

Mida peaks teadma ajakirjanduse kohta?

26.01.2018

Ragne Kõuts-Klemm

TÜ ühiskonnateaduste instituut

Loengu ülesehitus

1. Ajakirjandus ühiskonnas: ülesanded, pingeväljad, peamised muutused üldiselt
2. Ajakirjanduse tööprotsess
3. Auditooriumi ootused ajakirjandusele

1.Ajakirjandus ja ühiskond

Mida ajakirjandus teeb ühiskonnas? (1)

- Ajakirjanduse kõige olulisem ülesanne demokraatlikus ühiskonnas on poliitilise ja majandusliku võimu teostamise järelevalve (*Ajakirjanduse eetikakoodeks*)
- Ajakirjanduse toimimise põhiprintsiibid lähtuvad rollist, mille on ajakirjanikud ja selle kultuuri esindajad selles ühiskonnas sõnastanud:
 - Siebert jt (*Four Theories of The Press* 1954): autoritaarne mudel, liberaalne mudel, sotsiaalse vastutuse mudel, nõukogude-totalitaarne mudel

Mida ajakirjandus teeb ühiskonnas? (2)

- Ajakirjandus on eriline äri, mis müüb ettevõtetele kontakti auditooriumiga, mille ta on ise saanud tänu oma pakutavale sisule (Bücher, 1926)
- Ajakirjandusorganisatsiooni võimalikud sissetulekuallikad:
 - reklaam,
 - lehetellimused/ litsentsitasu/ telemaks,
 - heasoovlik filantroop/ ühisrahastuse vahendid/ fondid
 - riigieelarve

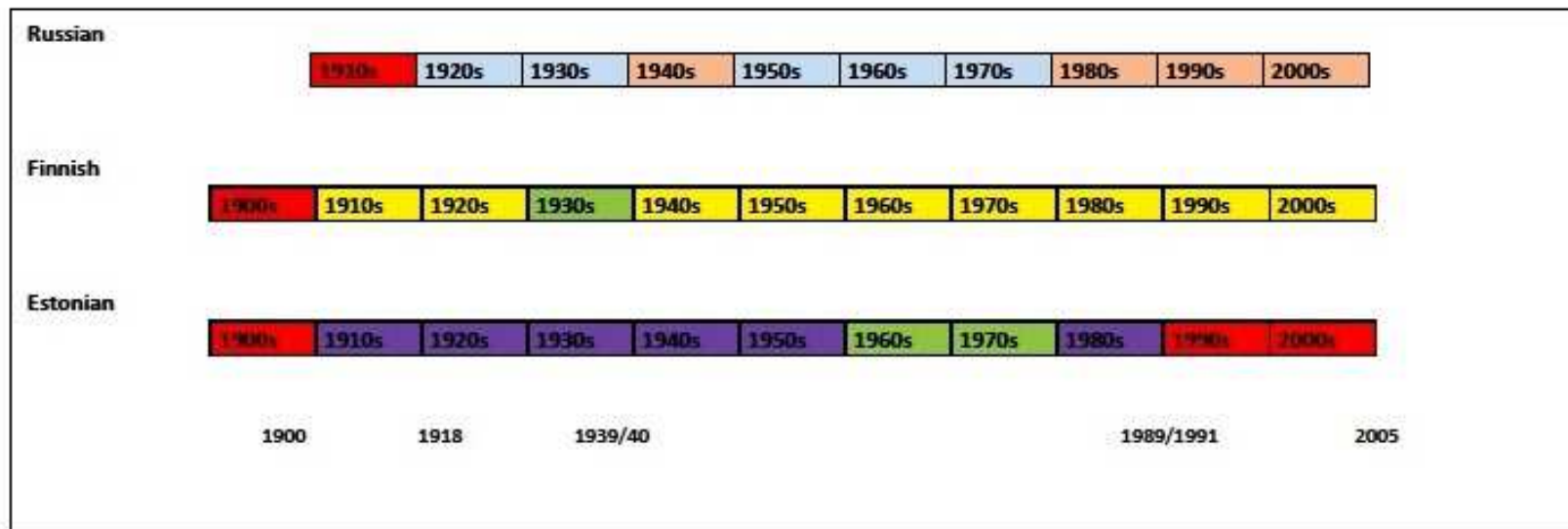
✓ Eestis on duaalne meediaturg (avaõiguslik ja erameedia)
✓ Eestis on meediaturg kõrgelt kontsentreerunud
(Ekspress Grupp AS/ Hans H. Luik, Eesti Meedia AS/
Margus Linnamäe)

Mida ajakirjandus teeb ühiskonnas? (3)

- Ajakirjandus aitab igapäevaselt konstrueerida ettekujutust reaalsusest, milles elame (Lippmann 1922 “pildid meie peas”)
 - Lippmanni näide sakslastest ja prantslastest kaugel saarel
 - Uudiste lugejate ja mittelugejate uuringud
 - Mõned tänapäevased näited: sisserändajad, islam
- Ajakirjandus on eriti mõjuvõimas konstrueerides kujutlusi teemadest ja sündmustest, millega inimestel puudub vahetu kontakt
- Institutsionaliseerunud “ühiskondlikud diagnoosid” (presidendi aastalõpu- ja aastapäevakõned, kaitseväe ülemjuhataja kõned, kollektiivsed avalikud pöördumised)

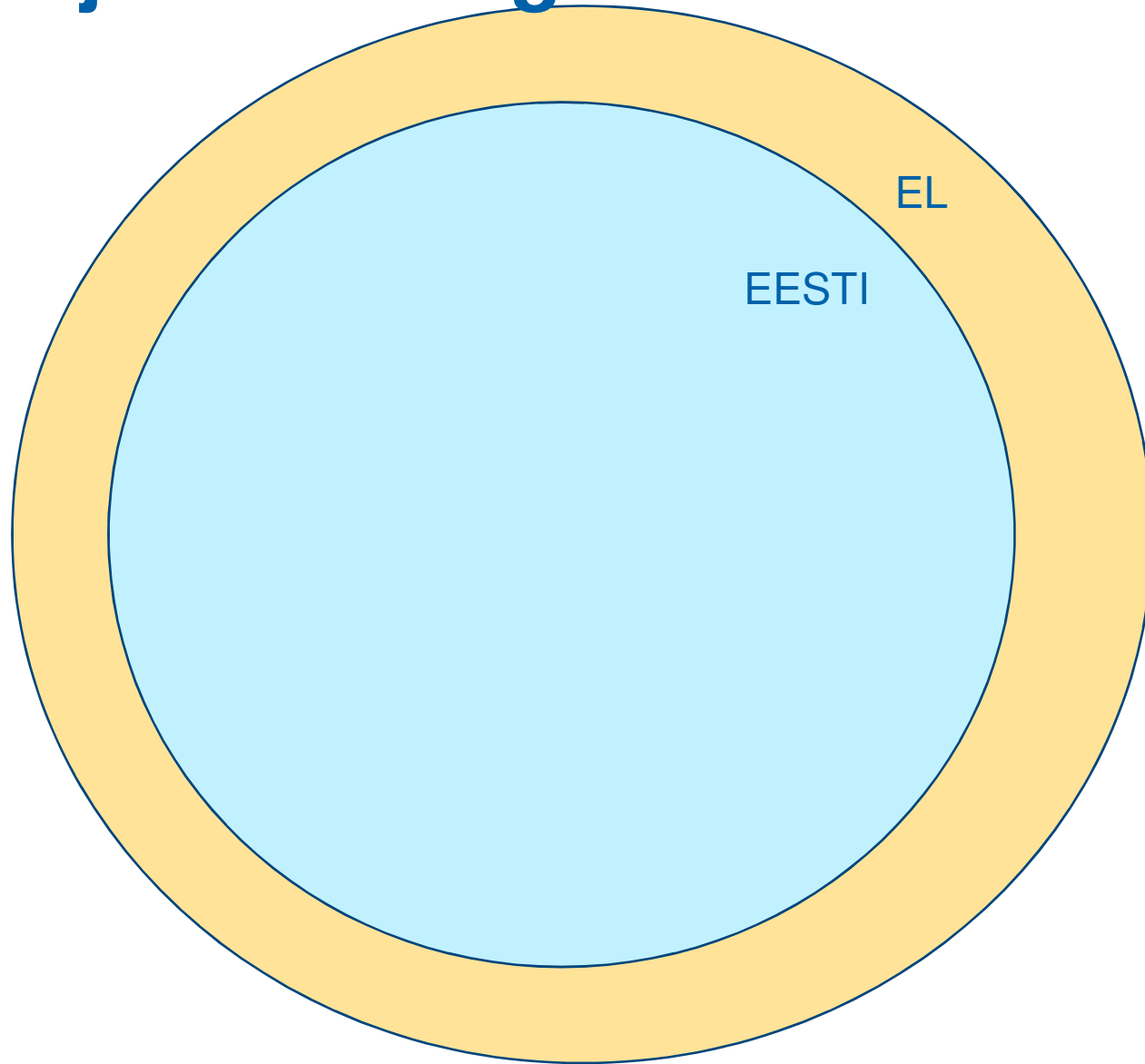
Mida ajakirjandus teeb ühiskonnas? (4)

- “Tõlgib” – st aitab vähendada ühiskonna kui süsteemi kompleksust, vahendab ühiskonna teisi sfääre üksteisele (nt majandus, haridus, teadus ..)
- “Diagnoosib” – annab ühiskonnale selle enesekirjeldused (ruum, aeg, olulised teemad, normid ja väärtused)



pink	1.cluster – Identity-focused and depoliticised self-description.
blue	2.cluster – Space- and economy-centred self-description.
yellow	3.cluster – Politics-centred pluralist self-description with identity-actualisations.
violet	4.cluster – Normative self-description without clear dominance or identity.
red	5.cluster – Politics-centred self-description
green	6.cluster – Normative self-description with moderate identity actualisations.

Ajakirjanduse tegutsemiskontekst



<i>Allikas: Hallin & Mancini 2004: 67</i>	Polariseerunud pluralistlik	Demokraatlik-korporatiivne	Liberaalne
Ajalehe roll kultuuris	Väike levi, orientatsioon eliidile	Kõrge levi, pika ajalooga massiajaleht	Keskmine levi, kommertslehe varane teke
Kattuvus poliitilise maastikuga	Suur; pressi orientatsioon kommentaarile	Väline; tugev erakondade press; muutub neutraalsemaks ja kommertslikumaks	Neutraalne kommertspress; pressi orientatsioon infole;
Ajakirjaniku ametialane tase	Madalam; instrumentaliseerumine	Kõrgem; institutionaliseeritud eneseregulatsioon	Kõrgem; eneseregulatsioon ei ole institutsionaliseeritud
Riigi roll meediasüsteemis	Tugev; dotatsioonid; tsensuuri perioodid	Tugev; meedia-vabaduse kaitse; dotatsioonid; tugev a-õ ringh.	Turu domineerimine

Eesti täna

(Zielonka 2015: Media and Politics in New Democracies)

„Eesti meediaturul näib olevat, hoolimata selle keelelisest lõhest, väiksusest ja kohalike meediaomanike domineerimisest, eeskujulik dünaamika, vastupanuvõime ja sõltumatus“ (Lašas 2015: 148).

„Kõige läänelikum meediamudel on Eesti oma, mis näib vastavat professionaliseerumise kriteeriumidele.“ (Mancini 2015: 30).

Sirp 11.12.2015 R.Kõuts “Meedia ja poliitika Kesk- ja Ida-Euroopa riikides”

<http://www.sirp.ee/s1-artiklid/c21-teadus/meedia-ja-poliitika-kesk-ja-ida-euroopa-riikides/>

2.Ajakirjanduse tööprotsess

Ajakirjanduse töökultuuri ja –praktika muutumine: komplekssuse kasv

- ✓ “Igaüks võib olla ajakirjanik”
- ✓ Üha rohkem “virtuaalsed” tööd: päevatoimetaja, veebireporter, väliskorrespondent
- ✓ Toimetuse koosolek ja igapäevane tööprotsess
- ✓ Suhtekorralduse professionaliseerumine

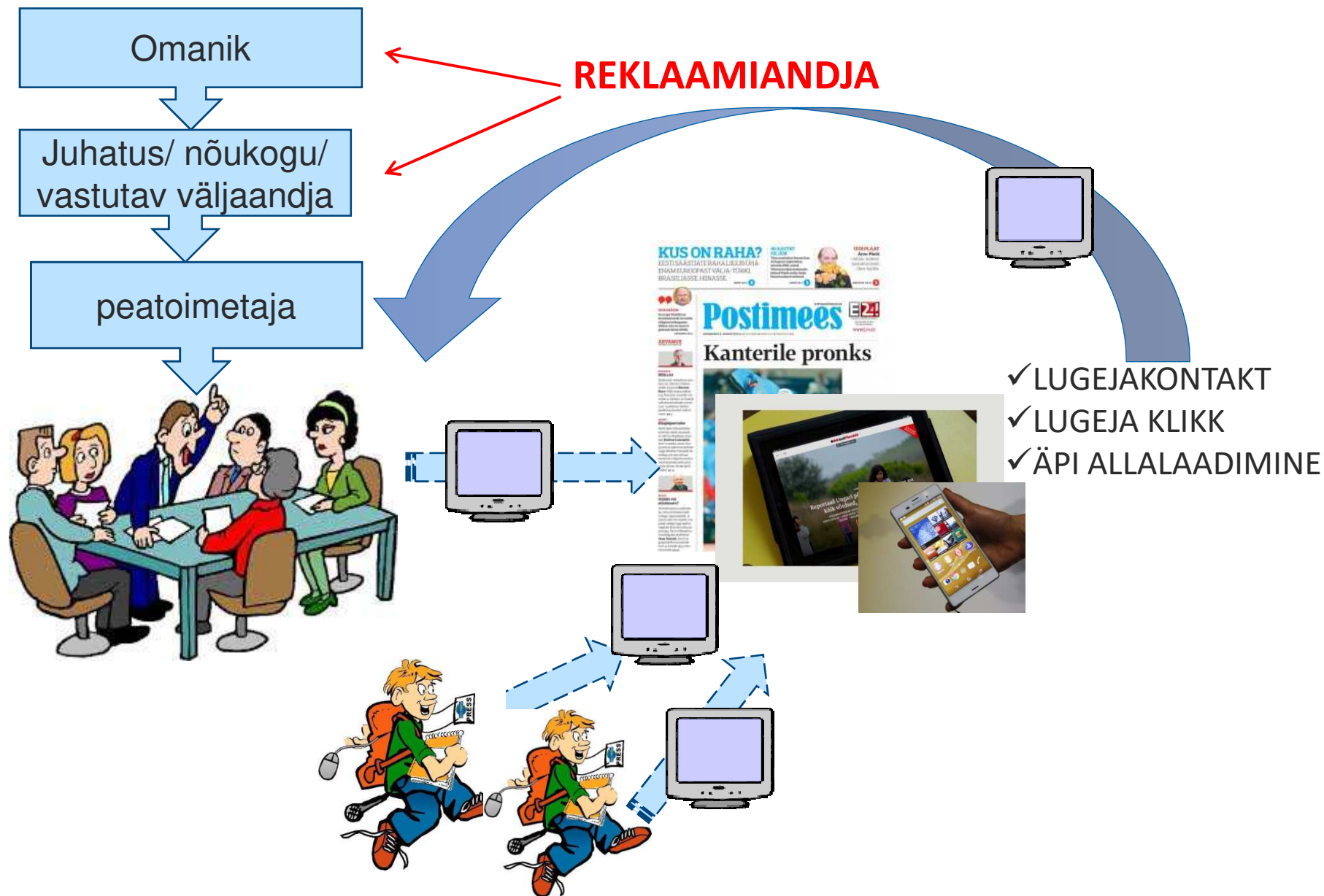
Kuidas kujuneb ajakirjanduse sisu?

- ✓ Sündmuse uudisväärtuslikkus
- ✓ Sobivus “tootmisrutiiniga”
- ✓ Allikate olemasolu ja kättesaadavus
- ✓ Omaniku huvid ja ajakirjanike maailmavaade

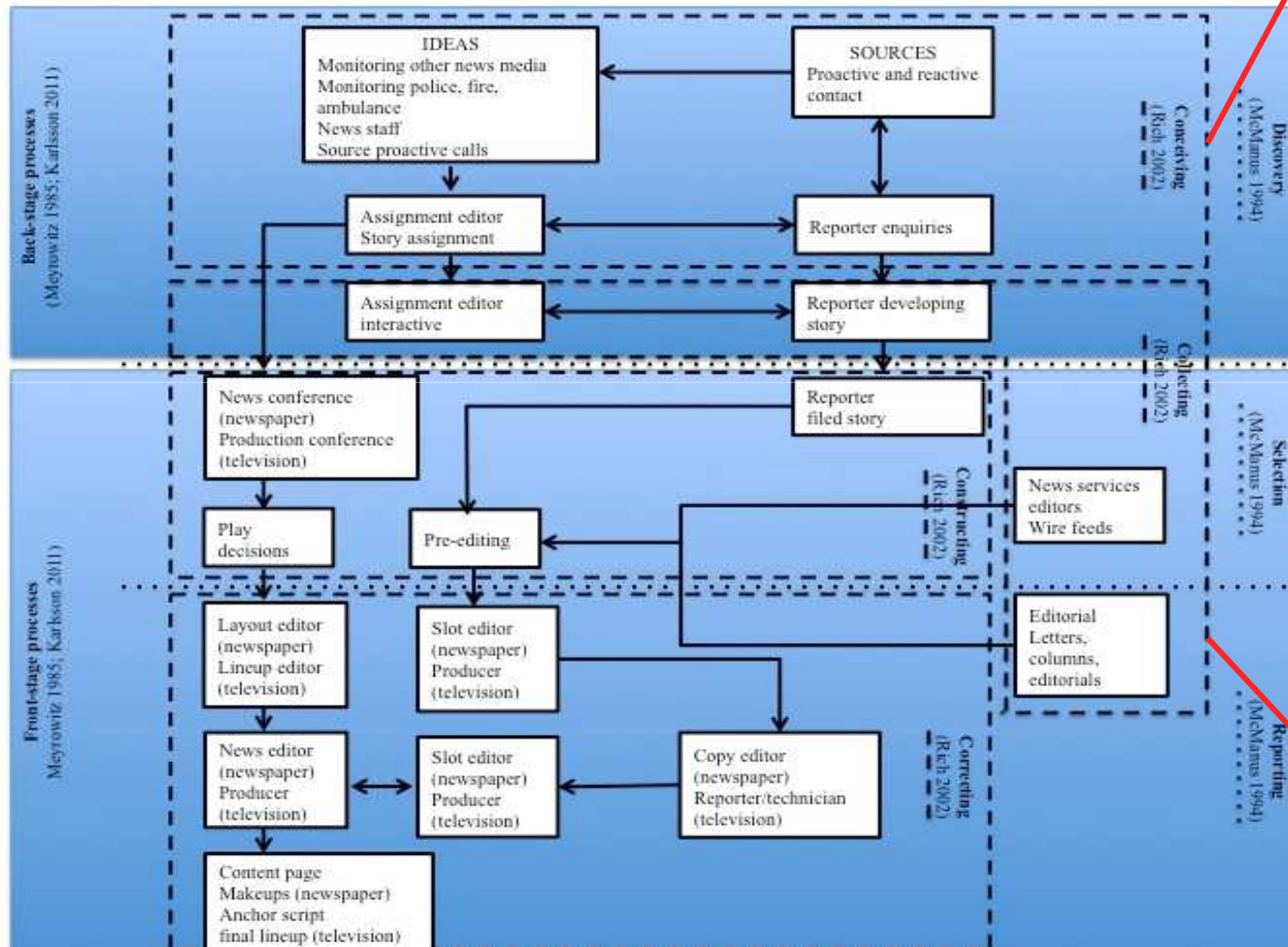
IGAL JUHUL NÄIB KALLUTATUD
JA EBAOBJEKTIVNE



Kaasaegne ajakirjanduse “tootmissüsteem”



Ajakirjanduslik infotöötlaste protsess (Himma 2017)



eelproduksioon

produksioon

Millised oskused peavad ajakirjanikul olema? (Eesti veebiajakirjanike uuring, Palmiste 2017)

Toimetuste juhtide ootus	Tegelikkuses kasutatavad
Soov õppida ja areneda Soov lahata ühiskondlikke probleeme Loovus Kriitiline mõtlemine Probleemilahendamine Võõrkeelte tundmine Süvendatud teadmised mõnest valdkonnast	Kriitiline mõtlemine Võõrkeelte tundmine Probleemilahendamine Soov õppida ja areneda (<i>reporterite vabast ajast</i>)
Sisukokkuvõtte kirjutamine Sisu loomine mitmele platvormile Multimeedia lugude tegemine Kinnipidamine tähtaegadest Tekstitöötuse oskus Uudisväärtuse tundmine Intervjueerimine Kliendisuh ted (<i>mainitakse harva</i>) Suhtlusoskus (<i>mainitakse harva</i>)	Sisukokkuvõtte kirjutamine Sisu loomine mitmele platvormile Multimeedia lugude tegemine Kinnipidamine tähtaegadest Tekstitöötuse oskus Uudisväärtuslikkuse tundmine Intervjueerimine (<i>ei kasutata põhjalikult</i>)
Artiklite haldamise süsteemi tundmine Tekstitoimetamise programmi valdamine Pilditöötlusprogramm Videomontaaž Filmimine Pildistamine Veebisisu sidumine artikliga	Artiklite haldamise süsteemi tundmine Teksti toimetamise programm Pilditöötlusprogramm Veebisisu sidumine artikliga Videomontaaž (<i>pigem harva</i>) Graafikute programm (<i>uuena</i>)



Millised oskused peavad olema ajakirjanikul: akadeemiline vaade



Eetiline “selgroog”
ja tugev
autonoomia

Eneseanalüüsi
ja õppimise
võime

Professionaalsed
ühiskonna
analüüsi oskused

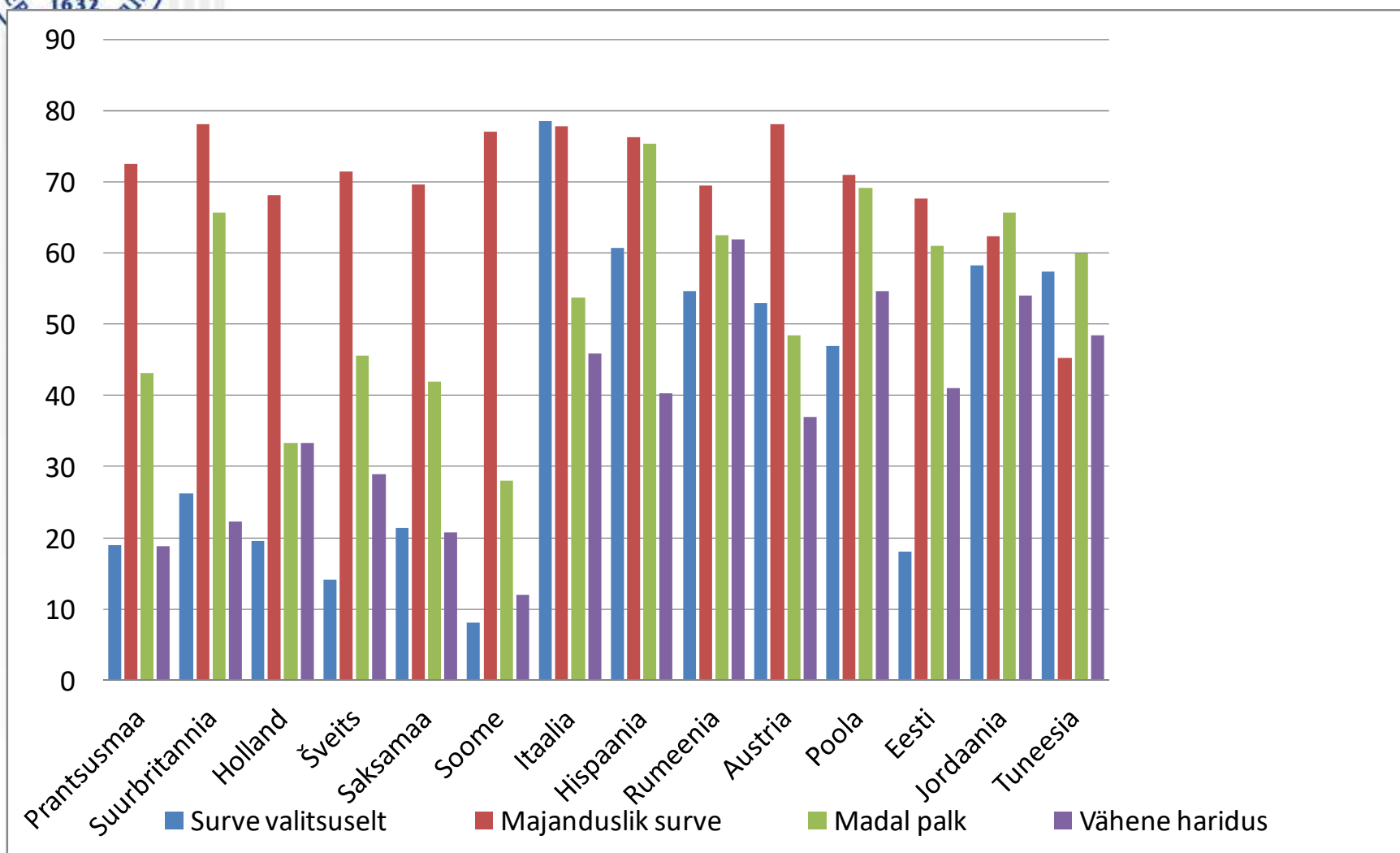
Milline on Eesti ajakirjanike olukord?

Surve- ja pingevallikad ajakirjanike töös

- ✓ Kiiruse surve
- ✓ Madal palk
- ✓ Töökoha ebakindlus
- ✓ Hariduse ja enesetäiendamise võimaluste vähesus
- ✓ Väike ühiskond (“kõik tunnevad kõiki”)
- ✓ Suhtekorralduse professionaalsus



Mis ohustab ajakirjaniku autonoomiat (% nõus + osaliselt nõus) (Allikas: MediaAct 2011)



Kuidas tagatakse ajakirjanduse sisu kvaliteet?

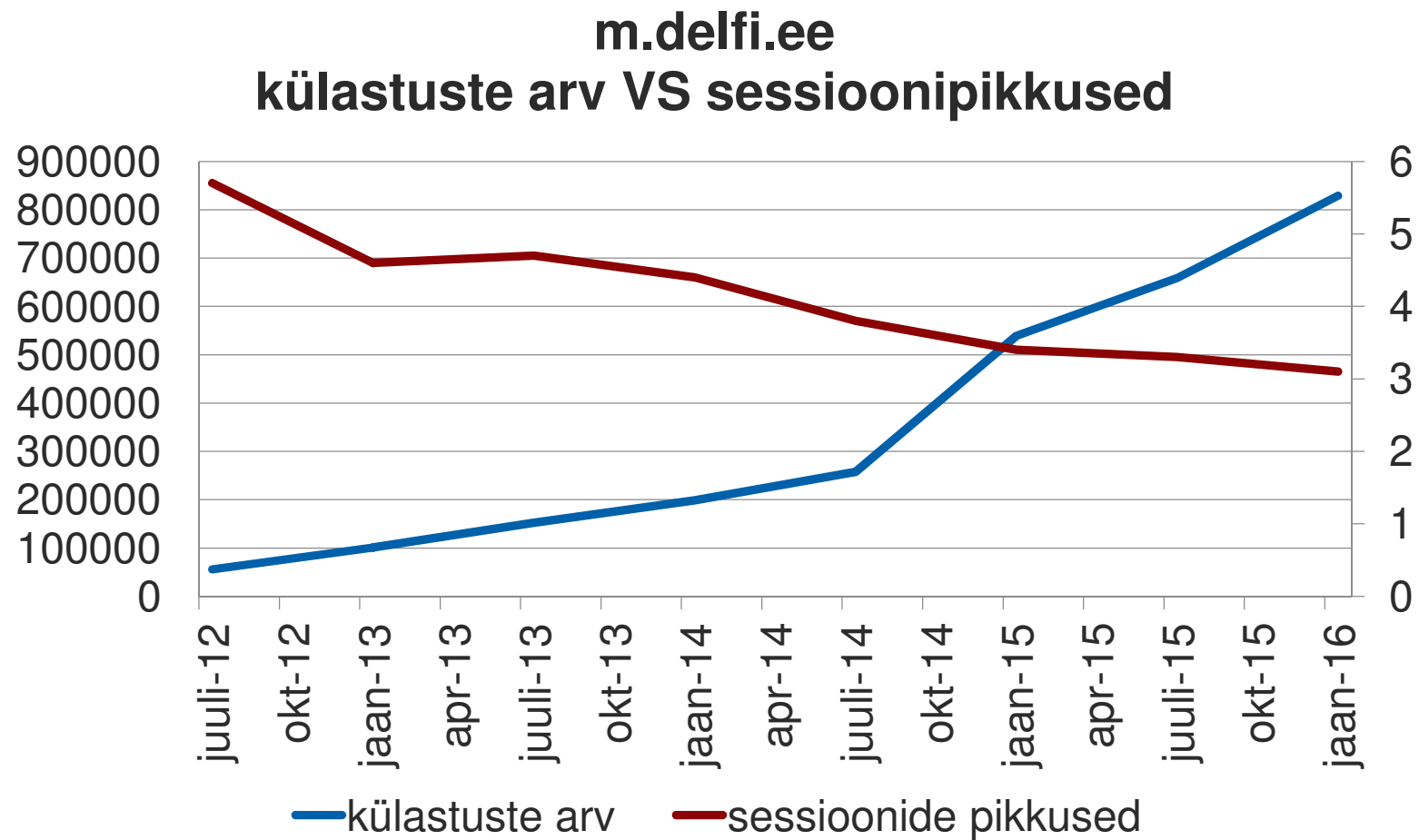
- ✓ Ajakirjaniku autonoomia (eeldab poliitilise, majandusliku ja omanikepoolse surve puudumist)
- ✓ Eneseregulatsioon (Pressinõukogu, eetikakoodeks, huvide konflikti vältimise juhendid, ombudsman)
- ✓ Ajakirjandus- ja sõnavabadus seadustes sätestatud
- ✓ Piisav konkurents ajakirjandusväljal
- ✓ Ajakirjanike haritus ja haridus

3. Auditooriumi ja ajakirjanduse suhe

Mida ootab auditoorium ajakirjanduselt?

- Auditoorium on väga killustunud – erinevad uudiste jälgimise repertuaarid vanuse, rahvuse ja hariduse põhjal
- Väheneb meedia ühendav roll, kasvab huvipõhine kontakt ajakirjandusega
- Ajakirjandusele ootus olla üha rohkem “kiirtoiduna” tarbitav vastavalt inimese päevarutiinidele (ajakirjandus kui päevaaukude täitja – Kõuts-Klemm/ Harro-Loit 2017)

Veebist uudiste lugemise kestus ja külastuste arv (Tamm 2016)

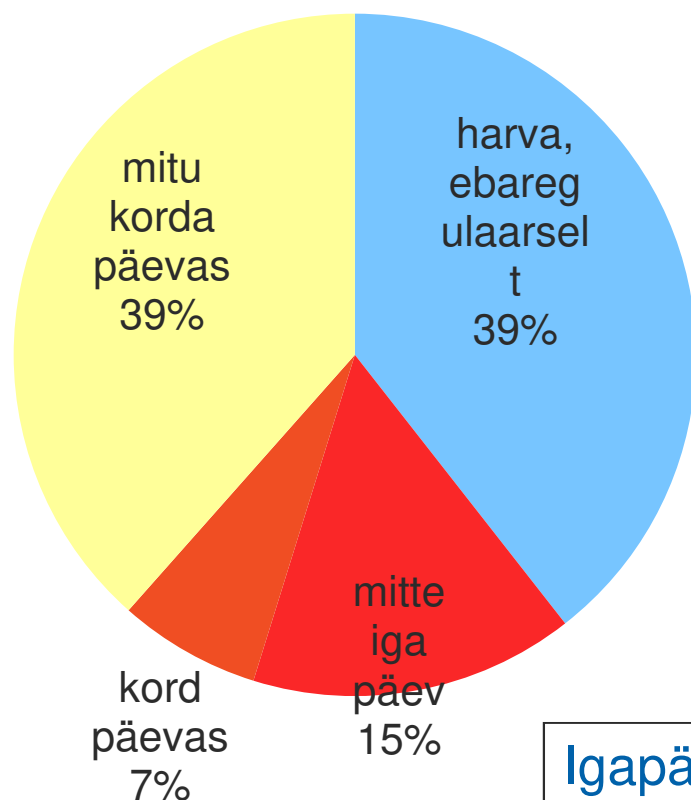


Kui sageli jälgite erinevate meediakanalite poolt edastatavaid päevakajalisi uudiseid?

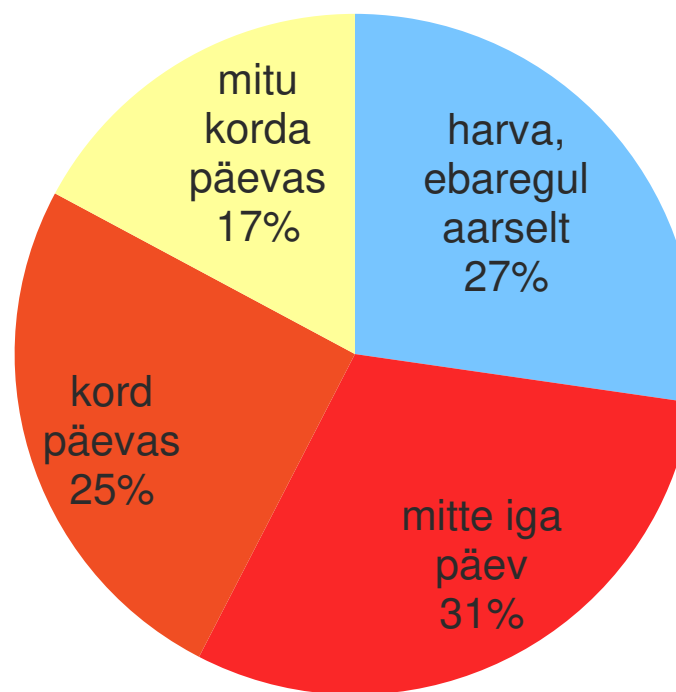


TARTU ÜLIKOOL

15-19-aastased



20-29-aastased



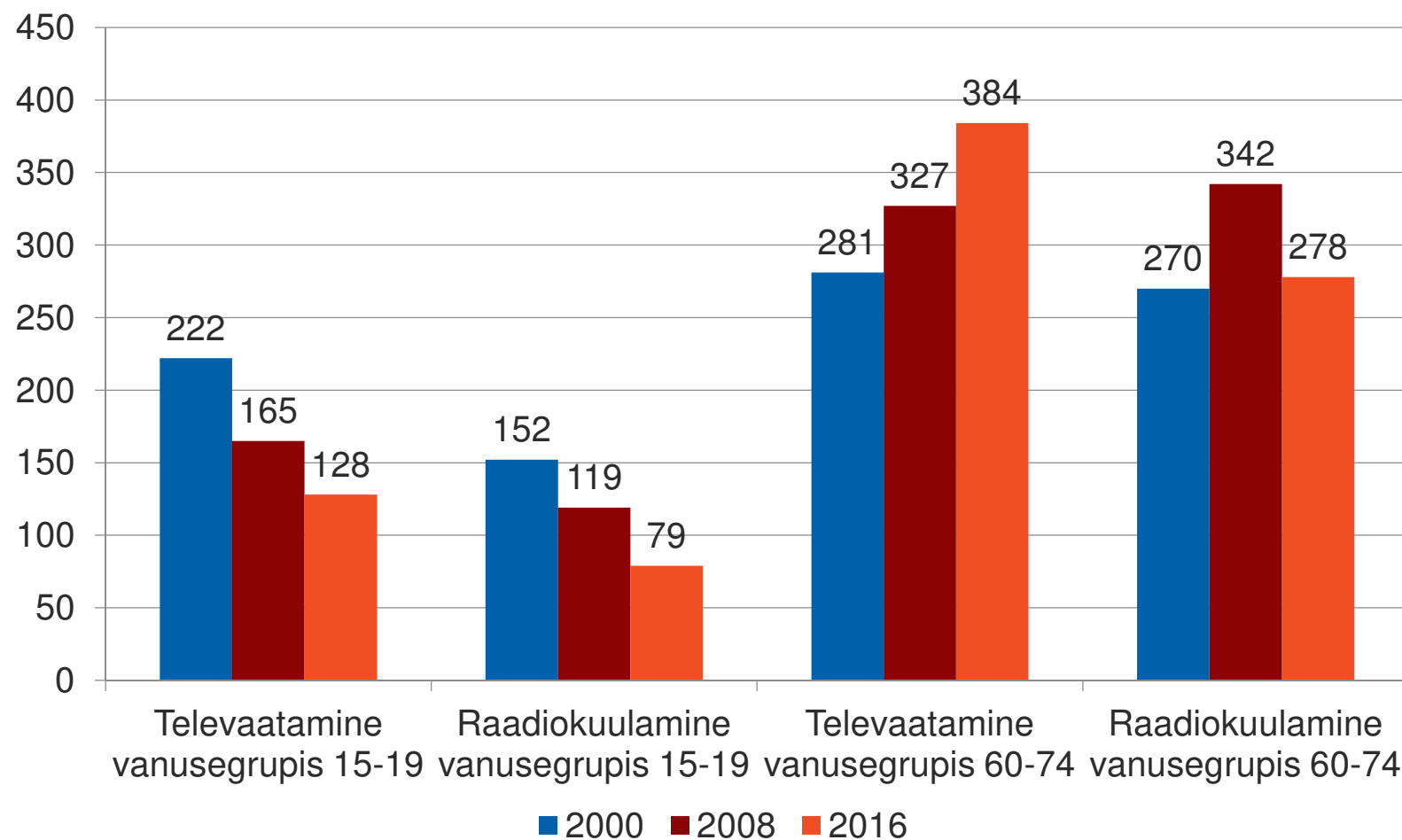
Igapäevaseid uudistejälgijaid on eestlaste hulgas 61%, venekeelsete vastajate hulgas 46%

Allikas: Mina. Maailm. Meedia Nov. 2014

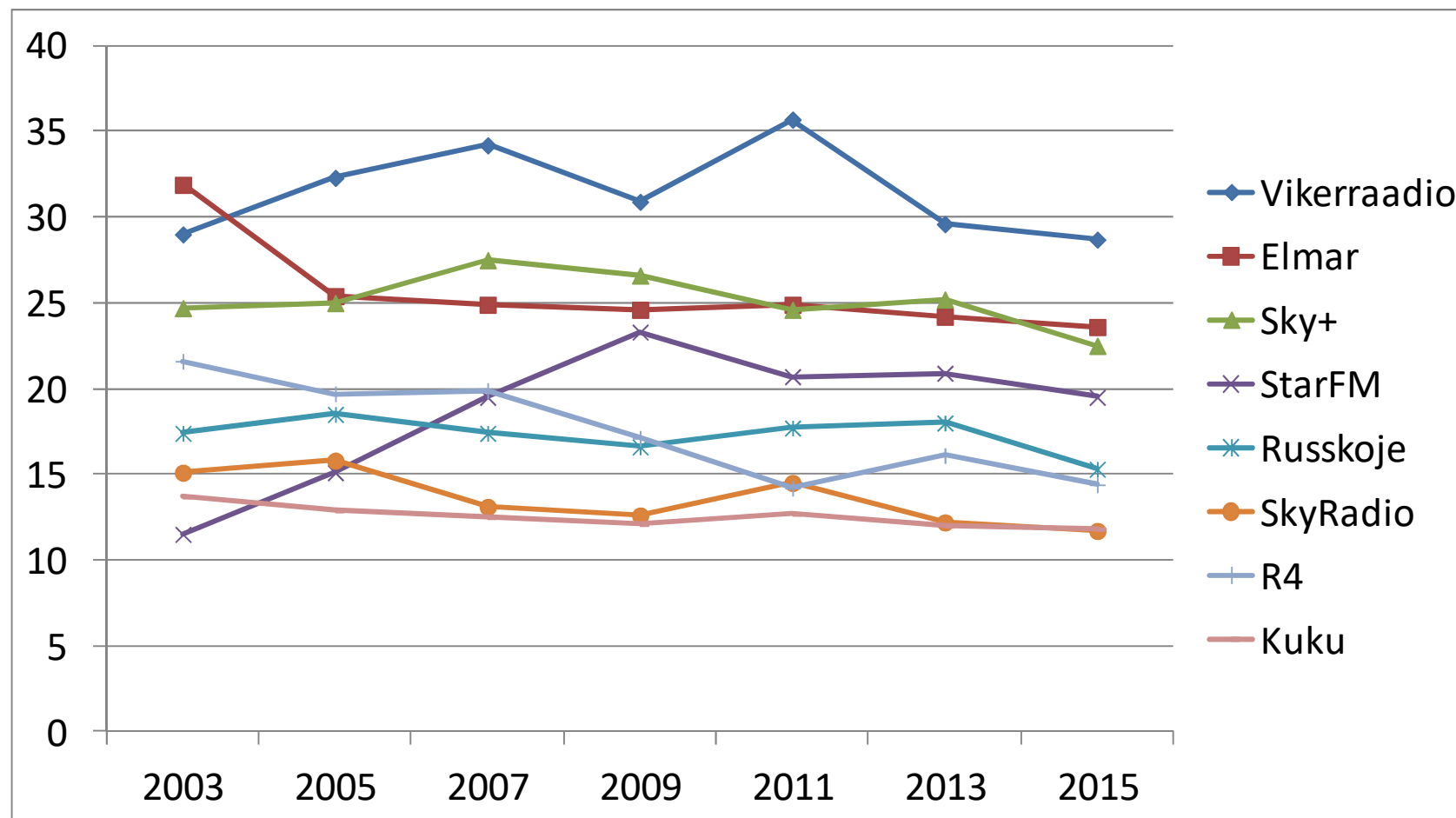
Televaatamise ja raadiokuulamise keskmine ööpäevane maht nooremate ja vanemate hulgas (minutites; Kantar Emor)



TARTU ÜLIKOOL



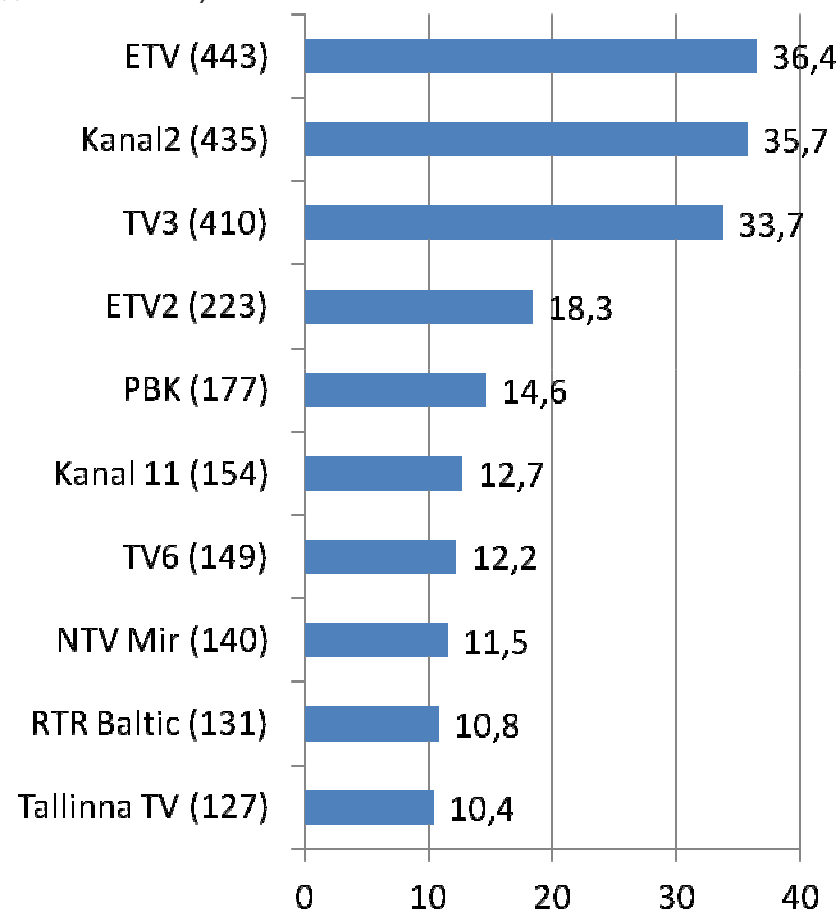
Suuremate raadiojaamade nädalane mõjuulatus (*weekly reach*) (% 12-74-aastastest, kuulanud nädalas vähemalt 15 min.)



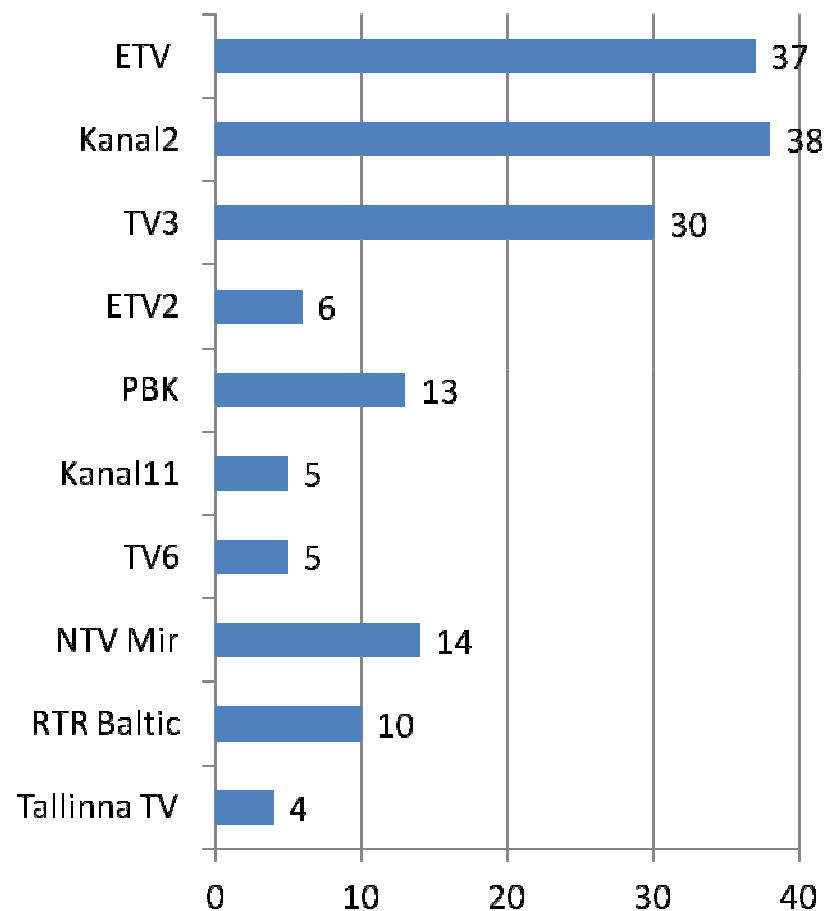
Allikas: TNS Emor

Telekanalite vaadatavus

Elanikkonna hõlmatus kanaliga (vaadanud vähemalt 1 min päevas; tuhandetes, %; vanus 4+)



Päevane vaatamisaeg (min)

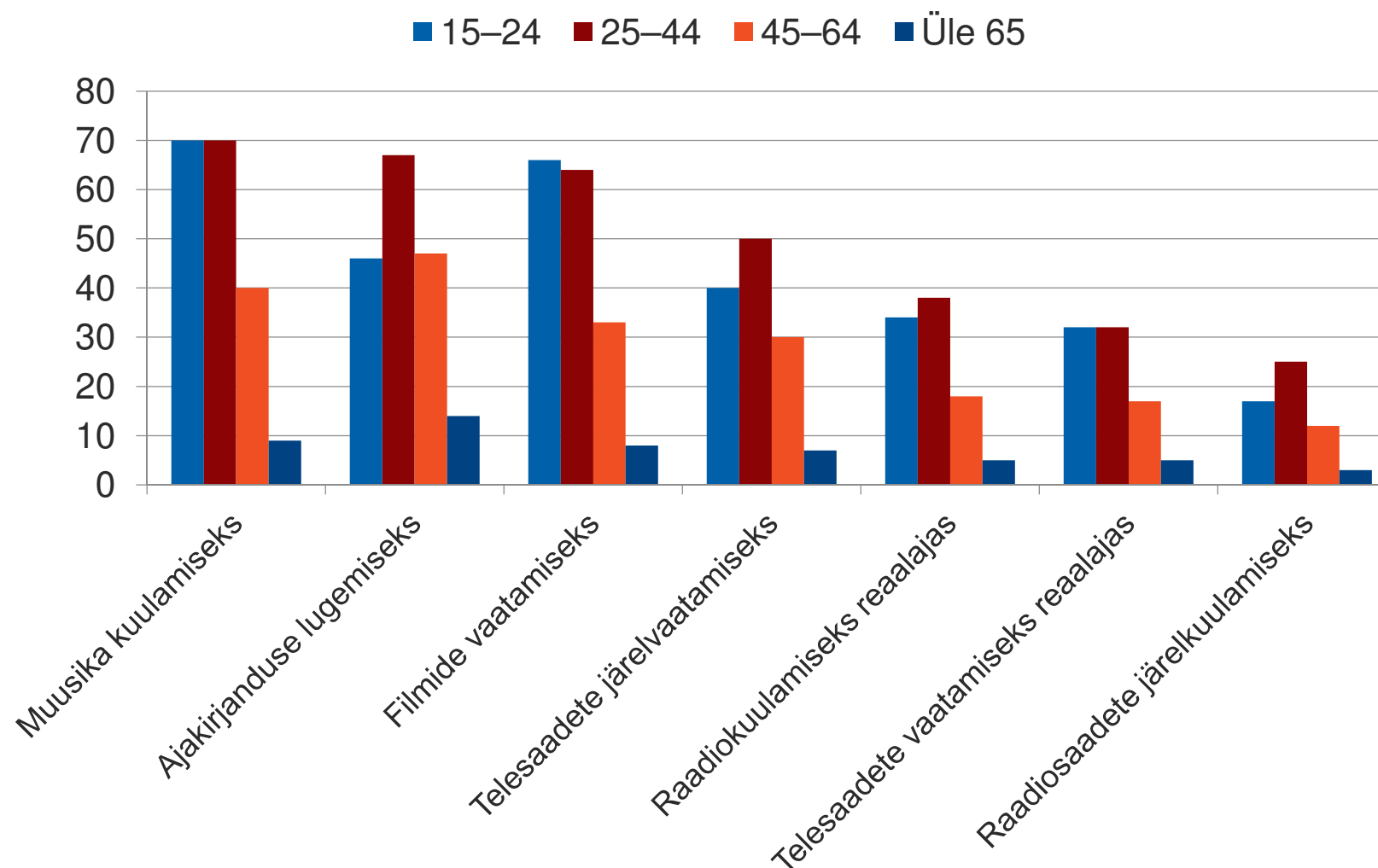


Allikas: TNS Emor TV Monthly Fact Sheets, Nov 2015

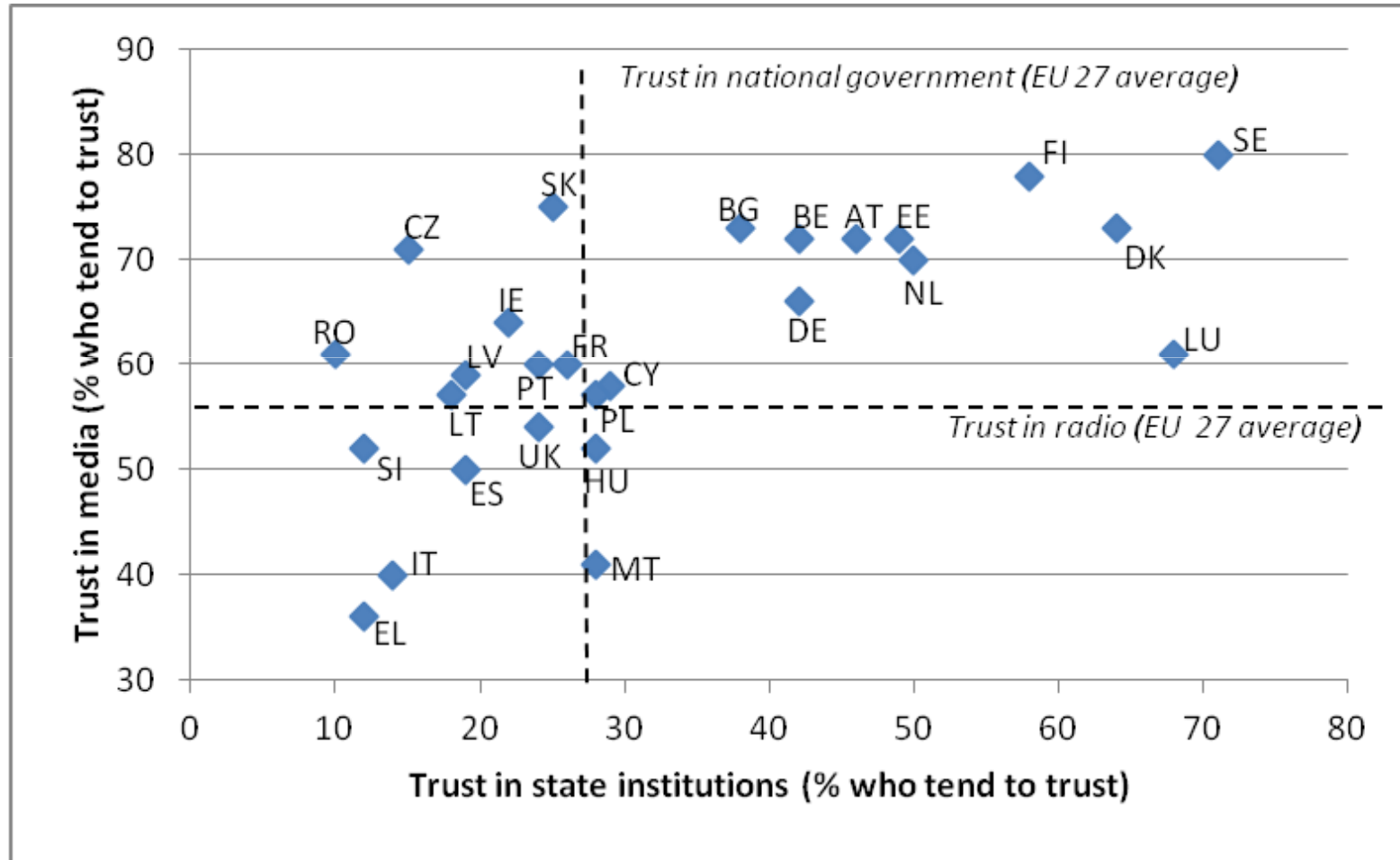
Meediateenuste tarbimine internetis vanuserühmades 2015 (% , Statistikaamet)



TARTU ÜLIKOOL



Usaldus ajakirjanduse vastu



Kõuts, Lauristin, Vihalemm 2013

Milline on praegu ajakirjanduse kvaliteet?

- Madalam, kui olla võiks
- Põhjused:
 - Klassikalise ajakirjanduse ärimudeli kriis (sh ajakirjanikutöö odavnemine)
 - Kõrge meediakontsentratsioon Eesti meediaturul
 - Interneti tulekuga lühemaks muutunud uudiste “tootmise” tsükkel (sh sotsiaalse aja üldine kiirenemine)
 - Ajakirjandus on ise “saaginud oksa, millel istub” (kommertsialiseerumine, online-kommentaariumid, auditooriumi alahindamine)

Kokkuvõtteks

- Ühiskonnas toimuvad protsessid ei toeta olemasoleva ajakirjandussüsteemi kestmist
 - Tehnoloogiline surve
 - Majanduslik surve
 - Auditooriumi ootuste surve
- Ajakirjandusorganisatsioonid vajavad uut ärimudelit või toetussüsteemide väljaarendamist