

Teismelisi juhhib Hollywood

Tarbimisuuring näitas, et noored on toidu ja riietuse osas üha valivamad

Helen Eelrand

louise@epl.ee

“Neile, kes firmariideid ei kanna, öeldakse vuffelmees ja kadaka turu naik. See teeb margi täis,” seletas Karel Piiraja Tallinna Katleri põhikooli viiendast klassist. “Tüdrukutele öeldakse võibolla natuke teistmoodi. Meil on klassis kaks sellist. Neil on halb maine.”

Teismelised on toidu ja riietuse osas üha valivamad, selgus EMOR-i aprillis korraldatud uuringust “Laste Omnibuss”. Uuring näitas muuseas, et Hollywoodi toodangu ning muusikatööstuse mõju eesti noorte käitumisele ja tarbimisele kasvab üha. Kuigi iidolite ring on lai, eelistavad noored sarnaneda pigem välismaistele kui eesti staaridele. Ainuke poliitik, keda noored kuigivõrd tunnistavad, on president Lennart Meri.

Nike ja inglise keel

Kui läbi põlvkondade on lapsed soovinud sarnaneda oma ema ja isaga, siis tänasest teismelistest peab vanemaid oma eeskujuks vaid kaheksa protsenti. “Vanemad on vanamoelised,” venitasid poisid. “Aga parem ongi, kui nad meist aru ei saa, siis saab omavahel iga-suguseid asju rääkida.”

Katleri põhikooli viienda klassi poiste arvates väärivad eesti popmuusikast nimetamist vaid Eda-Ines Etti ning Terminaator. Lääne staaridest on hetkelemmik Bomfunk MC’s. EMOR-i uuringu järgi mõjutab eesti noori enim poptäht Britney Spears, viimane pani Katleri poisid tegema põlglikku häält. “No võibolla plikade jaoks,” leidsid nad seejärel. Eesti sportlastest on nende heakskiidu vääriline vaid Martin Mütsepp.

Kaubamärkidest eelistavad teismelised Nike’i ja Reeboki. “Neid, kellel ei ole firmariided seljas, mõnitatakse,” seletas Ragnar Peet.

“Klassi kõige ülbemad ütlevad, milline peab olema. Kui üks ütleb, siis teised hakkavad tema järgi ahvima.” Sama klassi tütarlaps Kristi Suup nõustus, et poptähted mõjutavad teda ja ta klassikaaslaste käitumist ning riietumist. “Osad meie klassist tahavad Britney Spearsi moodi olla – riietuvad ja meigivad nagu tema,” kirjeldas Kristi, kes on tähele pannud sedagi, et eesti laste omavaheline suhtlemine muutub üha ingliskeelsemaks.

Kristi Suup ja tema klassiõde Maria Eero tunnistasid, et mitmed klassikaaslaste valivad sõpru riietuse järgi. “Meie ise reklaamide ja märkide järgi ei otsusta, ei küsi vanematelt sellepärast rohkem raha, et kal-leid asju osta,” kinnitasid nad.

Arvuti mõjuvõimu oma elus hindavad poisid erinevalt. “Üheksakümmend protsenti,” pakus Henry Värk. Ka klassivennad nentisid, et käivad tihti jututubades suhtlemas. “Otsime sealt tüdrukuid ja oleme leidnud kah,” kinnitas Ragnar. Multifilmidest on viiendike lemmikud Simpsonid, Futurama ja South Park.

Üks kohustuslikke staatuse näitajaid on pleier.

Eurokad räppariteks

EMOR-i uuring tõi selgelt välja eesti laste jaotuvuse eneseteadlikeks, sõnumiteadlikeks ning introvertseks. Esimesed mõjutavad liidritena teiste elustiili ja ostuotsuseid. Teised loovad oma eelistused kas eneseteadlike mõjul või toetuvad seni tarbitu kogemusele, kolmandad ei oskagi sageli kedagi või midagi valida.

Põhikooli lõpuklassi noor-mehed ei tunnista oma pä-

risnimesid juba ammu ning lasevad end kutsuda näiteks DAZ, Budah ja T.C. Neljandat aastat kasvatavad nad endale räpparitest järeltulijaid ning on veendunud, et just see elustiil on ainuõige. “Meie eeskujud on niggad,” teadustasid nad, “skinhead”idega käib sõda. Stiilisõda. Ka meil on oma crew’d (kambad – toim), mitu tükki. Ühel vennal lõime kurikaga pea lõhki,” seletasid nad. Teist stiili esindavad noori nimetavad üheksandikud debiilikuteks. “Õiget graffi ei oska nad isegi teha. Õige graff on keeruline. Kui keegi teine aru ei saa, siis on kõige parem,” arvas DAZ, kelle sõnul saab õiget *graffity*’t õppida internetist.

” Neile, kes firmariideid ei kanna, öeldakse vuffelmees ja kadaka turu naik. See teeb margi täis.

“Kõige rõvedamad on need, kes võtavad igast stiilist midagi üle, ei ole isiksused. Või siis mingi eurovark,” põlastas

T.C., kelle sõnul on paarist hip-hop-stiili esindajast kasvanud tema eestvedamisel Katleri koolis välja arvestatav liikumine. “Osad on küll mingid nokad, aga noh, arenevad vähemalt,” kiitis ta.

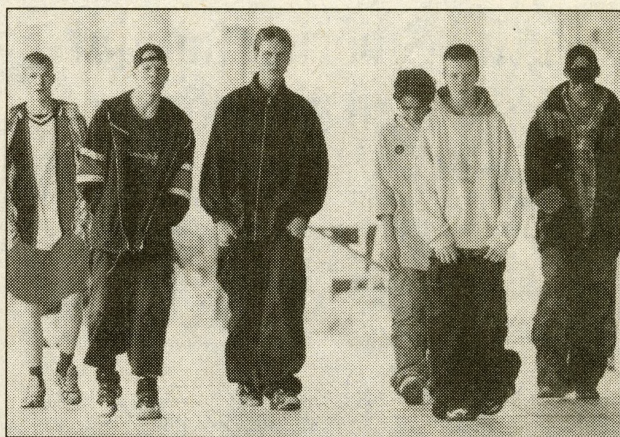
Noormehi pahandab, et neile sobivaid riideid pole Eestist peaaegu kuskilt osta. Stiilne varustus tuuakse enamasti välismaalt või müüakse käest-kätte. Kaubamärgid, mida nemad tunnistavad, on Fila, Champion, Everlast, Fubu ja Converse. Kui esialgu oli kottpüksistiil nende vanematele vastumeelne, siis nüüd on emad-isad harjunud ega keeldu riietuse ostmiseks raha andmast.

Poiste väitel üritavad nad alati oma uusi tutvavaid mõjutada, et need räpparistiili üle võtaksid. “Aga noh, eurokaid on nii palju, et kõiki ei jõua,” lõi T.C. käega.

Tänavune EMOR-i uuring Laste Omnibuss küsitles 360 last ja noorukit vanuses kuus kuni 14 aastat üle Eesti, et selgitada välja nende väärtushinnanguid, hoiakuid, eelistusi ja ostukäitumist.



Piraatkaupa kandvaid lapsi koheldakse põlgusega, kinnitas Tallinna Katleri põhikooli 5. klassi poiss Karel Piiraja. Üks hullemaid sõimusõnu on Kareli seletusel vuffelmees.



9. klass kujundab Katleri põhikooli maitset. Kui neli aastat tagasi oli T.C. (vasakult teine) üks vähestest, kes kottpükse kanda julges, siis praegu kipuvad eurostiili esindajad vähemusse jääma. Hiphopparite meelest pole euromehed isikupärased.

Laste Omnibussi tulemusi

EMORI UURING "LASTE OMNIBUSS" 2000:

■ Lemmikõppeaine

Kehaline kasvatus – 27 protsendil kõigist vastanutest, matemaatika – 20%, joonistamine – 10%, tööõpetus – 8%, eesti keel – 6%, inglise keel – 5%, laulmine – 4%, arvutiõpetus, kirjandus või bioloogia – 2%, ajalugu, geograafia, keemia, loodusõpetus, inimeseõpetus või vene keel – 1%, muu – 3%.

■ Lemmikspordiala

Poisid: jalgpall – 29% kõigist vastanutest, jooksmine – 16%, korvpall või ujumine 9%, kergejõustik – 8%.

Tüdrukud: ujumine – 20% kõigist vastanutest, jooksmine – 18%, korvpall, pallimängud – 7%, kergejõustik – 6%.

■ Lemmiktoit

6–7-aastased: supp – 18% vastanutest, friikartul – 10%, makaronid või viinerid – 8%, kartulipuder või pitsa – 6%.

8–9-aastased: friikartul – 25%, kartulipuder – 10%, makaronid ja supp – 9%, hamburger – 7%.

10–11-aastased: friikartul – 17%, makaronid – 10%, hamburger – 7%, kartulipuder, liha, pitsa või praekartul – 6%.

12–14-aastased: esikohale on tõusnud pitsa – 15%, friikartul – 12%; kartulipuder – 7%, hamburger, kartulisalat või liha – 6%.

■ Teisi lemmikuid

Laulja (3 esimest): Britney Spears (7%), Maarja-Liis, Michael Jackson, Spice Girls (6%).

Koomiksitegelane (3 esimest): Miki-Hiir, Donald, Tom & Jerry.

Multifilm (3 esimest): Tom & Jerry, rähn Woody, Simpsonid.

Telereklaam (3 esimest): Hiirte Juust, Orbit, Coca-Cola.

Loomad (3 esimest): koer, kass, hobune.

Lind (3 esimest): papagoi, pääsuke, kotkas.

Lill (3 esimest): roos, sinilill, nartsiss.

Lemmikaastaaeg on suvi.

Värv (3 esimest): must, sinine, punane.

Automark (3 esimest): BMW, Mercedes, Ferrari.

■ Eeskujud tuntud inimeste seas, kelle sarnaseks soovitakse saada:

välismaa staar – 19 protsenti kõigist vastanutest, eesti staar 10%, ema-isa 8%, iseendaks jääda 4%, vastamata, ei tea 45%.

Välismaa staare toob eeskujuks 52% vastanud eesti kooliõpilastest, Eesti staare 26%, ei vastanud või ei tea 22%.

NOORED JA MEEDIA:

■ Telesaated

6–7-aastaste vaadatavaimad saated (3 esimest): "Tondipüüdjad", "Simpsonid", "Piff & Herakles", "Kilpkonn Kipsi lastekas".

8–9-aastastel (3 esimest): "Tondipüüdjad", "Jälle see Jäpe", "Piff & Herakles".

10–11-aastastel (3 esimest): "Casper", "Herakles", "Simpsonid".

12–24-aastastel (3 esimest): "Simpsonid", Politseinädal, "Rannavalve".

■ Raadiojaamad

10–14-aastased kuulavad nädalas kõige rohkem (3 esimest): Sky Plus, raadio Uuno, Raadio 2.

6–9-aastased (3 esimest): raadio Elmar, Sky Plus, Raadio 2.

■ Välismaalased

6–9-aastased: Miki Hiir, Muumi, Tom & Jerry, Barbie, Kumake, Kroonika, Dumbo.

10–14-aastased: Miki Hiir, Kroonika, Meie Meel, Kumake, Tom & Jerry, Teleleht, Eesti Ekspress.

Uuringuks küsitleti 360, 6–14-aastast last ja noorukit. Uuringut tehakse kaks korda aastas.

Allikas: Emor