

Sisekaitseakadeemia

Politsei- ja piirivalvekolledž

Ago Iloste

HINNANG AASTATEL 2009- 2013 POLITSEI- JA
PIIRIVALVEAMETI NING MAANTEEMETI KOOSTÖÖS
LÄBIVIIDUD JALAKÄIJATELE JA JALGRATTURITELE
SUUNATUD TEAVITUSKAMPAANIATELE

Lõputöö

Juhendaja: Rauni Rohuniit, MA

Muraste 2014

ANNOTATSIOON

SISEKAITSEAKADEEMIA

Kolledž: Politsei- ja piirivalvekolledž	Kuu ja aasta: mai 2014
<p>Töö pealkiri: Hinnang aastatel 2009- 2013 Politsei- ja Piirivalveameti ning Maanteeameti koostöös läbiviidud jalakäijatele ja jalgratturitele suunatud teavituskampaaniatele.</p> <p>Evaluation to information campaigns targeted to pedestrians and cyclists carried out by Police and Border Guard Board in cooperation with Road Administration in 2009–2013.</p>	
Töö autor: Ago Iloste	Nõus lõputöö kättesaadavaks tegemisega. Allkiri:
<p>Käesoleva töö maht koos lisadega on 52 lehekülge. Esimeses peatükis annab autor ülevaate MNTA ja PPA kohustustest ja ülesannetest liiklusturvalisuse tagamisel, analüüsib aastatel 2009- 2013 kergliiklejatega aset leidnud liiklusõnnetuste statistikat ja kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniaid. Teises peatükis kirjeldab autor teavituskampaaniate alast uuringut. Lõputöö eesmärk on analüüsida valdkonda puudutavaid statistilisi näitajaid, MNTA ja PPA koostöös läbiviidud teavituskampaaniaid ning liiklejate hinnanguid ja pakkuda välja lahendusi muutmaks teavituskampaaniad senisest efektiivsemaks. Töös kasutas autor kvalitatiivseid uurimismeetodeid. Kokkuvõtvalt saab järeldada, et aastatel 2009- 2013 toimunud teavituskampaaniad on suunatud riskigruppidele, kuid seda ainult osaliselt. Teavituskampaaniate raames käsitletakse kergliiklejaid puudutavaid, probleemseid valdkondi, aga nii ühiskonna kui tehnoloogia arengust tingituna on käsitlemist vajavate probleemsete valdkondade hulk kasvanud. Teavituskampaaniate kestus on liiga lühike ning kampaaniate raames peaks senisest enam kasutama šokeerivat elementi. Lõputööd on võimalik kasutada praktilise juhendmaterjalina kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate ning projektide edaspidisel väljatöötamisel.</p>	
Võtmesõnad: jalakäija, jalgrattur, liiklusturvalisus, teavituskampaania, ennetus	
Võõrkeelsed võtmesõnad: pedestrian, cyclist, traffic safety, traffic campaign, prevention	
Säilitamise koht: Sisekaitseakadeemia Politsei- ja piirivalvekolledži raamatukogu	
Kaitsmisele lubatud	
Kolledži direktor: Aivar Toompere	Allkiri:
Vastab lõputöö nõuetele	Allkiri:
Juhendaja: Rauni Rohuniit	Allkiri:

SISUKORD

ANNOTATSIOON	2
SISUKORD	3
MÕISTETE JA LÜHENDITE LOETELU.....	4
SISSEJUHATUS	5
1. JALAKÄIJATE NING JALGRATTURITE LIIKLUSTURVALISUS EESTIS.....	8
1.1. Politsei- ja Piirivalveameti ning Maanteeameti kohustused liiklusturvalisuse tagamisel	8
1.2. Liiklusõnnetuste statistiliste näitajate analüüs	10
1.3. Kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniad aastatel 2009- 2013	17
1.4. Kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate analüüs.....	23
2. KERGLIIKLEJATELE SUUNATUD TEAVITUSKAMPAANIATE ALANE UURING	27
2.1. Uuringu meetodika ning valim	27
2.2. Uuringutulemused	27
2.3. Intervjuu	33
2.4. Kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate alase uuringu tulemuste analüüs ning ettepanekud	35
KOKKUVÕTE	38
SUMMARY	40
VIIDATUD ALLIKATE LOETELU	42
JOONISTE JA TABELITE LOETELU	46
Jooniste loetelu.....	46
Tabelite loetelu.....	47
LISA 1. ANKEETKÜSIMUSTIK	48
LISA 2. EKSPERTINTERVJUU	52

MÕISTETE JA LÜHENDITE LOETELU

Jalakäija- jalgsi või ratastoolis liikleja. Jalakäijaks loetakse ka rula, rulluiske või -suuski, tõukeratast või -kelku või muid sellesarnaseid abivahendeid kasutav liikleja (Liiklusseaduse jõust. 01.07.2011).

Jalgratas- vähemalt kahe rattaline sõiduk, mis liigub sellega sõitva inimese või inimeste lihasjõul pedaalide või käsiväntade-hoobade abil. Jalgratas võib olla varustatud ka elektrimootoriga, mille maksimaalne püsi-nimivõimsus ei ületa 0,25 kilovatti (ibid.).

Jalgrattur- isik, kes juhib jalgratast (ibid.).

Juht- isik, kes juhib sõidukit või maastikusõidukit, juhib või ajab teel loomi (ibid.).

Liikleja- isik, kes osaleb liikluses jalakäija või juhina (ibid.).

Liiklusõnnetus- juhtum, kus vähemalt ühe sõiduki teel liikumise või teelt väljasõidu tagajärjel saab inimene vigastada või surma. Tee all mõistetakse maanteed, tänavat, parklat, õueala või muud liikluseks kasutatavat rajatist koos kõnniteede, kergliiklusteede, teepeenarde, haljas-, eraldus- või muude ribadega (ibid.).

Kergliikleja- jalakäija ja jalgrattur.

Lõputöös kasutatud lühendid:

KKPO- Korrakaitsepolitseiosakond

MNTA- Maanteeamet

PPA- Politsei- ja Piirivalveamet

WHO- Maailma Terviseorganisatsioon

SISSEJUHATUS

Olenemata liikumisviisi valikust oleme kõik mingil ajahetkel kergliiklejad. Olgu selleks hetk, mil liigutakse ühissõidukipeatusesse, mootorsõiduki parkimiskohast tööle või kaubanduskeskusesse. Õnnetusse sattumise tõenäosus on eriti suur, kui liiklejad eiravad elementaarseid liiklusreegleid, kas seda siis teadlikult, tähelepanematusel, teadmatusel või mõnel muul põhjusel. Igapäevases liikluspildis hakkab eriti teravalt silma reeglite rikkumine just jalakäijate ja jalgratturite poolt. Sageli peetakse jalakäijate või jalgratturite poolt toime pandud rikkumisi mitteolulisteks rikkumisteks, kuna nende poolne reeglite rikkumine teistele liiklejatele otsest ohtu ei kujuta.

Sisekaitseakadeemia Sisejulgeoleku Instituudi poolt läbiviidud ning 2012.a avaldatud tule-, vee- ja liiklusohutuse alase ennetusuuringu lõppraportist nähtub, et ühe olulise riskigrupi liikluses moodustavad just jalakäijad ja jalgratturid, kelle puhul on suureks riskiteguriks õnnetusega kaasnevate vigastuste tõsidus. Jalakäijate ja jalgratturite risk surma saada on võrreldes autojuhtidega 7–9 korda suurem. (Sisekaitseakadeemia Sisejulgeoleku Instituut, 2012, lk 39)

Lõputöös käsitletavaks probleemiks on kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate vähene mõju liiklusturvalisuse suurendamisel.

Näiteks aastatel 2009-2013 toimus keskmiselt 151 jalgrattaõnnetust ja 361 jalakäijaõnnetust aastas. Viie aasta lõikes oli kõige kriitilisem aasta 2011, mil leidis aset 174 jalgratta- ja 401 jalakäijaõnnetust. Samuti ületab viie aasta keskmised näitajad ka aasta 2013, mil leidis aset 155 jalgrattaõnnetust. Jalakäijaõnnetuste arv 2013.a oli 344. (Maanteeamet, Liiklusõnnetused liikide lõikes 2012, 2013)

Jälgides liikluses toimuvat ning tuginedes erinevatele uuringutele on kergliiklejate osalusel toimuvate liiklusõnnetuste põhjuseks tähelepanu hajumisest tingitud olukorrad, mis sageli liiklusõnnetuseni viivad. Traagilise näitena toob autor siinkohal välja liiklusõnnetuse, mis leidis aset 13. 11.13.a Tartumaal, kus jalgratturi ja rongi kokkupõrkes hukkus 17- aastane jalgrattur. Hiljem selgus, et jalgrattur võis õnnetuse hetkel kanda mobiiltelefoniga ühendatud kõrvaklappe, mille tõttu ta rongijuhi poolt antud signaali ning läheneva rongi müra ei kuulnud.

Olukorra parendamiseks tuleb leida võimalusi liiklusjärelvalve tõhustamiseks. Teerajatiste planeerimisel ning olemasolevate renoveerimisel tuleb arvestada kergliiklejate turvalisusega, mida on võimalik saavutada üksnes mootorsõidukitele ja kergliiklejatele ettenähtud teosade füüsilise, senisest ulatuslikuma eraldamisega. Kuna nimetatud protsessid on kulukad ja aeganõudvad, on autori hinnangul ainukeseks reaalseks lahenduseks liiklusturvalisuse suurendamisel senisest ulatuslikuma, kvaliteetsema ning probleemipõhisema ennetus- ja teavitustöö korraldamine käsitletavas valdkonnas.

Lõputöö eesmärk on analüüsida valdkonda puudutavaid statistilisi näitajaid, viie aasta jooksul MNTA ja PPA koostöös läbiviidud teavituskampaaniaid ning liiklejate hinnanguid ja pakkuda välja lahendusi muutmaks teavituskampaaniad senisest efektiivsemaks.

Teavituskampaaniate efektiivsemaks muutmine käesoleva töö kontekstis tähendab kampaaniate jõudmist senisest suuremal määral riskigruppideni, kampaaniate sisu ning ülesehituse muutmist kohandumaks praegusesse ühiskonda ning laiemat, kergliiklejate valdkonda puudutavat probleemikäsitlust.

Uurimistöö eesmärgi saavutamiseks püstitab töö autor järgmised uurimisülesanded:

1. Analüüsida viie aasta jooksul (2009- 2013) jalakäijate ja jalgratturitega aset leidnud liiklusõnnetuste statistikat.
2. Anda ülevaade viie aasta jooksul (2009- 2013) läbiviidud jalakäijatele ja jalgratturitele suunatud teavituskampaaniatest.
3. Viia läbi küsitlus, analüüsima liikluses kergliiklejana osalevate liiklejate hinnanguid praegusele olukorrale

Teostatud uurimisülesanded aitavad autoril leida vastused järgmistele uurimisküsimustele:

1. Kas ja milline osa seni läbiviidud teavituskampaaniatest on suunatud riskigruppidele?
2. Mil määral käsitletakse läbiviidavates teavituskampaaniates kergliiklejaid puudutavaid probleemseid valdkondi?
3. Milline on kergliiklejate hinnang teavituskampaaniatele?
4. Millised kampaaniasõnumi edastamise viisid on kõige efektiivsemad?

Lõputöös kasutab autor kvalitatiivseid uurimismeetodeid. Ühe olulise osa tööst moodustab valdkonda puudutavate statistiliste andmete analüüs. Samuti kasutab autor andmeanalüüsi

meetodit seni läbiviidud teavituskampaaniatele hinnangu andmiseks. Ning viimase, kuid väga olulise osa moodustavad kvalitatiivse andmete kogumise meetodina läbiviidavad ankeetküsitlus ning ekspertintervjuu.

Töö koosneb kahest peatükist;

I peatükis annab autor ülevaate MNTA ja PPA kohustustest ja ülesannetest liiklustravalisuse tagamisel, analüüsib viie aasta (2009- 2013) jooksul kergliiklejatega aset leidnud liiklusõnnetuste statistilisi andmeid ja kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniaid

II peatükis kirjeldab autor töö raames läbiviidud, kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate alast uuringut. Autor kirjeldab uuringu metoodikat ning annab ülevaate uuringu osalenud valimist. Seejärel analüüsib autor vastuseid, mis kogutud ankeetküsitluse ja ekspertintervjuu teel. Lõpetuseks teeb autori järeldused ja ettepanekud eelpool käsitletu põhjal, vastab püstitatud uurimisküsimustele ning pakub lahendusi lõputöös seatud eesmärgi saavutamiseks.

1. JALAKÄIJATE NING JALGRATTURITE LIIKLUSTURVALISUS EESTIS

1.1. Politsei- ja Piirivalveameti ning Maanteeameti kohustused liiklusturvalisuse tagamisel

MNTA ning PPA kohustused liiklusturvalisuse tagamisel tulenevad erinevatest õigusaktidest.

MNTA on Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi valitsemisalas tegutsev valitsusasutus, mis juhindub oma tegevustes Eesti Vabariigi seadustest, Euroopa Liidu õigusaktidest, rahvusvahelistest lepingutest ja teistest õigusaktidest. MNTA põhiülesanneteks on muu hulgas riigi poliitika ja arengukavade elluviimine ameti tegevusvaldkonnas, liiklusohutuse suurendamine ja liiklusvahendite keskkonnakahjulikkuse vähendamine, teeliikluse ja ühistranspordi korraldamine ning teised ameti põhimäärusest tulenevad kohustused. Põhiülesannete täitmiseks teeb MNTA koostööd teiste valitsusasutustega, rahvusvaheliste organisatsioonidega. Kogub, analüüsib ja levitab teehoiu-, liiklus- ja liiklusohutusalast teavet. Lisaks korraldab ja koordineerib liiklusohutus- ning liikluskasvatusalast tööd. (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, 2013)

PPA on siseministeeriumi valitsemisalas tegutsev asutus. PPA korra- ja politseiosakonna (edaspidi KKPO) ülesanneteks on põhimäärusest tulenevalt süütegude menetlemine, juhiste ja meetodite väljatöötamine valdkonna poliitika elluviimiseks ning politseiliste ennetustegevuste planeerimine ja läbiviimine. KKPO ja tema koosseisus olevad üksused teevad koostööd teiste asutuste ja rahvusvaheliste organisatsioonidega. Töötavad välja valdkonda puudutavaid õigusakte ning vaatavad pädevuse piires läbi PPA-le esitatud eelnõusid. KKPO ülesanneteks on ka üleriigiline liiklusalase töö korraldamine ja planeerimine, liiklusjärelvalve mõju analüüsimine, liiklusalaste väärtegade toimepanemise eest ettenähtud karistuste ühtlustamine, PPA struktuuriüksuste nõustamine liiklusalaste õigusaktide osas ja teised põhimäärusest tulenevad ülesanded. (Politsei- ja Piirivalveamet, 2013)

Liiklusohutusealaste tegevuste strateegiline planeerimine tugineb rahvuslikule liiklusohutusprogrammile. Programmis kavandatud liiklusohutuse parandamise meetmed on

suunatud neile liiklejate gruppidele ja valdkondadele, mille abil on kõige enam võimalik mõjutada liiklusohutustaset, millisteks hetkel on kergliiklus (jalakäijate ja jalgratturite liiklus), lapsed ja vanurid, sõitjad, noored ja väheste kogemustega sõidukijuhid, sõiduki juhtimine joobeseisundis, liiklusõnnetuste raskusaste, linnaliiklus, pimedaja liiklus, talvine liiklus. Eelpool toodud sihtgruppide ja valdkondade valik tugineb viimase kümne aasta liiklusõnnetuste analüüsile. Meetmed, mida on vajalik rakendada, käsitlevad viit olulist liiklusega seotud valdkonda: hoiakute kujundamist, koolitust, järelevalvet, liikluskeskkonda, planeerimist. (Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium, 2012, lk 12)

Käesoleva töö kontekstis keskendub autor just kergliiklejatele suunatud ennetustegevustele, eelkõige nendele suunatud teavituskampaaniatele, mille läbiviimist näevad muuhulgas ette liiklusohutusprogrammis toodud meetmed.

Liiklusturvalisuse suurendamiseks tehtavad politseiilised tegevused on detailsemalt välja toodud Liiklusjärelevalve plaanis. Plaanist nähtub, et liiklusturvalisuse suurendamise eesmärgid läbi koostöö ja järelevalve on vähendada Eestis liiklussurmade arvu 2015. aastaks võrreldes 2008- 2010 aastate liiklussurmade keskmise arvuga ning vähendada joobeseisundis sõidukijuhtide osalusel aset leidnud inimkannatanutega liiklusõnnetuste arvu. Plaanis on välja toodud liiklusjärelevalvele pühendatud tööaja jaotus. Jaotuse põhjal kulub kergliiklejate ohutuse tagamiseks 12% liiklusjärelevalvele pühendatud tööaja mahust. (Politsei- ja Piirivalveamet, 2012)

Kergliiklejate valdkonna olulisusele viitab fakt, et Liiklusjärelevalve plaanis aastaks 2014 on liiklusjärelevalve maht kergliiklejate ohutuse tagamiseks suurenenud 15%- le (Politsei- ja Piirivalveamet, 2013).

Ennetustegevusi teostatakse erinevate asutuste ning organisatsioonide koostöös. Läbiviidavate ennetustegevuste efektiivsuse suurendamiseks on oluline tegevuste kaardistamine. Kaardistatud info põhjal koordineeritud tegevuste planeerimine ja elluviimine suurendab ennetustegevuste mõju, säästes seejuures suurel määral ressursse. Info kaardistamiseks ja ennetustegevuste planeerimiseks on koostatud süüteoennetusliku tegevuse plaan. Süüteoennetusliku tegevuse plaani eesmärk on kaardistada Eestis politsei poolt läbiviidavate ennetustegevustega haakuvate koostööpartnerite tegevused. Prioriteetseteks ennetusteemadeks 2013. a vigastustega ja surmaga lõppevate õnnetuste ärahoidmine narko, liikluse ja vägivalla teemadel. Ennetustegevuse eesmärk on ühiskonna mõjutamine ohtu sattumise ja süütegude toimepanemise riski vähendamiseks läbi inimeste

teadlikkuse tõstmise. Läbiviidavatest ennetustegevustest on vähemalt 45% suunatud alaealistele. (Politsei- ja Piirivalveamet, 2013, lk 3, 4)

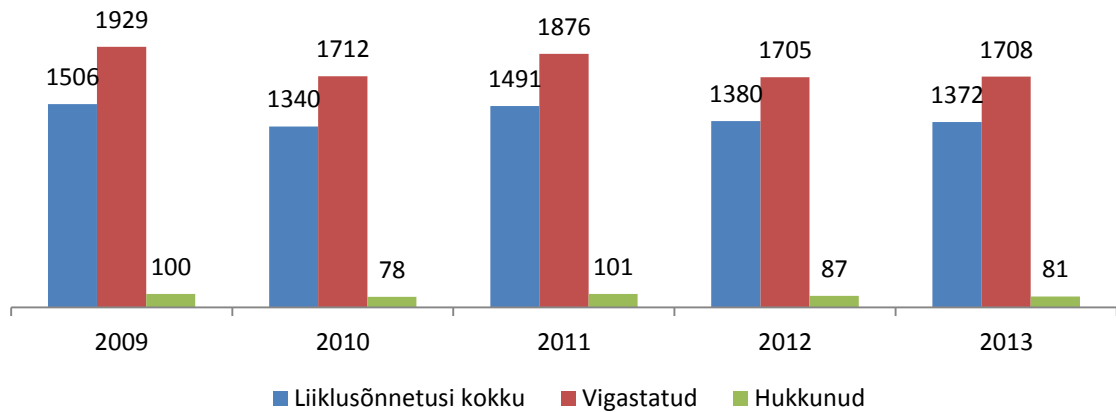
MNTA ja PPA koostööd reguleerib koostöökokkulepe. Kokkuleppe eesmärgiks on kaasa aidata liiklusõnnetuste arvu vähendamisele ning lisaks arendada koostööd infovahetusel ja liikluskorralduse tagamisel. Pooled kaasavad teineteist liikluskasvatus- ja liiklusohutusala tegevuste planeerimisel, läbiviimisel, samuti jagatakse liiklejatele liiklusohutusala teavet. Kokkuleppes tulenevalt on MNTA-l kohustus kutsuda enda poolt korraldatavatele pressikonverentsidele osalema ka PPA esindajad ning varustama PPA-d helkuritega, et kampaaniate raames jagada jalakäijatele helkureid ning parandada läbi selle jalakäijate turvalisust pimedal ajal. Koostöös läbiviidavate kampaaniate ajal suurendab PPA järelevalvet liiklejate üle ning osaleb kampaaniates peamiselt toetavate tegevustega, levitades kampaaniasõnumit jaotusmaterjalide jagamisega, piirkondliku politseitööga ja liiklusjärelvalve teostamisega. MNTA on kohustatud tagama kampaania jaotusmaterjalide kättesaadavuse politseiasutustele enne kampaania ametlikku väljakuulutamist. Koostöölepe reguleerib liiklusõnnetuste alase teabe vahetamise üksikasjaliku ja võimalikult täpse statistika kujundamiseks. Kokkulepe kohustab pooli tegema koostööd seadusandluse täiendamise ja ühtlustamise osas. (Maanteeameti ja Politsei- ja Piirivalveameti koostöökokkulepe, 2012)

Koostöökokkulepe võimaldab lisaks eelpool nimetatule teha ettepanekuid liiklusturvalisuse suurendamiseks tuginedes politseiasutuste poolt liiklusjärelvalve teostamise käigus kujunenud statistikale ning kogutud informatsioonile. Politseiasutustel on võimalik teha omapoolseid ettepanekuid teede rekonstrueerimisel, uute teede ehitamisel (liikluskorraldus, teede valgustus, parklate rajamine raskeveokitele jne). (Maanteeameti ja Politsei- ja Piirivalveameti koostöökokkulepe, 2012)

1.2. Liiklusõnnetuste statistiliste näitajate analüüs

Joonisel 1 on toodud liiklusõnnetuste tagajärjel hukkunute ja vigastatute arv aastatel 2009-2013. Andmetest nähtub, et 2009.a leidis aset 1506 liiklusõnnetust, milles hukkus 100 ja sai vigastada 1929 inimest. Aastal 2010 toimus kokku 1340 liiklusõnnetust, milles hukkus 78 ja sai vigastada 1712 inimest. Aasta 2011 liiklusõnnetuste statistikast nähtub, et kokku leidis

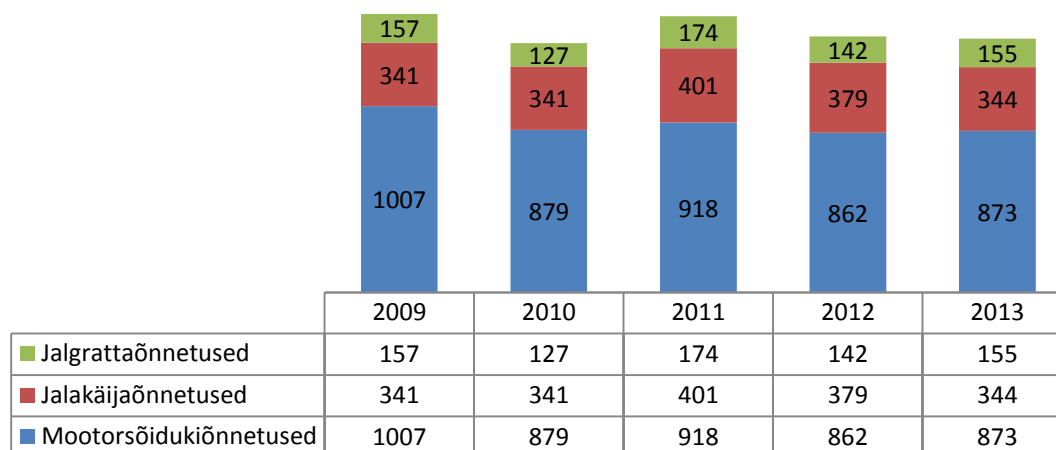
aset 1491 liiklusõnnetust, milles hukkus 101 ja sai vigastada 1876 inimest, 2012. aastal leidis kokku aset 1380 liiklusõnnetust, milles hukkus 87 ja sai vigastada 1705 inimest, seevastu aastal 2013 juhtus 1372 liiklusõnnetust, mille tagajärjel hukkus 81 ja sai vigastada 1708 inimest. (Maanteeamet, Liiklusõnnetused liikide lõikes 2012, 2013)



Joonis 1. Liiklusõnnetustes hukkunute ja vigastatute statistika aastatel 2009- 2013 (Maanteeamet, Liiklusõnnetused liikide lõikes 2012, 2013)

Liiklusõnnetuste jaotumine liikide lõikes aastatel 2009- 2013

Joonisel 2 on välja toodud aastatel 2009- 2013 aset leidnud liiklusõnnetuste arv liiklusõnnetuste liikide lõikes. Liiklusõnnetusi, milles mootorsõiduk põrkab kokku jalakäijaga juhtus 2009. a 341, mis moodustab 22,7% kõigist aasta jooksul aset leidnud liiklusõnnetustest, milles hukkus 24 ja sai vigastada 362 jalakäijat. Aastal 2010 juhtus jalakäijaõnnetusi 341, mis moodustab kõigist 2010. a aset leidnud liiklusõnnetustest 25,3%, neis hukkus 14 ja sai vigastada 372 jalakäijat. Liiklusõnnetusi, milles mootorsõiduk põrkas kokku jalakäijaga juhtus 2011. a 401, milles hukkus 26 ja sai vigastada 390 jalakäijat. Jalakäijatega juhtunud liiklusõnnetuste arv 2011. aastal moodustab 26,9% kõigist antud aastal aset leidnud liiklusõnnetustest. Aastal 2012 juhtus 379 jalakäijaõnnetust, milles hukkus 28 ja sai vigastada 368 jalakäijat. Jalakäijatega juhtunud liiklusõnnetuste arv 2012. a moodustab 27,4% kõigist antud aastal aset leidnud liiklusõnnetustest. Aastal 2013 toimus 344 liiklusõnnetust, milles mootorsõiduk põrkas kokku jalakäijaga, tulemuseks 340 vigastatud ja 23 hukkunud jalakäijat. Aastal 2013 moodustasid jalakäijaõnnetused 25,1% kõigist aset leidnud liiklusõnnetustest. (Maanteeamet, Otsasõidud jalakäijatele, 2013)



Joonis 2. Liiklusõnnetuste võrdlus liiklusõnnetuse liikide lõikes aastatel 2009- 2013 (Maanteeamet, Liiklusõnnetused liikide lõikes 2012, 2013)

Joonisel 2 nähtub, et jalgratturitega juhtus 2009. a 157 liiklusõnnetust, mis moodustab 10,4% kõigist 2009. a aset leidnud liiklusõnnetustest. Liiklusõnnetuste tagajärjel sai vigastada 153 ja hukkus 7 jalgratturit. Jalgratturitega juhtus 2010. a kokku 127 liiklusõnnetust, milles hukkus 9 ja sai vigastada 122 jalgratturit. Liiklusõnnetused jalgratturi osalusel moodustasid 2010. a 9,4% kõigist aset leidnud liiklusõnnetustest. Aastal 2011 juhtus kokku 174 jalgrattaõnnetust, milles hukkus 12 ja sai vigastada 170 jalgratturit. Liiklusõnnetused jalgratturi osalusel moodustasid 2011. a 11,7% kõigist aset leidnud liiklusõnnetustest. Seevastu aastal 2012 toimus 142 jalgrattaõnnetust, milles hukkus 8 ja sai vigastada 138 jalgratturit. Liiklusõnnetused jalgratturi osalusel moodustasid 2012. aastal 10,3% kõigist aset leidnud liiklusõnnetustest. Aastal 2013 toimus 155 jalgrattaõnnetust, milles mootorsõiduk põrkas kokku jalgrattaga, tulemuseks 149 vigastatud ja 9 hukkunud jalgratturit. Jalgrattaõnnetused moodustasid 11,3% kõigist aset leidnud liiklusõnnetustest aastal 2013. (Maanteeamet, Jalgrattaõnnetused, 2013)

Vaatamata sellele, et jalakäijate ning jalgratturitega aset leidvate liiklusõnnetuste arv on mõnevõrra vähenenud on nende osakaal kõigi aset leidnud liiklusõnnetuste kontekstis aasta aastalt suurenenud.

Jalakäijaõnnetuste statistika ning peamised põhjused

Maapiirkondades ja väikelinnades toimunud jalakäijatega liiklusõnnetuste osakaal oli aastal 2009 35%, suurlinnades toimunud liiklusõnnetuste osakaal seevastu 65%. Valgel ajal juhtus jalakäijatega 208 liiklusõnnetust, milles hukkus 8 jalakäijat, pimedal ajal leidis aset 133

liiklusõnnetust, milles hukkus 15 jalakäijat. Aastal 2013 moodustasid suurlinnades aset leidnud jalakäijaõnnetused 71,7% kõigist 2013. a aset leidnud jalakäijaõnnetustest, maapiirkondades juhtus 28,3% jalakäijaõnnetustest. Kui kokku juhtus 2013. a 367 jalakäijaõnnetust, siis 122 neist leidis aset pimedal ajal ning 107 juhul ei kasutanud õnnetusse sattunud jalakäija helkurit, seetõttu hukkus 15 jalakäijat (tabel 1). (Maanteeamet, Otsasõidud jalakäijatele, 2013)

Tabelist 1 nähtub, et aastatel 2009- 2013 juhtus olenemata liiklusõnnetuse liigist jalakäijatega keskmiselt 384 liiklusõnnetust aastas. Kõige rohkem jalakäijaõnnetusi juhtus vanusegruppi 35- 64 kuuluvate jalakäijatega. Aastal 2010 juhtus jalakäijaõnnetusi õnnetuse liigist olenemata 366, aastal 2011 juhtus 416 erinevat jalakäijaõnnetust aastal 2012 leidis aset 406 jalakäijaõnnetust, 2013. a leidis aset 367 jalakäijaõnnetust. (Maanteeamet, 2014)

Tabel 1. Jalakäijaga liiklusõnnetuste arv vanusegruppide lõikes ajavahemikul 2009- 2013 (Maanteeamet, 2014)

vanusegrupp	0- 17	18- 34	35- 64	65+	LÕ pimedas/ <u>neist helkurita</u> (hukkus)	Kokku vigastatuid	Kokku hukkunuid
2009	83	95	<u>123</u>	66	133 (15)	331	23
2010	88	102	<u>114</u>	62	114/ <u>99</u> (8)	343	14
2011	116	106	<u>134</u>	60	156/ <u>137</u> (16)	388	26
2012	98	88	<u>137</u>	83	139/ <u>117</u> (16)	368	28
2013	78	90	<u>115</u>	84	122/ <u>107</u> (15)	340	23

Suurem osa liiklusõnnetustest jalakäija osalusel toimus aastatel 2009- 2013 Eesti suuremates linnades- Tallinnas, Tartus, Pärnus, Kohtla-Järvel ja Narvas. Suurema osa liiklusõnnetustesse sattunud jalakäijatest moodustavad vanusegruppi 35- 64 eluaastat kuuluvad jalakäijad ja seda kogu käsitletava perioodi jooksul. Pimedal ajal liiklusõnnetustesse sattunud jalakäijatest ei kasutanud suur osa neist helkurit või muud abivahendit enese sõidukijuhtidele nähtavaks muutmisel (tabel 1). (Maanteeamet, 2014)

Jalakäijate puhul on peamisteks liiklusõnnetusse sattumise põhjusteks tee ületamise nõuete rikkumised. See tähendab, et jalakäijad ületavad sõiduteed selleks mitte ettenähtud, ebatavalises kohas. Samuti ületatakse reguleeritud ülekäigukohti ning ülekäiguradasid foori keelava tule ajal. Palju selliseid rikkumisi pannakse toime nii tahtlikult kuid sageli tähelepanematusel. Tähelepanematusel tingitud rikkumised pannakse sagedamini toime nooremaealiste jalakäijate poolt. Teadlikud rikkumised pannakse toime vanemate jalakäijate

poolt, millele sageli lisandub ka oma füüsiliste võimete ja tervisliku seisundi ülehindamine. (Maanteeamet, Otsasõidud jalakäijatele, 2013)

Aastal 2011 läbiviidud uuringust nähtub, et sageli juhtuvad liiklusõnnetused jalakäijatega just tähelepanematusse tõttu, mille põhjustajaks on „*dual-task*“ ehk mitme tegevuse sooritamine samaaegselt. Antud tegevusega kaasneb tõsine tähelepanu hajumine, mille tõttu tehakse ebaadekvaatseid otsuseid või on pärsitud tegevuste sooritamise kiirus (näiteks sõidutee ületamine). Mitmete tegevuste samaaegne sooritamine mõjutab olulisel määral noorte inimeste sooritusvõimet. Veelgi tõsisemalt mõjutab selline tegevus vanemate inimeste sooritusvõimet. Sellisteks tegevusteks, mis pärsivad näitena jalakäijate võimet turvaliselt liigelda, võib lugeda mobiiltelefoni kasutamist (olgu selleks telefoniga rääkimine, sõnumite trükkimine, interneti kasutamine või muu tegevus), mp3- muusikamängija kuulamist või navigatsiooniseadme kasutamist. Üldiselt peetakse kõndimist automaatseks tegevuseks, aga mitmetest uuringutest nähtub, et kõndimine nõuab oluliselt suuremal määral tähelepanu ja keskendumist kui liiklejad arvavad. Keskendumise vajadus suureneb tulenevalt vanusest, mida vanem on inimene, seda suuremal määral peab ta tegevuste sooritamiseks keskenduma. (Neider, Gaspar, & McCarly, 2011)

Dual- taskinguga kaasneva tähelepanu hajumise negatiivset mõju liiklusohutusele ei pea kahjuks kaugelt otsima. Siinkohal viitab töö autor taas 2013. a novembris juhtunud traagilisele liiklusõnnetusele, kus rongi ja jalgratturi kokkupõrkes hukkus 17 aastane jalgrattur.

Jalgrattaõnnetuste statistika ning peamised tekkepõhjused

Väikelinnades ja maapiirkonnas juhtunud jalgrattaõnnetuste arv moodustas 2009. a 62,4% ja suurlinnades 37,6% juhtunud jalgrattaõnnetuste arvust. Aastal 2013 moodustasid maakondades juhtunud jalgrattaõnnetused 47%, suurlinnades 53% jalgrattaõnnetustest. (Maanteeamet, Jalgrattaõnnetused, 2013)

Tabelis 2 nähtub, et aastal 2009 toimus kokku 175 erinevat jalgrattaõnnetust. Vanusegruppide lõikes sattus aastatel 2009- 2013 jalgratturina liiklusõnnetustesse kõige enam vanusegruppi 35- 64 eluaastat kuuluvaid jalgrattureid. Aastal 2010 juhtus liiklusõnnetusi jalgratturi osalusel 134, seevastu 2011. a juhtus kokku 185 jalgrattaõnnetust. Aastal 2012 toimus kokku 148 erinevat jalgrattaõnnetust ning aastal 2013 juhtus jalgrattaõnnetusi kokku 165. (Maanteeamet, 2014)

Tabel 2. Jalgrattaõnnetuste esinemise hulk jalgratturite vanuselises lõikes aastatel 2009- 2013 (Maanteeamet, 2014)

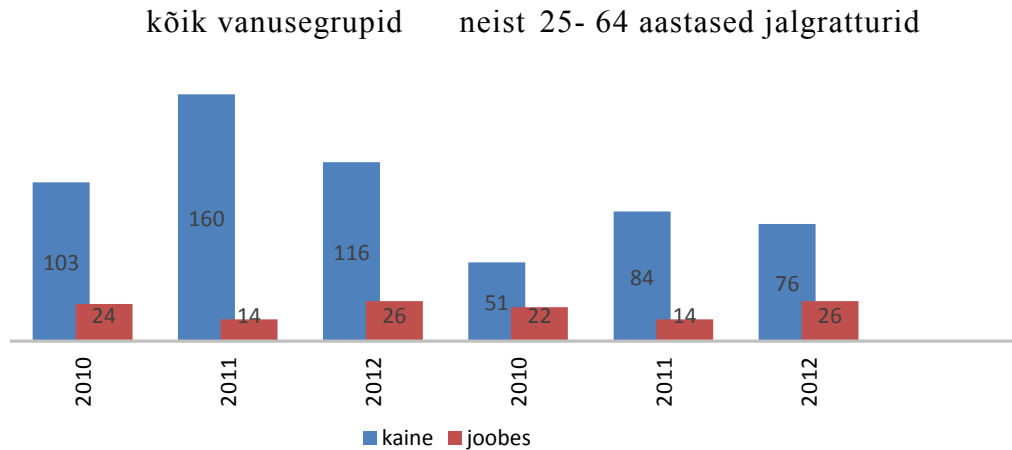
vanusegrupp	0- 17	18- 34	35- 64	65+	Kokku vigastatuid	Kokku hukkunuid
aasta						
2009	41	32	80	21	153	7
2010	35	42	44	13	122	9
2011	42	44	70	29	170	12
2012	25	41	71	11	138	8
2013	35	40	76	14	149	9

Jalgratta ja mootorsõidukite kokkupõrgete peamiseks põhjuseks on olnud teandmise reeglite eiramine. Üks viiendik jalgratta ja mootorsõiduki kokkupõrkeid toimus põhjusel, et jalgrattur sõitis ristmikule välja andmata teed eesõigust omavale sõidukile. Ligemale veerand jalgratta ja autode kokkupõrkeid toimus põhjusel, et jalgrattur tegi vasak- või tagasipööret, hoiatamata teisi liiklejaid oma suunamuutmisest, pöörates nii ette tagant lähenevale või möödasõitu tegevale sõidukile. Mittetüüpilistest põhjustest võib nimetada sõitmist vasakul teepoolel vastu liiklussuunda, vasakpoolselt teepoolelt parema pöörde tegemist, sõidutee ületamist sõites ülekäigurajal. Purjus jalgratturitele on omane tasakaalu hoidmisega mitte toime tulemine ja seetõttu mööduva auto või ka seisva auto vastu kukkumine. (Lilleorg S. , 2012)

Eestis on enamlevinud õnnetusetüübiks asulavälistel teedel mootorsõiduki otsasõit eessõitvale jalgratturile – 32%. Ligi 20% moodustasid jalgratturi teele ettesõidud teepeenralt või teega külgnevalt alalt. Asulates toimunud jalgrattaõnnetuste enamlevinud tüübiks on mitmesugused ristmiku-õnnetused, ligi pool kõigist mootorsõiduki ja jalgratta kokkupõrgetest. Enamasti on kokkupõrke põhjuseks ristmikule väljasõitmine teandmise kohustust eirates või hoovist tänavale väljasõitmine. Seda teevad nii jalgratturid ise kui ka teiste sõidukite juhid. Sagenenud on otsasõidud sõidutee servas sõitvale jalgratturile ning jalgratturite ettesõidud vöötrajal. (Lõhmus, 2010)

Kõige teravamalt tõstatub aga järgmine probleem: Euroopa riikide jalgratturite hulgas läbiviidud küsitlusuuringus küsiti uuringus osalevatelt jalgratturitel arvamus selle kohta, et kas alkoholi tarvitamine ja jalgratta juhtimine on lubatud, kui teha seda ettevaatlikult. Uuringu tulemustest nähtub, et 75% uuringus osalenud Eesti jalgratturitest pidas seda

lubatuks, seevastu Euroopa keskmine tulemus oli 25%. (Antov, et al., 2012, lk 303, 306, 311)



Joonis 3. Joobes jalgratturite osakaal jalgratturitega juhtunud liiklusõnnetustes kolme aasta võrdluses (Maanteeamet, 2013)

Joonisel 3 on näidatud, et aastal 2010 leidis aset 127 liiklusõnnetust jalgratturi osalusel, 24 juhul oli õnnetusse sattunud jalgrattur joobes. Aastal 2011 leidis aset 174 liiklusõnnetust jalgratturi osalusel, neis joobes oli jalgrattur 14- 1 juhul. Aastal 2012 leidis aset 142 liiklusõnnetust jalgratturiga, jalgrattur oli joobes 26- 1 juhul. Enamuse liiklusõnnetustesse sattunud joobes jalgratturitest moodustavad vanusegruppi 25- 64 kuuluvad ratturid. (Maanteeamet, 2013)

Ameerika meditsiini assotsiatsiooni ajakirjas avaldatud uuringu „Alkoholi tarvitamine kui riskifaktor jalgratturite vigastuste tekkel“ kohaselt on jalgratturite liiklusõnnetustesse sattumise riski suurus olulisel määral seotud alkoholi tarvitamisega. Uuringus tõdetakse, et jalgratta juhtimine nõuab inimeselt olulisel määral kõrgemaid psühhomotoorseid võimeid võrreldes auto juhtimisega kuid organismis sisalduv alkohol pärsib neid võimeid. Lisaks ilmneb uuringust ka fakt, et alkoholi tarvitanud jalgratturid kasutavad oluliselt harvem jalgratturikiivrit kui seda teevad kained jalgratturid, mis omakorda suurendab raskete tagajärgedega liiklusõnnetuste osakaalu. (Guohua Li, Susan P, John E, & Carl A, 2001)

Autori hinnangul on üheks oluliseks aspektiks jalgratturite liiklusturvalisuse suurendamisel jalgratturikiivri kasutamise aktiivsuse tõus. Olgugi, et jalgratturikiivri kasutamise aktiivsuse

kasv ei vähenda otseselt jalgratturitega juhtuvate liiklusõnnetuste arvu, küll aga vähendab see traagiliste tagajärgedega jalgrattaõnnetuste arv.

WHO poolt koostatud käsiraamatus tuuakse välja tendents, mille kohaselt nii motoriseeritud kui motoriseerimata kahe rattaliste liiklusvahendite arv üha kasvab. Eriti kiire kasvuga on kahe rattalisi kasutavate isikute hulk madala- ja keskmise sissetulekuga riikides. Nimetatud liiklusvahendite kasutamisega kaasneb ka üha suurenev vigastatute ja hukkunute arv. Käsiraamatus tuuakse probleemina välja vähene aktiivsus nii jalgratturikiivri kui motokiivri kasutamisel juhi kui kaasreisijate poolt. Tuginedes mitmete uuringutele rõhutakse käsiraamatus kiivri olulisusele raskete tervisekahjustuste vähendamisel, mis omakorda vähendab riigi poolt tehtavaid kulutusi vigastatute ravimisel. Sellest tulenevalt annab käsiraamat riikidele suunised kõnealuse olukorra parendamiseks seadusandluse täiendamise teel, mille üheks aspektiks oleks kiivri kasutamise kohustuslikuks muutmine kõigile kahe rattalisi liiklusvahendeid kasutavatele liiklejatele. (World Health Organization, 2006)

1.3. Kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniad aastatel 2009- 2013

Aastatel 1975- 2007 12 erinevas riigis läbiviidud erinevate liiklusohutuskampaaniate analüüs näitab, et keskmiselt vähenes liiklusõnnetuste arv kampaaniate tulemusena 9% võrra. Analüüsist nähtub, et kampaaniate mõju suurendasid kampaaniasõnumi edastamise strateegiad nagu teede ääres paiknev välireklaam ning kampaaniasõnumi muutmine inimeste jaoks personaalseks. Eriti suur tähtsust omab personaalne lähenemine, eriti juhul kui kampaania kestus on lühike (kuni üks kuu). (Phillips, Ulleberg, & Vaa, 2011)

Seega hindab autor kampaaniate mõju liiklusturvalisuse suurendamise seisukohalt märkimisväärseks ning leiab, et kvaliteetsete, analüüsipõhiste kampaaniate korraldamisega on võimalik päästa palju elusid ning minimaliseerida kahjusid nii inimeste tervisele kui varale.

MNTA on läbi aastate liiklejate teadlikkuse suurendamiseks ning nende hoiakute ja käitumisharjumuste kujundamiseks korraldanud erinevaid liiklusohutuse kampaaniaid. Peamisteks kampaaniate raames käsitletavateks temadeks on turvavöö ja turvavarustus autos, jalgratturite ohutus, kahe rattalised liiklejad, joobes juhtimine, kiirus maanteel, jalakäijate ohutus ja kiirus asulas, helkur ning talvised sõiduvõtted. Kampaaniad on

faktipõhised ning on suunatud tuvastatud probleemide lahendamisele, lisaks peab korraldatud kampaaniate mõju olema mõõdetav. (Maanteeamet, Kampaaniad, 2013)

Kampaaniate mõju hindamine on keeruline või isegi võimatu tegevus. Autori hinnangul on võimalik kampaaniate toimumise järel saada hinnanguid üksnes inimestelt, kelleni kampaania jõudis, kuid faktipõhiseid näitajad mõju hindamiseks siiski puuduvad. Näiteks kampaaniate mõju hindamisel liiklusõnnetuste statistikast lähtumine ei anna kampaania mõjudele adekvaatset hinnangut, sest liiklusõnnetuste arv on liiga varieeruv.

Rahvusvahelises ajakirjas „*Injury Control and Safety Promotion*“ avaldatud artiklis tuuakse välja, et vaatamata sellele, et ei ole olemas aktsepteeritavaid mooduseid massimeedia vahendusel edastatavate teavituskampaaniate mõju hindamiseks ei saa neid seetõttu veel pidada ebaefektiivseteks. Massimeedia vahendusel kampaaniasõnumi edastamine on võrreldes teiste liiklustravalisust suurendavate vahenditega majanduslikult soodsaim viis, ning vaatamata tõsiasjale, et lühikese perioodi vältel ei ole võimalik selle mõju hinnata on sellisel viisil edastatud kampaaniasõnumi jõudmine sihtgrupini tõenäoline. (Hutchinson & Wundersitz, 2011)

Kergliiklejate ohutuse suurendamisel on peamiseks võtmelemendiks neile teadvustada, et nad on haavatavad. Juba suhteliselt madal kokkupõrkekiirus võib põhjustada tõsiseid vigastusi kergliiklejatele, kuna nende ainuke kaitse on kantav riietus. Oluliseks aspektiks on ka nähtavus. Liikluspildis on kergliiklejad kogult väikesed ning neid on keeruline märgata. Lisaks peab arvestama kergliiklejate võimekusega. Kergliiklejate hulgas on lapsi, kelle liiklusalane kogemus on väike, samas võib kohata vanemaid inimesi, kelle füüsilised võimed ja taju on oluliselt pärsitud ning puudega inimesed, kes kasutavad liikumiseks ratastooli või muud abivahendit. Kergliiklejate liiklustravalisuse suurendamisel ei saa jätta tähelepanuta asjaolu, et kergliikleja kasutab liikumisel enese lihaste jõudu. Kuigi sõidutee ohutuks ületamiseks on kusagile loodud võimalus motiveerib neid liikluseadust rikkuma aja kokkuhoid ja võimalikult lühike teekond objektini, milleni soovitakse jõuda. (Antov D. , 2006, lk 26)

Ülevaade kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniatest

„Lapsed on linnas tagasi. Targem võtab hoo maha 2009“ - analoogse nimetusega kampaaniaid on korraldatud ka varasematel aastatel, kuid antud kampaania sisaldas esmakordselt sõnumit, mis oli suunatud ainult jalakäijatele. Jalakäijatele suunatud sõnum tuletab liiklejatele meelde sõidutee ületamise kohustust selleks ette nähtud kohtades ja reguleeritud ülekäigukohal vaid rohelise fooritule põledes. Sõidutee ületamise nõudeid on vaja täita kõigil jalakäijatel juba seepärast, et täiskasvanud liiklejate käitumisest võtavad eeskuju lapsed, kes veel ei tunneta piisavalt liikluses valitsevaid ohte ja kelle eksimus vale eeskuju järgides võib viia traagiliste tagajärgedeni. (Maanteeamet, Linnakiirus ja jalakäijad, 2013)

Kampaaniasõnumi edastamiseks kasutati erinevaid meediakanaleid.

„Pane need, kellest hoolid, pimedal ajal särama 2009“ - kampaania eesmärk oli inimestele südamele panna helkuri kasutamise vajalikkust ning sellega ennetada pimedas jalakäijate- ja jalgratturitega juhtuvaid liiklusõnnetusi (Maanteeamet, Helkur, 2013).

Meediakampaania kutsub inimesi üles hoolima oma lähedastest, kinkides neile helkuri. Kampaania väljunditena kasutatakse tele- ja raadioklippe, väli-, sise- ja trükireklaami ning teavet kauplustes ja ühissõidukites. Kampaania oli eetris paralleelselt nii eesti- kui venekeelsena. (Maanteeamet, Helkur, 2013)

„Tegijat kaitseb kiiver 2010“ - kampaania eesmärk oli jalgratturite mõjutamine kandmaks rattaga sõites alati kaitsekiivrit. Kuna kampaania läbiviimise hetkel eesti seadusandluses kiivri kasutamise nõue puudus, aitas kampaania veenda elanikkonda kiivrit kasutama tuginedes turvalisuse argumentidele. (Maanteeamet, Jalgratturite ohutus, 2013)

Kampaaniasõnumi edastamine toimus läbi erinevate meediakanalite

„Sinu helkur võib päästa elu 2010“- eesmärk oli taas rõhutada helkuri kasutamise vajalikkust ning sellega ennetada pimedas jalakäijate- ja jalgratturitega juhtuvaid liiklusõnnetusi (Maanteeamet, Helkur, 2013).

Eelmisel aastal alguse saanud mõttearendus, et lähedaselt inimeselt saabunud kingitus on suurema mõjuga, kui telekanalist või raadiost kuulnud manitsus, on antud kampaania liikunud veelgi sammu edasi- loodi võimalus toetada helkuriostu eelkõige vanemas eas

üksikuks jäänud maainimestele. Helkurite ostmist sai toetada nii SMSi kui ka pangaülekande teel. (Maanteeamet, Helkur, 2013)

Kampaaniasõnumi edastamine toimus läbi tele- ja raadioklippide, väli-, sise- ja trükireklaami ning läbi interneti. Meediamaterjalid olid eetris paralleelselt nii eesti- kui venekeelsena. (Maanteeamet, Helkur, 2013)

„**Liiklusrahu 2010**“- kampaania eesmärk seisneb selles, et laps jalakäijana ja lapsevanem sõidukijuhina lubavad teineteisele tingliku kokkuleppe sõlmimise teel, et mõlemad täidavad korralikult liiklusreegleid ning on tähelepanelikud kaasliikleja suhtes. Liiklusrahu lepe on tähtajatu ning seotud jalakäijate ning taas kooliteed alustavate laste ohutusele suunatud liiklusohutuskampaaniaga. (Maanteeamet, Linnakiirus ja jalakäijad, 2013)

Kampaanias kasutati tele- ja raadioreklaame, välireklaame ning internetilahendusi. Kuna kampaania oli suunatud vähekaitstud liiklejate ohutusele, mille tagamiseks igäüks saab hooliva käitumisega oma panuse anda, oli erilist tähelepanu pööratud internetile ning valmistatud selle tarvis spetsiaalne veebileht, kus kõik inimesed said liiklusrahu leppega lihtsal viisil liituda. (Maanteeamet, Linnakiirus ja jalakäijad, 2013)

„**Sinu helkur võib päästa elu 2011**“- kampaania on analoogne 2010. a korraldatud kampaaniaga. Kampaania eesmärk on jätkuvalt inimestele südamele panna helkuri kasutamise vajalikkust ning seeläbi ennetada pimedas kergliiklejatega aset leidvaid liiklusõnnetusi. (Maanteeamet, Helkur, 2013)

Samuti on taas avanud veebikeskkonna helkur.ee, mille eesmärk on muuta helkuri kinkimine võimalikult lihtsaks ning mugavaks. (Maanteeamet, Helkur, 2013)

„**Liiklusrahu 2011**“- eesmärk ja kampaaniasõnumi edastamine. Nimetatud kampaania on identne Liiklusrahu 2010 kampaaniaga (Maanteeamet, Linnakiirus ja jalakäijad, 2013).

„**Tegijat tunned kiivrist 2011**“- alates 2011. a juulist muutus kiiver alla 16-aastastele jalgratturitele kohustuslikuks. Seetõttu alustas Maanteeamet kampaaniat uue nõude teadvustamiseks ning kiivri kasutamise suurendamiseks. Nimetatud kampaania oli suunatud eeskätt noortele. (Maanteeamet, Jalgratturite ohutus, 2013)

Kampaania põhilisest sihtrühmast tulenevalt, kelleks olid noored, kaasati kampaaniasse arvamusiidrid. Arvamusiidri kaasamise eesmärk oli suurendada emotsionaalse kaasatuse määra. Arvamusiidri roll oli sihtrühmale näidata, et jalgratturikiiver ei ole “nõme” ega “kole” ning see võib olla isikupärase disainiga lahe asi. Kampaania raames loodi internetikeskkond Kiiver.ee, mis on disaini- ja infokeskkond, kus esmakordselt on võimalik kampaania raames jalgratturi kiiver ise endale internetis meelepäraseks kujundada ning hiljem see Sportlandi kauplusest välja osta. (Maanteeamet, Jalgratturite ohutus, 2013)

„Jalgrattur, tee ennast nähtavaks 2011“- kampaania eesmärk oli propageerida jalgrattureid kasutama ohutusvarustust vähendamaks seeläbi jalgratturitega juhtunud liiklusõnnetuste arvu. (Maanteeamet, Jalgratturite ohutus, 2013)

„Teeme end nähtavaks! 2012“- taaskord oli kampaania eesmärgiks tuletada inimestele meelde, et seoses üleminekuga talveajale muutuvad õhtud varem pimedaks. Pimeda aja saabudes on oluline rõhutada helkuri, ohutusriietuse, taskulambi või mõne muu valgusallika kasutamise vajadust. Kampaania raames selgitatakse jalakäijatele kui raske on autojuhil pimedal ajal tee ääres liikuvat kergliiklejat märgata ning kuidas helkurit korrektselt kasutada. Sel korral oli kampaania oma ülesehituselt ainulaadne. Ka varasematel aastatel on analoogseid kampaaniaid korraldatud venekeelsetena, kuid valdavalt olid need lihtsalt eesti keelest vene keelde tõlgitud. Seekord on kampaania nii oma ülesehituselt kui loovlahenduselt suunatud vaid vene keelt kõnelevale elanikkonnale arvestades slaavi inimeste mentaliteeti ja tavasid. (Maanteeamet, Helkur, 2013)

„Jalakäijate ohutus 2012“- kampaania eesmärk oli hoiatada nii jalakäijaid kui autojuhte olema liikluses ettevaatlikud. Antud kampaania puhul oli tegemist erakorralise väli- ja ühistranspordimeedia projektiga jalakäijate ohutuse suurendamiseks. Kampaania läbiviimise ajendiks oli üle- Eestiline liiklejate käitumise vaatlusuring, millest nähtus, et Tallinna linnas on reguleerimata ülekäiguradadel vähenenud tee andmine jalakäijatele 1,4 korda. (Maanteeamet, Linnakiirus ja jalakäijad, 2013)

„Märkan kaherattalist“ - kampaania eesmärk oli selgitada jalgratturitele kehtivaid liiklusreegleid ning anda nõuandeid liikluses ohutu käitumise osas. Autojuhte kutsuti üles olema liikluses senisest tähelepanelikumad, kuna kevadel ja suvel lisanduvad liiklusesse jalgratturid, mopeedijuhid ja mootorratturid. (Maanteeamet, Jalgratturite ohutus, 2013)

Kampaaniasõnumi edastamiseks kasutati linnaruumis jalgratta- ja jalgteede äärde paigaldatud plakateid, mis kutsusid üles jalgrattureid olema sõidutee ületamisel ettevaatlikud. Kampaaniasõnumi edastamiseks kasutati lisaks plakatitele ka erinevaid meediakanaleid. Samuti jagati liiklusreegleid ja nõuandeid sisaldavaid infovoldikuid. (Maanteeamet, Jalgratturite ohutus, 2013)

„Tegijat tunned kiivrist 2012“- kampaania oli eeskätt suunatud noortele. Kampaania eesmärk teadvustada jalgratturikiivri kandmise tähtsust, vähendamaks liiklusõnnetuse tagajärjel tekkivaid traumasid. (Maanteeamet, Jalgratturite ohutus, 2013)

Kampaania ülesehitus analoogne 2011. a korraldatud kampaaniaga „Tegijat tunned kiivrist 2011“. (Maanteeamet, Jalgratturite ohutus, 2013)

„Elu ja surma küsimus 2013“- tegemist oli ühe laiaulatuslikuma jalakäijate liiklusohutusele suunatud teavituskampaaniaga. Kampaaniasõnumis selgitatakse ealistest iseärasustest tulenevaid käitumise eripärasid nagu laste puhul liigne kiirustamine, tähelepanematus. Seevastu eakatel inimestel esineb sageli kuulmise ning nägemishäireid, millega nad igapäevases liikluses osaledes arvestama peavad. Samuti selgitatakse kampaania raames kuidas mõjutab laste liikluskäitumist nõ. kambavaim, mis põhjustab tähelepanu hajumise ajal, mil lapsed on ametis aktiivse sotsialiseerumisega. (Maanteeamet, Kampaaniad, 2013)

Kampaaniasõnum oli valdavalt suunatud ennekõike noorematele ning eakamatele jalakäijatele, kuid puudutas osaliselt ka sõidukijuhte. Sõnumi edastamiseks kasutati televisiooni vahendusel edastatavaid videoklippe ning välimeediat tänavate äärde ja ühissõidukitesse paigutatud, kampaaniasõnumit sisaldavate, plakatite näol. (Maanteeamet, Kampaaniad, 2013)

„Me hoolime, aga ei märka 2013“- kampaaniasõnumi eesmärk taaskord liiklejatele, eelkõige jalakäijatele, meelde tuletada pimedate aegade saabumisega kaasnev enese sõidukijuhtidele nähtavaks muutmise olulisust. Lisaks pakutakse välja alternatiivseid lahendusi enese nähtavaks muutmisel, nagu helkurvesti, taskulambi või isegi mobiiltelefoni kasutades. Kampaania raames politsei ja MNTA spetsialistide poolt läbiviidud helkurkoolitused toimusid valdavalt üldhariduskoolide ning olid suunatud lastele. Antud kampaania üks positiivsemaid külgi väljendus selles, et helkurkoolitused viidi läbi ka viie maakonna hoolekandeesutustes eakamatele liiklejatele. (Maanteeamet, Helkur, 2013)

Kampaaniasõnumi edastamiseks kasutati televisiooni, raadiot, trükimeediat, välimeediat-reklaamtahvleid ja ühe uudse lahendusena kaubanduskeskuste siseraadiot (Maanteeamet, Helkur, 2013).

1.4. Kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate analüüs

Analüüsides eelpool kirjeldatud teavituskampaaniate sisu ning vaadeldes kampaaniasõnumi edastamiseks kasutatud erinevaid vahendeid televisioonist kuni plakatiteni ühissõidukites, võib täheldada, et liiklejaid kutsutakse kampaaniasõnumeid järgima läbi selgituste ja soovitude. Kampaaniad ei sisalda piisavalt šokeeriva sisuga näitlikke materjale. Samuti ei käsitleta kampaaniasõnumites tagajärgi, mis võivad kaasnevad sõnumi eiramisel nagu näiteks võimalikud tervisekahjustused või rahatrahv politsei poolt.

Paljude inimeste hinnangul just selline kampaania omab mõju, millel on šokeeriv sisu, aga varasematel aastatel läbiviidud uuringud toovad välja, et püüe hirmuga inimese käitumist muuta võib anda vastuolulisi tulemusi. Ühelt poolt tekitab see inimeses alalhoiu instinkti, mille tõttu on inimene nõus oma käitumist, suhtumist ja kavatsusi muutma vältimaks enda sattumist olukorda mis temas hirmu põhjustas. Teisalt on hirmu kasutamisega oht kaotada kontakt. See tähendab, et inimesel tekib kaitsev reaktsioon, ehk ta blokeerib hirmu põhjustava informatsiooni vastuvõtmise. Seega kuigi hirm on efektiivne vahend isikute motiveerimisel, tuleb seda vahendit kasutada äärmise ettevaatlikkusega. Šokeeriva sisuga kampaaniad ei ole sobilikud levitamiseks massimeedias, need toimivad üksnes kitsa sihtgrupi mõjutamiseks. (Witte & Allen, 2000)

Keskmiselt korraldab MNTA koostöös PPA- ga aastas kaks kuni neli kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniat. Kampaaniad ajastatakse vastavalt kampaaniasõnumile.

Aprillist algavad kampaaniad, mis on suunatud jalgratturite ohutuse suurendamisele. Jalgratturite ohutusele suunatud kampaania perioodil on politsei kohustus teha teavitustööd ja suurendada järelevalve osakaalu jalgrattureid ja nende ohutust puudutavates valdkondades. Jalgratturitele korraldatakse rohkem joobekontrolle, samuti pöörab politsei tähelepanu jalgrataste seisukorrale. Tõsisema vaatluse alla võetakse jalgratturikiivri kasutamine alla 16- aastaste jalgratturite puhul. Viimastel aastatel on vahendite osas suurenenud politsei võimekus teostada suunatud patrullimist. See tähendab, et politseil on

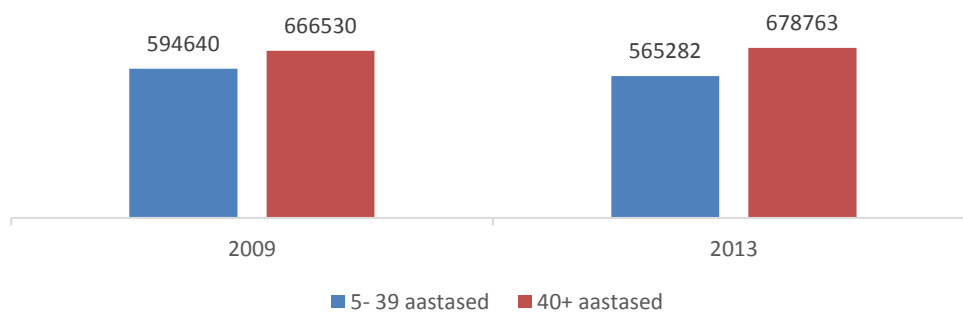
võimalus tiheasustusega aladele, randadesse, jalg- ja kergliiklusteedele, õuealadele, koolide ja lasteaedade ümbrusesse, parkidesse ja teistesse mootorsõidukiga raskesti ligipääsetavatesse kohtadesse saata senisest enam jalgrattapatrulle. Jalgrattapatrullis töötavad ametnikud on läbinud vastava väljaõppe ning omavad põhjalikemaid teadmisi jalgrataste tehnilisest seisukorrast ning teistest jalgrattureid puudutavatest probleemidest.

Septembris algavad kampaaniad on suunatud eelkõige jalakäijate ohutuse suurendamisele. Kooliaasta alguses läbiviidavate kampaaniate eesmärk on kutsuda sõidukijuhte olema tähelepanelikumad ja hoolivamad jalakäijate suhtes, seda eriti just seetõttu, et teedel ja tänavatel liigub senisest enam lapsi. Samuti kutsutakse jalakäijaid üles järgima liiklusreegleid. Politsei roll antud kampaania raames on suurendada liiklusjärelvalve mahtu koolide ja lasteaedade ümbruses. Tõsisema vaatluse alla võetakse piirkiirusest kinnipidamine ja teendamise kohustuse järgimine sõidukijuhtide poolt nii reguleeritud kui reguleerimata ülekäiguradadel. Samuti pöörab politsei tavapärasest rohkem tähelepanu liiklusreeglite järgimisele jalakäijate poolt.

Oktoobris algavad pimedal ajal jalakäijate- ja jalgratturitega juhtuvate liiklusõnnetuste vähendamiseks läbiviidavad kampaaniad. Politsei roll on antud kampaania perioodil suurendada liiklusjärelvalvet nimetatud valdkonnas. Rohkem tähelepanu tuleb pöörata helkuri kasutamisele jalakäijate poolt pimedal ajal ja halva nähtavuse tingimustes. Lisaks tuleb tähelepanu pöörata jalgratturite poolt kasutatavate sõiduvahendite tehnilisele seisukorrale- nõutavate laternate ja helkurite olemasolu, töökorras olek ja õige kasutamine. Politsei ülesandeks kampaania perioodil on lisaks järelvalve osakaalu suurendamisele erinevate vahendite jagamine riskigruppidele- helkurid ja helkurvestid nii jalakäijatele kui jalgratturitele.

Jalakäijatele suunatud teavituskampaaniates on läbi aastate 2009- 2013 peamiselt rõhku pandud kahele aspektile: ohutule sõidutee ületamisele ja pimedal ajal enese sõidukijuhtidele nähtavaks muutmisele ehk helkuri kasutamise vajalikkusele. Vaatamata sellele nähtub statistilistest andmetest, et jalakäijatega juhtunud liiklusõnnetuste üldarv on küll mõnevõrra vähenenud, kuid protsentuaalselt on just jalakäijatega juhtunud liiklusõnnetuste arvu osakaal jäänud kõrgele tasemele. Selline järjepidev jalakäijatega juhtunud liiklusõnnetuste arvu kasv annab alust arvata, et seni läbiviidavate jalakäijate ohutuse suurendamisele suunatud teavituskampaaniate mõju on vähenemas. Aastas viiakse läbi keskmiselt kaks jalakäijate ohutuse suurendamisele suunatud teavituskampaaniat. Ühes kampaaniatest on läbivaks

teemaks enese nähtavaks muutmine ehk helkuri kasutamise vajalikkus. Ometi nähtub statistikast, et pimedal ajal satub liiklusõnnetustesse oluliselt vähem jalakäijaid võrreldes valge ajaga. Sellest tulenevalt leiab autor, et jalakäijatele suunatud teavituskampaaniate sõnum peaks olema oluliselt laiem, mitte üksnes piirduma 50% ulatuses helkuri propageerimisega ja 50% ulatuses ohutust sõidutee ületamisest teavitava sõnumiga. Oluline on kampaaniasõnumi jõudmine riskigrupini. Kuna Eesti rahvastik vananeb, on tulevikus üha suurenevaks riskigrupiks just eakamad liiklejad (joonis 8).



Joonis 4. Eesti rahvastiku vanuselise jaotumise muutumine aastate 2009 ja 2013 võrdluses (Statistikaamet, 2014)

Suurem hulk jalakäijatega juhtuvaid liiklusõnnetusi leiab aset 25- 64 aastaste jalakäijatega. Teiseks suuremaks riskigrupiks on 65-aastased ja vanemad jalakäijad. Ootuspäraselt satub kõige enam jalakäijaid liiklusõnnetustesse linnades, kuna inimeste kontsentratsioon linnades on oluliselt suurem kui mujal. Lisaks on sõidukijuhtide ja jalakäijate poolne liiklusolude tajumine linnades raskendatud paljude segavate faktorite ja pidevalt muutuvate liiklusolude näol. Seega üheks suuremaks riskigrupiks on linnas liiklevad jalakäijad. Teavituskampaaniate kaudu liiklusohutuse alase sõnumi edastamine nimetatud riskigrupini on tõeline väljakutse ja autori arvates hetkel puudulik. Kampaaniasõnumit edastatakse küll kasutades erinevaid meediakanaleid, kuid sõnum peaks olema vahetu. See tähendab, et sõnum peaks jalakäijani jõudma liikluskeskkonnas viibides, mitte turvaliselt kodus olles ja televiisorit jälgides või raadiot kuulates. Tõsi, kampaaniate raames kasutatakse sõnumi edastamiseks välireklaami. Kleebitakse infolehti ühissõidukitesse ning paigaldatakse suuri reklaamtahvleid teede ja tänavate äärde. Autori arvates linnades liiklusohutuse alase sõnumi edastamine välireklaamide vahendusel nii jalakäijatele kui ka teistele liiklejatele on suhteliselt otstarbetu, kuna oluline sõnum läheb linnapildis olevas pidevas ja üha suurenevas infomüra kaduma.

Jalgratturite ohutuse suurendamiseks viib MNTA koostöös PPA- ga aastas läbi keskmiselt kaks teavituskampaaniat. Ühe kampaania raames kutsutakse jalgrattureid üles kasutama jalgratturikiivrit. Kampaania üldine sõnum on suunatud kõigile jalgratturitele, kuid kampaania sihtrühmaks on siiski nooremad jalgratturid. Teine jalgratturitele suunatud kampaania sisaldab üleskutset pööramaks tähelepanu ja kinni pidama kehtivatest liiklusreeglitest. Nimetatud kampaania ei sisalda sõnumit üksnes jalgratturitele vaid kutsub ka mootorsõidukite juhte olema tähelepanelikumad. Kui 2009. a moodustas jalgratturitega juhtunud liiklusõnnetuste arv 10,4%, siis 2013. a 11,3% liiklusõnnetuste koguarvust. Liiklusõnnetuste arvu kasv on tingitud jalgratta kasutamise populaarsuse suurenemisest eeskätt linnades, mis annab alust arvata, et jalgratta kasutamise populaarsus alternatiivse liiklusvahendina on linnades kasvamas. Lisaks on paranenud teede ja tänavate seisukord, mis omakorda soodustab jalgratta kasutamist ning erinevate asutuste juurde on rajatud turvalisi jalgrattaparklaid. Jalgratturitele suunatud teavituskampaaniate läbiviimise periood on siiski võrdlemisi lühike arvestades fakti, et olenevalt ilmastikuoludest kasutatakse jalgratast liiklusvahendina aastaringselt. Jalgratturitele suunatud teavituskampaaniates ei teavitata jalgrattureid alkoholi tarvitamisest tingitud ohtudest.

2. KERGLIIKLEJATELE SUUNATUD TEAVITUSKAMPAANIATE ALANE UURING

2.1. Uuringu meetodika ning valim

Uurimise eesmärgiks on kogutud andmetele tuginedes teha kindlaks, millised on uuringus osalenud juhuvalimi poolt antavad hinnangud kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniatele. Lõputöö empiirilises osas kasutas autor kvalitatiivseid uurimismeetodeid. Kvalitatiivse uuringu käigus andmete kogumiseks koostas autor 16 küsimusest koosneva ankeetküsimustiku (lisa 1). Küsimustiku levitamine ja sellele vastamine toimus valdavalt sotsiaalvõrgustiku „Facebook“ vahendusel, kuid autor kasutas ka personaalset lähenemist. Saamaks vastuseid eakamatelt inimestelt viis autor ankeetküsitluse läbi Pärnu Eakate Avahoolduskeskuses. Teiseks kvalitatiivseks uurimismeetodiks valis autor ekspertintervjuu (lisa 2). Intervjuu viis autor läbi PPA KKPO arendusbüroo juhtivspetsialist Pille Luigaga (Luiga).

Küsitlus ja intervjuu viidi läbi märtsis 2014.

Kuna autori eesmärk oli koguda ankeetküsitluse kaudu informatsiooni erinevate vanusegruppide esindajatelt, moodustasid kvalitatiivse uuringu juhuvalimi erinevas vanuses inimesed erinevatest Eestimaa paikadest. Kindla vanusegrupi eelistamine antud uurimuses läbiviimisel ei oleks andnud piisavalt objektiivset hinnangut seni läbiviidud teavituskampaaniatele. Uurimuses osales kokku 209 inimest. Uuringu teise osa valimi moodustas PPA KKPO arendusbüroo juhtivspetsialist, kelle intervjuuerimise eesmärk oli saada spetsialisti hinnang teavituskampaaniatele ning politseilistele tegevustele.

2.2. Uuringutulemused

Sisuliselt jagunesid uuringu tulemused nelja rühma: valimi sotsiaal- demograafilise iseloomustus, valimi poolt antav hinnang kergliiklejana liiklemise turvalisusele Eestis, valimi hinnang läbiviidud teavituskampaaniatele ning kampaaniasõnumi edastamiseks kasutatavatele infokanalitele ja viimase osa moodustavad intervjuu vastused.

Valimi sotsiaal- demograafiline koosseis

Kokku osales uurimuses 209 inimest. Uurimuse käigus jagati välja 209 ankeetküsimustikku, millest seitsme (3%) puhul oli andmekvaliteet puudulik ning sellest tulenevalt nende kasutamine andmete töötlemisel oli välistatud. Ankeetküsimustikest 202 (97 %) olid andmetöötlusteks kõlbulikud.

Ankeetküsimustikule vastanutest olid 65 (32%) mehed, 137 (68%) naised. Ankeetküsimustikule vastanutest moodustus neli vanuserühma: 7- 17 aastased vastanud moodustasid kõigist vastanutest 2%, 18- 34 aastased- 76%, 35- 64 aastased vastanud 11% ja 65+ aasta vanused vastanud samuti 11% kõigist vastanutest. Elukohajärgselt jagunesid ankeetküsimustikule vastanud inimesed järgmiselt: Eesti suuremates linnades: Tallinnas, Tartus, Pärnus ja Narvas elas 174 (87%) vastanutest, 14 (7%) vastanutest elas mõnes teises linnas ning 14 (7%) vastanutest elas maapiirkonnas.

Valimi poolt antav hinnang kergliiklejana liiklemise turvalisusele Eestis

Tulemuse väljaselgitamiseks esitas autor ankeetküsimustikus kaks avatud küsimust, milles lause lõpetamiseks oli vastajal võimalik valida viie vastusevariandi vahel.

Jalakäijana liiklemine Eestis on

turvaline ja pigem turvaline 164 (82%) vastajate hinnangul. Ohtlikuks pidas jalakäijana liiklemist Eestis 32 (16%) vastanutest, väga ohtlikuks 3 (1%) vastanutest ning olukorrale hinnangut ei osanud anda 3 (1%) vastanutest.

Jalgrattaga liiklemine Eestis on

turvaline ja pigem turvaline 86 (43%) vastanu hinnangul, ohtlik 90 (45%) vastanute hinnangul, väga ohtlik 15 (7%) vastanute hinnangul, olukorrale hinnangut ei osanud anda 11 (5%) vastanutest.

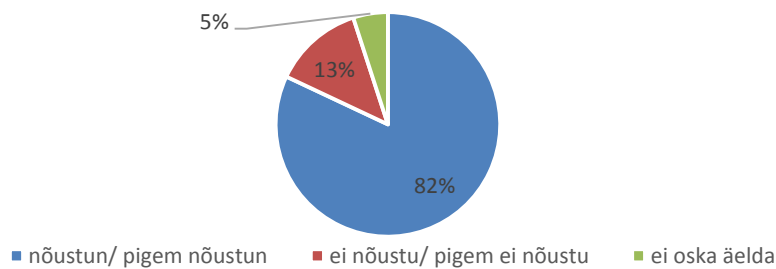
Valimi poolt antav hinnang kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniatele

Küsimustiku selles osas esitab töö autor küsitletavaile erinevaid küsimusi ning väiteid kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate kohta, muuhulgas käsitleb autor kampaaniasõnumi edastamiseks kasutatavate infokanalite temaatikat ning kampaaniasõnumite jõudmist muukeelse elanikkonnani.

Kas teavituskampaaniad mõjutavad liiklejate käitumist?

Küsimusele vastajaid, kes leidsid, et teavituskampaaniad mõjutavad ning pigem mõjutavad liiklejate käitumist oli 135 (67%). Vastajaid, kes leidsid, et teavituskampaaniad pigem ei mõjuta liiklejate käitumist oli 56 (28%). Vastajaid, kes leidsid, et teavituskampaaniad ei mõjuta liiklejate käitumist oli 4 (2%) ning kes vastust ei osanud anda oli 7 (3%).

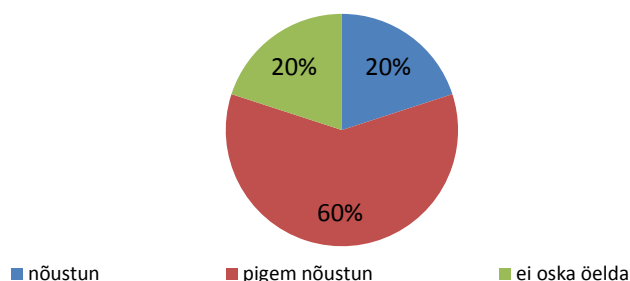
Šokeeriva sisuga teavituskampaaniad avaldavad liiklejate käitumisele suuremat mõju kui õpetliku sisuga teavituskampaaniad.



Joonis 5. Valimi hinnang esitatud väitele šokeeriva sisuga teavituskampaaniate mõju osas.

Väitega nõustus ja pigem nõustus 162 (82%) vastanuist. Vastanuid, kes väitega ei nõustunud või pigem ei nõustunud oli 24 (13%) ning vastanuid, kes vastasid, et ei oska öelda oli 16 (5%).

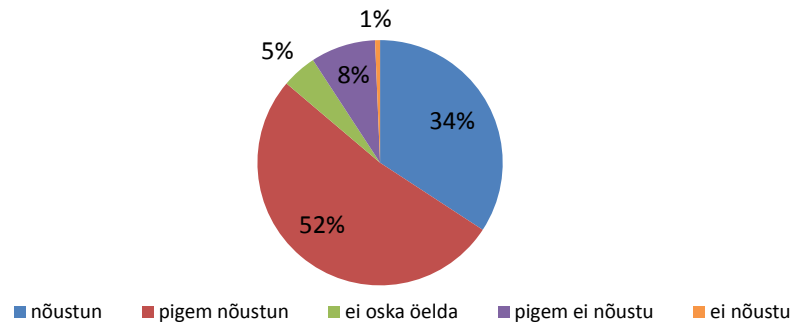
Väite osas, et šokeeriva sisuga teavituskampaaniad avaldavad liiklejate käitumisele rohkem mõju kui õpetliku sisuga teavituskampaaniad, jagunesid erinevate vanusegruppide vastused järgmiselt: uuringus osalenud 7- 17 aastastest 20% nõustus väitega, 60% pigem nõustus ning 20% ei osanud seisukohta võtta (joonis 10).



Joonis 6. Vanusegruppi 7- 17 kuuluvate vastanute arvamus šokeeriva sisuga kampaaniate osas.

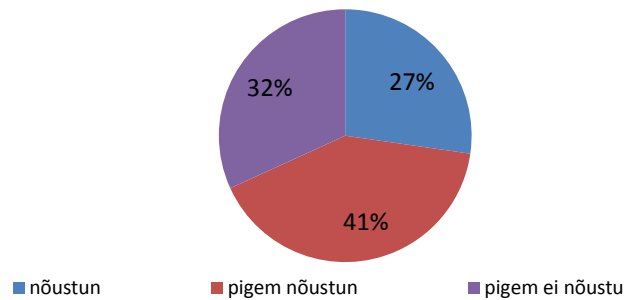
Uuringus osalenud 18- 34 aastastest vastanutest nõustus väitega 34%, pigem nõustus 52%,

väitega pigem ei nõustunud 8%, ei nõustunud 1% ning 5% ei osanud seisukohta võtta (joonis 11).



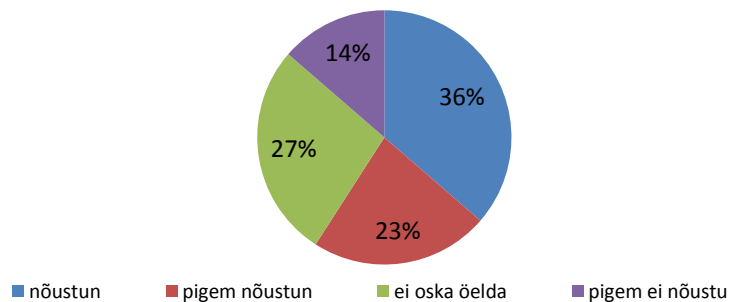
Joonis 7. Vanusegruppi 18- 34 kuuluvate vastanute arvamus šokeeriva sisuga kampaaniate osas.

Uuringus osalenud 35- 64 aastastest vastanutest nõustus väitega 27%, pigem nõustus 41% ning pigem ei nõustunud 32% vanusegruppi kuulunutest (joonis 12).



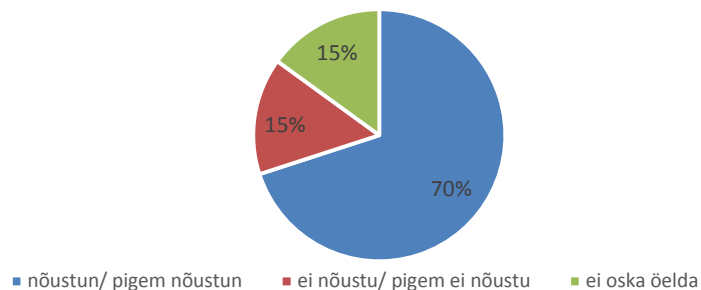
Joonis 8. Vanusegruppi 35- 64 kuuluvate vastanute arvamus šokeeriva sisuga kampaaniate osas.

Vanusegruppi 65+ kuulunud vastanutest 36% nõustus väitega, 23% pigem nõustus, 14% pigem ei nõustunud ning 27% ei osanud väite osas seisukohta võtta (joonis 13).



Joonis 9. Vanusegruppi 65+ kuuluvate vastanute arvamus šokeeriva sisuga kampaaniate osas.

Jalakäijatele, jalgratturitele suunatud teavituskampaaniate kestus on lühike.



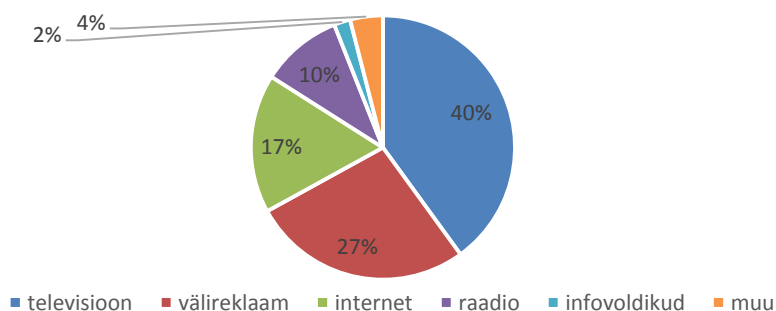
Joonis 10. Valimi hinnang väitele teavituskampaaniate kestuse osas.

Jooniselt 14 nähtub, et esitatud väitega nõustus ja pigem nõustus 141 (70%) vastanutest. Väitega ei nõustunud või pigem ei nõustunud 31 (15%) vastanutest. Hinnangut väitele ei osanud anda 30 (15%) vastanutest.

Jalakäijatele, jalgratturitele suunatud teavituskampaaniaid on raske märgata

Väitega, et teavituskampaaniaid on raske märgata nõustus ja pigem nõustus 55% vastanutest. Väitega ei nõustunud või pigem ei nõustunud 41% vastanutest. Seisukoha jättis võtmata vastates ei oska öelda 4% vastanutest.

Milline kampaaniasõnumi edastamise viis on Teie hinnangul kõige tõhusam?



Joonis 11. Valimi hinnang erinevatele kampaaniasõnumite edastamise viisidele.

Valikvastuste hulgast valis tõhusaimaks kampaaniasõnumi edastamise viisiks televisiooni 40 % vastanutest, 27% vastanute hinnangul on tõhusaim viis välireklaamide (plakatite) kasutamine. Vastanutest 17% pidas tõhusaimaks internetti, 10% raadiot ning 2%

infovoldikuid. Vastanutest 4% arvas, et võiks kasutada hoopis mingit muud viisi kampaaniasõnumite edastamiseks (joonis 15).

Milliste allikate vahendusel olete teavituskampaaniaid kõige rohkem näinud/ kuulnud?

Televisiooni vahendusel oli teavituskampaaniaid näinud 42% vastanutest, välireklaamide (plakatite) vahendusel 34% vastanutest, raadiost oli teavituskampaaniaid kuulnud 12% vastanutest, interneti vahendusel teavituskampaaniaid näinud/ kuulnud 11% vastanutest. Vastanutest 1% oli teavituskampaaniaid kõige rohkem näinud/ kuulnud mõne muu allika vahendusel.

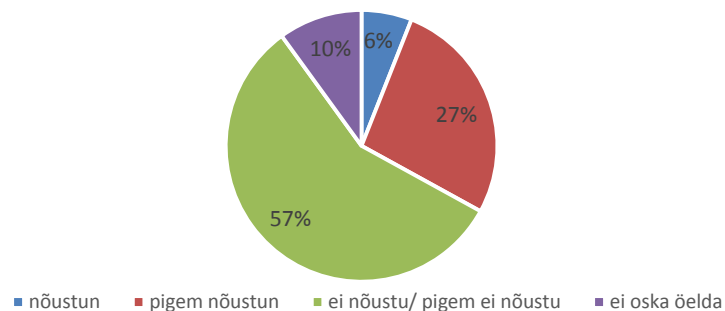
Millise infokanali vahendusel edastatud kampaaniasõnum mõjutab Teie arvates enim liiklejate käitumist?

Vastanutest 47% leidis, et selleks infokanaliks on televisioon, 26% leidis, et selleks on välireklaam, 12% arvates on selleks infokanaliks internet, 10% arvates raadio. Vastanutest 5% arvas, et selleks on mõni muu infokanal.

Kampaaniasõnumite edastamiseks kasutatavad välireklaamid (plakatid) on piisavalt nähtavad.

Väitega nõustus või pigem nõustus 140 (71%) vastanut. Väitega ei nõustunud või pigem ei nõustunud 51 (26%) vastanut. Vastanutest 11 (3%) ei osanud hinnangut anda, vastates ei oska öelda.

Jalakäijatele ja jalgratturitele suunatud teavituskampaaniates käsitletakse kõiki probleemseid valdkondi.



Joonis 12. Valimi hinnang teavituskampaaniates käsitletavatele probleemsetele valdkondadele.

Väitega nõustus 6% vastanutest, 27% vastanutest pigem nõustus. Väitega ei nõustunud või pigem ei nõustunud 57% vastanutest ning vastusevariandi, ei oska öelda, valis 10% vastanutest (joonis 16).

Kas kampaaniasõnumid jõuavad Teie arvates muukeelse elanikkonnani?

Küsimusele vastas, et kampaaniasõnumid jõuavad või pigem jõuavad muukeelse elanikkonnani 19% vastanutest. Vastanutest 55% vastas, et kampaaniasõnum ei jõua või pigem ei jõua muukeelse elanikkonnani. 26% vastanutest ei osanud küsimusele vastata öelda.

Eestis korraldatavate teavituskampaaniate puhul on piisav, kui need on arusaadavad üksnes eestikeelsele ja venekeelsele elanikkonnale.

Väitega nõustus 26% vastanutest, pigem nõustus 36% vastanutest. Väitega ei nõustunud või pigem ei nõustunud 34% vastanutest. Vastanutest 4% ei osanud hinnangut anda, valides vastuseks ei oska öelda.

2.3. Intervjuu

Töö autor viis läbi ekspertintervjuu PPA KKPO arendusbüroo juhtivspetsialist Pille Luigaga (Luiga). Intervjuu eesmärk oli saada vastused järgmistele küsimustele:

Andke palun enda hinnang kergliiklejatele (jalakäijad, jalgratturid) suunatud teavituskampaaniatele.

Siinkohal peab eristama kampaaniaid ja projekte, kus ühel juhul kasutatakse tugevalt meedia abi ning teisel juhul viiakse läbi aktiivtegevusi elanikkonnaga. Politsei liikluskampaaniaid ei korralda, vaid toetab MNTA kampaaniaid nii järelevalve poolega kui ka kogukondlike ennetusprojektidega. Kõik järelevalvetegevus on ühtlustatud MNTA kampaania aegadele ning sätestatud Liiklusjärelevalveplaanis. Ennetustegevused nii piiritletud pole ja tihti toimub tegevus antud liinis aastaringselt. Liiklus (sh eriti kergliiklus) on üks väheseid, kus teadlikkuse tõstmisel ja käitumise muutusel on oluline seos, mis läbi on kõik teadlikkuse tõusule suunatud tegevused õigustatud (lihtne näide: kui sa ei tea, milline peab olema

korrektnel jalgratta varustus, siis on suurem tõenäosus, et sa seda ei kasuta, samas kui tead, siis on lihtne minna, osta ja paigaldada vajaolev seade).

Kas toimunud teavituskampaaniad on olnud efektiivsed, mis on hästi, mis halvasti?

Üldjuhul on MNTA kampaaniad olnud edukad - kui võrrelda 10. a taguse ajaga, on muutused olnud märkimisväärsed. Kampaaniate edu võti on kolmes komponendis - teavitus, koolitus ja järelevalve. Neist esimest ja viimast on hästi tehtud, mis on taganud praeguse edu, kuid just koolituse osa on see, mis on jäänud nõrgemaks – sellele osale peaks tulevikus jalakäijate ja jalgratturite puhul rohkem tähelepanu pöörama.

Kas on mõni tähelepanuta jäänud sihtgrupp?

Politsei ei tegele kahjuks alkoholist tingitud riskikäitumise ennetamisega sellises mahus, et mõjutada tulevasi juhte joobes olles mitte sõidukit juhtima. Samas on see tegevus, mis gümnaasiumi astmele tehakse, heal tasemel (nt projekt Selge pilt! mis on tõenduspõhine jne). Samuti jääb koolides käsitletav liiga kaugeks vanematele inimestele, kes tänaval peamiselt liiklusõnnetustesse satuvad. Politsei on küll käivitanud eraldi projekti eakatele, kuid see on liiga väikeses mahus tehtav tegevus, et realselt eakatega toimuvate liiklusõnnetuste arvu vähendada.

Millised on politsei poolsed liiklusennetuse alased tegevused kergliiklejate valdkonnas?

Nagu eelpool käsitletud, politsei teavituskampaaniaid ei korralda. Politsei teeb riiklikke ja piirkondlikke ennetusprojekte. Liiklus on jätkuvalt üks enim panustatav teema ennetuses. Kas projektid on tulemuslikud või mitte, sõltub sellest, mis tulemust me näha tahame. Peamiselt panustab politsei algklassidele ehk 1kl (MNTA ohutusraamat koos ohutustunniga) ja põhikoolile (jalgratas, mopeed), palju vähem aga keskkoolile ja eakamatele inimestele.

Millised on kergliiklejate valdkonda puudutavad üldised trendid/ tendentsid?

Joobes juhtimine (ka narkojoobes) ja suurenev jalakäijatega juhtuvate õnnetuste osakaal on kaks peamist märksõna. Ja kuna elanikkond vananeb, siis kindlasti on tulevikus teema "eakad liikluses". Oluline on ka eristada vene ja eesti keelt kõnelevat elanikkonda, sest neile lähevad korda erinevad sõnumid, mida ennetustöös kasutada. Ennetustöö peab olema paindlik, aga kahjuks ta seda hetkel väga ei ole - tehakse üks lähenemine kõigile.

2.4. Kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate alase uuringu tulemuste analüüs ning ettepanekud

Autor esitas uurimustöös neli uurimisküsimust. Uurimisküsimustele vastuste saamiseks analüüsis autor aastatel 2009- 2013 läbiviidud kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniaid ning valdkonda puudutavaid statistilisi andmeid. Lisaks viis autor läbi uurimuse, selgitamaks välja uuringus osalevate inimeste hinnangud ning arusaamad kergliikluse valdkonna osas.

Analüüs

Kas ja milline osa seni läbiviidud teavituskampaaniatest on suunatud riskigruppidele?

Statistilistele andmetele tuginedes on peamiseks riskigrupiks nii jalakäijate kui jalgratturite valdkonnas vanusegruppi 25- 64 eluaastat kuuluvad liiklejad. Suurem osa kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniatest vaadeldaval perioodil ehk aastatel 2009-2013 olid aga suunatud pigem noorematele liiklejatele. Alates aastast 2013 on hakatud teavituskampaaniate raames pöörama senisest enam tähelepanu eakatele jalakäijatele.

Mil määral käsitletakse läbiviidavates teavituskampaaniates kergliiklejaid puudutavaid probleemseid valdkondi?

Kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniates käsitletakse probleemseid valdkondi, kuid seda ei tehta piisavalt. Probleemseteks valdkondadeks, mida ka teavituskampaaniate raames käsitletakse on enese nähtavaks muutmine pimedal ajal ehk helkuri kasutamise propageerimine ning ohutu sõidutee ületamise nõuete järgimine jalakäijate poolt. Jalgratturitele suunatud teavituskampaaniad propageerivad valdavalt jalgratturikiivri kasutamist ning kutsuvad üles liikluses tähelepanelikud olema. Käesolevas töös läbiviidud uuringus osalenud valimist 57% leidis, et kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniates ei käsitleta piisavalt kergliiklejaid puudutavaid probleemseid valdkondi. Senisest enam peaks käsitlema alkoholi tarvitamisest tingitud ohtusid, mis suurendavad liiklusõnnetustesse sattumiste riski nii jalakäijate kui jalgratturite puhul. Samuti tuleb teavituskampaaniate raames juhtida kergliiklejate tähelepanu ohtudele, mis kaasnevad erinevate seadmete nagu mobiiltelefon, mp3 mängija, navigatsiooniseade jm kasutamisega liikluses.

Milline on kergliiklejate hinnang teavituskampaaniatele?

Uuringus osalenud valimist 67% vastas, et teavituskampaaniad mõjutavad liiklejate käitumist, millest tulenevalt on teavituskampaaniate arendamine oluline liiklusturvalisuse

kasvatamise viise. Negatiivse asjaoluna teavituskampaaniate puhul tuleb uuringust nähtuvalt välja tuua teavituskampaaniate liiga lühikene kestuse. Teavituskampaaniate kestust pidas liiga lühikeseks 70% uuringus osalenud valimist. Samuti pidas 82% uuringus osalenutest šokeeriva sisuga teavituskampaaniaid oluliselt mõjusamaks kui õpetliku sisuga teavituskampaaniaid. Lisaks pidas 55% vastanutest kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniaid raskesti märgatavateks.

Millised kampaaniasõnumi edastamise viisid on kõige efektiivsemad?

Läbiviidud uuringu tulemustele tuginedes on kampaaniasõnumi edastamiseks kasutatavatest infokanalitest efektiivseimad televisioon ning välireklaam plakatite näol. Televisiooni pidas efektiivseimaks informatsiooni edastamise viisiks 40% uuringus osalenutest, 27% pidas efektiivseimaks välireklaami kasutamist. Samuti nimetasid enamus vastajatest televisiooni ja välireklaami peamisteks informatsiooni allikateks, mille kaudu kampaaniasõnumid nendeni jõuavad.

Ettepanekud

Autori ettepanekud olukorra parendamiseks, tuginedes statistilistele andmetele, teavituskampaaniate analüüsile ning uuringus osalenud liiklejate hinnangutele on järgmised:

- Läbi viia senisest enam probleemipõhiseid teavituskampaaniaid nagu seda on helkuri ja jalgratturikiivri kasutamist propageerivad kampaaniad.
- Oluline on korraldada teavituskampaaniaid, mis selgitavad alkoholi tarvitamise negatiivset mõju kergliiklejate liikluskäitumisele.
- Tõhustada eakatele kergliiklejatele suunatud teavitustööd (teha kampaaniate raames koostööd eakate ühingute ja seltsidega).
- Suuremat tähelepanu tuleb juhtida ohtudele, mis kaasnevad kergliiklejate poolt mobiiltelefonide, mp3- seadmete ja teiste tähelepanu hajutavate seadmete kasutamisega.
- Teavituskampaaniate kestus peab olema pikem.
- Teavituskampaanias tuleb rohkem kasutada šokeerivat elementi.
- Fataalsete tagajärgedega liiklusõnnetuste vähendamiseks, tuleb liiklusseadusesse sisse viia jalgratturikiivri kasutamise nõue olenemata vanusest.
- Korduvrikkujate puhul tuleb rakendada kohustuslikule koolitusele suunamist, mille käigus selgitatakse lubamatu käitumisega kaasnevaid ohtusid.

Senisest suuremat tähelepanu kampaaniate läbiviimisel tuleb pöörata muukeelsele elanikkonnale. Erinev kultuuri- ja keelekeskkond eeldab spetsiifilisemat lähenemist kampaaniasõnumi ülesehitusele lähtuvalt sihtgrupist.

KOKKUVÕTE

Jalakäijate ja jalgratturite liiklusturvalisuse suurendamine ja nendega aset leidvate liiklusõnnetuste vähendamine on riikliku tähtsusega eesmärk. Ennetustegevus on üheks olulisemaks eesmärgi saavutamise viisiks, ent ennetustegevuse mõju efektiivsus sõltub probleemse valdkonna põhjalikust analüüsist. Jalakäijate ja jalgratturite arvu kasv teedel ja tänavatel on positiivne ning viitab sellele, et taristu areng kergliiklejate jaoks on liikunud soodsas suunas. Lisaks omab jalakäijana või jalgratturina liikumine positiivset mõju inimese tervisele ja keskkonnale. Ometi nõuab selline olukord senisest suuremat tähelepanu ning tõhusat asutuste vahelist koostööd nimetatud valdkonnas liiklusturvalisuse suurendamiseks. Jalakäijaks või jalgratturiks võib olla igaüks ning see ei eelda reeglina liiklusalase koolituse läbimist, seega teavitustöö liiklusohutusealase informatsiooni edastamisel on elutähtis.

MNTA ja PPA koostöös läbiviidud kergliiklejate ohutuse suurendamisele suunatud teavituskampaniad aastatel 2009- 2013 on sõnumilt ja ülesehituselt peamiselt suunatud noorematele liiklejatele. Kampaniasõnumid teavitavad jalgratturikiivri kasutamise vajalikkusest, ohutusvarustuse (helkur, helkurvest, tuled) kasutamise olulisusest. Lisaks kutsuvad kampaniad kergliiklejaid üles tähelepanelikkusele teede ja tänavata ületamisel ning kutsuvad üles järgima liiklusseadust. Kampaniasõnumi edastamiseks kasutatakse erinevaid meediakanaleid, välireklaame ja infovoldikuid. Samuti rõhutavad kampaniasõnumit liiklusjärelvalvet teostavad politseiametnikud.

Lähtudes statistilistest andmetest tõdeb autor, et kuigi kergliiklejatega juhtunud liiklusõnnetuste arv on 2013. aastal võrreldes 2012. aastaga mõnevõrra vähenenud on nende osakaal kõigi aset leidnud liiklusõnnetuste hulgas alates 2009. aastast pidevalt suurenenud. Seega leiab autor, et aastatel 2009- 2013 läbiviidud teavituskampaniate tulemusena ei ole märkimisväärselt vähenenud jalakäijate ja jalgratturitega juhtunud liiklusõnnetuste hulk.

Nooremad liiklejad on riskigrupiks ning nende mõjutamine kergliiklejate liiklusturvalisuse valdkonnas on äärmiselt oluline kuid samas lihtne ülesanne. Lihtne, kuna riskigrupini on hea jõuda läbi haridusasutuste. Oluline, kuna noore liikleja käitumisharjumuste kujundamine mõjutab tema liiklusalast käitumist positiivselt ka tulevikus. Statistilistest andmetest ning rahvastiku vananemisest tingituna on enam tähelepanu nõudvaks riskigrupiks kergliiklejate liiklusturvalisuse valdkonnas vanemad liiklejad. Protsentuaalselt juhtub kõige rohkem

liiklusõnnetusi kergliiklejatega vanuses 25- 64 eluaastat, seejärel 65 aastaste ja vanemate liiklejatega. Autor leiab, et aastatel 2009- 2013 läbiviidud teavituskampaaniad on siiski suunatud valdavalt nooremale vanusegrupile. Kõige probleemsematele vanusegruppidele, 35- 64 eluaastastele ning 65 aastastele ja vanematele suunatud kampaaniaid viiakse läbi liiga vähe. Seda tendentsi tuleb kindlasti muuta, kuna antud vanusegrupi käitumisharjumused on juba välja kujunenud ning nende käitumist on kõige keerulisem muuta.

Lõputöös püstitatud eesmärk teha ettepanekuid kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate senisest efektiivsemaks muutmisel sai autori hinnangul täidetud. Senisest enam tuleb korraldada probleemipõhiseid teavituskampaaniaid. Teavituskampaaniate kestus peab olema senisest pikem ning rõhku tuleb asetada teavituskampaaniate suunamisele eakamale elanikkonnale. Teavituskampaaniate korraldamisel peab arvestama kultuuri- ja keelekeskkonnast tingitud erisusi.

Lõputöös kasutatud uurimismeetodid võimaldasid leida vastused uurimisküsimustele. Aastatel 2009- 2013 toimunud teavituskampaaniad on suunatud riskigruppidele, kuid seda ainult osaliselt. Kinnitust sai, et teavituskampaaniate raames käsitletakse kergliiklejaid puudutavaid, probleemseid valdkondi, aga nii ühiskonna kui tehnoloogia arengust tingituna on käsitlemist vajavate probleemsete valdkondade hulk kasvanud. Uuringus osalenud valimi hinnangul avaldavad kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniad mõju liiklejate käitumisele. Valimi hinnangul on teavituskampaaniate kestus liiga lühike ning kasutama peaks senisest rohkem šokeeriva sisuga sõnumeid. Efektiivsemaks kampaaniasõnumi edastamise viisiks pidasid uuringus osalenud inimesed televisiooni, millele järgnes välireklaam plakatite näol.

Autor leiab, et lõputööd on võimalik kasutada praktilise juhendmaterjalina kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate ning projektide edaspidisel väljatöötamisel. Järgnevate analoogsete uuringute autor võiks töösse tuua lisaks MNTA ja PPA koostöös läbiviidud kergliiklejatele suunatud teavituskampaaniate hindamisele hinnangu PPA poolt korraldatavatele kergliiklejatele suunatud projektidele.

SUMMARY

Increase of road safety of pedestrians and cyclists and abatement of traffic accidents take place with them is the aim with national gravity. Preventive action is one of the most essential ways to achieve an objective, although efficiency of impact of preventive action stands on in-depth analysis of problematic area. Growing number of pedestrians and cyclists on the roads and streets is positive and refers to circumstance that development of infrastructure has gone at favourable direction for cyclists and pedestrians. In addition, movement as pedestrian and as cyclist has a positive influence to people's health and environment.

Information campaigns targeted to increase of safety of pedestrians and cyclists carried out by Police and Border Guard Board in cooperation with Road Administration in 2009–2013 are primarily directed by message and structure to younger road-users. Campaign messages inform about necessity of wearing cycle helmet, importance of using safety equipment. In addition, campaigns incite pedestrians and cyclists to be advertent while crossing roads and streets and incite to comply with Traffic Act. Different media, outdoor advertisings and information posters are used for transmitting message of the campaign.

Author points out by relying on statistical data, that although number of traffic accidents with pedestrians and cyclists has decreased in 2013 in comparison with year 2012 to some extent, the percentage of those accidents among all traffic accidents taken place since year 2009 has constantly enlarged.

Younger road-users are at risk group and affecting them on an area of road safety is important, but easy task at the same time. It is simple, because it is good to get to risk group through educational institution. Important, because shaping behavioural habits of young road-user positively influences his/her behaviour in traffic. Most clamant risk group in area of traffic safety of pedestrians and cyclists are elderly road-users. In percentage most of traffic accidents happen with road-users, who are in age of 25–64.

On the author's opinion the aim of the final paper, which was to deliver proposals how to make information campaigns targeted to pedestrians and cyclists more effective, got achieved. It is necessary to arrange more problem-based information campaigns. Duration of information campaigns has to be longer and more emphasis should be on addressing

information campaigns to elderly population. Distinctness's from cultural and lingual environment has to be taken into account on organising information campaigns.

Investigative techniques used in current final paper allowed finding answers to investigative questions. Information campaigns taken place on years 2009–2013 are targeted to risk groups, but only partially. Fact, that problematic areas related to pedestrians and cyclists are handled among information campaigns was confirmed, but in virtue of development of society and technology there has grown a number of problematic areas, which need to be handled. In the opinion of sample participated in survey the information campaigns targeted to pedestrians and cyclists have impact on their behaviour. In the opinion of the sample duration of the information campaigns is too short and more shocking messages should be used. Most effective way of delivering campaign message in the opinion of people participated in the survey is by television, which was followed by outdoor advertising as flyers.

Author finds that current final paper can be used as a practical instructions material at further development of information campaigns and projects targeted to pedestrians and cyclists. Author of subsequent analogous surveys should bring into in addition to the evaluation of information campaigns targeted to pedestrians and cyclists carried out by Police and Border Guard Board in cooperation with Road Administration an evaluation of projects targeted to pedestrians and cyclists carried out by Police and Border Guard Board.

VIIDATUD ALLIKATE LOETELU

- Antov, D. (2006). *Road user perception towards road safety in Estonia*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Antov, D., Banet, A., Barbier, C., Bellet, T., Bimbeh, Y., Boulanger, A., . . . Henriksson, P. (2012). *European road users`risk perception and mobility*. (J. Cestac, & P. Delhomme, Toim-d) Prantsusmaa. Kasutamise kuupäev 12.12.2013.
- Guohua Li, M. D., Susan P, B., John E, S., & Carl A, S. (2001). Use of Alcohol as a Risk Factor for Bicycling Injury. *The Journal of the American Medical Association*. Kasutamise kuupäev 13.01.2014.
- Hutchinson, T. P., & Wundersitz, L. N. (september 2011. a.). Road safety mass media campaigns: Why are results inconclusive, and what can be done? Adelaide, Austraalia. Kasutamise kuupäev: 16. 04 2014. a., allikas <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=13&sid=2e6e6b7d-aa43-49f2-91fd-089bfc5cfec7%40sessionmgr4001&hid=4112&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLGNvb2tpZSx1cmwscWlkJnNpdGU9ZWwhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=a9h&AN=64636975>
- Liiklusseadus (jõust- 01.07.2011. a). Kasutamise kuupäev 20.08.2012.
- Lilleorg, P. (2012). Pärnu linna jalgratta- ja jalgteede uuring. Haapsalu. Kasutamise kuupäev 20.12.2013.
- Lilleorg, S. (02. 03 2012. a.). *Liiklusõnnetused jalgratturitega*. Kasutamise kuupäev: 03.01.2014.a.allikas-Maanteeamet: http://www.ark.ee/public/lo_statistika/Jalgrattaulevaade2011.pdf
- Lõhmus, H. (2010). *Liiklusõnnetused jalgratturitega Eestis*. Tallinn: Maanteeamet. Kasutamise kuupäev 02.02.2014.
- Maanteeamet. (14. 10 2010. a.). *Liiklusõnnetused liikide lõikes 2011*. Kasutamise kuupäev: 10. 01. 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=11595>

- Maanteeamet. (14. 10 2010. a.). *Liiklusõnnetused maakondades ja suuremates linnades liikide lõikes 2011*. Kasutamise kuupäev: 10. 02 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=11594>
- Maanteeamet. (19. 01. 2013. a.). *Liiklusõnnetused jalakäijatega*. Kasutamise kuupäev: 10. 02. 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=15369>
- Maanteeamet. (10. 02 2014. a.). *Helkur*. Kasutamise kuupäev: 10. 02. 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=16204>
- Maanteeamet. (10. 02. 2014. a.). *Jalgrattaõnnetused*. Kasutamise kuupäev: 10. 02. 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=24081>
- Maanteeamet. (10. 07 2013. a.). *Jalgratturite ohutus*. Kasutamise kuupäev: 10. 02 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=16205>
- Maanteeamet. (14. 08 2013. a.). *Kampaaniad*. Kasutamise kuupäev: 14. 02 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=11239>
- Maanteeamet. (10. 07 2013. a.). *Liiklus arvudes 2005- 2012*. Kasutamise kuupäev: 10. 02 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=24081>
- Maanteeamet. (2013). *Liiklusõnnetused 25- 64 aastaste osalusel*. Kasutamise kuupäev: 03. 12 2013. a., allikas Maanteeamet: http://www.mnt.ee/public/lo_statistika/4-5.pdf
- Maanteeamet. (10. 07 2013. a.). *Liiklusõnnetused 25- 64- aastaste osalusel*. Kasutamise kuupäev: 12. 02. 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=24081>
- Maanteeamet. (14. 02 2013. a.). *Liiklusõnnetused liikide lõikes 2012*. Kasutamise kuupäev: 10. 07 2013. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=23084>
- Maanteeamet. (14. 02 2013. a.). *Liiklusõnnetused maakondades ja suuremates linnades liikide lõikes 2012*. Kasutamise kuupäev: 10. 07 2013. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=23081>
- Maanteeamet. (04. 07 2013. a.). *Linnakiirus ja jalakäijad*. Kasutamise kuupäev: 04. 07 2013. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=16209>

- Maanteeamet. (10. 07 2013. a.). *Mõisted*. Kasutamise kuupäev: 10. 07 2013. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=12948>
- Maanteeamet. (10. 07 2013. a.). *Otsasõidud jalakäijatele*. Kasutamise kuupäev: 10. 07 2013. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=24081>
- Maanteeamet. (2014). *Liiklusõnnetused*. Kasutamise kuupäev: 22. 01 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=12993>
- Maanteeamet. *Mõisted*. Kasutamise kuupäev: 23. 01 2014. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=12948>
- Maanteeameti ja Politsei- ja Piirivalveameti koostöökokkulepe. (2012). Kasutamise kuupäev 20. 11. 2013.
- Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. (2012). *Eesti rahvuslik liiklusohutusprogramm aastateks 2003- 2015*. Kasutamise kuupäev: 10. 07 2013. a., allikas Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium: <http://www.mkm.ee/arengukavad-2/>
- Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. (01. 04 2013. a.). *Maanteeameti põhimäärus*. Kasutamise kuupäev: 14. 08 2013. a., allikas Maanteeamet: <http://www.mnt.ee/index.php?id=12565>
- Neider, M. B., Gaspar, J. G., & McCarly, J. S. (06 2011. a.). *Walking & Talking: Dual-Task Effects on Street Crossing Behavior in Older Adults*. Kasutamise kuupäev: 22. 01 2014. a., allikas National Center for Biotechnology Information: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3699858/>
- Phillips, R. O., Ulleberg, P., & Vaa, T. (mai 2011. a.). Meta-analysis of the effect of road safety campaigns on accidents. Oslo, Norra. Kasutamise kuupäev: 16. 04 2014. a., allikas <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=6&sid=2e6e6b7d-aa43-49f2-91fd089bfc5cfec7%40sessionmgr4001&hid=4112&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLGNvb2tpZSx1cmwsdWlkJnNpdGU9ZWlhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=a9h&AN=59172666>
- Politsei- ja Piirivalveamet. (2012). Liiklusjärelvalve 2013. aasta plaan. Kasutamise kuupäev 15. 01. 2013.

- Politsei- ja Piirivalveamet. (07 2013. a.). Korrakaitsepolitseiosakonna põhimäärus. Kasutamise kuupäev 20.10.2013.
- Politsei- ja Piirivalveamet. (2013). Liiklusjärelvalve 2014. aasta plaan. Tallinn. Kasutamise kuupäev 12.02.2014.
- Politsei- ja Piirivalveamet. (2013). Politsei süüteoennetliku tegevuse 2013. aasta plaan. Kasutamise kuupäev 20.02.2014.
- Rahandusministeerium. (2012). Riigi eelarvestrateegia 2013- 2016. Tallinn, Eesti. Kasutamise kuupäev 21.10.2013.
- Sisekaitseakadeemia Sisejulgeoleku Instituut. (2012). Tule-, vee- ja liiklusohutuse alane ennetusuuring. Tallinn. Kasutamise kuupäev: 29. 03 2014. a.
- Siseministeerium. (2012). *Turvalisuspoliitika 2012*. Kasutamise kuupäev: 10. 07 2013. a., allikas-Siseministeerium:
http://issuu.com/siseministeerium/docs/turvalisuspoliitika_2012
- Statistikaamet. (24. 01 2014. a.). *Statistikaamet*. Allikas: Rahvastik soo ja vanuserühma järgi: <http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/Saveshow.asp>. Kasutamise kuupäev 02.03.2014.
- Witte, K., & Allen, M. (2000). *A Meta-Analysis of Fear Appeals: Implications for Effective Public Health Campaigns*. Allikas: <http://www.mnt.ee/public/Fear.pdf>. Kasutamise kuupäev 09.12.2014.
- World Health Organization. (2006). *Helmets : a road safety manual for decision-makers and practitioners*. World Health Organization. Kasutamise kuupäev 13. 09.2013.

JOONISTE JA TABELITE LOETELU

Jooniste loetelu

Joonis 1. Liiklusõnnetustes hukkunute ja vigastatute statistika aastatel 2009- 2013.	11
Joonis 2. Liiklusõnnetuste võrdlus liiklusõnnetuse liikide lõikes aastatel 2009- 2013.	12
Joonis 3. Joobes jalgratturite osakaal jalgratturitega juhtunud liiklusõnnetustes kolme aasta võrdluses.	16
Joonis 4. Eesti rahvastiku vanuselise jaotumise muutumine aastate 2009 ja 2013 võrdluses.	25
Joonis 5. Valimi hinnang esitatud väitele šokeeriva sisuga teavituskampaaniate mõju osas.	29
Joonis 6. Vanusegruppi 7- 17 kuuluvate vastanute arvamus šokeeriva sisuga kampaaniate osas.	29
Joonis 7. Vanusegruppi 18- 34 kuuluvate vastanute arvamus šokeeriva sisuga kampaaniate osas.	30
Joonis 8. Vanusegruppi 35- 64 kuuluvate vastanute arvamus šokeeriva sisuga kampaaniate osas.	30
Joonis 9. Vanusegruppi 65+ kuuluvate vastanute arvamus šokeeriva sisuga kampaaniate osas.	30
Joonis 10. Valimi hinnang väitele teavituskampaaniate kestuse osas.	31
Joonis 11. Valimi hinnang erinevatele kampaaniasõnumite edastamise viisidele.	31
Joonis 12. Valimi hinnang teavituskampaanias käsitletavatele probleemsetele valdkondadele.	32

Tabelite loetelu

Tabel 1. Jalakäijaga liiklusõnnetuste arv vanusegruppide lõikes ajavahemikul 2009- 2013.	13
Tabel 2. Jalgrattaõnnetuste esinemise hulk jalgratturite vanuselises lõikes aastatel 2009- 2013.	15

LISA 1. Ankeetküsimustik

Lugupeetud vastaja!

Sisekaitseakadeemia üliõpilane Ago Iloste on oma lõputöö pealkirjaga "Hinnang aastatel 2009- 2013 Politsei- ja Piirivalveameti ning Maanteeameti koostöös läbiviidud jalakäijatele ja jalgratturitele suunatud teavituskampaaniatele" raames koostanud käesoleva ankeetküsimustiku. Antud küsimustiku eesmärk on teada saada, millised on liiklejate hinnangud jalakäijatele ja jalgratturitele suunatud teavituskampaaniatele ning millised infokanalid on kampaaniasõnumi edastamiseks kõige tõhusamad.

Küsitluse viib lõputöö autor läbi interneti vahendusel. Ankeetküsitluse vastuste analüüs ning tulemused kajastuvad eelpool nimetatud lõputöös.

Seoses sellega palun Teil vastata allpool toodud väidetele ning küsimustele. Küsimustikule vastamine võtab aega ligikaudu 5 minutit ning on anonüümne. Igale küsimusele ja väitele järgnevad vastusevariandid. Märkige üks, Teile sobivaim vastuse variant. Valides vastuseks "muu....." lisage palun vabatekstina kasti sisse oma vastus.

Tänan, et aitasite oma vastustega kaasa turvalisema liikluskeskkonna loomisele!

Sisekaitseakadeemia õpperühma PK-122 üliõpilane Ago Iloste.

1. Sugu

Mees
Naine

2. Millises piirkonnas elate?

Tallinn, Tartu, Pärnu, Narva
muu linn
maal

3. Millisesse vanusegruppi kuulute?

7- 17
18- 34

35- 64
65+

4. Jalakäijana liiklemine Eestis on

turvaline
pigem turvaline
ohtlik
väga ohtlik
ei oska öelda

5. Jalgrattaga liiklemine Eestis on

turvaline
pigem turvaline
ohtlik
väga ohtlik
ei oska öelda

6. Kas teavituskampaaniad mõjutavad Teie arvates liiklejate käitumist?

mõjutavad
pigem mõjutavad
pigem ei mõjuta
ei mõjuta
ei oska öelda

7. Šokeeriva sisuga teavituskampaaniad avaldavad liiklejate käitumisele suuremat mõju kui õpetliku sisuga teavituskampaaniad

nõustun
pigem nõustun
pigem ei nõustu
ei nõustu
ei oska öelda

8. Jalakäijatele, jalgratturitele suunatud teavituskampaaniate kestus on lühike

nõustun
pigem nõustun
pigem ei nõustu
ei nõustu
ei oska öelda

9. Jalakäijatele, jalgratturitele suunatud teavituskampaaniaid on raske märgata

nõustun
pigem nõustun
pigem ei nõustu
ei nõustu

ei oska öelda

10. Milline kampaaniasõnumi edastamise viis on Teie hinnangul kõige tõhusam?

televisioon

raadio
välireklaam (plakatid)
internet
infovoldik
Muu:

**11. Milliste allikate vahendusel olete teavituskampaniaid kõige rohkem näinud/
kuulnud?**

televisioon
raadio
välireklaamid (plakatid)
internet
Muu:

**12. Millise infokanali vahendusel edastatud kampaaniasõnum mõjutab Teie
arvates enim liiklejate käitumist?**

televisioon
raadio
välireklaam (plakatid)
internet
Muu:

**13. Kampaaniasõnumite edastamiseks kasutatavad välireklaamid (plakatid) on
piisavalt nähtavad**

nõustun
pigem nõustun
pigem ei nõustu
ei nõustu
ei oska öelda

**14. Jalakäijatele ja jalgratturitele suunatud teavituskampaniates käsitletakse
kõiki probleemseid valdkondi**

nõustun
pigem nõustun
pigem ei nõustu
ei nõustu
ei oska öelda

15. Kas kampaaniasõnumid jõuavad Teie arvates muukeelse elanikkonnani?

jõuavad
pigem jõuavad
pigem ei jõua
ei jõua
ei oska öelda

16. Eestis korraldatavate teavituskampaaniate puhul on piisav, kui need on arusaadavad üksnes eestikeelsele ja venekeelsele elanikkonnale

nõustun
pigem nõustun
pigem ei nõustu
ei nõustu
ei oska öelda

LISA 2. EKSPERTINTERVJUU

Autor viis struktureeritud ekspertintervjuu läbi PPA KKPO arendusbüroo juhtivspetsialistiga Pille Luiga. Spetsialistile esitas autor järgmised küsimused ning väited:

1. Andke palun enda hinnang kergliiklejatele (jalakäijad, jalgratturid) suunatud teavituskampaaniatele.
2. Kas toimunud teavituskampaaniad on olnud efektiivsed, mis on hästi, mis halvasti?
3. Kas on mõni tähelepanuta jäänud sihtgrupp?
4. Millised on politsei poolsed liiklusennetuse alased tegevused kergliiklejate valdkonnas?
5. Millised on kergliiklejate valdkonda puudutavad üldised trendid/ tendentsid?