatud Tallinn Transport Timetables rakendust – 38% kogu valimist.

m.soiduplaan.tallinn.ee rakendust on kasutanud 34% küsitletud valimist. Mehed veidi vähem kui naised ning vanim rühm vähem kui noorem ja keskmine vanuserühm. Rahvuse tunnuse osas erinevust ei ole.

Ülejäänud nimekirjas olnud rakendusi, on kasutatud selgelt vähem (10%-16% valimist, vt järgnev graafik)

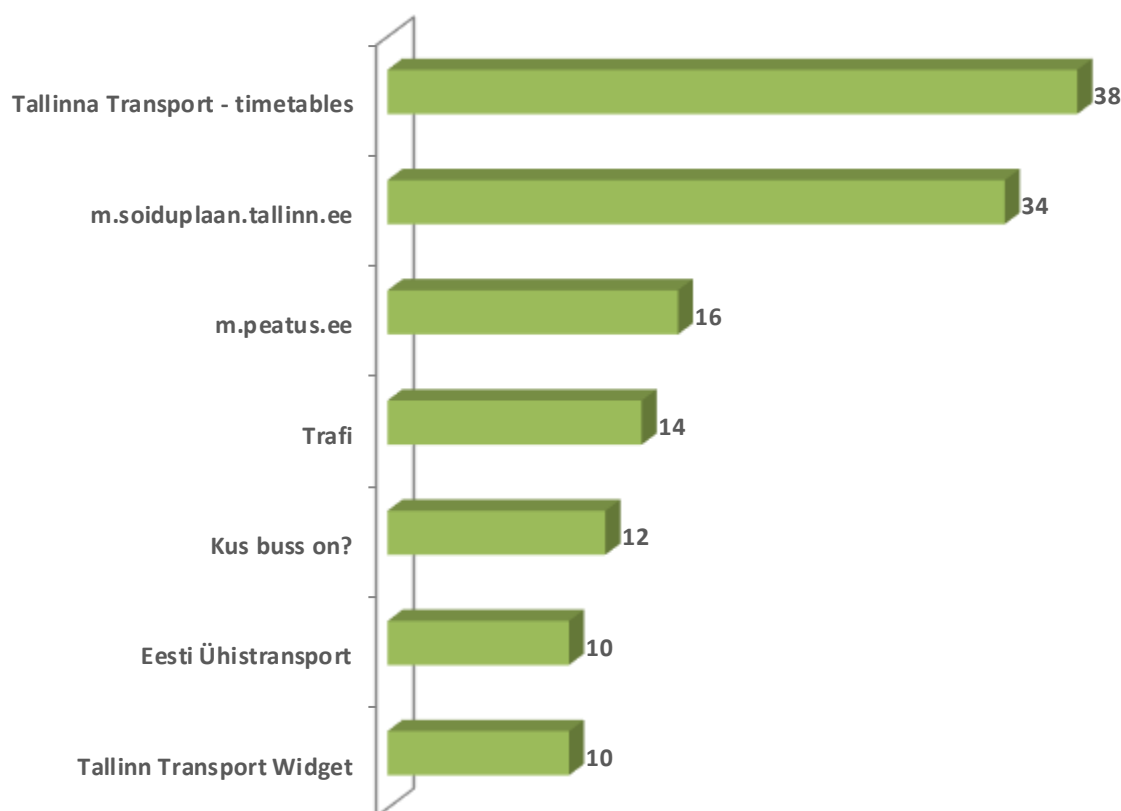
Valdav enamus m.soiduplaan.tallinn.ee ja Tallinn Transport Widget'i kasutajatest on saanud infoga rahule jäänud. Seejuures ei ole m.soiduplaan.tallinn.ee ja Tallinn Transport Widget kasutajate hinnangus olulist erinevust.

Ka kasutusmugavus on kokkuvõttes hea, kuid siin on Tallinn Transport Widget kasutajate hinnang mõnevõrra parem – väga rahul 33%, m.soiduplaan.tallinn.ee kasutajail 23%. Rahulolematuid on aga mõlemas rühmas võrdselt (12%)

Mitterahulolu põhjustest tuuakse välja järgmised – ebaloogiline struktureering, aeglane laadimine ja kokkujooksmine, ei ole mugav mobiilile ja väikesele ekraanile, ebatäpne informatsioon.

Milliseid järgnevaid ühistranspordi mobiilirakendusi Te olete kasutanud?

(N = 500, kõik vastajad)

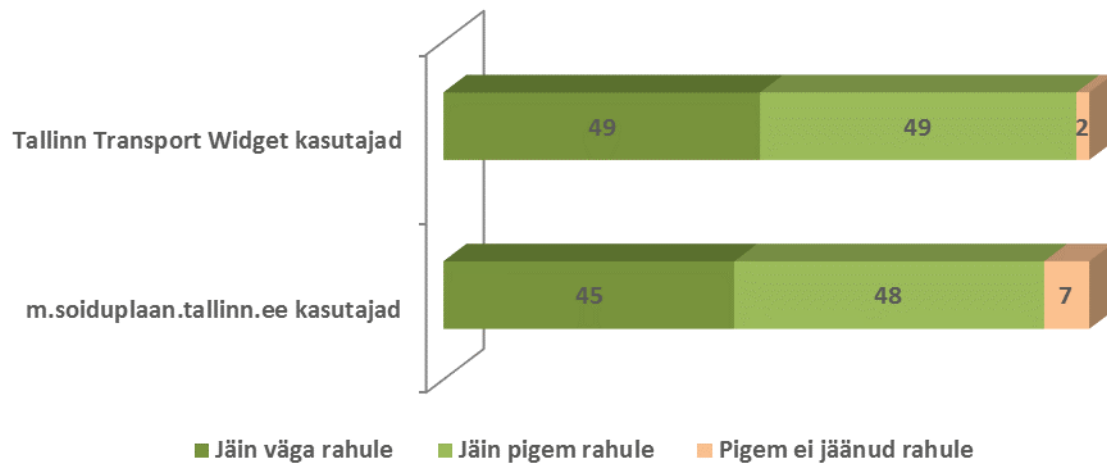


NB! Siinkohal tuleb arvestada, et m.soiduplaan.tallinn.ee kasutajad ning Tallinn Transport Widget kasutajad eristati selle järgi, kas m.soiduplaan.tallinn.ee kasutajad teevad seda beebirauseri või allalaetud äpi vahendusel. Viimase nimi on Tallinn Transport Widget ning kujunduselt praktiliselt sama, mis m.soiduplaan.tallinn.ee. 4% vastanuist on kasutanud mõlemat varianti.

↓ Siin olid vastajaiks need 213 küsitletut, kes on kasutanud vähemalt üht vaadeldavatest rakendustest

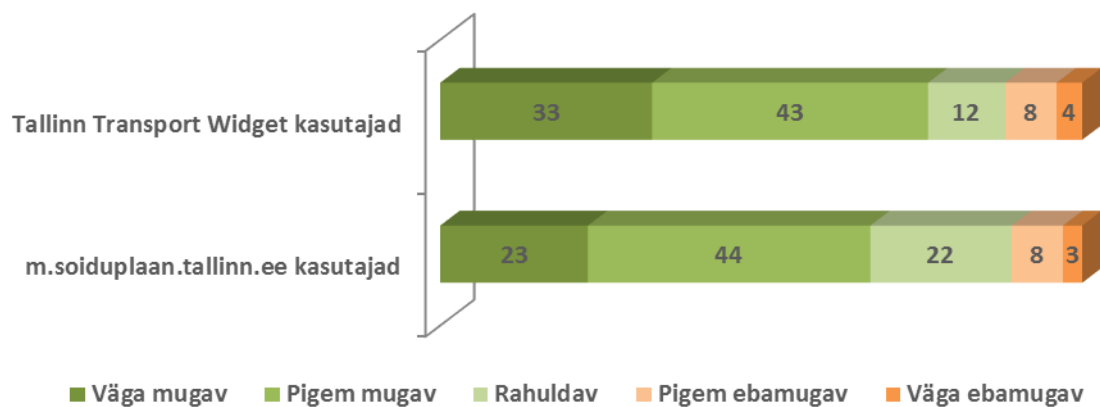
Kuidas Te saadud infoga rahule jäite?

(N = 213)



Kui mugav seda rakendust kasutada oli?

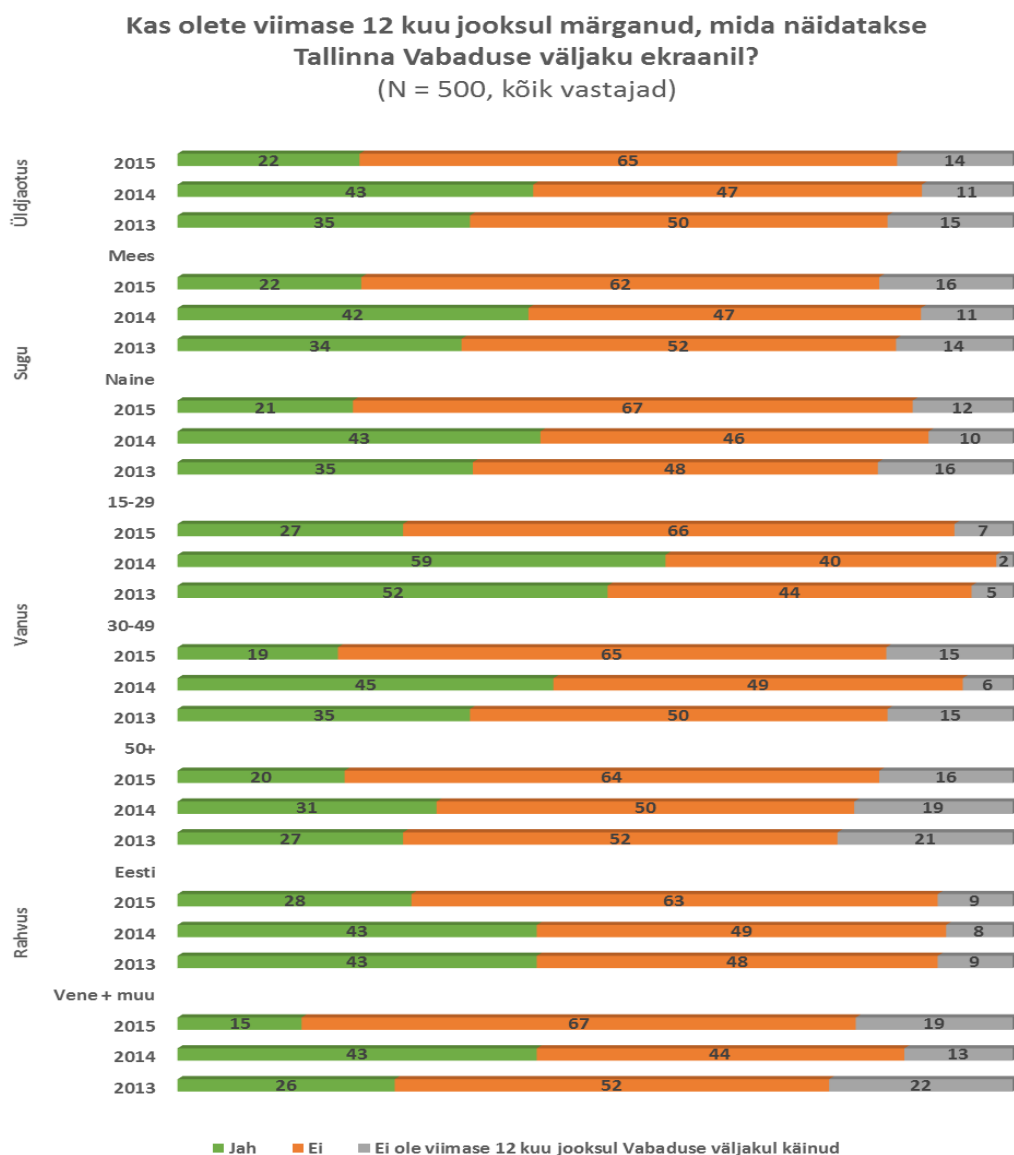
(N = 213)



3. VABADUSE VÄLJAKU EKRAAN

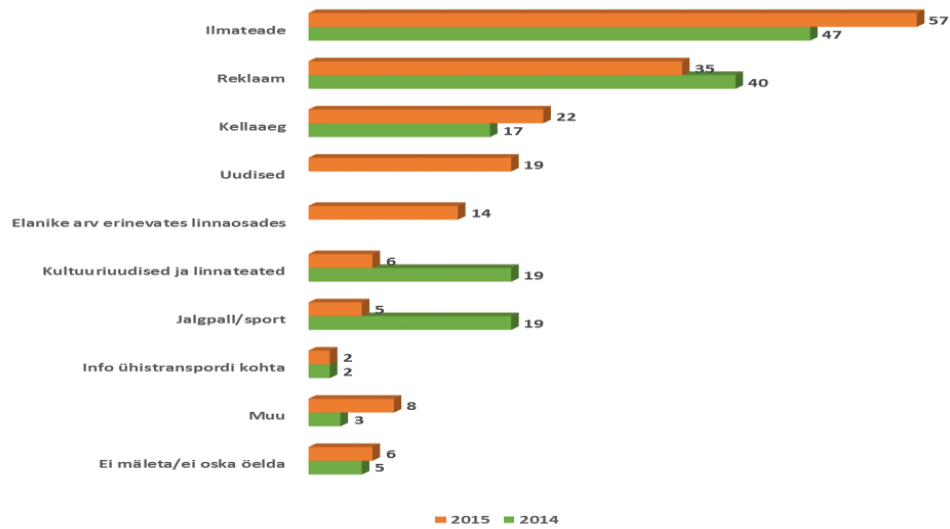
Vabaduse väljaku ekraanil näidatavat on viimase 12 kuu jooksul märganud enda hinnangul 22% küsitletud valimist. Seda on vähem kui 2013 (35%) ja 2014 (43%) uuringus. Vähenemine on toimunud ligikaudselt samal määral kõigis vastajarühmades. Vähenemine on toimunud põhjusel, et kui seekord küsiti märkamist viimase 12 kuu jooksul, siis varem „kas olete kunagi märganud?“

Need, kes ekraanil midagi on märganud nimetavad peamiselt ilmateadet ja reklaame. Võrreldes 2014 aasta uuringuga on ilmateate märkimine sagenenud, reklaamide märkimine veidi vähenenud. Uute teemadena on aga lisandunud uudised ning elanike arv erinevates linnaosades. Selgelt vähenenud on kultuuriuudiste ning spordiuudiste nimetamise, kuid nende osa polnud ka varem kõrge. Kuna küsimuse sõnastus oli seekord piiratuma aja kohta, siis on nimetatud osakaalude vähenemine mõistagi tinglik.



Mida te olete Tallinna Vabaduse väljaku ekraanil märganud, mida seal näidatakse?

(N = 108; need, kes on viimase 12 kuu jooksul Vabadus väljaku ekraani märganud)

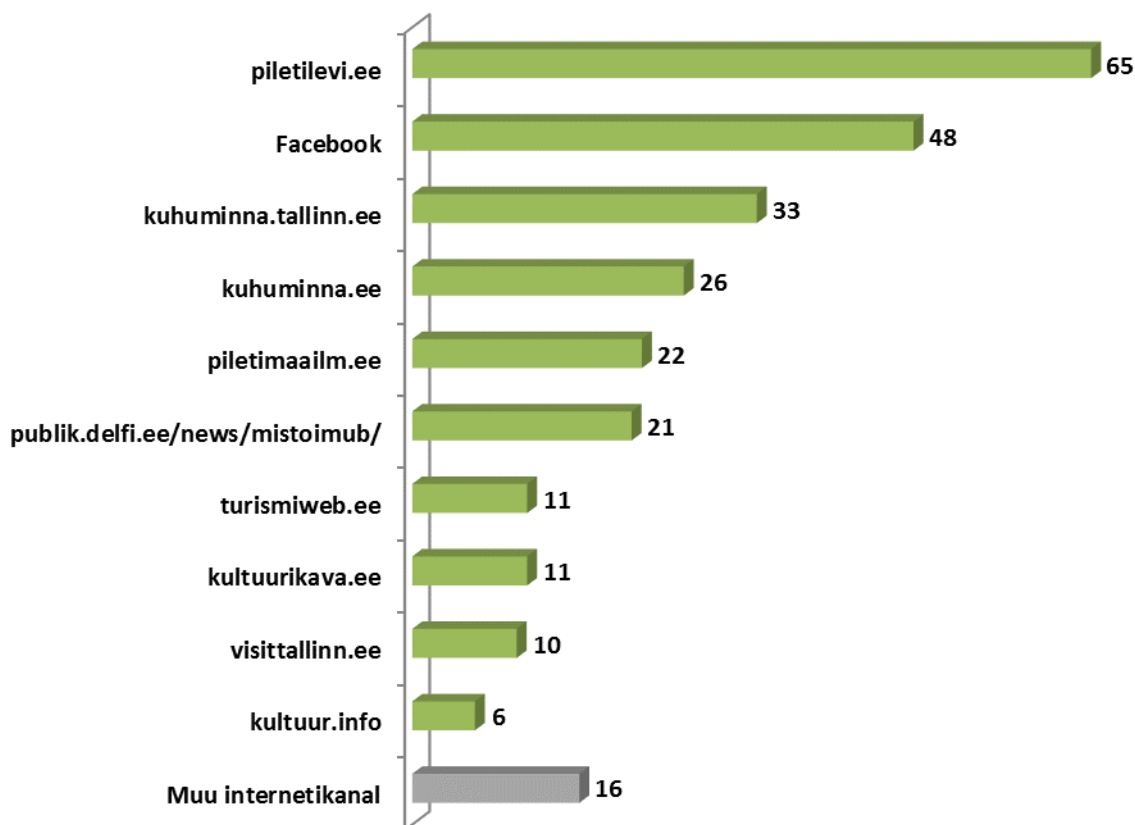


4. VABA AJA VEETMISE INFO VEEBIKANALITEST

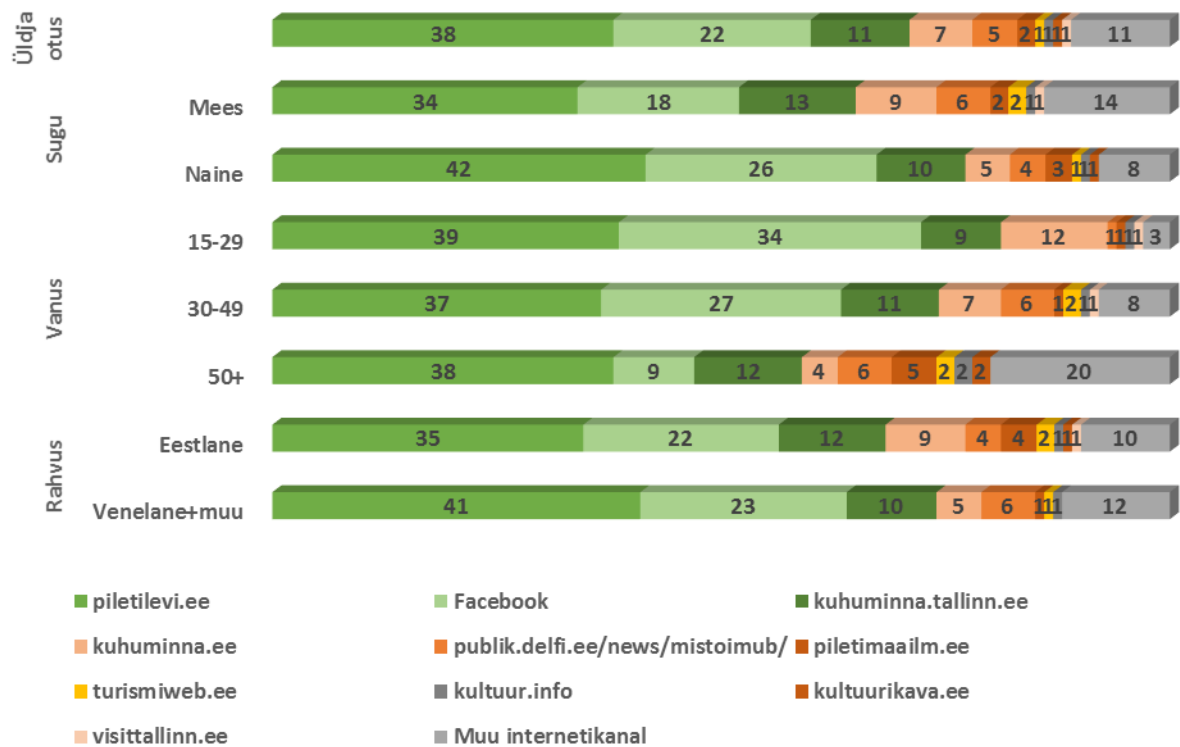
Vaba aja veetmise infot on enim otsitud piletilevi.ee kanalist (märgib 65%) ja Facebookist (48%). Kolmandal kohal on kuhuminna.tallinn.ee (33%). Viimase osa 2014 aasta uuringus oli 26%. muude veebikanalite kohta küsimust sellisel kujul varem ei esitatud.

Ka saadud on neist kanaleist enam – vastavalt 38%, 22% ja 11%. Kui piletilevi.ee ja kuhuminna.tallinn.ee osas ei ole vastajarühmade lõikes suurt erinevust, siis facebook on infoallikana tunduvalt olulisem nooremale rühmale ning mõnevõrra olulisem naistele kui meestele.

Millistest veebikanalitest te olete viimase 12 kuu jooksul otsinud infot vaba aja veetmise võimaluste kohata Tallinnas? (N = 500, kõik vastajad)



**Millisest veebikanalist Te olete saanud enda jaoks kõige
rohkem infot vaba aja veetmise võimalute kohta?**
(N = 500, kõik vastajad)



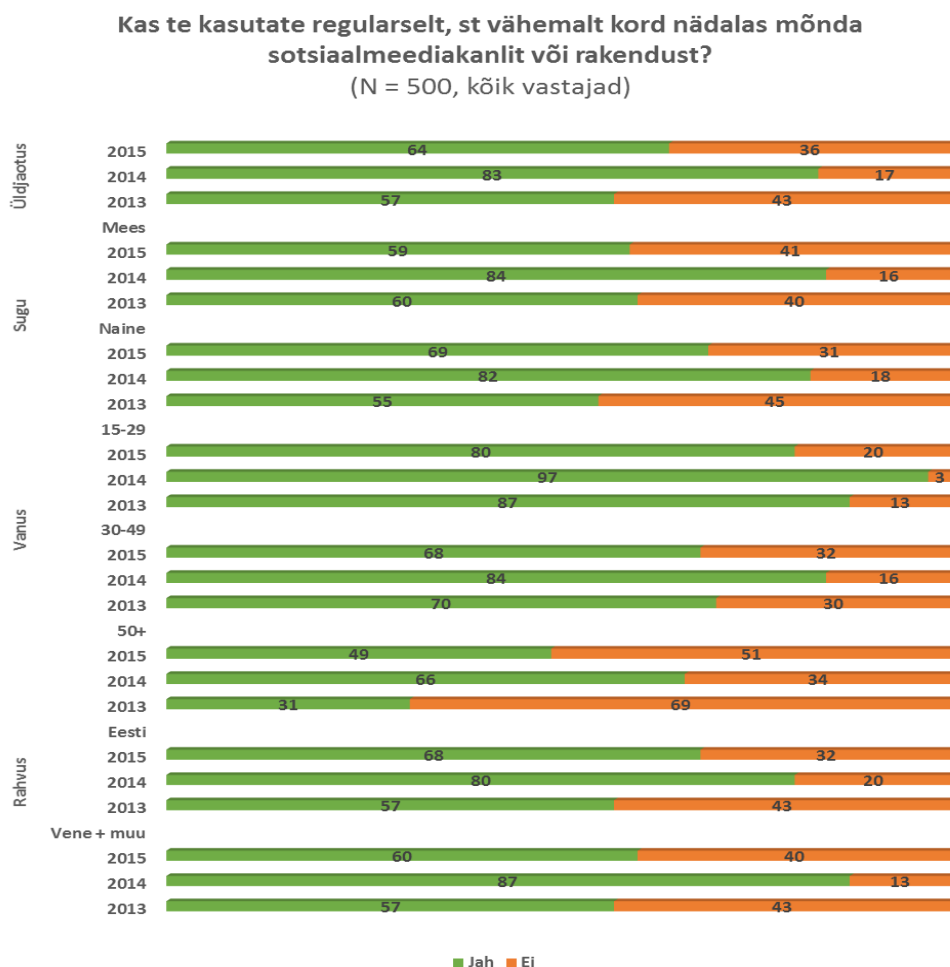
5. SOTSIAALMEEDIA KASUTAMINE

5.1. Üldine kasutamine

Selles uuringuosas küsiti kõigepealt sotsiaalmeedia kasutamise kohta üldiselt ja seejärel Tallinna kohta käiva info osas.

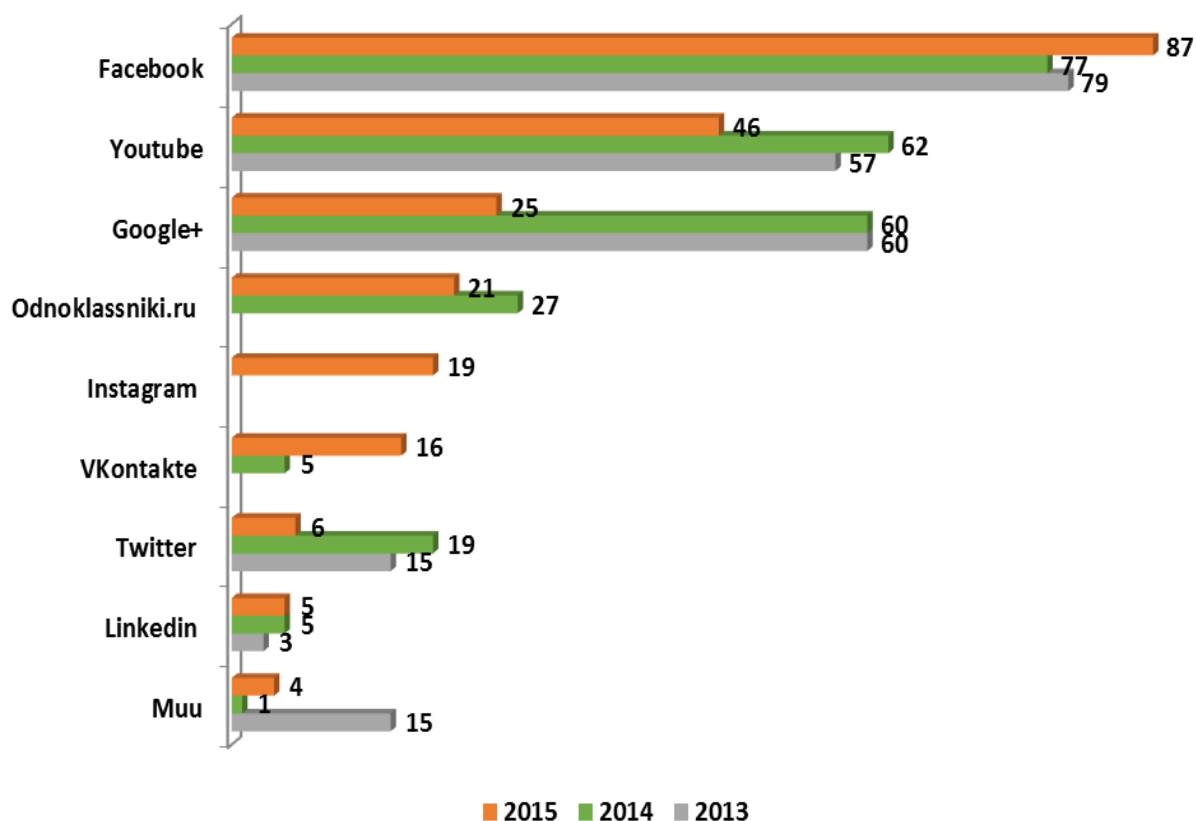
Mõnda sotsiaalmeedia kanalit või rakendust kasutab iganädalaselt 64% küsitatud valimist. 2013 aastal oli vastav näitaja 57%, 2014 aastal 83% interneti kasutajast. Taas on tegu suure kõikumisega, millele on sisulist põhjendust raske leida. Vähenemine võrreldes 2014 aasta uuringu andmetega on läbiv kõigis vastajarühmades, mistõttu meile näib, et võrdlus on kohasem pigem 2013 aastaga, ning 2014 oli tegu teatava anomaaliaga.

Sotsiaalmeedia kanaleist kasutatakse selgelt enam Facebooki (87%), seejärel You Tube'i (46%). Kui Facebooki osakaal on võrreldes eelmiste aastatega veidi suurenenud, siis You Tube'i osa on veidi langenud. Varasemast selgelt vähem märgitakse Google+, kuid siin on ilmselt tegu sel aastal sulgudes lisatud selgituse (Google sotsiaalmeedia rakendus) mõjuga. Kuna varem seda selgitust polnud peeti vastamisel tõenäoliselt silmas Googlit tervikuna. Mõnevõrra on kasvanud ka Instagrammi kasutus



Milliseid sotsiaalmeediakanaleid või rakendusi Te regulaarselt st vähemalt korda nädalas kasutate?

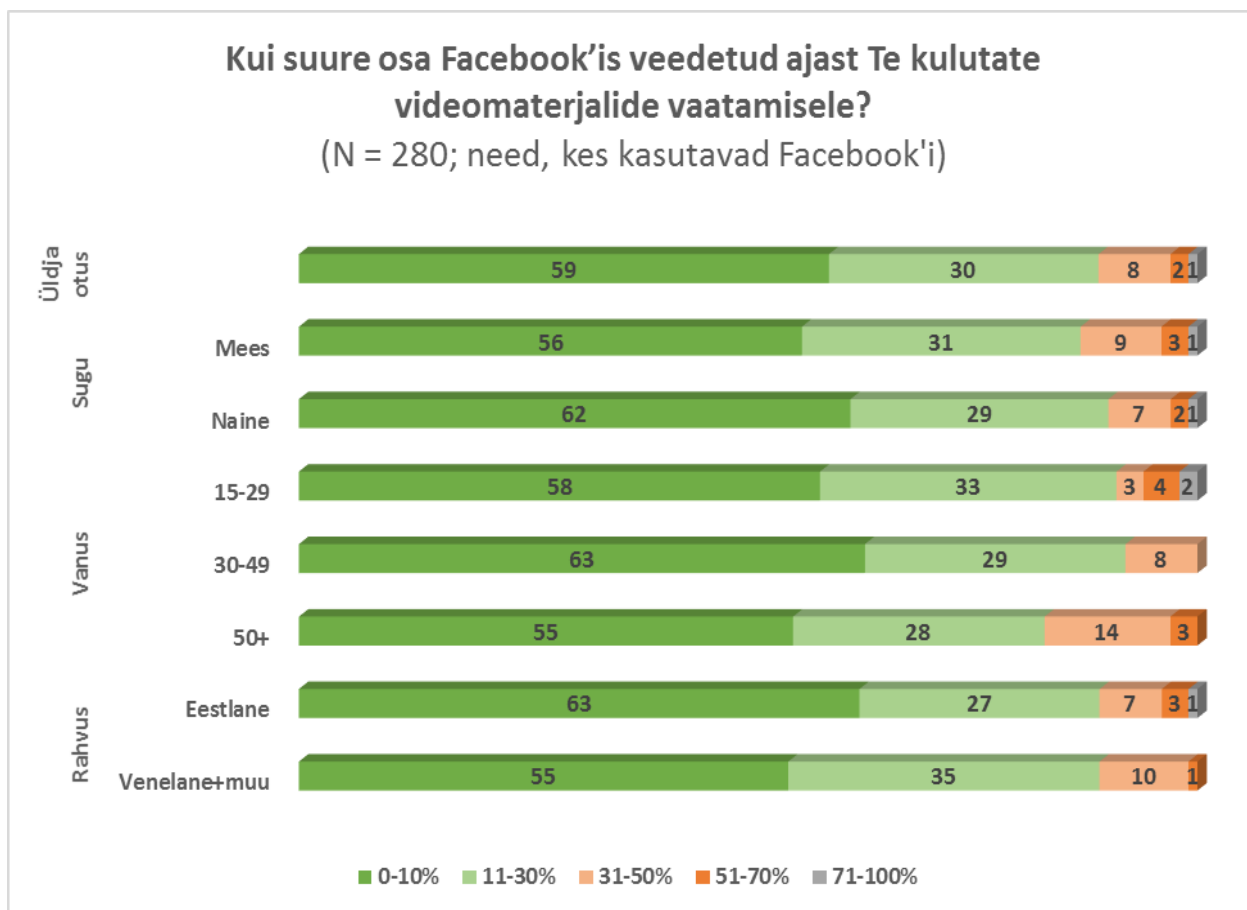
(N = 322; need, kes kasutavad vähemalt kord nädalas mõnd sotsiaalmeedia kanalit või mobiilirakendust)



5.2. Videomaterjali vaatamine facebookis

59% Facebooki regulaarsetest kasutajatest kulutab videomaterjali vaatamisele 0-10% facebookis veedetud ajast. Kuna etteantud vahemik sisaldab ka 0%, siis pole teada, kui suure osa moodustava videomaterjali üldse mitte vaatavad. 30% kasutajaist kulutab videomaterjali vaatamisele 11-30% facebookis veedetud ajast.

Märkimisväärne on, et ei soo, vanuse, ega rahvuse lõikes ole suuri erinevusi



5.3. Soovitav info Tallinna kohta sotsiaalmeediast

Vastajaile anti loetelu Tallinna linna teemade kohta, mille suhtes pidid nad väljendama hinnangut, kas nad sooviksid sellekohast infot sotsiaalmeediast.

Tulemused näitavad, et enamiku nimekirjas olnud Tallinna teemade kohta soovitakse saada infot ka sotsiaalmeediast (50-70% sotsiaalmeedia kasutajaist).

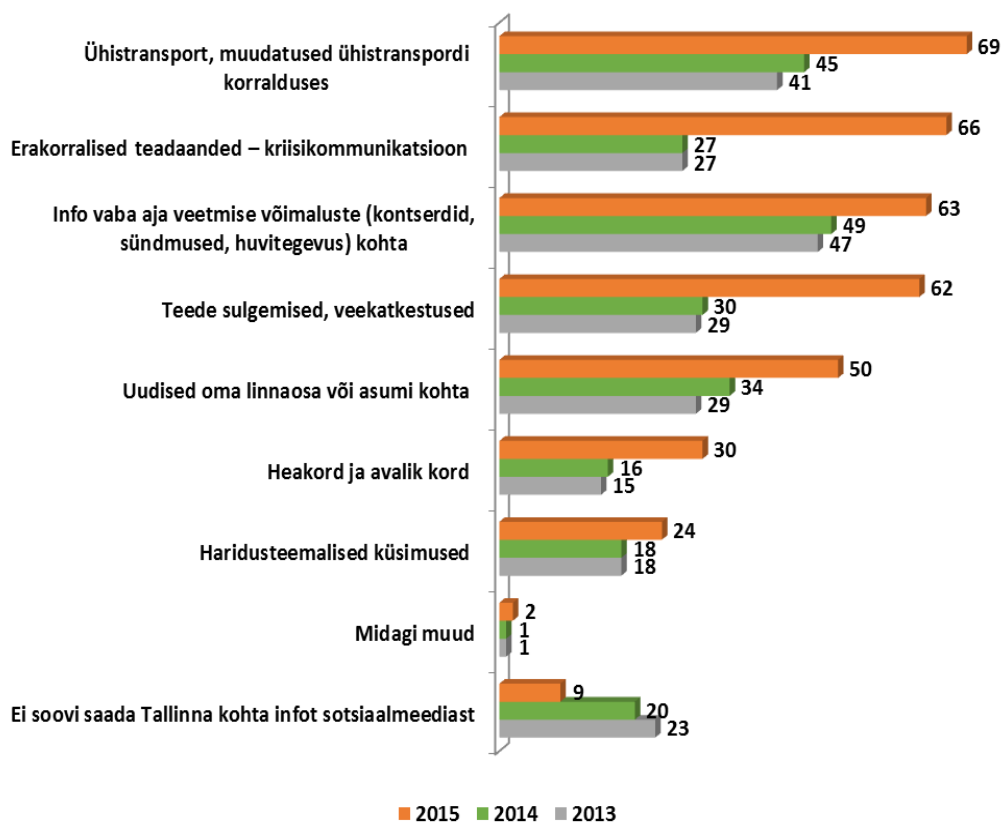
Vaid heakorra ja hariduse teemad pakuvad vähem huvi.

Selle küsimuse tulemused on selgelt erinevad varasemate uuringute tulemustest peamiselt meetodilistel põhjustel – seekord nimetati kõiki teemasid enam kui varem, kuid sisult ei ole vastuste struktuur oluliselt erinev.

Vaba aja veetmise võimaluste kohta oodatakse infot enam kahes teemas – kontserdid ning messid ja laadad. Aga üldiselt on huvipakkuvad ka muud nimekirjas olnud teemad.

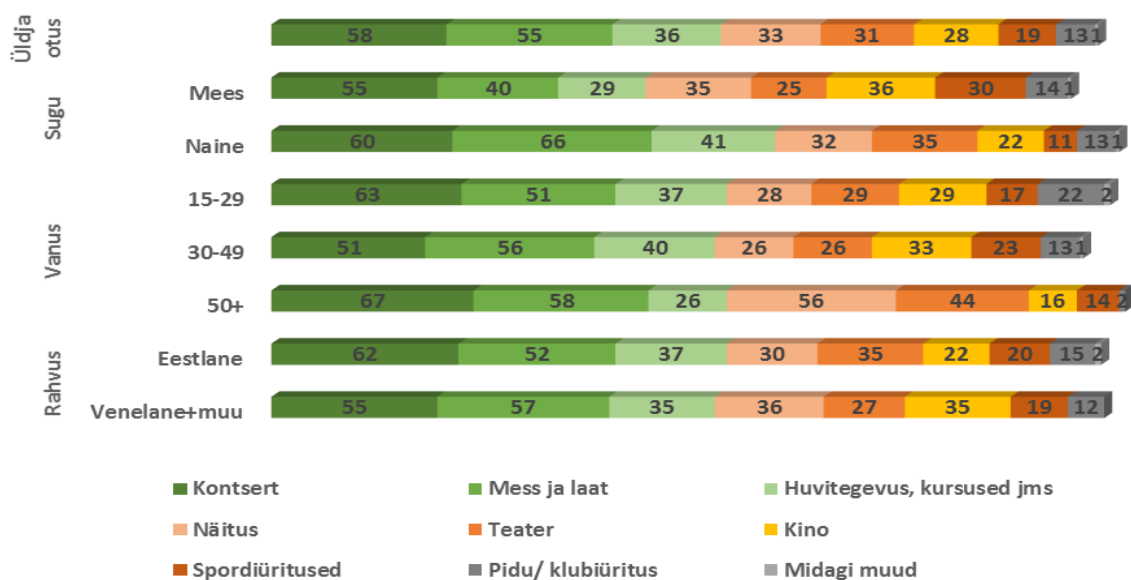
Millist infot Te sooviksite saada Tallinna kohta sotsiaalmeediast?

(N = 322; need kes kasutavad sotsiaalmeediat)



Milliste vaba aja veetmise võimaluste kohta Tallinnas Te sooviksite enim sotsiaalmeedia vahendusel infot saada?

(N = 203, need, kes sooviksid saada rohkem infot vaba aja veetmise võimaluste kohta)



6. KUI TALLINNAL OLEKS OMA KONTO FACEBOOKIS

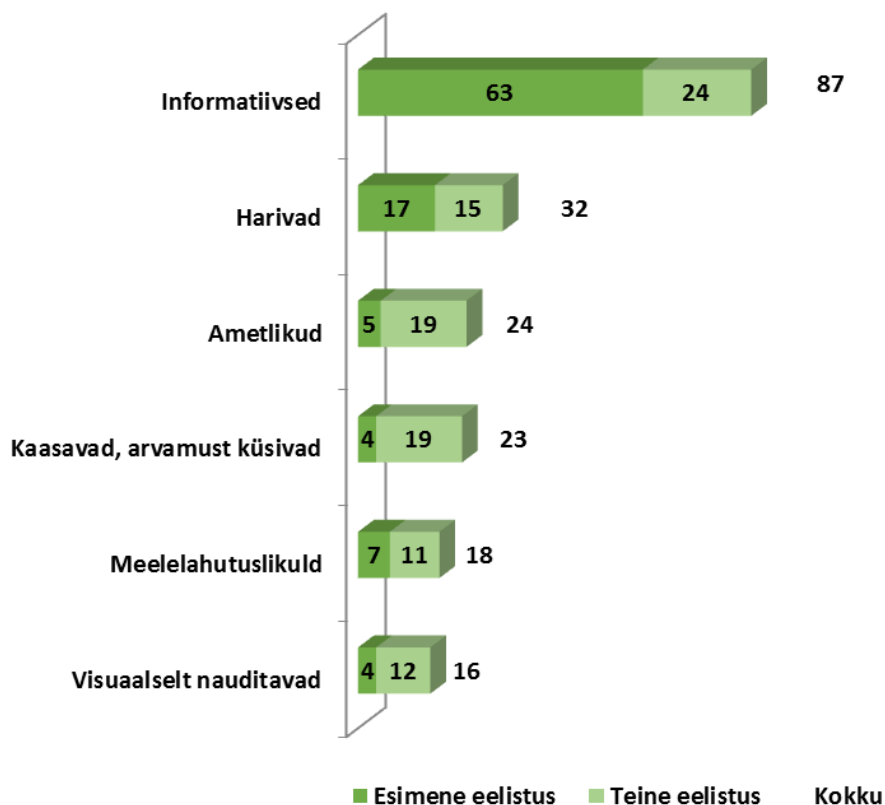
6.1. Facebooki postituste iseloomu eelistused

Küsimus oli tingimuslik ning vastajail paluti etteantud variandid järjestada eelistuse järjekorras (ühest kuueni).

Juhul kui Tallinna linnal oleks oma konto facebookis, peaksid postitused olema ülekaalukalt **informatiivsed** (63% asetab informatiivsuse esimeseks, 24% teiseks), seejärel **harivad** (17% asetab esimeseks ja 15% teiseks). Need tulemused on peamiste vastajarühmade lõikes sarnased.

Ülejäänud postituste karakteristikud on tunduvalt vähemtähtsad.

Kui Tallinna linnal oleks oma konto Facebook'is, siis mis laadi võiksid selle konto postitused olla? (N = 283)

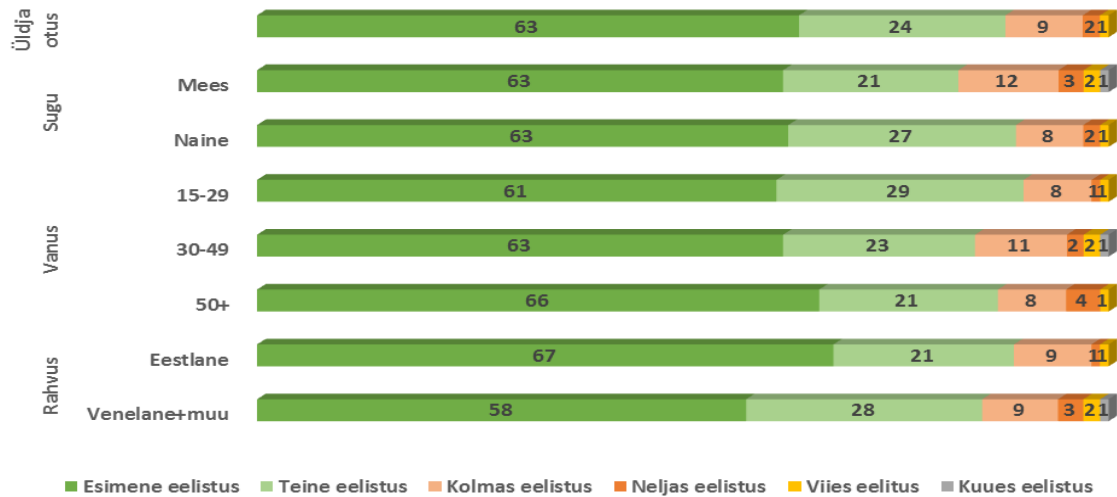


Informatiivsed

Kui Tallinna linnal oleks oma konto Facebook'is, siis mis laadi
võiksid selle konto postitused olla?

Informatiivsed

(N = 283)

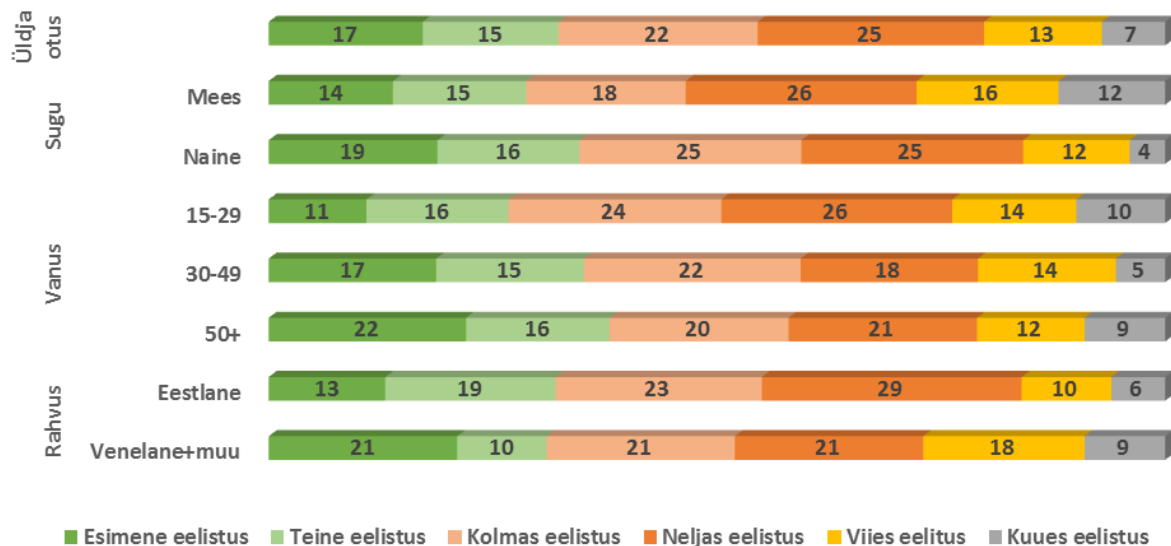


Harivad

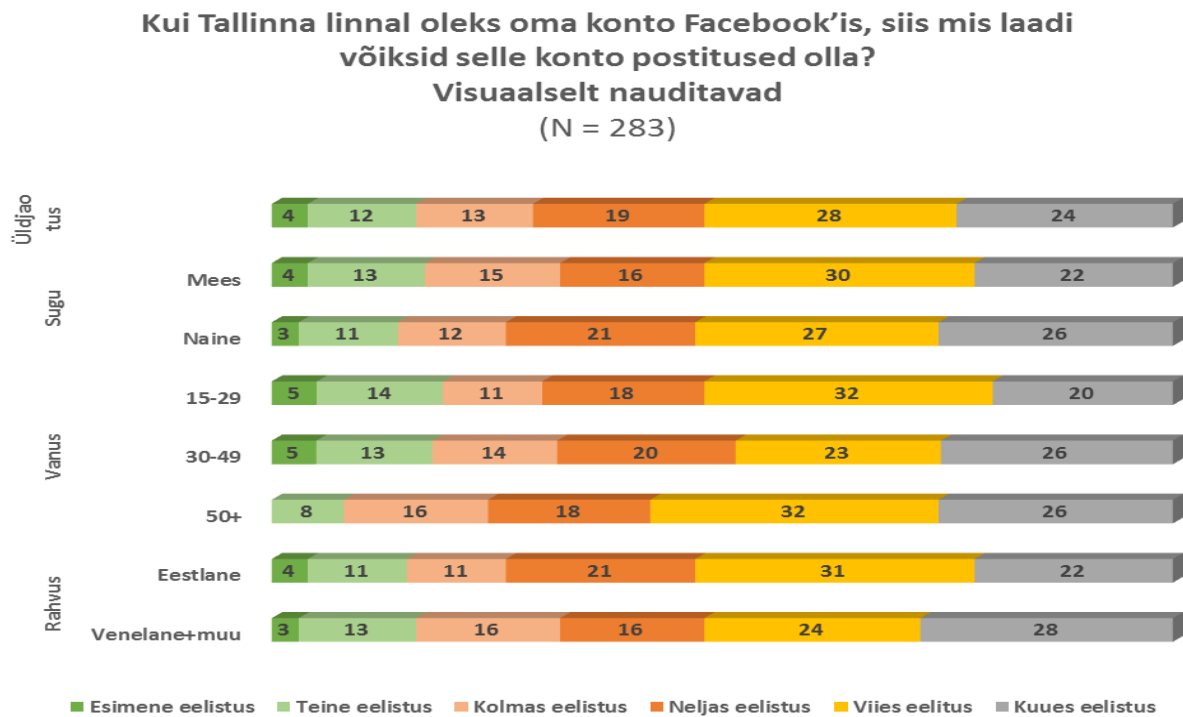
Kui Tallinna linnal oleks oma konto Facebook'is, siis mis laadi
võiksid selle konto postitused olla?

Harivad

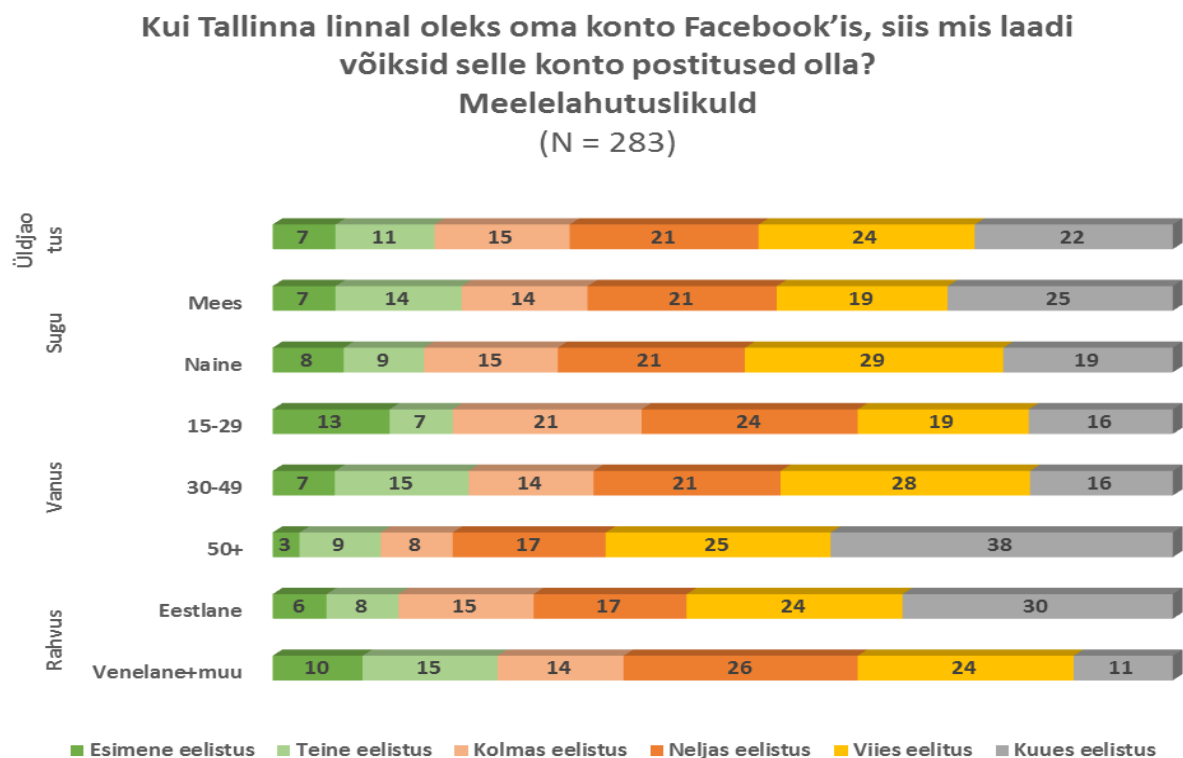
(N = 283)



Visuaalselt nauditavad



Meelelahutuslikud

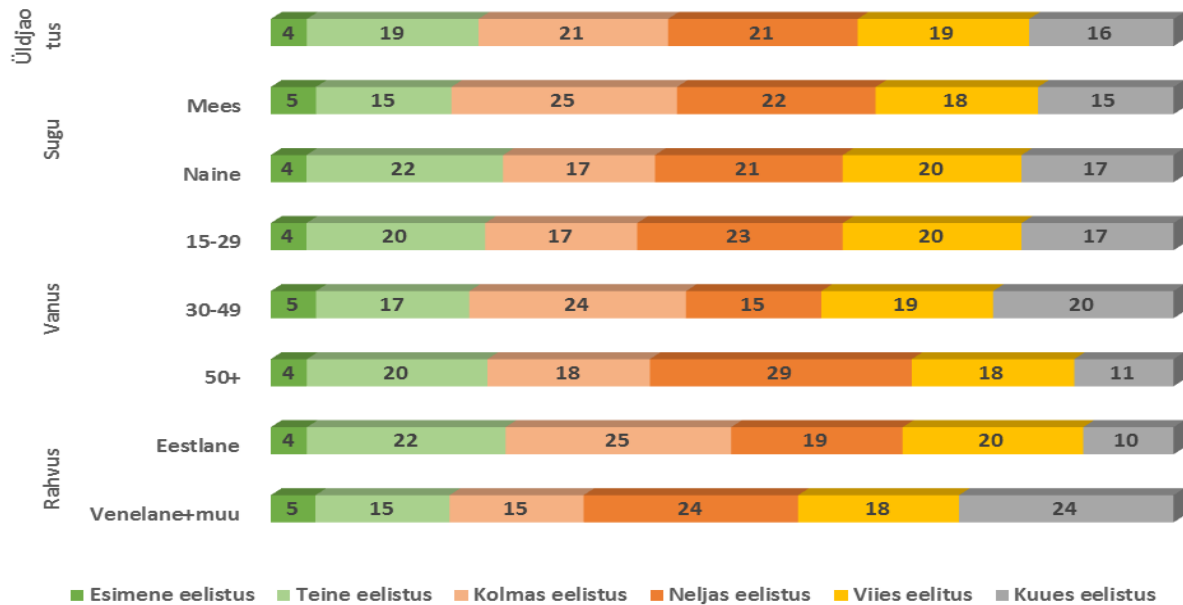


Kaasavad, arvamust küsivad

Kui Tallinna linnal oleks oma konto Facebook'is, siis mis laadi
võiksid selle konto postitused olla?

Kaasavad, arvamust küvivad

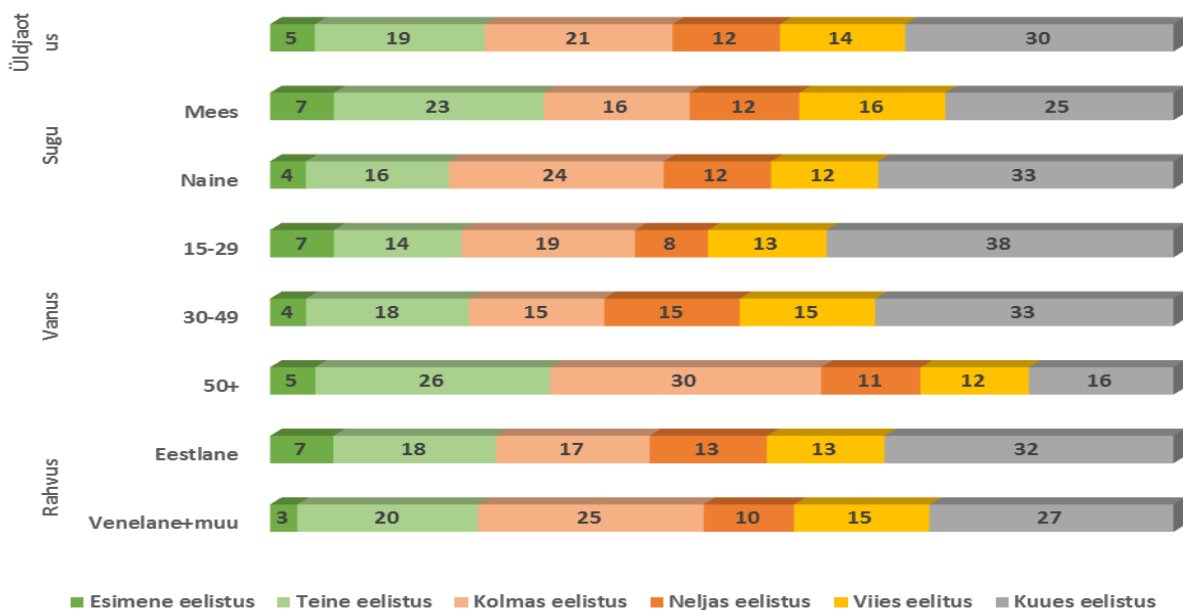
(N = 283)

Ametlikud

Kui Tallinna linnal oleks oma konto Facebook'is, siis mis laadi
võiksid selle konto postitused olla?

Ametlikud

(N = 283)

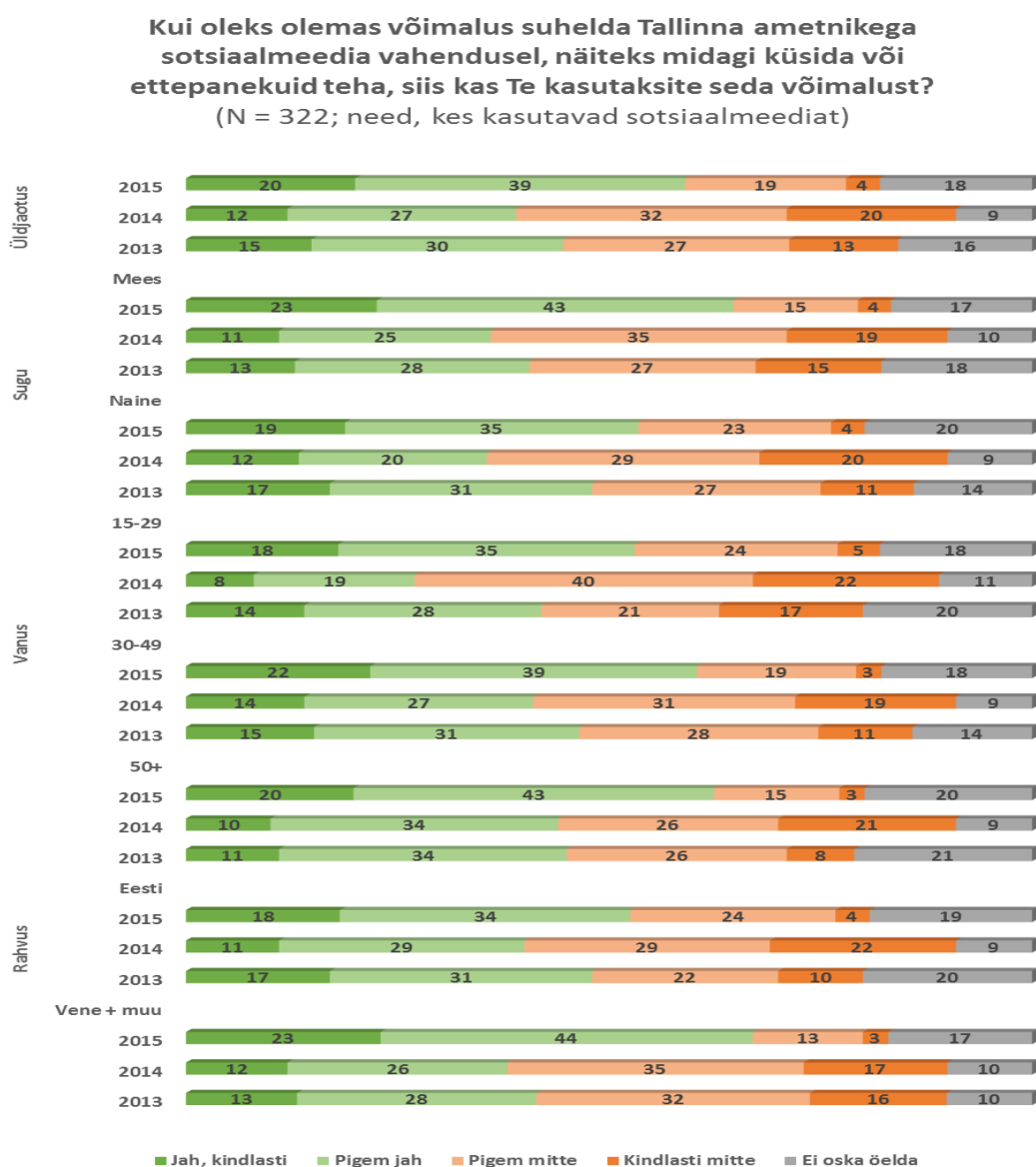


6.2. Huvi suhelda ametnikega sotsiaalmeedia vahendusel ja valmidus saada e-postiga uudiskirju

Huvi suhelda ametnikega sotsiaalmeedia vahendusel on suhteliselt kõrge – kui selline võimalus oleks, kasutaks 20% küsitlenuist seda võimalust kindlasti ning 39% pigem kasutaks. Need tulemused on kõrgemad kui 2013 ja 2014 aastal ning kuna muutused on taas läbivad kõigis peamistes vastajarühmades, siis meie arvates on need seotud uuringute küsitlusmeetodist tulenevate mõjutustega.

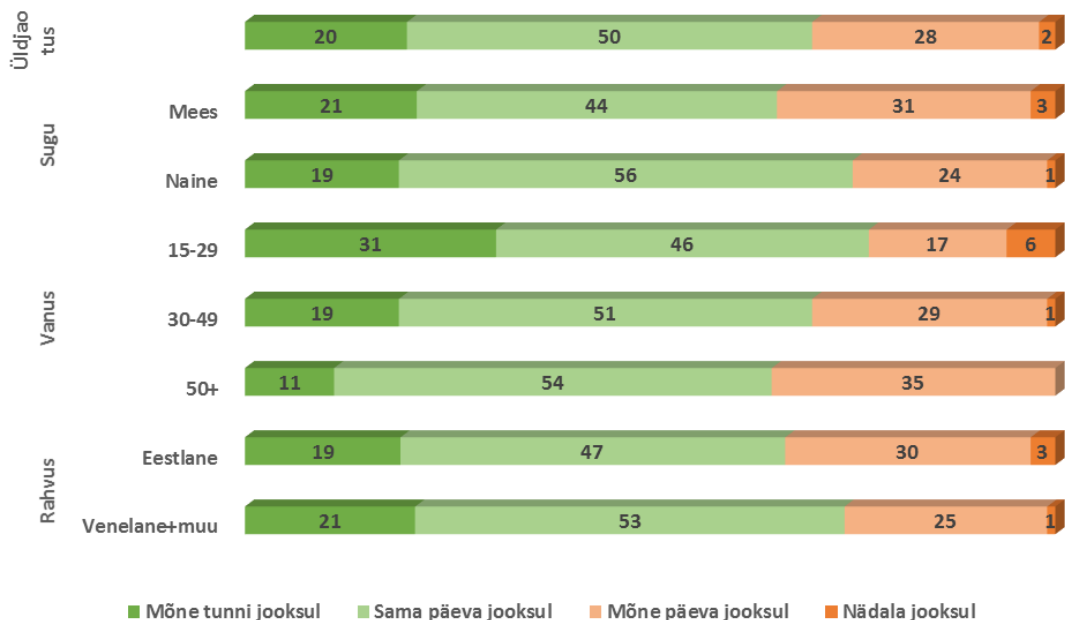
Vastust oodataks neil juhtudel ametnikult sama päeva jooksul (20% mõne tunni jooksul + 50% sama päeva jooksul).

Pooled küsitlenuist oleks valmis saama e-postiga uudiskirja järgmise kuu sündmustest. Keskmisest kõrgem on selline valmisolek keskmises vanuserühmas ja venekeelse elanikkonna seas.



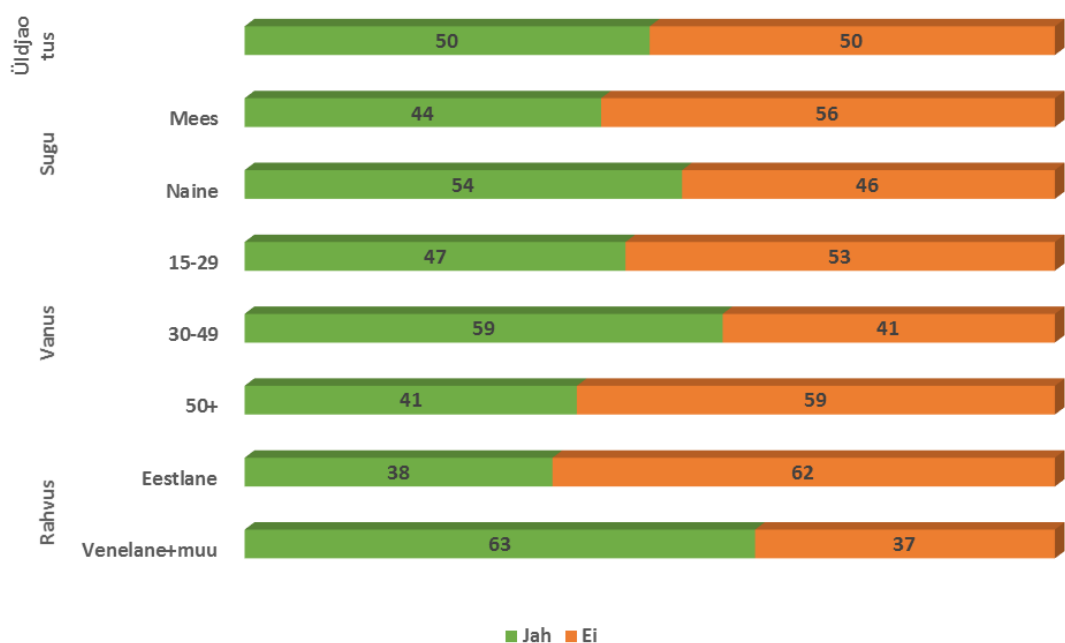
Kui kiiresti Te sooviksite saada vastust oma küsimustele ja ettepanekutele?

(N = 189; need, kes kasutaksid kindlasti või pigem kasutaksid võimalust linnaametnikega sotsiaalmeedia vahendusel suhelda)



Kas Te sooviksite saada e-postiga uudiskirja, kus oleks kajastatud tuleval kuul Tallinnas toimuvad üritused, soovitusel selle kohta kuhu minna, mida näha ja teha?

(N = 500, kõik vastajad)



7. OSALUDEMOKRAATIA

Viimane uuringuosa osalusdemokraatia kohta koosnes mitmest erinevast küsimusest.

44% valimist väidab, et on kuulnud veebipõhistest kaasamisportaalidest („Täna otsustan mina“, „Osalusveeb“, „Petitsioon“. Seejuures tunduvalt vähem venekeelne elanikkond (29%) Pooled küsitlenuist, kes on neist portaalidest kuulnud, on mõnda ka külastanud, noored keskmisest veidi enam.

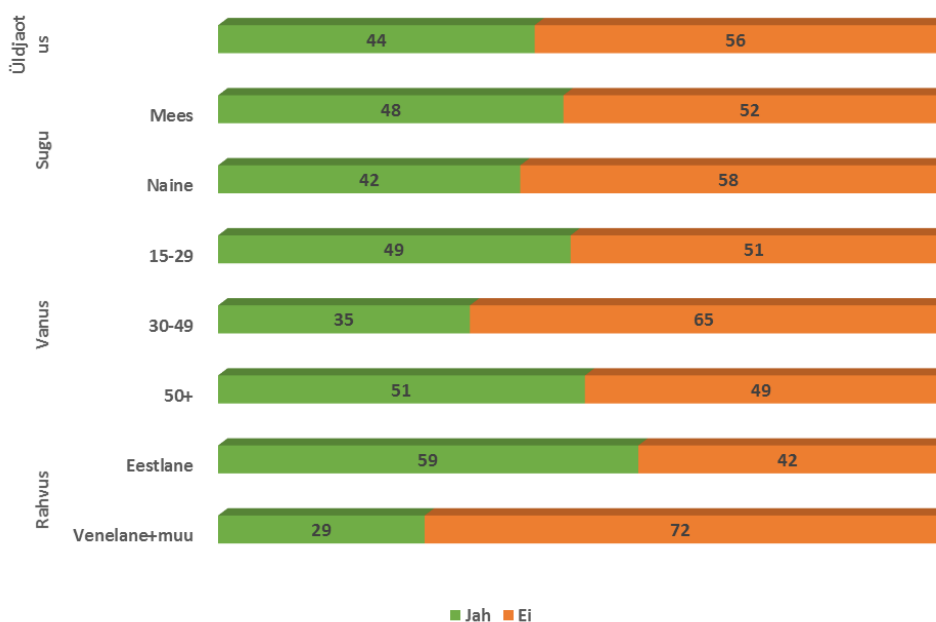
Veebipõhiste kaasamisportaalide kaudu riigi või kohalike omavalitsuste otsustes kaasarääkimine pakub 9%-le küsitlenuist väga suurt huvi ning 39%-le küllaltki suurt huvi. Taas on erinevate vastajarühmade vastuste profiil lähedane.

Tallinna linna õigusakte on veebis lugenud 28% küsitlenuist. Keskmisest veidi enam noorem vanuserühm, ülejäänud vastajarühmad ligilähedaselt samal määral. Kui Tallinna õigusakte on loetud, siis enamasti Riigi teataja veebilehel (73% lugenuist). Tallinna õigusaktide registrist on lugenud 38%.

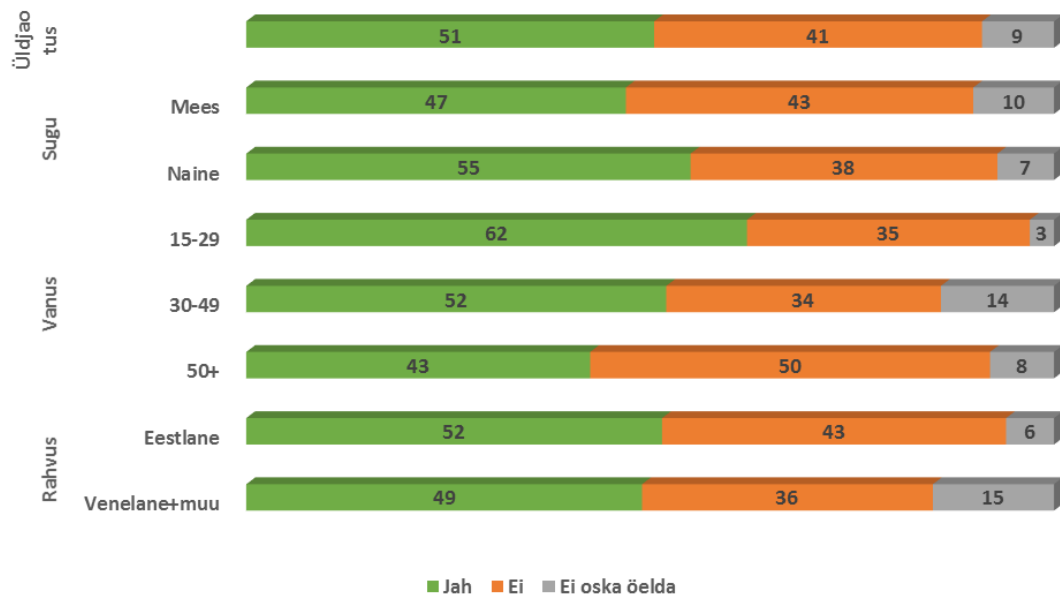
Tallinna Volikogu õigusaktide menetlemise infosüsteemi on külastanud 5% küsitlenuist. AKTAL-is näidatav info pakub väga suurt huvi 2%-le küsitlenuist ning küllaltki suurte huvi 21%-le. Viimane ei tähenda, nagu näeme, et see huvi realiseeruks reaalseks infosüsteemi külastamiseks.

Tallinna Volikogu otseülekandeid on veeb teel kunagi jälginud 7% küsitlenuid valimist ning erinevusi vastajarühmade vahel praktiliselt ei ole. Vabaduse väljaku ekraani vahendusel on neid ülekanndeid juhtunud nägema 3% küsitlenuid valimist ning Tallinna linnavolikogu maja fuajees 1%.

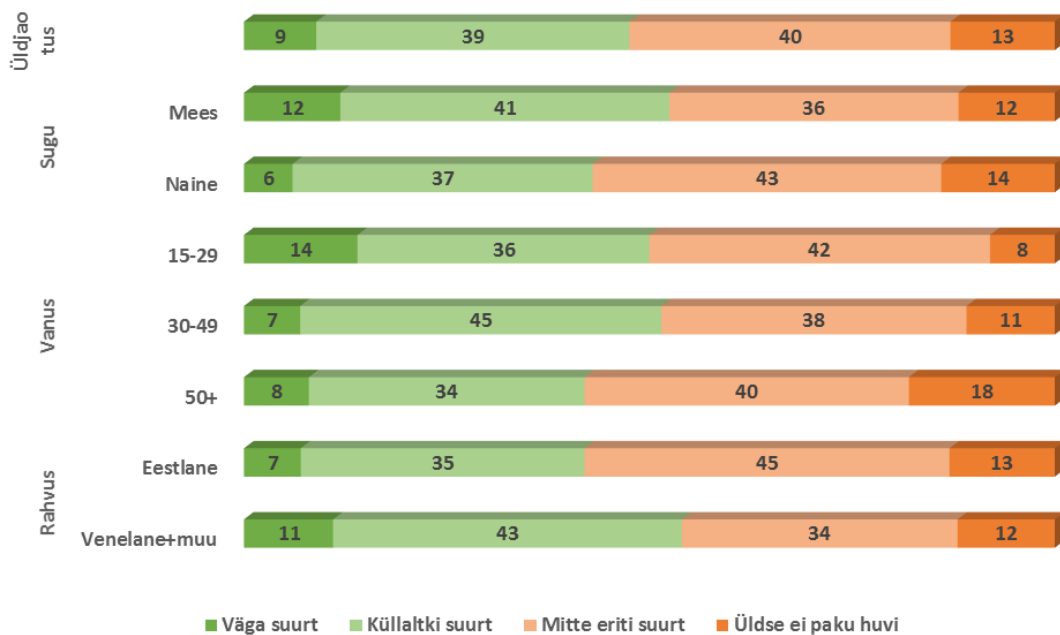
Kas Te olete midagi kuulnud veebipõhisest kaasamisportaalist nagu "Täna otsustan mina", "Osalusveeb" või "Petitsioon"?
(N = 500, kõik vastajad)



Kas Te olete kunagi mõnda sellist kaasamisportaali külastanud?
(N = 222; need, kes on kuulnud kaasamisportaalidest)

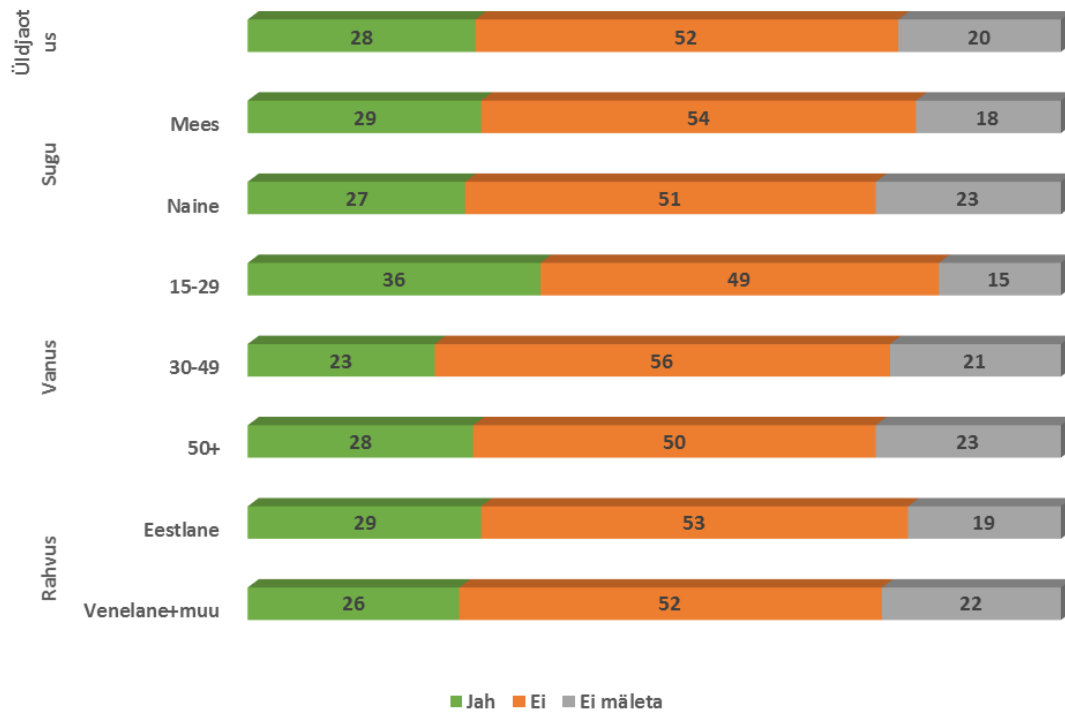


Kui suurt huvi pakub Teile võimalus veebipõhiste kaasamisportaalide kaudu riigi või kohalike omavalitsuste otsustes kaasa rääkida?
(N = 500; kõik vastajad)



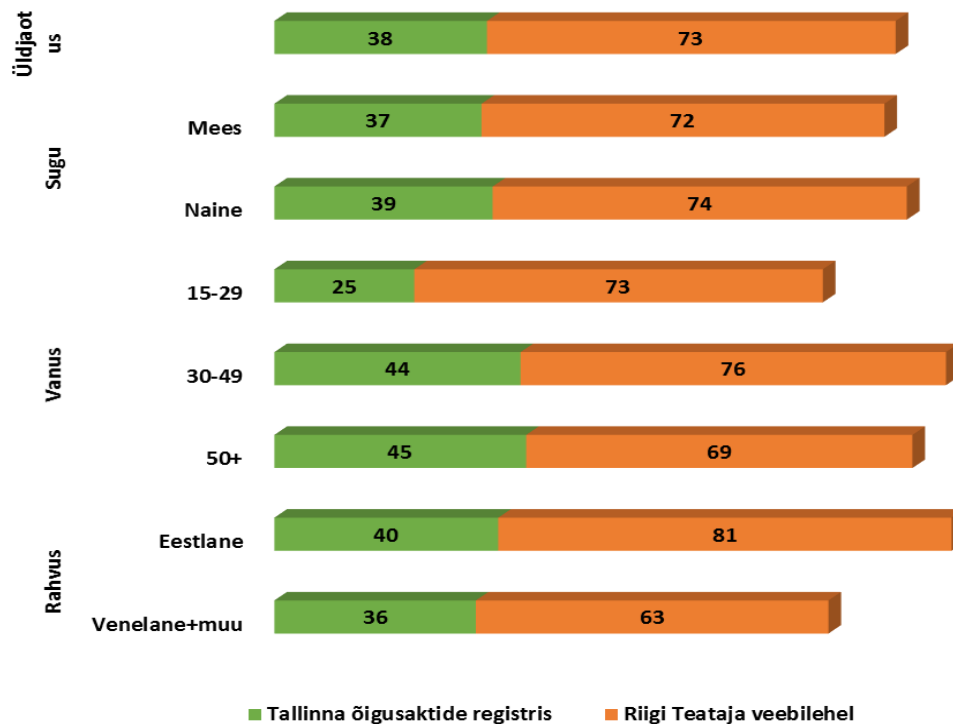
Kas olete kunagi veebis lugenud Tallinna linna õigusakte?

(N = 500, kõik vastajad)

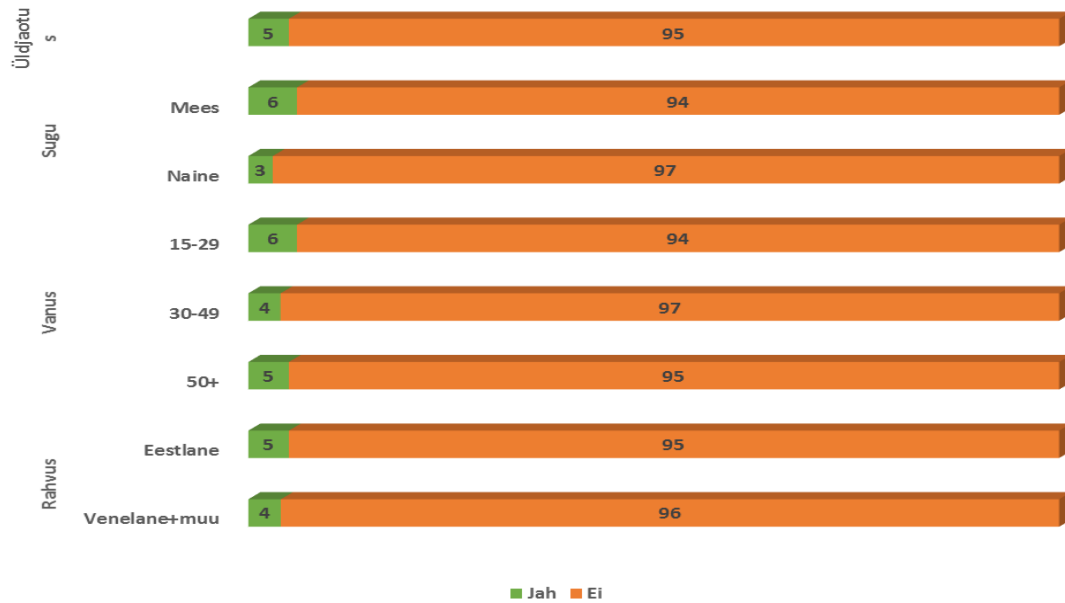


Kus te olete Tallinna õigusakte lugenud?

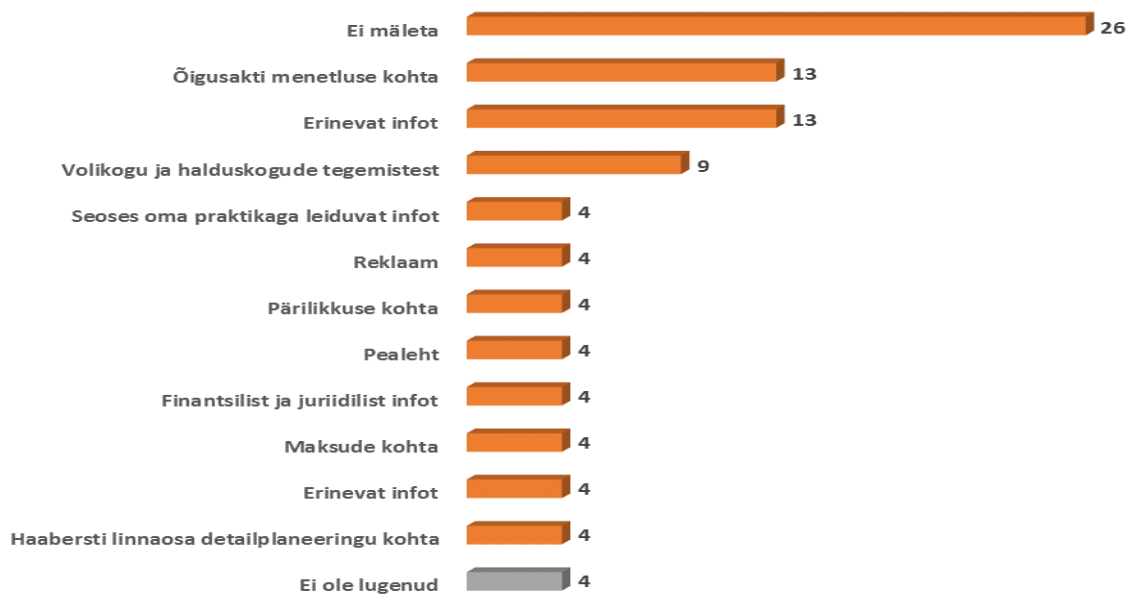
(N= 139; need, kes on lugenud Tallinna õigusakte)



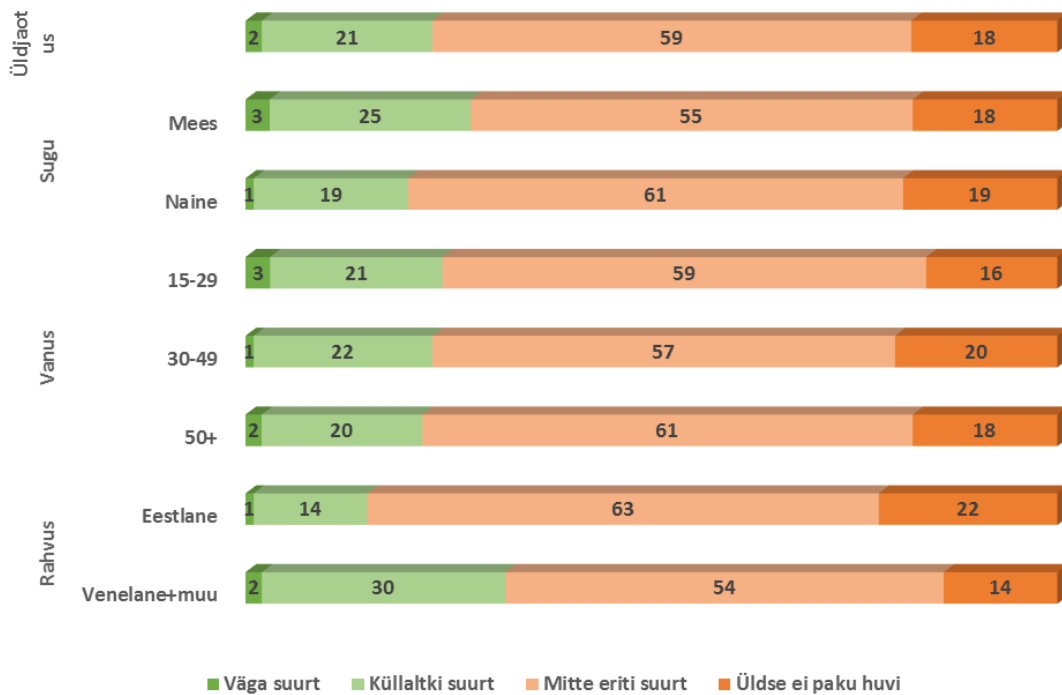
**Kas olete kunagi külastanud Tallinna Volikogu õigusaktide
menetlemise infosüsteemi AKTAL?**
(N = 500, kõik vastajad)



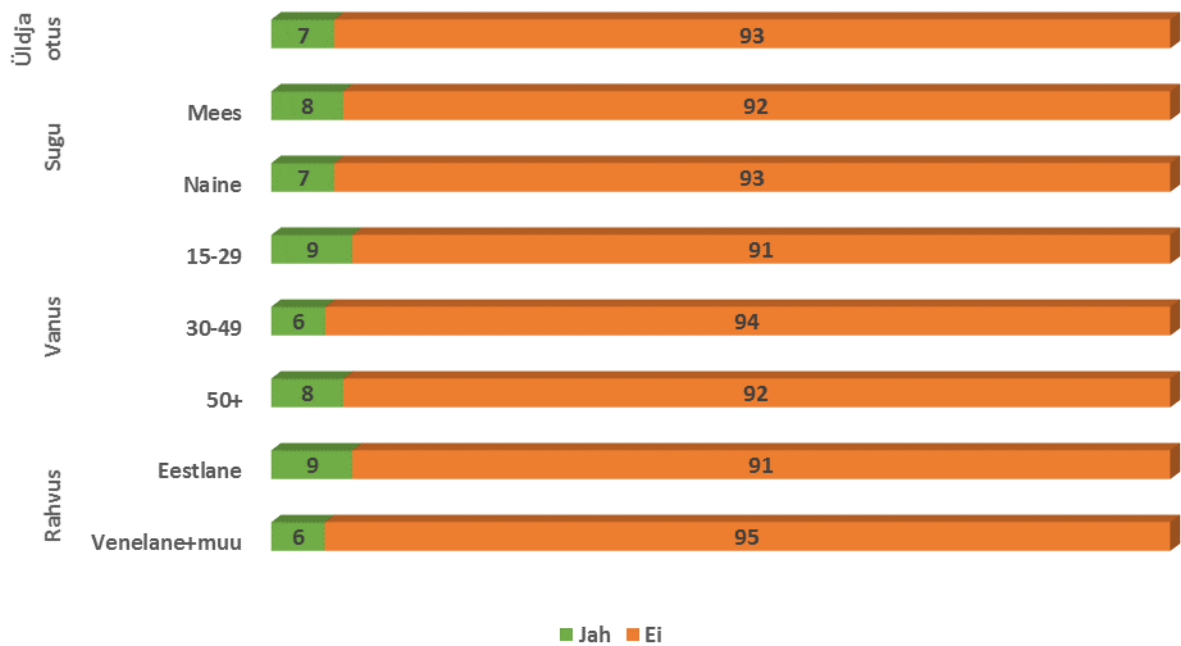
Millist infot Te AKTAL-is lugesite?
(N = 23; need, kes on külastanud ATKAL-it)



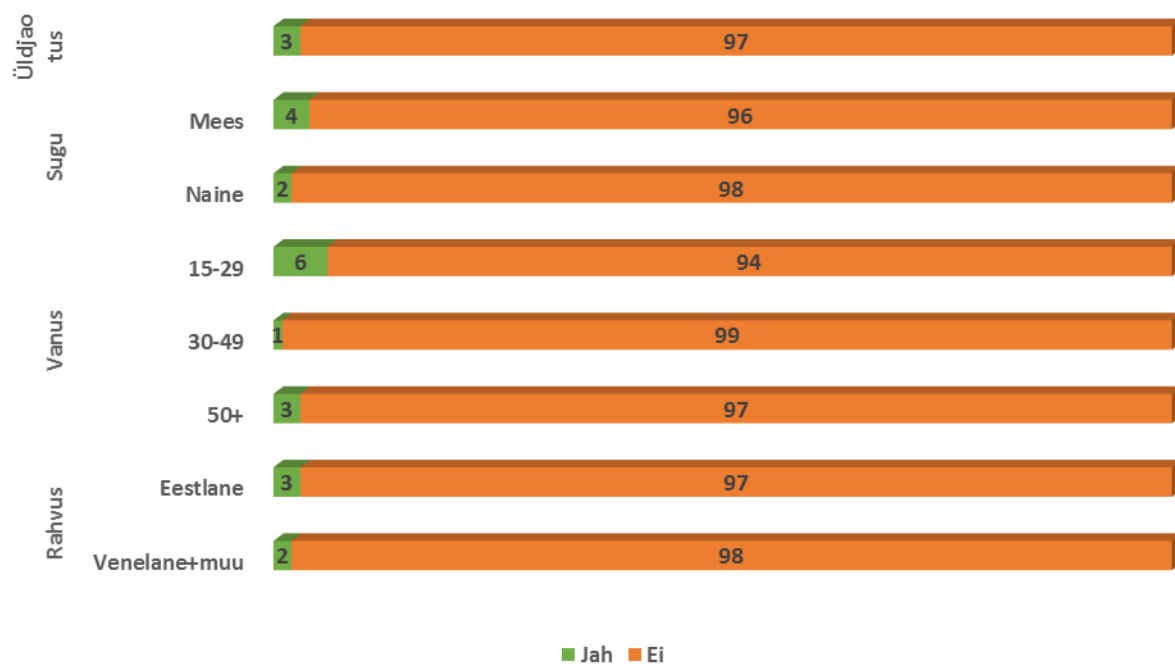
Kui suurt huvi teile pakub ATKAL-is näidatav info? (N = 500, kõik vastajad)



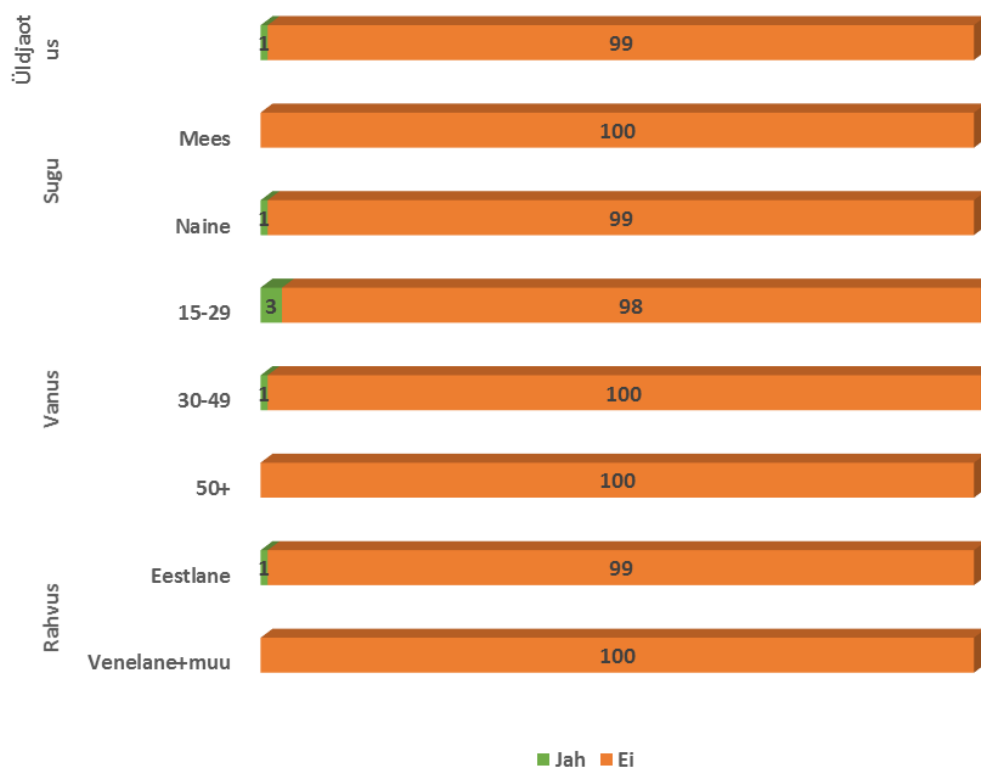
Kas olete kunagi jälginud Tallinna volikogu istungite otseülekandeid Tallinna veebilehel? (N = 500, kõik vastajad)



**Kas olete kunagi jälginud Tallinna volikogu istungite
otseülekandeid Vabaduse väljaku ekraanil?**
(N = 500, kõik vastajad)



**Kas olete kunagi jälginud Tallinna volikogu istungite
otseülekandeid Tallinna linnavolikogu maja fuajees?**
(N = 500, kõik vastajad)



Küsimustiku lõpus esitati viimane küsimus interneti kasutamise kohta väljaspool kodu või töökohta nutitelefoniga ja tahvelarvutiga.

Näeme, et **nutitelefoniga** ei kasuta väljaspool kodu või töökohta internetis käimiseks 26% kogu valimist.

Vastusvariantide iseloomust tuleneb, et see sisaldab nii neid kes ei kasuta kui neid, kel pole nutitelefon. Nende võimalike alamrühmade eristamine ei ole antud juhul võimalik.

54% kogu valimist kasutab aga nutitelefoniga selleks otstarbeks kas iga päev või peaaegu iga päev.

Tahvelarvutit ei kasuta nimetatud otstarbeks 57% kogu valimist. Iga päev, või peaaegu iga päev kasutab aga 21% küsitlenuist.

Kui sageli Te kasutate interneti väljaspool kodu või töökohta

...?

N = 500, kõik vastajad

