

EAAS

EESTI AKADEEMILINE AJAKIRJANDUSE SELTS



**Eesti
Akadeemilise
Ajakirjanduse
Seltsi
aastaraamat**

2018

The logo for the Estonian Academic Journal Society (EAAS) is a stylized, handwritten-style representation of the letters 'EAAS' in black.

EESTI AKADEEMILINE AJAKIRJANDUSE SELTS

Tartu 2019

Toimetajad:

Indrek Ude, Peeter Vihalemm

Koostajad:

Maarja Lõhmus, Indrek Ude,
Sulev Uus, Peeter Vihalemm

Keeletoimetaja: Katrin Kern

Küljendus: Karin Tohvri

Kaane kujundus: Andrus Peegel

EAAS-i aastaraamatu väljaandmist
toetavad Äripäev AS, Postimees Grupp
ja Ekspress Grupp

© Eesti Akadeemiline
Ajakirjanduse Selts 2019

ISSN 2288-0316

Trükk: AS Pakett

Trükiarv: 150

Sisukord

<i>Peeter Vihalemm, Maarja Lõhmus. Saateks</i>	9
--	---

Ajakirjandus ja poliitika

Ajakirjandus ja võim: väljavõtteid EAAS-i koosolekust Tallinnas, Riigikogu konverentsisaalis 23. märtsil 2018	12
Isikuandmete kaitse seaduse mõju Eesti ajakirjandusele: ülevaade EAAS-i koosolekust 19. oktoobril 2018	20
<i>Urmas Loit. Meediahaldus — paljude toimetegelaste tegevusel põhinev meediapoliitika</i>	25

Ajakirjandus ja kultuur

<i>Johannes Saar. Hegemoonidiskursused eesti kultuuris. Eesti Kunstimuuseumi pressikommunikatsioon 2006–2015</i>	34
--	----

Ringhääling

<i>Hagi Šein. Teleteaduslik pilk väikese telekultuuri jätkusuutlikkusele</i>	44
<i>Alessandro Nani. Ristmeedia avalikus ringhäälingus: tootjate ja auditooriumide heitlus</i>	54
<i>Liisa-Lotta Veiken. Raadio 2 taskuhäälingute kuulamise tegurid</i>	60

Ajakirjanikutöö

<i>Marju Himma-Kadakas. Eesti veebiajakirjanike oskused ja nende kasutamine oma töös</i>	68
<i>Maia Klaassen. Vale- ja võltsuudised Eesti peavoolumeedias: peatoimetajate perspektiiv</i>	72
<i>Signe Ivask. Rutiinide, nõudmiste ja ressursside roll Eesti ajakirjanike tööstressis</i>	81
<i>Greete Palgi. Eesti naisajakirjanike kogemused agressiivsete ja ahistavate kommentaaritorite ja allikatega</i>	88

Vastuvõtu uurimine

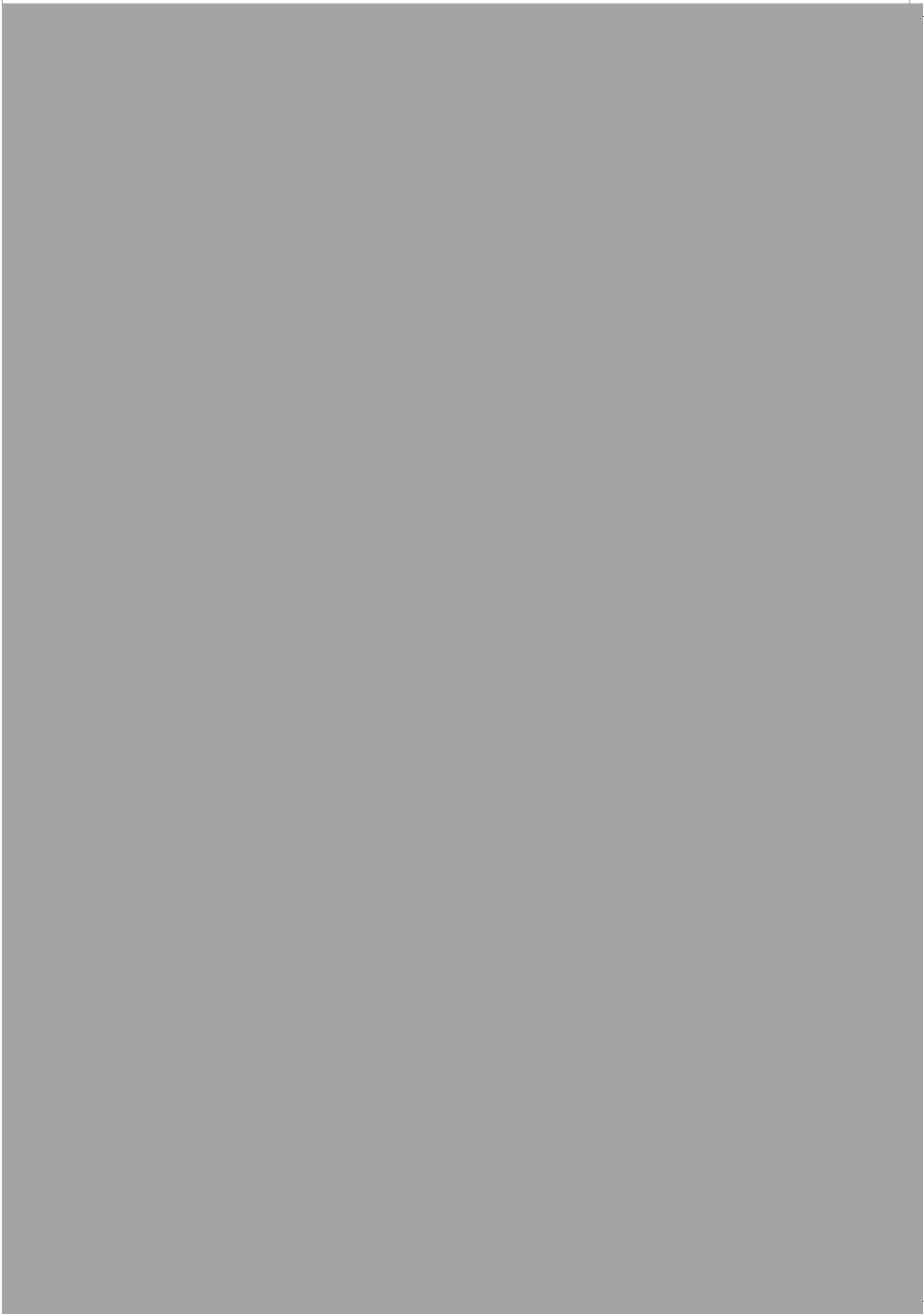
<i>Laura Kalam</i> . Ajakirja kaanekujunduse vastuvõtu uurimine pilgujälgi abil	94
---	----

Ajalugu

<i>Juhan Peegel</i> . Ajakirjanduslik uudis.....	102
<i>Roosmarii Kurvits</i> . Kunagiste ajakirjanike intervjuudekogu: ettekandekoosolek Eesti Kirjandusmuuseumis 9. veebruaril 2018	105
Aarne Rannamäe teekaaslasena: väljavõtteid EAAS-i koosolekult 18. mail 2018	113

Varia

Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi tegevuse kronoloogia 2009–2018.....	118
<i>Peeter Vihalemm</i> . Lõpetajad ja lõputööd ajakirjanduse ja kommunikatsiooni erialal Tartu Ülikoolis 2018. aastal	121
<i>Barbi Pilvre</i> . Tallinna Ülikoolis 2018. aastal ajakirjanduse ja meedia alal kaitstud magistritööd	124





Saateks

Käesolev aasta on ajakirjanduses ja meie seltsile Juhan Peegli 100. sünniaastapäeva tähistamise aasta — Juhan Peegel oli ka akadeemilise ajakirjandusseltsi asutamine algataja aastal 1990.

Käesolev Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat on järjekorras üheksas.

Tänavu sügisel, 20. novembril täitub kümme aastat meie seltsi taasasutamise koosolekust. Mõni kuu hiljem, 19. veebruaril 2010 toimus seltsi ametlik taasasutamine. Sel puhul avaldame käesolevas aastaraamatus seltsi tegevuse kronoloogia 2009–2018.

23. märtsil 2018 korraldasime Riigikogu konverentsisaalis Toompeal arutluse „Ajakirjandus ja võim“, kus esinejad sõnastasid tähelepanekuid Eesti ajakirjandusest aastal 2018. See ja samuti nn andmekaitsekoosolek ning 2018. a Juhaniapäeva koosolekul öeldud mõtted Aarne Rannamäest tema 60. sünniaastapäeva puhul on käesolevas aastaraamatus ülevaadetena trükitud mõtestamiseks ja aja märgiks.

Lisaks toome traditsioonilised ülevaated mõnest 2018. aasta jooksul kaitstud üliõpilastööst nii bakalaureuse-, magistri- kui ka doktoriõppe tasemel.

Ajaloorubriigis avaldame Juhan Peegli loengukonspekti „Ajakirjanduslik uudis“ 1987. aastast. Seda lühiülevaadet uudise kirjutamise põhialustest on huvipakkuv võrrelda näiteks 10–15 aastat hiljem ilmunud Priit Pulleritsu ja Tiit Hennoste kirjutatud ajakirjandusliku uudise õpikutega. Näeme, kuidas käsitlused on vormiliselt muutunud, aga paljud põhireeglid kehtima jäänud.

Suur tänu Eesti Meediale (praeguse nimega Postimees Grupp), Ekspress Grupile ja Äripäevale toetuse eest aastaraamatu väljaandmisel.

Peeter Vihalemm, Maarja Lõhmus

21. märts 2019



AJAKIRJANDUS JA POLIITIKA

Ajakirjandus ja võim

Väljavõtteid EAAS-i koosolekust Tallinnas, Riigikogu konverentsisaalis 23. märtsil 2018

Maarja Lõhmus: Ajakirjandusseltsil on heameel korraldada koosolekut, millega tuleme võimule lähemale, arutame võimuteemat kohas, kus Eesti üle ka tegelikult otsustatakse. Mõiste, mille ümber siia koguneme, on Eesti avalikkus. Meil on oluline koos mõelda, kuidas avalikkus tegelikult toimib. Mis on avalikkuse võimalused? Mis võimalusi me ei kasuta ära, kuigi võiks? Mis ohustab avalikkust? Kuidas neid ohtusid vähendada?

Toon mõtliku võrdluse Soomest. Soome ajakirjanduse aluseks on pika traditsiooniga, üle sajandi kestnud selged printsiibid, miks ja kuidas ajakirjandust teha. Need põhiprintsiibid ei ole sajandiga muutunud.

Helsingin Sanomatel on lisaks 320 000 tellijale ja paljudele ostjatele pidev veebiliiklus, keskmiselt 50 000 pidevat veebijälgijat läbi kogu päeva. Ajakirjanikud lähtuvad mõjust avalikkusele — iga tekst on ühiskonnas tähtis, on mõjukas. Toimetusel on lehe tegemise kõrval vastutus jälgida, mis toimub avalikkuses. Helsingin Sanomate veeb on permanentne info- ja arutlusväli. Soomes on ajakirjandus toimiv avalikkus. Peatoimetajad arutavad mitu korda päevas Soome avalikkuse üle — mida on hetkel kõige olulisem Soome avalikkuses arutada? Mida kodanikud ajakirjandusavalikkuselt ootavad? Toimetustes on pidev valmisolek öelda sõnum Soomele, oma rahvale.

Sama seis on avaõiguslikus ringhäälingus, Yleisradios. Toimetuse juhtidel on nii hommikuti kui ka päeva teisel poolel koosolekud selle üle, millest on

kindlasti vaja kõnelda, mida öelda Soome ühiskonnale. Lisaks pidevalt tundlik teema — ega keegi ajakirjanikest pole oma töös mõjutatud? Ilmekas näide ajakirjanduse sõltumatus suure aktuaalsuse kohta Soomes on hiljutine nn *Yle-gate*.¹

Soome avalikkuse tundlikkus ja refleksiivsus on traditsiooniliselt ja ajalooliselt väga suur, seda ka seetõttu, et pole elatud okupatsiooni tingimustes.

Soomest Eestisse tulles — millistest printsiipidest lähtutakse meil eri teemade kõneaineks tõstmisel? Millised printsiibid kehtivad Eesti ajakirjandusinstituutsioonides? Kuivõrd järjekindlad ollakse avalikkuse edendamisel?

Tiit Hennoste: Ma pole ajakirjanik, olen n-ö haritud publik, kõrvaltvaataja, ja lähen oma käsitluses esseistlikku teed.

Poliitikutel on võim teha otsuseid. Poliitikute arvates on ideaalajakirjandus toru, mis saadab nende tekstid otse publikule, nii nagu nende arvates vaja. Ajakirjandus ei taha see toru olla. Ajakirjanik tahab otsustada ja otsustab sisuliselt, keda kommunikeerida, keda võimendada, kui palju mugandada, mis tekste esile tõsta. Ajakirjandus püüab mõnikord esineda rahva kaitsjana, rahvaajakirjandusena ja rahvast kaitsta, aga mängib ka omaenese mängu. Ühes otsas on ajakirjandus kui peaaegu toru, ja teises otsas iseseisev võim, mis kuulutab poliitikutele eesti vanasõna sõnadega „Laps räägib siis, kui kana pissib“. Mul on mõned punktid, mis mind vaevavad.

¹ *Yle-gate* sai alguse 2016. aasta novembris, kui Soome peaminister Juha Sipilä läkitas Yle toimetajale Salla Vuorikoskile ja uudiste peatoimetajale Atte Jääskeläinemale mitu ärritunud sõnumit uudise kohta, milles Yle kajastas Sipilä sugulaste rolli riigilt tellimuse saanud ettevõttes. Yle peatoimetaja järgnev tegevus viis terava konfliktini ajakirjanikega, kes süüdistasid, et nende tööd uudisloomes on hakatud piirama. Vastasseisu tõttu lahkus toimetusest kogenud ajakirjanikke. Järgnes mitu pressinõukogu menetlust, kogu Yle uudistetöö audit ning Jääskeläineni ametist lahkumine 2017. a mais. Avalikku vastasseisu peaminister Sipilä ja ajakirjanduse vahel on aga taas esile kerkinud ka hiljem. Vt <https://www.err.ee/636923/sipila-kritiseeris-taas-soome-ajakirjandust>. — *Toim.*

Esiteks. Ajakirjandus on alati valinud seda, millest kirjutada, aluseks sündmuste ja isikute uudisväärtus. Uudisväärtuse kujundajad on tuntud: sündmuse mõju, aktuaalsus, konflikt, ebatavalisus, lähedus, värskus, osalejate prominentsus. Tihti arvatakse, et eraldi oluline uudisväärtus on sündmuse negatiivsus, mida ajakirjanikud taga ajavad. Ei ole, negatiivsus tõuseb esile tegelike uudisväärtuste kaudu, eriti konflikti kaudu. Viimasel ajal on keskseks väärtuseks saanud konflikt ja prominendid. Need on kollase ajakirjanduse väärtused, kvaliteetajakirjanduses on keskne ikka mõju.

Miks on konflikt ja prominendid nüüd ette tõstatatud? Mis on selle tagajärjed? Kui tehakse juhtlõik, tõstetakse keskmesse konflikt, lugu algab konfliktiga. Need, kes teavad läbirääkimiste põhitõdesid, teavad, et alati tuleb alustada ühisosast, siis hakkab lõpuks tunduma, et vastandus ja erinevus ei ole kuigi suured. Kui soovid saavutada lugejaga konsensust, siis ei tohi kunagi alata konfliktiga. Kui aga tõstame konflikti uudisväärtusena algusse, siis ka saame tulemuseks konflikti, mis hakkab omakorda tootma konflikti.

Ühiskonna polariseerumine Eestis on arenenud olukorrani, et polariseerunud on ka ajalehed. Postimees ja Päevaleht olid varem rohkem segasummavilad, aga nüüd polariseeruvad. Lisaks tundub, et ka ajakirjanikud väljaannete sees on polariseerunud. Kui istun mõnes žüriis, kuulen peatoimetajate juttu peadest ja eetilistest ajakirjanikest ja võistlema saadetud tekstide lugedes on selge, et asi ongi nii. Kui võtan hommikul ajalehe lahti, leiän lehest hoopis saasta. Lisaks, mõnikord leiab lehes „heade“ ajakirjanike lugusid, millest jääb mulje, et saasta toodab keegi teine, mitte nende leht.

Teiseks. Kliki- või kommentaariväärtusteks on kujunenud sündmuste emotsionaalsed omadused, kirjutaja isiklik emotsionaalne suhe. See võimaldab samastumist, sellega püütakse kommentaare ja köetakse emotsioone. Minu kogemuse järgi mujal seda nii palju pole kui Eestis. Me kõik teame inimesi, teemasid või konflikte, mis töötavad absoluutselt just sellise kommenteerimise heaks.

Kolmandaks. Konkreetsus-üldisus ja lugude jutustamine. Poliitika tegeleb üldiste asjadega, üldistatud tegelastega, üldiste probleemidega. Ajakirjandus on üha konkreetssem. Uudist tehakse üha enam loona, narratiivina (mis varem oli üksnes

kollase ajakirjanduse võte). Aga loo kui sellise tuumaks on alati olnud konflikt konkreetsete tegelaste vahel. Nii on ka ajakirjanduses lood alati esitatud selgete konfliktsete tegelaste kaudu. Vaatame näiteks Ossinovski viinavõitluse lugu, millest sai kogu aeg kirjutada — üks konflikt lahenes, uus konflikt tõusis nagu kriminaalromaanis. Konkreetne värvikas tegelane muudkui rääkis. Lugude jutustamise tulemuseks on aga see, et kogu teemakäsitus jääb konkreetsele tasandile, üldistus võib tekkida ainult lugeja peas ja olla lugejati väga erinev. Kui ajakirjandus valis lugude jutustamise, siis valis ta tegelikult koos sellega ka konflikti võimendamise. (Kui võtame võrdluseks tasuta bussiliikluse, siis sellest ei saa narratiivi. Ja nii ei tõuse see ka pidevaks teemaks lugusid otsivas ajakirjanduses.)

Ajakirjandus liigub kahe maailma, ühelt poolt meid ümbritsevate konkreetsete nähtuste ja inimeste, teiselt poolt üldistuste vahel. Lugusid jutustades muudab ta konkreetse üldiseks, osaliseks vastasseisudes ja konfliktides. Kui ajakirjandus rääkis pensionäridest, kes hammasrataste vahele jäid, lõi ta üldistatud pildi tädi Maalidest ja onu Augustitest. Üldistades ajakirjandus pigem skematiseerib ja lihtsustab, kui näitab asjade keerukust ja seletab teemasid lahti.

Ajakirjandus kui võimendi. Ajakirjanduses avaldatu mõjutab meid enamasti kumulatiivselt, väikeste märkamatute muutuste kaudu. See ilmneb sagedasti fooni loomisena. Pidevate kindlasuunaliste mõjutustega, pisikeste positiivsete või negatiivsete torgetega kujundatakse üldine foon mingi nähtuse või inimese suhtes. Lehte lugedes toimib see foon positiivse või negatiivse hoiaku elluäratajana. Võime uudist alustada justnagu neutraalselt, mittekonfliktiselt, aga kui teatud foon on juba loodud, siis lugeja võtab selle vastu kui konflikti.

Oma jutus ei ole ma kasutanud sõnu „võim“ ja „võitlus“, aga need mõisted on kogu aeg taustal. Võim ja võitlus käivad käsikäes. Poliitikud on teinud võitlusest oma agenda. Ja ka ajakirjandus on tõstnud oma valikute ja narratiividega võitluse enda jaoks keskseks — sellest ta enam välja ei pääse. Ajakirjandus ja poliitikud võitlevad ka omavahel. Aga ajakirjandus võidab alati, sest talle jääb viimane sõna. Poliitikule viimast sõna ei anta.

Paljusid protsesse, seahulgas ka erinevate osaliste suhteid avalikus arutelus saab iseloomustada

Gaussi kõvera abil,² enamuse ja servade vahekorra kaudu. Demokraatlikus arutelus selguvad enamuse seisukohad, vähemus jääb marginaalseks, kuigi mitte mahasurutuks. Massimeedia võib aga võimendada vähemuse seisukohti, nii et need tõusevad esiplaanile, varjutades vähem häälekat enamust. Selle tulemusena saame rääkida vaikivast enamusest ja häälekast vähemusest. See on paljuski iseloomulik ka Eestile. Just äärerühmad, servad on sageli need, mis räägivad väga valjusti. Meilgi on tekkinud vaikiv kese. See pole enam Gaussi, vaid ümberkeeratud kausi kõver. Vaikiv keskmine loksib tasakesi, servades teeb kõva häält võitlev vähemus.

Mari-Liis Jakobson: Alustan narratiiviga. 11 aastat tagasi olin Tartu Ülikooli lõpetav ajakirjandustudeng, keda paelus ennekõike poliitika ja poliitiline kommunikatsioon. Liikusin Tallinna Ülikooli õppima politoloogiat. Mõtlesin, et kirjutada juba oskan, nüüd võiks õppida, millest kirjutada. Ajakirjanduse ja politoloogia õpingud on teineteist täiendanud ning kuuluvad tänases maailmas marjaks ära.

Uudisväärtuste loogika ja poliitika loogika on ideaaltüübis väga erinevad, aga praktikas läbi põimunud. Eric Louw³ on eristanud poliitika tegemisel kolme tasandit: lavatagune, kulisside tasand, lava-pealne. Lavataguseks nimetab ta poliitike väljatöötamist töörühmades, seal askeldavad huvirühmade esindajad, eksperdid, ametnikud. Seal lähtub tegevus ennekõike poliitike kujundamise ja elluviimise loogikast. Kulisside lähedal käib poliitika strateegiate planeerimine, seal tegutseb n-ö tagatuba: arutatakse, milliseid poliitikaettepanekuid on mõistlik ellu viia ja kuidas see on kooskõlas valijatelt saadud mandaadiga ja valijate toetuse hoidmisega ehk valitseb poliitika loogika. Laval, millel toimuvat näeme kõik, on võtmetoimijateks ajakirjanikud ning seal valitsevad ajakirjanduslikud reeglid. Sellel, mis toimub lava peal, on poliitilisele maailmale aina suurem mõju, sest lavapealne jõuab massideni ning kätkeb endas aina olulisemat võimalust sümbolse kapitali kogumiseks. Louw tähistab mõistega „mediatiseerumine“ olukorda, kus meedia loogika võtab üha rohkem juhtimist üle ka kulissides ja lava taga.

Tänapäeval kuuluvad uudispüramiid, uudisväärtuse kriteeriumid, narratiiv, hüüdlausestes kõnelemine ja lugude jutustamine mitte ainult ajakirjanike, vaid ka poliitikute ja ametnikegi tööriistakasti. Mediatisseerumine on kui ajakirjanduse pehme võimu kasutamine poliitikas: pehme võimu eesmärk on panna oma subjekt vaikimisi kandma iseendaga sarnaseid väärtusi. Selleks et mõni poliitikamuudatus saaks õnnestuda või et poliitik pälviks poolehoidu, tuleb mängida ajakirjanduse reeglite järgi.

Aga eks räägitakse ju ka ajakirjanduse kui elukutse kriisist.⁴ Tehnilised teadmised trumpavad üha sagedamini erialateadmisi üle: meediaettevõttesse tööle võtmisel eeldatakse, et kandidaat oskab kirjutada, pildistada, filmida, monteerida. See tähendab paratamatult sisuteadmiste tagaplaanile jäämist. Niisiis on mõlemad väljad — nii ajakirjandus kui ka poliitika — löögi all. Ajakirjandus ja poliitika asetsevad keerukas vastastiksõltuvuse süsteemis ning võib öelda, et eespool kirjeldatud muutused on selle kaalu üsna hoogsalt kiikuma pannud.

Helle Tiikmaa: Võrdlesin omavahel Eesti, Vene ja Soome ajakirjandusregulatsioone.

Soome puhul on tegemist nii seaduspõhisusele kui ka tugevale eneseregulatsioonile tugineva kombestikuga. Ajakirjandusseadusi kohandatakse Euroopa Liidu regulatsioonidega, konkurentsipoliitika ja ajakirjanduse eneseregulatsiooni süsteemiga.

Ajakirjandust reguleeritakse Soomes põhiseadusega, milles on olulisel kohal väljendusvabaduse õigus ja õigus saada kätte avalikku informatsiooni ehk õigus teabele. Lisaks on autoriõigused, isikuinfo kaitse seadused, reklaamiseadused, vähemuste ajakirjanduse toetamise süsteemid jms.

Venemaa regulatsioonide pilt on erinev. Keskkel kohal on massimeedia seadus — selles on kirjas ajakirjanduse valdkonna õigused, vabadused ja kohustused, sh omandiõigus, riigisaladuste temaatika, kohustused avaldada teatavaid riiklikke dokumente jms; lisaks mõned tavapärased reklaamiseadused jms. Alates 2014. aastast on Venemaal kruvid kõvemini kinni keeratud, ja seda mitte ainult regulatsiooniseadustega, vaid ka muid seadusi tõlgendades.

² Statistikast tuntud nn Gaussi kõver ehk normaaljaotus näitab enamiku vaatlusaluste juhtumite koondumist ümber keskpunkti, nii et kummalegi äärmusele jääb suhteliselt väike osa juhtumitest, proportsionaalselt mõlemale poole keskpunkti. – *Toim.*

³ Eric Louw. *The Media and Political Process*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2005.

⁴ Paolo Mancini. *Media Fragmentation, Party System, and Democracy*. — *The International Journal of Press/Politics*, 2018, Vol. 18, nr 1, lk-d 43–60.

Näiteks on välisinvesteeringute seadused ja terrorismivastased seadused laiendatud ka ajakirjandusväljale selliselt, et panna ajakirjandust tegema seda, mida riigi juhtkonnal on tarvis.

Eestit iseloomustab vähene seadusandlik reguleeritus. Massimeediaseadust või ajakirjandusseadust meil ei ole ning peale 1990ndate aastate algust pole selle üle ka arutatud, kas vaja oleks. Põhiseaduses on kirjas, et meil ei ole tsensuuri, et on õigus saada informatsiooni ja õigus levitada oma ideid ja mõtteid. Siiski on kirjas ka see, et teataval määral võib seada sisse info levitamise piiranguid avaliku korra, kõlbluse ning teiste inimeste õiguste ja vabaduste, tervise, au ja hea nime kaitseks. Põhiseaduses kirjas olev ei saagi väga konkreetne olla. Millega tegelikult ajakirjandust reguleeritakse? Mõnda aega olid avaliku laimu ja solvamise eest lausa kriminaalkaristused, aga neid meil enam pole, mis on positiivne. Meie naabritel lätlastel on siiski tõsised kriminaalkaristuse ohud laimamise eest. Pole lihtne sellises keskkonnas elada ajakirjanikuna.

Loomulikult on riigisaladuste kaitse, reklaamid ja äriteated reguleeritud omaette seadustega, meediateenuste- ja reklaamiseadusega. Ringhääling on reguleeritud oma seadusega, aga siiski mitte nii-võrd sisuliselt kui formaadiliselt. Nii meediateenuste seadus kui ka rahvusringhäälingu seadus tegeleb põhiliselt televisiooni ja raadioga, internet on ikka omapäi. Avaliku teabe seadus ja uuenev isikuandmete kaitse seadus on toonud uusi piiranguid. Aga kõigel on tõlgendamisruumi. Tõlgendamisega tegeldakse nii ajakirjanduse eneseregulatsiooni kui ka kohtu kaudu. Siiski tundub, et peale laimu ja solvamise muud teemad tõsiste pretsedentidena eriti kohtusse ei jõua.

On välja kujunenud praktika, et kohtusüsteemi põhiline lähenemisenurk ajakirjandusele on, et kõik, mis on kirja pandud, on fakt. See on suur probleem, sest teatavasti on ajakirjandusžanridena olemas ka arvamused, analüüsid ja hinnangud — sõltub sellest, kas räägime uudisest või muust. Mitte kõik pole fakt, ega peagi olema. See, kas tegemist on faktiga või mitte, peab olema hästi eristatav.

Omaette probleem on, kuidas juriidilises süsteemis töötavaid inimesi harida. Ajakirjanduse eneseregulatsioon on Eestis küllalt heal järjel, Pressinõukogu töötab suhteliselt hästi.

Mart Nutt: Võimu ja meedia teema on intrigeeriv, keskendun kitsale valdkonnale: kuidas võim saab ja tohib vaba meediat mõjutada? Saame teema jagada kaheks plokiks.

Demokraatlik ühiskond saab eksisteerida ainult vaba meedia tingimuses. Ka demokraatlikes ühiskondades on meediavabaduse probleeme. Iga demokraatlik ühiskond pole nii vaba kui Eesti. Eesti põhiseaduses on kirjas, et Eestis tsensuuri ei ole. Julgen siiski väita, et see vastab tõele vaid osaliselt. Riigisaladuste tagamise kohustus tähendab võimalust rakendada tsensuuri. Ka paljudest seadustest tulenevad piirangud annavad selleks teatavaid võimalusi. Sõna „tsensuur“ aga ei taheta demokraatlikus ühiskonnas eriti kasutada. Üpriski laiad võimalused meediat mõjutada on kohtusüsteemil, kuigi Eestis on ajakirjanduse kriminaliseeritus kaotatud.

Teine valdkond on enesetsensuur, mida teevad väljaannete toimetused. Põhjanaanabrite kuulsat finlandiseerumist võime siinkohal näiteks tuua. Soome tsensuur toimis enesetsensuurina, president Kekkonen kritiseerida ei tohtinud. Ka Nõukogude Liitu ei tohtinud kritiseerida, kuigi see oli 80 km kaugusel. Aga kriitiliselt rääkida võis näiteks Lõuna-Aafrikast.

Eesti ajakirjanduses oli pööre 1998. aastal, mil väga suur osa ajakirjandusest koondus vaid kahe omaniku kätte, ajakirjanduse tase langes, käsitletavate teemade väli ahenes, ka palgad kukkusid kõvasti.

Tarmo Kruusimägi: Eelmisel aastatuhandel olin ajakirjanik, sh meelelahutusajakirjanik väljaandes Linnaleht. Võimul on kohustus ja vastutus. Ajakirjandusel on kohustus mitut teemat käsitleda. Ca. 80% on nn häid uudiseid ja ca. 20% negatiivseid uudiseid. Mida peaksid ajakirjanikud kajastama?

Paar nädalat tagasi, märtsipommitamise aastapäeval ei leidnud ajakirjandusest sellele viiteid. Miks? Inimesed ootavad ja küsivad: kuidas ei ületa see meil nn uudistekünnist?

Ajakirjandus vaikib maha? Aga ajakirjandusel lasub kohustus informeerida.

Meil on neljaastmeline kohtusüsteem. Kuidas ütleb kõige kõrgem aste, „Kuunägija“ ja „Pealtuuriija“, nii jääbki? Meil on meele muutuse ajakirjandus. Kui ärimees jätab oma abikaasa maha, kes on võimaldanud tal ronida tippu ja kasvatanud ta lapsi, siis Kroonika kirjutab: edukas ärimees leidis uue...

Hannele Valkeaniemi: Olen Soome saatkonna pressinõunik, endine Yle ajakirjanik. Soome eneseregulatsioon töötab nii, et kedagi kritiseeriva loo avaldamine pole võimalik, kui ma pole mõlemalt poolelt kommentaare küsinud. Eestis näen, et teise poole kommentaare ei küsita!

Ajakirjanduse ressursid on Soomes palju suurem kui Eestis, palju on seletavat ajakirjandust. Aga kui ressursid vähenevad, tuleb kooloniajakirjandus — keerulistesse asjadesse pole aega keskenduda, uudis tuleb tsitaadina. Selline kooloniajakirjandus ei aita ühiskonda mõista.

Kvaliteetne ajakirjandus on kvaliteetse võimu ja juhtimise tingimatu eeldus. Poliitikud ja ajakirjanikud on sama süsteemi osad. Üks näide mängust on, et paljud ajakirjanikud on siirdunud poliitika poolele. Soomes ei ole kombeks, et poliitikat tullakse tagasi ajakirjandusse või käiakse nende kahe vahel edasi-tagasi. Kui oled olnud ajakirjanik, oled eluaeg ajakirjanik. Kuid Eestis on ressurside nappust arvesse võttes siiski palju kvaliteetset ajakirjandust.

Andres Kõnno: Tarmo Kruusimäe jutule lisan näite, et 2016. aastal oli väga oluline tähtpäev 200 aastat pärisorjuse kaotamisest, aga see polnud meil Eestis üldse teema. Meie BNS-is kõneles omanik, et Helsingin Energia⁵ juhatus viidi korruptsiooni tõttu vang, aga Soome ajakirjandus ei kajastanud seda, kuigi toimetuste sees teati. See ei ole Eesti praktika, see on Soome ajakirjanduskultuuri omapära, kus valitseb tugev enesetsensuur.

Hannele Valkeaniemi: Enesetsensuur OLI ajalooliselt Soome ajakirjanduse eripära.

Praegu on nii, et saad kõnelda küll, aga mitte kedagi ei huvita.

Peep Kala: Näeme, et regulatsiooni asi on läinud paremaks. Kümme aastat tagasi oli probleem, et lehed üldse avaldaksid Pressinõukogu otsuseid. Praegu pole seda probleemi, otsuseid arvestatakse ja toimetustes arutatakse need läbi. Nende otsuste väärtus kogu aeg kasvab.

Saalist: Kuidas kommenteerite, et Tallinna TV-s oli populaarne saade „Põdra TV“.⁶ Kas samasugune asi oleks saanud toimuda Soomes?

Hannele Valkeaniemi: See oli Tallinna TV otsus, mis minu arvates ei olnud professionaalne.

Helle Tiikmaa: See konkreetne juhtum on pressivabaduse osa. Ärgem ajagem segi pressivabadust ja sõnavabadust. Pressivabaduse hulka kuulub kanali õigus ise otsustada. Ajakirjanduse ja äri seos on tugevalt kinnistunud — tehke ajakirjandust äri reeglite järgi ja vaadake, kuidas hakkama saada. Aga ajakirjandusest kui kultuurist räägitakse vähem. Pole keeruline poliitmaailma inimesele selgeks teha, et ajakirjandus on kultuur. Aga kui see inimene peab poliitikuna otsustama, ei mahu ajakirjandus ta kultuuriväljale.

Tiit Hennoste: Iga kord, kui mõnda väljaannet konsulteerin, vabandatakse kriitiliste märkuste puhul ressursipuudusega. Mina ütlen, et ressursipuudust saab kompenseerida professionaalsusega. Nn odavajakirjandus, tsitaadiajakirjandus, kooloniajakirjandus hakkasid levima intervjuude kaudu — võtan inimese ja lasen tal rääkida. Odavat ajakirjandust on hea teha, ühe allika tõde jääb kõluma.

Seletamine ja analüüs võtab konflikti maha. Ajakirjandus põhineb usalduskrediidil. Teame, et ajakirjanduse usaldus on hakanud alla käima. Kui võrrelda poliitikutega, siis neil pole kunagi usalduskrediiti olnud, nad peavad kogu aeg selle eest võitlema. Ajakirjandus on olnud kultuuri osa ega ole õppinud võitlema oma usalduskrediidi eest. Ajakirjandusel on vaja õppida selle eest võitlema nii, nagu teevad poliitikud.

Ivan Makarov: Täna vestlusest on seni välja jäänud nn parteiajakirjandus. Suur hulk lehti, telekanal PBK. Isegi peaminister tellib saateid PBK-st. Parteilehtedes töötavad parteilised ajakirjanikud. Ma vaatan „Meedia keskpunkti“ Tallinna televisioonist. Kolm ajakirjanikku-parteilast Heimar Lenk, Urmi Reinde ja Mart Ummelas arutavad ajakirjanduse üle ja panevad paika nn pealiini ajakirjanduse, mida

⁵ Alates 2015. aastast Helen Oy. — *Toim.*

⁶ Saate tegemine lõpetati 2017. a sügisel. — *Toim.*

nimetavad ka pasameediaks. Selline saade on huvitav nähtus, kuid mitte hea ajakirjandus.

Mart Luik: Olen pikalt ajakirjanduses töötanud, praegu olen poliitiku rollis. Üks suur probleem on, et ajakirjandus on polariseerunud toimetuste kaupa ja ka toimetuste sees. Meil on suur hulk n-ö harastuspoliitikuid, kes kommenteerivad poliitikat toimetustest. Neid ei kritiseeri keegi. Üldjuhul on nende vaate kandja juhtkirjari. Vanasti oli see igav žanr, mida keegi ei tahtnud kirjutada. See žanr peaks esindama kogu lugejaskonda, Postimehe puhul kõiki eestlasi. Varem tahtsid kõik avaldada oma arvamust ja olla nurgelised, keegi juhtkirja kirjutada ei tahtnud, sest see oli liiga ümar. Nüüd aga on vastupidi. Juhtkirjas käib täielik ilutulestik, kõigile pannakse otse ja ämbriga. Pidevalt pörkun sellega, et ajakirjanikul on kirjutama hakates mõte juba ette valmis, ette teada, mis lugu ta tahab kirjutada. Ja kui uus info ei vasta ta narratiivile, siis jääb lugu tegemata. Ajakirjanik rohkem ei helista, sest see rikub loo ära, ta ei saa enam oma tõde kuulutada. Mõni nädal tagasi jäi Eerik-Niiles Kross kohtus lõplikult võitjaks Äripäeva üle.⁷ Kui koolis käisime, siis öeldi, et fakt on püha, sellega ei tohi mängida. Kui fakti kuritarvitad, siis justkui karistatakse selle eest. Aga kui peksad segast aramusloos või kallutatult kujundad pildi muljete kimbuga, kas siis on OK? Tegelikult väga OK ei ole. Selle konkreetse loo puhul lõi ju Äripäev muljet Krossist kui korruptantidega võitlevast mehest, kes ise käib korruptantidega aktiivselt läbi. Äripäeval polnud selle mulje tõestuseks midagi välja panna, seetõttu jäi ta kaotajaks. Kuid lugusid, milles luuakse inimesest pilti ilma mingisuguse aluseta, on veeb täis. Kuidas ma poliitikuna peaksin käituma, kui ajakirjanik juba enne intervjuud teab, mida ta tahab kirjutada?

Helle Tiikmaa: Seda ma nimetan töövihikuajakirjanduseks. Esimesed kokkupuuted sellega olid mul Briti ajakirjanduse puhul, aga blanketi täitmine on levinud ka meile. Ajakirjanik ei tee oma tööd, vaid ainult vahendab. Vahendamine on aga ainult

üks osa tema tööst. Sellega piirdudes ollakse meediatootaja, mitte ajakirjanik. Puudus on mõtlemisressursist ja haridusressursist. Aga mida tahta, kui ajakirjanik on saanud kolme aastaga bakaks ja arvab, et on sellega kõrgelt haritud.

Tiit Hennoste: Sellega on seotud ka valveallikate, valveautoriteetide printsiip. Ajakirjanikul on lugu enne valmis ja vaja on vaid tsitaati. Mõnel toimetusel on selleks puhuks valveautoriteetide nimekiri seinal. Juhtkirjad on muutunud, suur osa juhtkirju on tõeliselt head. Mõnikord aga avan lk 4 ja saan sealt artiklist vastupidise vaatepunkti. Mina saan aru, aga mida arvab tavaline lugeja, kui selgitust või kommentaari ei ole toodud? Tulemuseks võib olla autoriteedi allakäik. Ma loen mõtlemisressursi puudust suureks probleemiks. Loen loo läbi ja ütlen: see inimene on loll. Kui räägime ühiskonna protsessidest, siis need on enamasti keerulised, aga kirjutaja ei saa sellest aru.

Andres Kõnno: 1960ndatel räägiti, et ajakirjanikul tuleks ühiskondlikus debatis silmas pidada ühiskonna enamuse seisukohta. Praegu ei otsita enam keskmist lugejat, pigem püütakse haarata äärmusi, neid sellega aktiveerides ja polariseerides.

Hannele Valkeaniemi: Suhtekorraldusajakirjandus ja tsitaadi- või kooloniaajakirjandus toovad põhjenduseks, et ressursi on vähe. See on hea põhjendus laiskusele. Sellist makstud poliitilist ajakirjandust, nagu on Eestis, meil Soomes ei ole. Mul on raske seda soomlastele selgitada. Sõnavabaduse temaatika on saanud Soome ajakirjanike hulgas väga populaarseks. Pidevalt räägitakse: „Oi, minul on nii ebakorrektnete mõte.“ Enesetsensuur!

Jüri Nikolajev: Mida näen võimuvõitlusena Narva aspektist? Mis võimud võitlevad? Narvas ei võitle ajakirjandus võimuga. Narvas võitleb võim omavahel. Narva ajakirjandus teenindab võimu. Ajakirjanike ressurss on Narvas väga kleenuke. Põhjarannikul on ressurss olemas, aga kohalikud lehed sõltuvad

⁷ Seda on nimetatud Eestis kõige enam tähelepanu äratanud meediavaldluseks viimastel aastatel. Kolmest kohtuastmest läbi käinud kohtuasja aluseks oli Äripäevas 2014. a juulis ilmunud artikkel, milles seoti Eerik-Niiles Kross petturitest ettevõtjatega. Leht väitis seda lugu näiteks tuues oma juhtkirjas, et ennast korruptsioonivastase võitluse esiliinile paigutav Kross on petturitega tihedalt seotud. Kross andis seepeale Äripäeva kohtusse, nõudes ebaõigete faktiväidete ümberlükkamist. Kohus jõudis veebruari algul 2018 otsusele, mille põhjal Äripäev avaldas Krossi kohta valeandmeid, ja kohustas ajalehte teatama, et Eerik-Niiles Kross ei ole käitunud nagu korruptant. <https://www.aripaev.ee/uudised/2018/02/07/lugu-mis-loppes-aripaeva-ja-eerik-niiles-krossi-kohtutuliga>. — *Toim.*

nii linnast kui ka reklaamiandja rahast. Tülitseada ei taheta, aga ei taheta ka uurida, millega tegeleb volikogu. Selleks pole aega ega jõudu. Ma ei mäletagi pikemat aega vastuolu võimu ja ajakirjanduse vahel Narvas. Eriti olukorras, kus ajalehti on vähe. Paar lehte on avalikult reklaamlehed, mis kirjutavad millest iganes. Ühes lehes pole isegi ajakirjanikke, lihtsalt ajaleht paneb ise ennast kokku käepärasest materjalist. Pole hea pilt suure linna kohta. Olen pikalt oodanud, et turg paneb asjad paika, aga pole võtta vene keeles töötavaid ajakirjanikke. Kui neid tekib, lähevad nad suhtekorraldusse.

Maarja Lõhmus: Räägime läbi veel tsensuuri teema. Selleks vaatame kolmkümmend aastat tagasi, mil toimus loomeliitude pleenum. Seal peetud 57 kõnet⁸ olid need, mille kohta ütles Nõukogude tsensor mulle pärast pleenumit: „Nüüd on ENSV-s tsensuur läbi, siin on räägitud kõigil keelatud teemadel.“⁹ Nägime, kuidas kultuuriline avalikkus pöördus poliitiliseks avalikkuseks. Professor Sulev Vahtre ütles paar nädalat hiljem, 13. aprillil 1988. a kõnes EÜS-i maja ees: „Loomeliitude pleenumil osalejad tegid ainult ühe vea — et tulid Toompealt alla.“ Vaatame praegust Eesti ühiskonda ja küsime: mis teemad on Eestis vaikus?

Jüri Ehasalu: Tuletan meelde Arkadi Raikinit, kes küsis: „Mis on ühist direktoril ja kärbsel?“ Ja vastas: „Mõlemat on võimalik ajalehega maha lüüa.“ Meil ilmub ründavaid materjale, kus traageliidid on aimatavad, mille puhul peaks uurima, kas pole tegemist tellitud lugudega. Eriti kui need on infokanalitest, kuhu üldjuhul ajakirjanik ise juurde ei pääse.

Proua Tiikmaale, kes bakalaureuse-ajakirjanikke kõige parema sõnaga ei nimetanud. Tahan arvata, et ajakirjandus on olulisel määral loominguiline tegevus. Kaarel Ird oli lõpetamata keskharidusega, aga Vane muise teatrisaalid olid tema ajal puupüsti rahvast täis.

Jüri Adams: Mis on Eestis katmata? Miski pole katmata. Aga katmisel on omad krutskid. Oli hetk, kus trükiväljaandeid oli Eestis sama palju kui põhilisi mõttesuundi ühiskonnas, aga majanduslikult ei

vedanud välja. Eesti riik oleks võinud mingil hetkel teha otsuse kunstlikult toetada erinevate mõteliinide ajakirjandust. Kahjuks seda ei tehtud — Eesti ajakirjandus läks teist teed.

Ühiskondliku arvamuse struktuuri ja ajakirjanduse struktuuri vahel ei ole praegu mitte mingisugust kattuvust. Eestis tuleb 6–7 nimekirja Riigikokku ja siis jääb veel hulk pisikesi, aga meile esitatakse ajakirjanduslike väljaannete valikuna kaks või kolm. Eesti küsimus ongi pigem selles, kas ja kuidas need 2–3 [väljaannet — *Toim.*] suudaksid katta Eesti 7+ mõttesuunda, ühiskondliku huvi suunda. Päris kindlasti pole Eesti riigimeedia sellega hakkama saanud ja pole seda isegi üritanud. Riigimeedia on minu arvates elust üsna lahutatud ja tuim. Ei ole üldse selge, mis selle ERR-i mõte on. See vastuolu on minu hinnangul selline, mis jääb püsima. Interneti tulek mõnevõrra leevendab seda situatsiooni. Kuidas kõik edasi läheb, ei oska prognoosida.

Peep Kala: Kõnelesime palju ressursist ja ajakirjanike kvaliteedist. Ressursipuudusest üle ega ümber ei saa, ajakirjandus ei teeni kulusid tasa. Riigimeediat meil ei ole, on avaõiguslik meedia. Kahjuks ei ole selle juhtkondades enam klassikalise ajakirjandusega seotud inimesi. Mõni juhuslik ajakirjandus-emeeriit ei muuda asja. Otsuseid teevad need, kes on majandusinimesed, turundusinimesed, tehnoloogia-inimesed, aga mitte ajakirjanikud. See on tegelik probleem. Sellest johtuvadki otsused, mis ei lase ajakirjandusel areneda. See viibki kvaliteedi alla. Kuhu see lõpuks välja viib?

Ebba Rääts: Meil on vaja hoida oma inimesi, toetada oma inimesi ja andeid, sellest võidame kõik. Me oleme globaliseerunud maailma osa. Teinekord võiksime hinnata neid vaimseid pingutusi, mis on tehtud. Me oleme liigselt läinud tulistamise teed. Miks me oleme nii agressiivsed üksteise suhtes? Seda tuleks kindlasti arutada, aga kus on edaspidi see foorum ja arutelukoht? Tartu volikogus 7. märtsil toimunud ühtne tugev vastuhakkamine tselluloositehase ehitamise plaanidele oli selge näide ühiste huvide eest seismisest.¹⁰

⁸ Eesti NSV loominguuliste liitude juhatuste ühispleenum: 1.–2. aprillil 1988. Koostanud Mall Jõgi; toimetanud Ilmar Rattus ja Mart Tarmak. Tallinn: Eesti Raamat, 1988. — *Toim.*

⁹ Intervjuu-vestlus tsensor Tiina Sildamiga 2. aprillil 1988.

¹⁰ Tartu Linnavolikogu korraldas 2018. aasta 7. märtsil erakorralise istungi Dorpati konverentsikeskuses, mille päevakorras oli linnale olulise tähtsusega küsimusena puidurafineerimistehase teema. — *Toim.*

Tarmu Tammerk: Meediakriitika žanri enam ei eksisteeri. Ka Tartu volikogus toimunud arutamist pole näiteks meedias analüüsitud. Metatasand on nõrk, see on suur puudujääk.

Heikko Gross: Ajakirjandus liigub praegu tellimuspõhise kirjutamise poole, samas kui huvigrupid vajavad avalikkust. Kui vaatame sotsiaalmeediat, siis näeme, et järjest enam minnakse nišši, esitatakse kitsa rühma seisukohti. Meil puudub tegelikult keskpõrand. Äärmust saab hästi müüa, kui müüd väiksele

hulgale inimestele. Kuidas jõuda nende aruteludega laiemale avalikkuseni? Iseküsimus, kas on juba hilja? Eriti raske on eraomanduses meedias seda teha.

Jüri Adams: Elame globaalses maailmas, kus reaalsus on see, et häälekas vähemus domineerib enamuse üle. Ajakirjanduse jaoks muudab vastutuseküsimus mängu. Pole enam keskkoha, kus mõte on kriitiliselt argumenteeritud ja kontrollitud. Kus on Eestis missioonijakirjandus? Ajakirjanduse põhiküsimus on tulevik.

Isikuandmete kaitse seaduse mõju Eesti ajakirjandusele

Ülevaade EAAS-i koosolekust 19. oktoobril 2018

Marju Lauristin: kuidas ma osalesin Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmääruse tegemisel

Euroopa Liidu regulatsioonide vastuvõtmise protsess on väga pikk, ka uue andmekaitse määruse tegemine nõudis kokku kuus aastat. Kõigepealt esitas Euroopa Komisjon 2012. aastal eelnõu projekti parlamendile, kus see jõudis pärast suure hulga muutuste sisseviimist hääletuseni jaanuaris 2014. Kui mina 2014. a suvel Europarlamendi jõudsin ja mind määrati isikuandmete kaitse üldmääruse töörühma, ootas selle määruse parlamendiversioon uut läbiarutamist ja lõplikku kinnitamist nn triloogis, s.t Europarlamendi, Euroopa Komisjoni ja Euroopa Nõukogu kolmepoolsetel läbirääkimistel. Euroopa Nõukogu, kes esindab liikmesriikide valitsusi, sai selle arutelu käigus teha muudatusettepanekuid, mida parlamenti ja komisjoni töörühmad omakorda punkt punkti kaupa, sõna sõna haaval läbi arutasid ja kas vastu võtsid või tagasi lükkasid. Alles kolm kuud kestnud ühisarutelu järel sai määruse lõplik tekst valmis ja see võeti vastu Euroopa Nõukogu lõpphääletusel. Isikuandmete kaitse üldmäärus (inglise keeles *General Data Protection Regulation, GDPR*) võeti lõplikult vastu 2016. a mai lõpul ja see hakkas kehtima pärast kaheaastast üleminekuperioodi, 25. maist 2018.

Miks on tähtis, et tegu on just Euroopa üldmäärusega? Brüsselist tulevad liikmesriikidele seadusandlikud aktid kahel kujul, kas määruste või direktiividena. Kui direktiivid ei lähe käiku enne, kui võetakse vastu nendest lähtuv liikmesriigi seadus, siis üldmäärused hakkavad kohustuslikus korras kehtima otsekohe ja kõigis liikmesriikides korraga. Kuid ka üldmäärustes on mõned erandeid lubavad paragrahvid, milles liikmesriikidel on voli teha oma täpsustusi ja täiendusi, et kohaldada määrust oma ühiskonnale. Isikuandmete kaitse üldmääruses oli selliseid liikmesriikidele omaenda tõlgendusruumi jätvaid paragrahve üsna mitu, sealhulgas ka neid, mis puudutasid isikuandmete kasutamist ajakirjanike, kunstiinimeste ja teadlaste poolt. Nende paragrahvide kohta peavad liikmesriigid välja töötama ja rakendama üldmääruse põhimõtetest lähtuva konkreetse riigisisese regulatsiooni.¹

Euroopa isikuandmete kaitse määruse rakendusala on iga konkreetse isiku kohta käivate andmete kogumine, talletamine ja kasutamine teiste isikute ja asutuste poolt. See määrus kaitseb konkreetse subjekti õigust olla oma andmete peremees, kontrollida enda kohta käivate andmete kogumist ja levitamist. Määruse vastuvõtmise taustaks on olukord, kus infotehnoloogia ajastul on mõõtnatult kasvanud nende andmete hulk, mida iga inimene teadlikult või ka tahtmatult enda infojäljena maha jätab, tehes nii tehniliselt võimalikuks oma eraelu, isiklike eelistuste, suhete, emotsionaalsete seisundite,

¹ EAAS-is toimunud arutelu ajal oli vastav Eesti seadus väljatöötamisel, kaks kuud hiljem, 12. detsembril 2018 võttis Riigikogu vastu isikuandmete kaitse seaduse, millega kehtestati kooskõlas üldmäärusega ka mõned erisused isikuandmete töötlemiseks ajakirjanduslikul eesmärgil ning teadus- ja ajaloouringuteks. Vt <https://www.riigikogu.ee/pressiteated/muu-pressiteade-et/riigikogu-vottis-vastu-isikuandmete-kaitse-seaduse/>. — *Toim.*

tervise olukorra ja muu tundliku teabe kontrollimatu kasutamise kolmandate isikute huvides.

Kuidas isikukaitse andmeid piiritletakse? Isikuandmeteks loetakse üldiselt kõike seda, mis võimaldab kas otse või kaudselt isikut kindlaks teha. Otse — kui kirjutame nime, aadressi vms. Kaudselt — kui andmed meie arvamuste või käitumise kohta on seostatavad meie füüsilise isikuga. Selle alla kuuluvad näiteks ka kõik andmed digitaalsete maksekaartide (pangakaardid, partnerkaardid jms) kasutamise kohta, mis tänapäeval on olemas enamikul inimestest, aga samuti näiteks kliendiandmed, mida koguvad erinevate teenuste pakkujad.

Praeguseks oleme jõudnud olukorrani, kus digitaalselt fikseeritud andmete põhjal saab luua inimesest üsna täpse portree. Kui see portree on ühildatav tegeliku isikuga, siis muutub see isikuandmeteks. Üha laialdasemad digitaalsed andmed inimeste eelistuste ja harjumuste kohta teevad võimalikuks täpselt suunatud personaalse reklaami, toodete suunamise mitte umbmäärasele võimalikule tarbijale, vaid neile, kes tõenäoliselt on nendest huvitatud. Teatud isikuterühmale suunatud profileeritud reklaam on muutunud vägagi tulutoovaks, selles ringlevad summad on tohutud, see on väga võimas äri. Eriti suurt murelikkust on tekitanud internetist leitavate isikuandmete salajane ärakasutamine inimeste poliitiliste hoiakute ja valikute mõjutamiseks, mis otseselt ohustab demokraatia põhialuseid.

Euroopa andmekaitse põhireegel on lihtne — iga inimene on oma andmete omanik ning tal on õigus teada ja kontrollida nende andmete kasutamist teiste inimeste ja asutuste poolt. Üldjuhul kaasneb sellega ka keeld koguda, töödelda ja kasutada kellegi isikuandmeid tema teadmata ja tema tahte vastaselt. Erandid sellest reeglist on määruses üles loetud: inimeselt konkreetset luba küsimata tohib tema isikuandmeid koguda ja kasutada ainult siis, kui see toimub selleks volitatud asutuste ja isikute poolt riikliku julgeoleku ja avaliku korra kaitseks; avaliku võimu poolt kindlate seaduste täitmiseks ainult vastavates seadustes kehtestatud korras ja piirides; asutuste ja organisatsioonide poolt isikuga sõlmitud lepingute täitmiseks või talle teenuste osutamiseks ulatuses, mis tuleneb lepingu või teenuse iseloomust; isiku elu ja tervise kaitsmiseks olukorras,

kus temalt loa saamine pole võimalik; töösuhete (sh õpisuuhete) või liikmesuhete raames organisatsiooni sisekorrale/põhikirjale vastavalt. Erandid isikult igakordse andmekasutusloa saamisel on ette nähtud ka meditsiini, teaduslike uuringute, statistika, kunstiloomingu ja ajaloo tarbeks kogutud andmete talletamisel ja kasutamisel, samuti isikuandmete kasutamisel ajakirjanduses, kui see toimub avalikes huvides. Üldjuhul kaasneb nende eranditega nõue isikuandmete pseudonümiseerimiseks, s.t reaalse isikunime asendamiseks varjunime või koodiga, pildil isiku äratundmist takistavaks töötluseks vms. Kindlasti tuleb isikut teavitada ja temalt nõusolekut küsida, kui erandkorras kogutud ja talletatud andmeid tahetakse kasutada hoopis mõnel muul eesmärgil. Eriti tundlikud andmed, mille puhul erandid on eriti karmide reeglitega piiratud, on terviseandmed, seksuaalse sättumuse andmed, andmed usuliste ja filosoofiliste vaadete kohta.

Määrus annab igale inimesele õiguse nõuda infot enda kohta käivate andmete kogumise, talletamise ja kasutamise õiguspärasuse kohta ka siis, kui need andmed kuuluvad erandkorras kasutatavate hulka. Samuti on määrusega antud igale inimesele õigus taotleda oma andmete kustutamist andmebaasidest või registritest juhul, kui see kustutamine ei lähe vastuollu avaliku huviga.

Kogu andmekaitse üldmääruse ettevalmistamise aja oli suur kaklus reklaamitegijatega ja suurfirmadega. Firmad käisid Europarlamendis meie jutul iga päev, lobi surve oli tohutu. Saksa suured kirjastused Springer jt püüdsid näiteks tõestada, et kui tarbijate isikuandmete profileerimist ei lubata kasutada reklaamis, siis jäävad nad pankrotti, sest nende ärimudel põhineb sellel. Oli ka vastaspool, tarbijakaitse on Euroopas väga tugev. Pinge ja surve andmekaitse üldmääruse ümber olid väga suured. Lõpuks võeti see siiski suure häälteenamusega vastu.

Olin meie töörühmas nende parlamendiliikmete hulgas, kes nõudsid, et andmete kasutamine ajakirjanduslikuks, kunstiliseks ja teaduslikuks loominguks ning statistikaks on erand, mille kohta peab iga liikmesriik võtma vastu eritingimused. Lõpuks jäigi see erand määrusesse. Seejuures vaieldi pikalt selle üle, kas avaliku huvi nõuet andmete kasutamiseks ajakirjanduses peaks veelgi tugevdama, lisades sellele epiteedi „ülekaalukas“, nii nagu oli vanas direktiivis. Ma olin liberaalsema lahenduse poolt, kus

Ajakirjandusvabadus ja isikukaitse ei ole konfliktis, üht ei seata teisest kõrgemale. Kuid see viis ja vorm, kuidas GDPR-i Eestis rakendada püütakse, on ohtlik.

Kuidas mõista ülekaalukat avalikku huvi? See tekitab suuri probleeme juristidele ja kohtutele. Kuid tõeline pomm isikuandmete kaitse seaduse Eesti eelnõus on selles, et seal on sees kogu kohtumenetluse andmete peitmine. See ei puutu üldse GDPR-i, selles ei ole midagi sellist, nagu meil tahtakse nüüd teha — täielikult sulgeda inimeste jaoks väärtegade register. Praeguse hetkel on kättesaamatud ühekordsed väärted. Suuremad ja korduvad on avalikus registris. Paljud korrupsioonikuriteod on väärted. Need tulevad välja seetõttu, et kohturegister on avalik. Praegu on Eestis kohtupidamine avalik ja see on mõistlik kord, kuid kohtukalender tahetakse muuta salajaseks. Selleks et teada saada, kelle üle kohut mõistetakse, pead minema ise kohale, peale passima, kriminaalasja number ei ole avalikult kättesaadav.

Kavas on karistusregistri andmete osaline kustutamine. Sisuliselt tähendab see, et kui tädi Maali tahab vaadata üle ettevõtja tausta, kas see ettevõtja on aus või süüdimõistetud, siis nüüd ei saa seda enam teha.

Aastal 2000 võeti Eestis suund avatud riigile, kohustati näiteks dokumente veebi üles panema viie päeva jooksul pärast nende vastuvõtmist. See suund toimis kuni aastani 2010 ja siis ühel hetkel tuli muutus, sammhaaval hakkas töösse tulema takistus. Näiteks Tallinna linnavalitsus, kes oli avalikustanud linna kinnisvara arenduste tellijad ja planeerijad, seda äkki enam ei teinud. Linnaplaneerimise juht Toomas Õispuu ütles Tarmo Vahterile Eesti Ekspressist: aga miks te peate teadma, kes on tellija ja kes on planeerija, see ei ole avalik info ja seda ei pea te teadma. Aitab sellest, kui teate, kuhu mis tuleb.

Riigi Teataja oli läbi aastate trükkinud ära kõrgemate riigiteenistujate ja poliitikute majandushuvide deklaratsioonid. Need olid mugavalt kättesaadavad. See oli oluline osa korrupsioonivastasest

heidutusest. Siis äkitselt, 2012. aastal tehti seadus ümber nii, et enam ei saa teada poliitiliste nõunike majanduslikke huvisid. Neid hakati peitma — 2016. aastal sulges justiitsministeerium Riigi Teatajas avaliku juurdepääsu kõigile kümne aasta tagustele kohtuotsustele, tehes seda ilma avaliku debatita. Mingi hetk pandi kinni, väidetavalt majanduslikel põhjustel, Tallinnas Tõnismäel asuv kohturegistrite kantselei, kuhu said kõik inimesed minna ja tasuta vaadata äriregistreid ja kinnisturaamatu andmeid. See oli just ajakirjandusele tähtis, sest seal sai masspäringuid teha, aga nüüd on kõik läinud tasuliseks.

Enamasti tundub meile, et infot on tohutult, keegi kogu aeg paneb midagi üles ja info on saadaval. Tegelikult ei ole enam võtmetähtsusega infot sageli avalikult saada, ajakirjanikutöö jaoks vajalikku on kogu aeg tõmmatud koomale.

Tuleme tagasi väite „Näidake mulle mõnda lugu, mis on „ülekaaluka“ sõna pärast ilmumata jäänud“ juurde. Siin tuleb vaadata, milline on olnud Eesti kohtupraktika. Näiteks avaldati Ekspressis 2015. a portreelugu Allan Kiilist, kes on üks peamine süüdistatav Tallinna Sadama korrupsiooniskandaalis. Loos kirjeldati tema sotsiaalvõrgustikku ning muu hulgas öeldi lause, et Kiili endine abikaasa elab nüüd koos Veiko Kullaga. Veiko Kulla esitas selle peale kaebuse kõigis kohtuastmetes, Ekspress pidi maksma talle hüvitist ja selle lause veebist ära koristama.⁶

Riigikohtu otsuse põhjendus oli selline: isegi kui avalik huvi on olemas, siis sel juhul ei ole see ülekaalukas. See Riigikohtu otsus ei teinud vahet ajakirjanduse eri žanride, uudise ja portree vahel. Nad nõudsid sisuliselt seda, et avaldada tohib vaid tõest värsket uudisväärtuslikku informatsiooni, mis peab kaasa aitama ühiskondlikule debatile. See on ajakirjanduse seisukohast väga kitsendav tingimus olukorras, kus suur osa ajakirjandust ei kujuta endast uudislugusid. Mina ütlen Eesti Ekspressi kohta, et meie ei ole osalised uudiste võidujooksu turul, meie ülesandeks on avada probleeme ja probleemide taustu, kirjutame sotsiaalvõrgustikest, arusaamadest ja tavadest, mis mingites kogukondades toimivad.

⁶ Kulla süüdistas Ekspressi selles, et see avaldas ilma loata tema eraelu puudutavaid fakte ja seostas teda selliselt Kiili kriminaalmenetlusega. Alama astme kohtud jätsid esialgu Kulla hagi rahuldumata, leides, et endise kõrge politseiametnikuna on Kulla avalik isik, kellel tuleb avalikkuse kõrgendatud tähelepanu taluda. Kulla nende seisukohtadega ei nõustunud ja viis vaidluse Riigikohtusse, mis rahaldas eelmisel sügisel Kulla kassatsioonikaebuse täielikult. Jõustunud kohtulahendis märkis Riigikohus, et Veiko Kulla isikuandmete avaldamine ei seostu ei vaidlusaluse artikli sisu ega eesmärgiga. Kohtu hinnangul ei edendanud Kulla esiletoomine vaatlusaluses artiklis kuidagi ühiskondlikku debatti, mistõttu tema isikuandmete kasutamine Eesti Ekspressi poolt ilma nõusolekuta oli õigusvastane. Vt <https://majandus24.postimees.ee/4418389/ettevotja-veiko-kulla-voitis-kohtus-ekspress-meediat>.

Tartu Ülikooli õigusteaduskonnas on koostamisel töö, milles autor analüüsib, kuidas Eesti kohtud tõlgendavad fakte ja arvamusi võrreldes EL-i inimõiguste kohtuga. Mis on fakt, mis on väärtushinnang, mis on fakt, mis on hinnang, mis on ebatäpne fakt, mis on õiguspärane hinnang, mis on ebakohane väärtushinnang? Selles analüüsis toob autor esile väga tõsiseid juhtumeid, kus Eesti kohtupraktika on probleemne. Eesti kohtud tõlgendavad faktidena pidevalt asju, mis on tegelikult väärtushinnangud. Euroopa Inimõiguste Kohus on eraldi rõhutanud, et ühiskondlikes ja poliitilistes küsimustes võib sul olla väärtushinnanguid, mis ei ole faktilise baasiga. Isegi kui su väärtused tuginevad natuke vildakatele alustele, siis see ei võta sinult õigust väärtushinnangule. Eestis on olemas kohtupraktikaid, kus ajakirjandusväljaanded on mõistetud selle eest süüdi. Nad on pidanud vabandust paluma ja kandma kahjusid.

Eestis on kahjuks juhtumeid, kus karistatakse isegi nalja eest. Kui nali sisaldab faktiväidet, siis tuleb vabandust paluda ja kahju hüvitada. Meil oli juhtum, kui Kranaadis avaldati sõnum, et Red Cross kutsus kõiki peole, kus jagatakse pestud salatit. Oleg Grossi pood reageeris sellele ja Gross lubas meid kohtusse kaevata. Seletasime, et see on naljarubriik, pole mõtet kaevata.

Niisiis on küsimus, kas meie kohus käib Euroopa kohtuga ühte jalga või ei käi. On inimesi, kes püüavad GDPR-i varjus ja sellega koos teha asju, mida ei peaks tegema.

Seis on pingeline, ajakirjanduse kahjuks. Meil püütakse tegutseda läbipaistmatult, säilitada salastamise võimalusi, valides selleks kõikvõimalikke vahendeid.

Meediahaldus — paljude toimetegelaste tegevusel põhinev meediapoliitika

Urmas Loit

„Meediapoliitika“ mõiste kangastub asjaosalistele tihtipeale hulga keeldude ja käskudena, mida vaba meedia tingimustes on ebakohane rakendada. Ajapikku on meediapoliitika olemus muutunud dünaamilisemaks, nagu ka meediasüsteemi analüüs, mis algas statistilistest ülevaadetest. Minu töö lähtekoht on, et meediapoliitika on protsess ning ka selle kujundamise protsess on meediapoliitika.¹ Küsimust, kuidas teatud väärtusi saavutada, on traditsiooniliselt seondatud regulatsiooniga, kuid rakendamisel avaldub meediapoliitika sel alal tegutsejate huvide realiseerimisena.²

Selle dünaamika ja osaliste rohkuse eritlemiseks on Manuel Puppis³ välja pakkunud uue määratluse *media governance*, mida eesti keeles võiksime nimetada „meediahalduseks“,⁴ „meediaohjeks“ või „meediakäitluseks“ ja mis võimaldab paremini ja komplekselt analüüsida meediapoliitikat ja -regulatsiooni, kuigi mõiste on kasutusel ka pelgalt meediapoliitika asendusena.⁵ Puppise sõnul võimaldab „meediahaldus“ luua lõimituma pildi meediat kogumis mõjutavatest reeglitest nii riigi kui ka

rahvusvahelisel tasandil ning seaduste ja eneseregulatsiooni koostoimest, samuti vaadelda erinevaid meediavaldkonda mõjutavaid tegutsejaid. Normatiivselt võimaldab meediahaldus kriitiliselt hinnata kehtivat reeglistikku ning teha ettepanekuid selle parendamiseks.⁶

Eestis on viimased 30 aastat peetud kohaseks, et meediapoliitikat pigem ei sõnastata⁷, mistap pole ka välja kujunenud selle ala omakeelset sõnavara. Ainuüksi sõna „poliitika“, mis märgib inglise keeles kahte eraldi nähtust — *policy* ja *politics* —, võib oma osalt nõukogudepärasest konnotatiivsuses tekitada vastakust. Akadeemiliselt tähistabki „poliitika“ tihtipeale riigi kui peamise määratleja rolli meedia keskkonna (ja laiemalt majanduse ja ühiskonna) kujundamisel ja suunamisel,⁸ mis on andnud aluse ka Eestis väita, et „riigi meediapoliitika väljendub seadustes“.⁹

Ka Karol Jakubovicz on välja toonud, et meediaprotsessides on interaktsioonis palju osalisi. Sedaviisi tähendab „meediahaldus“ probleemide kollektiivset lahendamist avalikus sfääris, mitte ainult

Artikkel tugineb 2018. aastal Jyväskylä ülikoolis kaitstud doktoritööle „Implementation of Media Governance. A Liberal Approach in the Context of a Small Market“, mis on avalikult kättesaadav internetis aadressil <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-7591-3>.

¹ Vt Karol Jakubowicz. Introduction. — Boguslaw Dobek-Ostrowska *et al* (Toim). *Comparative Media Systems: European and Global Perspectives*. Budapest, New York: Central European University Press, 2010, lk 1.

² Hannu Nieminen. Public Interest in Media Policy: The Case of Finland. — *Interactions: Studies in Communication and Culture*, 2009, Vol. 1, nr 2, lk-d 233–250.

³ Manuel Puppis. Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation. — *Communication, Culture & Critique*, 2010, Vol. 3, nr 2, lk-d 134–149.

⁴ Siin kirjutises on autori eelistusena edaspidi kasutusel termin „meediahaldus“.

⁵ Vt Leen d'Haenens, Robin Mansell, Katharine Sarikakis. Editor's Introduction: *Communication, Culture & Critique*, 2010, Vol. 3, nr 2, lk-d 131–133.

⁶ M. Puppis 2010, lk 144–145.

⁷ Vt Urmas Loit, Halliki Harro-Loit. Media Policy in Estonia: Small Market Paradoxes. — Evangelia Psychogiopoulou (Toim). *Understanding Media Policies: A European Perspective*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2012, lk 87.

⁸ Roderick Rhodes. *Understanding Governance: Ten Years on*. — *Organization Studies*, 2007, Vol. 28, nr 8, 1243–1264.

⁹ Peeter Sookruus, tsiteeritud kirjutises Olev Kenk, Anne Raiste. Uued saatjad häirivad ERR-i raadiote kuuldavust. — ERR-i uudised, 2010.21.10. Vt <http://uudised.err.ee/index.php?06218063>.

valitsusasutuste osavõtul.¹⁰ Selge piir valitsusasutuste, erasektori ja avaliku sektori organisatsioonide vahel kaob,¹¹ neid kõiki kaasatakse seadusloomesse ja seaduste rakendamisse võrdsel alusel.¹² Lisaks kaasatute paljusele iseloomustab meediahaldust ka toimingute mitmetasandilisus.¹³

Seega on meediahaldus jõulisem mõiste kui meediapoliitika ja kasutusel kui riigi poolt või erahuvidest jõustatud poliitikategijate analüüs. Riikliku regulatsiooni kontekstis on termin „meediapoliitika“ siiski kohasem ja oma töös kasutangi mõlemat terminit. Meediahaldus rõhutab, kui kompleksne on meediaregulatsioon, ametlik meediapoliitika ja poliitikakujundamise protsess.

Palju toimetegelasid

Osalistepõhine lähenemine (*actor approach*) oli kasutusel üle-euroopalises uurimisprojekti Mediadem (2010–2013),¹⁴ milles osales ka Eesti töörihm. Selle töö raames anti muu hulgas meediapoliitikasoovitused Eesti jaoks — tõlgituna eesti keelde on need avaldatud konverentsikogumikuna¹⁵ ja internetis.¹⁶

Selles kogumikus on mõiste *actor* eesti vastena kasutusel „toimetegelaned“. Viidatud konverentsikogumikus tõdetakse, et Mediademi võrdlev meediapoliitika toimimise analüüs lähtus arusaamast, mille järgi „meedia ja ajakirjanduse tegevust suunavaid norme loovad ja tõlgendavad erinevate ootuste ja huvidega grupid“. Lisaks riigile on palju seotud toimetegelasid ja institutsionaalseid struktuure, kes tegutsevad koos mitmesugustel tasanditel ja olukordades.¹⁷ Küll mitte kõik asjaosalised

(*stakeholders*) pole otseselt toimetegelased ja vastupidi:¹⁸ näiteks auditoorium on küll asjaosaline, kuid mitte alati toimetegelaned, ning riigiametnikega on vastupidi. Konkreetselt sobib „poliitika toimetegelasest lähtuv vaatenurk Eesti meediapoliitika analüüsi jaoks, sest võimaldab esile tuua ühtaegu nii demokraatia kvaliteeti toetava meediapoliitilise tegevuse kui ka avaliku teabevoos kvaliteeti kahan-davad asjaolud“.¹⁹

Poliitika analüüs algab toimetegelasid ja nende rühmade määratlemisest. Neid on võimalik liigitada tasandi põhjal (globaalsest kohalikuni), samuti formaliseerituse ja õigustüübi (riiklik, avaliku ja eraõiguslik) järgi. Kui vaatluse all on meediapoliitika rakendamine ja toime seire, on toimetegelasid suhete hindamisest olulisem eristada „häälekaid ja hääletuid toimetegelasid“ — „meediapoliitika pole eeskätt poliitikat tegevate institutsioonide saadus, vaid see, mida saab välja öelda ja mida mitte ning kellel üldse on võimalus kõnelda“.²⁰

Selles mõttes on kõige võimsama häälega sisuloojad, -kasutajad ja -levitajad (sh mitteprofessionaalid). Niisugust lähenemist on asjakohane kasutada näiteks arutledes, kes vastutab ajakirjandusliku materjali juurde jäetud lugejakommentaari sisu eest. Sisuloojate, -kasutajate ja levitajate tegevuse vaatlemisel selgub ka, milliseid väärtusi kehtivad meediapoliitika ja regulatsioon tegelikult toetavad (või ei toeta), näiteks kas ja kuidas motiveeritakse sisuloojat looma avaliku väärtusega sisu.

Oluline muutuv suurus toimetegelasid hindamisel on nende mõju ja võim. Riigikogul, valitsusasutustel ja kohtusüsteemil on see vaikumisi olemas juba põhiseaduse alusel. Kahtlemata on suur

¹⁰ Karol Jakubowicz. Media Governance Structures in Europe. — Els de Bens (Toim). Media Between Culture and Commerce. Bristol: Intellect, 2007, lk 199.

¹¹ M. Puppis 2010.

¹² R. Rhodes. 2007.

¹³ Avshalom Ginosar. Media Governance: A Conceptual Framework or Merely a Buzz Word? — Communication Theory, 2013, Vol. 23, nr 4, lk 357.

¹⁴ European Media Policies Revisited: Valuing and Reclaiming Free and Independent Media in Contemporary Democratic Systems (grant agreement FP7-SSH-2009-A no. 244365). Vt <https://www.eliamep.gr/en/project/mediadem/>.

¹⁵ Halliki Harro-Loit, Urmas Loit. Poliitikasoovitused vaba ja sõltumatu meedia toimimiseks Eestis. — Urmas Loit (Toim). Meediapoliitika: Kontekst, uurimused, soovitused. Tartu: Tartu Ülikooli ajakirjanduse õppetool, 2012, lk-d 53–63.

¹⁶ Vt <https://www.eliamep.gr/wp-content/uploads/2012/11/Estonia.pdf>.

¹⁷ Dia Anagnostou, Rachael Craufurd Smith, Evangelia Psychogiopoulou. The Formation and Implementation of National Media Policies in Europe and their Relationship to Democratic Society and Media Freedom and Independence: A Theoretical and Analytical Frame for the MEDIADDEM project. Athens: Eliamep, 2010. Vt <https://www.eliamep.gr/wp-content/uploads/2012/02/theoretical-report.pdf>.

¹⁸ Hilde van den Bulck. Towards a Media Policy Process Analysis Model and Its Methodological Implications. — Natascha Just, Manuel Puppis (Toim). Trends in Communication Policy Research: New Theories, Methods and Subjects. Bristol: Intellect, 2012.

¹⁹ Halliki Harro-Loit. Eesti meediapoliitika Euroopa kontekstis: Kas, kuidas ja millist ajakirjandust toetada? — Urmas Loit (Toim). Meediapoliitika: Kontekst, uurimused, soovitused. Tartu: Tartu Ülikooli ajakirjanduse õppetool, 2012.

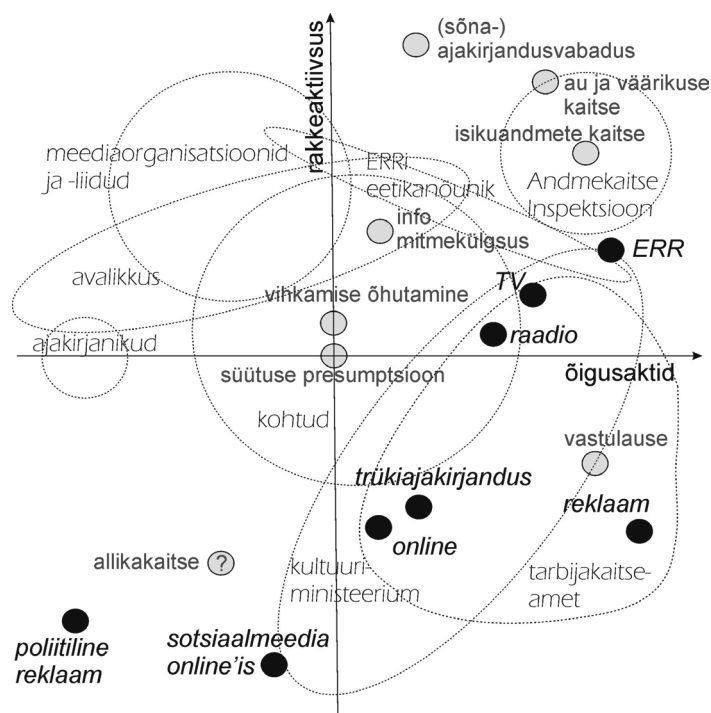
²⁰ Bill Kirkpatrick. Vernacular Policymaking and the Cultural Turn in Media Policy Studies. — Communication, Culture & Critique, 2013, Vol. 6, nr 4, lk 637.

mõjuvõim ka mitmesugustel meediaühendustel ja -organisatsioonidel, näiteks Eesti Ajalehete Liidul. Samuti saab toimetegelaste iseloomustamiseks paigutada nad rakkeaktiivsuse (-passiivsuse) skaalale — olgu see siis sekkumine regulaatorina või tegevus meediaalal. Selles tähenduses mõjutavad meediahaldust sisemiselt nii meediaõpetus ja uuringud kui ka meediakriitika (neid ei ole joonisel 1 märgitud).

Mediadeemi projekti uurimistöö käigus esitati meediapoliitika tegurite ja toimetegelaste aktiivsuse mõõdik (vt joonis 1).²¹ Skeem toob esile, et meediapoliitika analüüs on komplekssem kui vaid olemasoleva seadusandluse jäädvustamine. Skeemil on X-teljel toodud kujutletav normatiivsuse aste. Vasakule jääb eetika ja kirjutamata normide piirkond, paremale seadustega kaetud ala. Y-telg peegeldab rakendamise (tõlgendamise) aktiivsust. Seega paremal ülal on piirkond, kus seadusi on aktiivselt tõlgendatud, vasakul all aga vähe reguleeritud ja vähe tõlgendatud teemad. Skeemilt nähtub meediapoliitilise aktiivsuse komplekssus ja regulatiivse sekkumise ebahühtlus.²²

Skeem kajastab hinnangut olukorrale skeemi koostamise hetkel (aastal 2011). Ei sellele esitatud tegurite-toimetegelaste nimistu ega nende rakkeaktiivsuse määr ole lõplik. Tegemist on justkui lauamänguga, millel igaüks saab komponente ümber positsioneerida — loomaks suuremat (üldist) pilti või määratlemaks mõne konkreetse mõjuri olukorda, sealhulgas võrdlevalt.

Skeem visualiseerib, et toimetegelased jm tegurid pole meediapoliitika rakendamise juures ühtemoodi „aktiivsed“. Ka seadusandluse puhul pole kõik valdkonnad ühtviisi reguleeritud ega käideldud: mõnel puhul normid „tõttavad“ kogu aeg, mõnel puhul on jääb seadusesäte pelgaks deklaratsiooniks. Näiteks tegutseb andmekaitse inspeksioon oma valdkonnas (isikuandmete kaitse, juurdepääs avalikule informatsioonile) ootuspärase aktiivsusega, samas kui allikakaitse alal pole tänini mingit praktikat kujunenud (kuigi seaduse vastuvõtmise eel vastustasid meediaorganisatsioonid jõuliselt seda regulatsiooni, avaldades ajalehed tühjade esikülgedega). Samamoodi pole kunagi rakendatud meediakontsentratsiooni



Joonis 1. Meediapoliitika tegurite ja toimetegelaste aktiivsuse mõõdik. Allikas: U. Loit & H. Harro-Loit 2012

välistama pidavat sätet (§ 32, lg 3) meediateenuste seaduses (enne ka ringhäälinguseaduses).

Skeemil on märgitud kolme tüüpi elemente:

- poliitikat kujundavad ja ellu viivad toimetegelased (punktirjoonega ümbritsetud alad);
- meediaväljundid (mustad sõõrid);
- regulatsiooni valdkonnad (kontseptsioonid — hallid sõõrid).

Toimetegelastena saab skeemile oma rollis kanda mistahes organisatsiooni, ühenduse või mitte-meediategelase. Ka avalikkus (auditoorium) on skeemile asetatud, sest saab meediapoliitikat mõjutada: allikana (nt blogijad), kohtus hagejana või meedia eneseregulatsioonikogule kaebuse esitajana. Ilma hagide ja kaebusteta ei tekiks ka normide rakendamiseks vajalikke tõlgendusi. Üksikud kohtu- või pressinõukogu kaasused on eraldi võetuna küll vähe tähelepanuväärsed, kuid mõjutavad üldist meediapoliitilist pilti kumulatiivselt. Samuti on selle skeemi abil võimalik hinnata näiteks uute tehnoloogiate,

²¹ U. Loit, H. Harro-Loit 2012, lk 91.

²² H. Harro-Loit 2012.

idufirmade jm tekkivate nähtuste tähenduslikkust meediapoliitika jaoks.

Toimetegelas tegelevad hoopis mingi muu asjaga. Kui sotsiaalministeerium kavandas ministri eestvõttel riigi alkoholipoliitika olulist karmistamist, sealhulgas ringhäälingus reklaami keelustamist, siis asuti sellega tegelikult mõjutama ka meediapoliitikat. Asjaosalised sotsiaalministeeriumist seda ei tunnistanud, kuigi samas oleks see eelnõu koostajate endi hinnangul Eestis programmi edastavate telekanalite eelarvest välja võtnud 10 protsenti. Nii suure summa kadumine tulubaasist toob vältimatult kaasa programmi tootmise vahendite kahane-mise, mis omakorda avaldub kohe saadete valikus ja kvaliteedis. Nii ei tohi terviseedenduslike meetmete planeerimisel jätta analüüsimata, mida see toob kaasa meediapildis.²³

Kokkuvõttes võimaldab toimetegelas tegeleva analüüs välja tuua eri osaliste suhted, erimeelsused ja vaidlusteemad.

Toimetegelas eraldivõetult

1. Riik on üks paljudest meediapoliitika peamistest toimetegelas tegelevatest, kes käesoleva liigituse järgi teostab meediapoliitikat nii seadusandlikul kui ka täidesaatval tasandil. Kohtuvõim on vaatluse all eraldi. Eri riigiinstitutsioonid (ministeeriumid, ametid, inspeksioonid) täidavad oma ülesandeid erineva rakkeaktiivsusega. Nagu varem öeldud, tegutseb andmekaitse inspeksioon ootuspärase aktiivsusega, samas kui mitu teist asutust tegutsevad poliitikat hoiduval moel. Euroopa Liidu survele anti 2013. a tehnilise järelevalve ametile (TJA) küll „sõltumatu meediaregulaatori“ ülesanded, kuid meediapoliitika kujundamise funktsioon jäeti edasi kultuuri-ministeeriumile. Viie aastaga ei ole meediapoliitika kujundamise ja rakendamise funktsioonid kahe

ministeeriumi vahel (kultuuriministeerium ning majanduse ja kommunikatsiooni ministeerium) selgepiirilisel jagunenud, mille ehadaks ilminguks oli raadio tegevuslubade väljaandmine TJA poolt 2017. aasta algupoolel — loataotlusi oli mitu, kuid neid ei püütudki kvalitatiivselt hinnata.²⁴

Sellist hoiduvat meediapoliitilist tegutsemist, mida Eesti riik on ühel või teisel moel har-rastanud ligi 30 aastat, nimetab Des Freedman²⁵ „negatiivpoliitikaks“, „poliitika vaiksuseks“ ja „otsus-tamatuseks“ (ingl *negative policy, policy silence, non-decision-making*): kui riik peabki vajalikuks asju korraldada, siis väga vähe ja peale tükkimata. See kehtib tihtipeale ka järelevalve kohta, kuigi riigil on enim ressursi meediaalal toimuva sei-reks. Programmiväljundi järelevalve on vähene.²⁶ Selle käigus jätab riik nii turu kui ka toimetegela-sed täieliku iseregulatsiooni meelevalda. Näiteks ei soostunud 1990ndate lõpul kultuuriministeerium rahaliselt toetama kohalike raadiote programmi-tootmist, sest see „võinuks ohustada programmi-sisu sõltumatust“.²⁷ Nüüd meil kohalikke raadioid sisuliselt enam ei olegi. Või kui muidu kõiges enese-regulatsiooni eelistav ajalehtede liit (EALL) taotles riigikogult seadusandlikku regulatsiooni ajalehe-turgu moonutavate omavalitsuste ajalehtede suh-tes, said nad pöördumist kuulanud komisjonidelt vastuseks vaid soovitus „rakendada eneseregu-latsiooni“.²⁸ EALL-i lõi selle juures nende enda vits („Riiklikku regulatsiooni ei ole vaja, kõiges piisab vaid eneseregulatsioonist“). Soovimatus meediapo-liitikaga tegelda on paradoksaalselt kaasa toonud nii ala- kui ka üleregulatsiooni. Ühest küljest puudub eespool viidatud meediateenuste seaduse § 32 lõi-kel 3 igasugune rakenduslikkus meediakontsentrat-siooni ohjeldamiseks, samas kui see säte on hiljutise meediaturu arengu valgusel aktualiseerunud — Eesti Meedia on sama juriidilise isikuna ühtaegu suure hulga raadio- ja televisioonitegevuslubade valdaja, kelle positsiooni tuleks vaadelda tema turgu valitseva

²³ Vt lähemalt nt Urmas Loit. Muutkem alkoholireklaam ühtlasi joomarlusvastaseks sõnumiks. — Postimees, 2016, 27. oktoober.

²⁴ Vt Asso Ladva. Raadiolubade jagamine Eesti moodi: Sisu asemel loevad ainult protsendid. — Õhtuleht, 2017, 11. aprill; samuti Urmas Loit. Vapustatud puuduvast meediapoliitikast. Sirp, 2017, 19. mai.

²⁵ Des Freedman. *The Contradictions of Media Power*. London: Bloomsbury, 2014, lk 64.

²⁶ Vt A. Ladva 2017; samuti Urmas Loit. Estonia. — *Television across Europe: Regulation, policy and independence*, Vol. 1, — *Monitoring Reports*. Budapest: Open Society Institute; EU Monitoring and Advocacy Program, 2005. https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/volone_20051011_0.pdf.

²⁷ U. Loit, H. Harro-Loit 2012, lk 88.

²⁸ Urmas Loit. Estonia: Searching for Funding Models. — Magda Walter, Rita Rudaša (Toim). *Baltic Media Health Check 2015/2016*. Riga: The Baltic Centre for Media Excellence, 2017, lk 48–49.

seisundi aspektist. Näiteks ringhäälingute liidust lahkus Eesti Meedia 2018. aasta lõpul põhjusel, et teised liikmesorganisatsioonid ei olnud nõus talle andma suurusest tulenevat suuremat hääleõigust liidu otsuste tegemisel.²⁹

2. Kohtute roll on eeskätt anda kaasuste kaudu seadustele tõlgendusi, sealjuures on Euroopa Inimõiguste Kohtu ja Euroopa Kohtu kaudu hõlmatud ka riigiülene tasand. Kohtute töö vaatlemisel on oluline märgata, et seaduste rakendamise asemel ei asutaks kehtestama muid väärtusnorme. Viimane on siiski seadusandja töö. Kuni 20. sajandi lõpuni oli kohus Eestis peamiselt meediavabaduse eest seisvatel seisukohtadel. Sealt edasi on argumentatsioon kvalitatiivselt arenenud. Väärtuste analüüs näitab, et enim kaitstud väärtus on „tõde“. Kohtupraktikat rakendatavate väärtuste aspekti on detailselt analüüsinud üks Mediademi raport.³⁰

Vastuseks kutsele osaleda Mediademi meediapoliitika konverentsil 2012 saatis tollane Riigikohtu esimees Märt Rask järgmised read:

Kui ühes riigis on ajakirjandusvabaduse tase nii kõrge, nagu see on Eestis, on küsimus meediapädevusest vältimatu. Riigi ja kohtute esmane funktsioon on olla tasakaalustaja meedia ja selle subjektiks olevate inimeste õiguste vahel, töövahendiks seadus. Ent riigi perspektiivi kõrval on veel ka teine, märksa ürgsem ja elementaarsem mõõde — eetika. Seega, kohtute roll meediamaastiku kujundamisel on küll vältimatu, kuid tühine ajakirjanike ja meediategelaste sisemise kõlbelse kujunemise kõrval.³¹

3. Õigupoolest on ülikoolid (*academia*) suuremad andmekogujad (seireteostajad) kui riik.³² Samas sõltuvad võimalused andmeid koguda ja analüüsida projektirahastusest. Seetõttu ei ole seired regulaarsed ja ulatuslikud. Küll aga annavad need koos üliõpilaste uurimistöödega ammendava pildi olukorrast meediamaastikul. Ülikoolide potentsiaali koostöös auditooriumi ja meediaorganisatsioonidega

tuleks meediapoliitika jaoks rohkem ära kasutada. Liiatigi kaitseb Eesti professionaalset ajakirjanduskultuuri traditsioon — sajanditepikkune ajalehe lugemise traditsioon, samuti üle 60 aasta väldanud akadeemilise ajakirjandushariduse andmine Tartu Ülikoolis.

4. Sisutootjad põhinevad valdavalt erakapitalil. Turu väiksus soodustab oligopoolsust, mis paratamatult toob kaasa piiratud valiku uudistevoogusid. Turu volatiilsust peaks tasakaalustama ERR-i kui avaõigusliku meediaorganisatsiooni väljundvoog. Samas on kogu iseseisvuse taastamise järgsel ajal olnud päevakorras ERR-i ebapiisav rahastamine. See kahandab ka ERR-i rolli meediapoliitika toimetegelasena. Samas leiab erameedia, et ERR kasutab riigilt saadud ressursi ebaotstarbekohaselt meelelahutuseks (eeskätt portaalil Melu), mida saab nende hinnangul pidada isegi riigiabi reeglite rikkumiseks.³³ ERR jälgib samas kriitiliselt erameedia tegevust näiteks sisuturunduse aspektist. Ühiselt tegutsevad eri meediaorganisatsioonid Pressinõukogu töös hoidmisel.

5. Omanike, juhtide ja ajakirjanike hääled on kuuldavad väga erineva valjusega. 1990 asutatud Eesti Ajalehtede Liit (EALL) on olemuselt ajalehekirjastajate lobigrupp, kuid on end avalikkuse jaoks positsioneerinud kui laia profiiliga erialaliitu, mis omanike ja neid esindavate tegevjuhtide-peatoimetajate huvide kõrval tegeleb ka ajakirjanike vajadustega. Sellega on oma esindusrolli täitmisel kõrvale tõrjutud Eesti Ajakirjanike Liit, mis pikka aega seisis vastakuti oma nõukogudeaegse pärandiga — nii finantsilises kui ka sotsiaalses mõttes. Tegevajakirjanikud sinna meelsasti ei kuulu ning see pole olnud kuigi soositud ka toimetuste juhtide poolt.³⁴ Samas on hulk ajakirjanike autonoomiat ja tööturvalisust puudutavaid küsimusi mitu aastakümnet lahenduseta, sest pole organit, mis ajakirjanike huve laiapõhjalise volituse alusel kollektiivselt esindaks, olles EALL-iga võrdväärses kaalukategoorias. Ajakirjanike

²⁹ Priit Luts. Eesti Meedia lahkus ringhäälingute liidust. — ERR-i uudised, 2018, 21. november. Vt <https://www.err.ee/878726/eesti-meedia-lahkus-ringhaalingute-liidust>.

³⁰ Halliki Harro-Loit, Urmas Loit. Does Media Policy Promote Media Freedom and Independence? The Case of Estonia. Athens: Eliamep, 2011, lk 23–30. Vt <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/59953> (Entry 5).

³¹ Urmas Loit. Ettekanne meediapoliitika konverentsil 7. 12. 2012. Vt <https://www.uttv.ee/naita?id=16717>.

³² Halliki Harro-Loit. Revisiting National Journalism Cultures in Post-Communist Countries: The Influence of Academic Scholarship. — Media and Communication, 2015, Vol. 3, nr 4, lk-d 5–14.

³³ Silja Ratt. Erameedia liidud: ERR teeb liiga palju meelelahutust. — Õhtuleht online, 2018, 7. nov. Vt <https://www.oh tuleht.ee/905647/erameedia-liidud-err-teeb-liiga-palju-meelelahutust>.

³⁴ Marianne Mikko. Meediaomandi koondumine vajab regulatsiooni. — Sirp, 2004, 10. jaanuar.

koguarv on langustrendis ning see võib ohustada meedia sõltumatust.

Pärast Eesti Meedia üleminekut Eesti omaniku valdusse on avalikkuse ette jõudnud teated, et omanik avaldab toimetusele sisu asjus survet.³⁵ Varem, kui Eesti Meedia kuulus Norra Schibstedile, pälvivad omanikud kriitikat selle eest, et nad ei kutsunud tegevjuhtkonda teatud taunimiseväärsete praktikate eest korrale.³⁶

6. Avalikkus osaleb meediahaldusprotsessides vähe. Meediakriitikat on vähe, see on ebaregulaarne ja pealiskaudne. Ajuti esilekerkivad initsiatiivid hääbuvad. Toimetusedki tõdevad, et kommentaariumides, Facebooki gruppides ja foorumites keskendub meediakriitika tihtipeale õigekirjale.³⁷ Meediatööstuse soovimatus kaasata avalikkust aruteludesse meedia kvaliteedi üle ilmestas Avaliku Sõna Nõukogu (kui mitut kodanikuühendust ühendava organisatsiooni) hülgamine 2002. a ja selle asemele peamiselt peatoimetajatest koosneva Pressinõukogu asutamine ajalehtede liidu allüksusena.³⁸ Kahe meediakaebuste menetluskogu samaaegne tegutsemine rikastab meediakriitilist diskursust, samas on uuringud näidanud, et selline duaalne süsteem tekitab ka segadust.³⁹ Avalikkust kaasavaid ajakirjanduse vastutuskohuluse (*accountability*) instrumente on Eestis rakendatud üldiselt väga vähe.⁴⁰

Üldkokkuvõttes on eri toimetegelased kaasatud meediapoliitika rakendamisse suuresti erineval määral. Poliitikud ja riigiametnikud on tihtipeale passiivsed, eelistades pigem mitte sekkuda. Meediaomanike roll on kaudne ja läbipaistmatu. Peatoimetajate mõju on ebamäärane ja mitmetähenduslik ning ajakirjanike roll marginaliseeritud. Avalik kriitika on olematu. Kohtusüsteem toimib väärtuspõhiselt ning eneseregulatsioon kahe menetluskoguga pakub laia diskursusega foorumit moraalsete dilemmade ja hea ajakirjandustava üle arutamiseks. Tugev väärtuskonflikt ilmneb isikuandmete kaitse ja avaliku

informatsiooni kättesaadavuse vajaduse vahel ning see peegeldub andmekaitse inspeksiooni menetletavates kaasustes. Meediapoliitika toimetegelastest pole ükski täiesti autonoomne, igäüks tegutseb konkreetses regulatiivses või kultuurilises kontekstis ning vaja on üksmeelt väärtuste ja rakenduspraktikate suhtes.

Meediahaldus vajab seiret

Meediahalduse teostamine, sealhulgas meediapoliitika kujundamine, on ebatõhus, kui puuduvad alusandmed otsuste põhendamiseks. Selliste andmete saamiseks on vaja meediatoime protsesse püsivalt jälgida. Võime seda nimetata seireks (*monitoring*). See ei kujuta endast üksnes järelevalvet seaduste tähenduses (mis eeldamisi viib sanktsioonide rakendamiseni), vaid mistahes niisuguse informatsiooni kogumist meediasüsteemi toimimise kohta, millele saab tugineda järgmiste poliitikaotsuste tegemisel ja olemasolevate praktikate ülevaatamisel. Seda vajavad paljud valdkonnad: ajakirjanike hulk ja töökeskkond, auditooriumi segmentide vajadused ja nende rahuldamine, kohaliku meedia toimimine, meediamajanduse finantsolukord, turutõrked jne.

Ehe näide olukorrast, kus otsustused pidanuks tuginema seireandmetel, kuid aluseks võeti vaid fantaasiad, oli kahe raadio tegevusloa väljaandmine aastal 2017. Vabale sagedusele Sillamäel konkureerisid vaid juba tegutsevad raadiod, kes soovisid muuta sageduse olemasoleva võrgu osaks. Samas ei olnud seireandmeid konkureerivate raadiote oluliste ja konkursi tulemust mõjutavate programmikomponentide kohta (sõnasaadete osakaal, paikkondlik sisu, uudiste hulk jm) ning komisjon sai kvantitatiivseid pakkumisi hinnata vaid esitatud visioonide põhjal. Tegelike andmete puudumise tõttu ei saadud hinnata, kas pakutav on kasutatavaid ressursse või paikkonda arvestades üleüldse teostatav programmiprofiil.

³⁵ Merilin Pärli. Postimehe ajakirjanikud saatsid dikteeriva juhtimise vastu märgukirja. — ERR-i uudised, 2017, 4. aprill. Vt <http://www.err.ee/588001/postimehe-ajakirjanikud-saatsid-dikteerivajuhtimise-vastu-margukirja>.

³⁶ Epp Lauk. How Will it All Unfold?: Media Systems and Journalism Cultures. — Karol Jakubowicz, Miklos Sukösd (Toim). Post-Communist Countries in Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective. Bristol & Chicago: Intellect, 2008, lk 202.

³⁷ Vt nt Hans H. Luik. Ajakirjanduse kuusnurk. — Urmas Loit (Toim). Akadeemiline ajakirjandusharidus 60, 2. köide. Tartu: Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut, 2015.

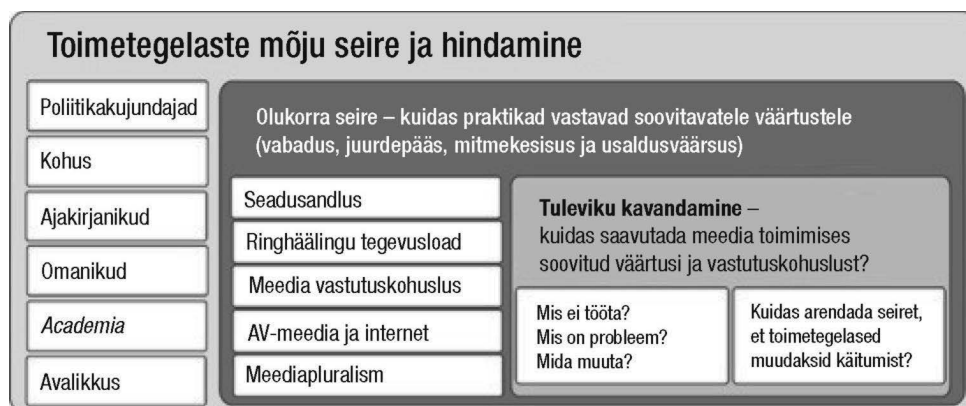
³⁸ U. Loit, H. Harro-Loit 2012; E. Lauk 2008.

³⁹ U. Loit, H. Harro-Loit. Kaks meediakaebuste menetluskogu: milleks? — Indrek Ude, Peeter Vihalemm (Toim). Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2012. Tartu: Eesti Akadeemiline Ajakirjanduse Selts, 2013.

⁴⁰ U. Loit, E. Lauk, H. Harro-Loit. Estonia: Conflicting views on accountability practices. — Tobias Eberwein, Susanne Fenger, Matthias Karmasin (Toim). The European Handbook of Media Accountability, London, New York: Routledge, 2018.

**Joonis 2.**

Kahemõõtmeline meediahalduse rakendamise hindamismudel, mis lähtub üldisest regulatsiooniraamistikust

**Joonis 3.**

Detailsem kahemõõtmeline meediahalduse rakendamise hindamismudel, mis lähtub toimetegelastest

Minu väitekirjas toodud joonised 2 ja 3 visualiseerivad seireks oluliste valdkondade võrgustiku. Joonis 2 näitab, kuidas analüüsimudel paigutub üldisesse regulatsiooniraamistikku ja meediaturule (k.a ühiskonna diakrooniline kultuurikontekst). Toimetegelased on jaotatud kolme üldgruppi: sisutootjad, kasutajad ja poliitikakujundajad, kes on esitatud seostatuna meediapoliitika universaalsete väärtustega. Joonis 3 vaatlleb lähemalt kahte meediahalduslikku tegevust: olukorra seiret ja poliitika planeerimist (tuleviku kavandamist).

Mudeli(te)st nähtub, et meediapoliitikat teostatakse teatud väärtusi rakendades – toodu on asjakohane ka Eesti olukorra analüüsil. Diakrooniline mõõde hõlmab meediakeskkonna arengut pikema aja või isegi ajaloo vältel. Suvaline hetkeseis ei pruugi anda meedia olukorrast adekvaatset pilti. Kui mõned indikaatorid püsivad muutumatuna läbi aja (nt turu suurus), siis teised muutuvad (nt ajakirjanike arv). Ka meedia omandussuhted muutuvad, põhjustades meediavaldkonna dünaamikat.

Joonisel 3 ei ole ammendavalt välja toodud kõiki toimetegelasi, kuid nagu ka eespool viidatud, võimaldab aluseks olev toimetegelastepõhine läheneamine hõlmata mistahes poliitikamõjutajat (kellele uuringutes pahatihti tähelepanu ei pöörata). Ka rakendatavate praktikate nimistu pole ammendav. Lahtrid all paremal osutavad meediapoliitika hetkeseisundile ning pakuvad küsimusi olukorra analüüsimiseks. Joonise 3 alumised parempoolsed lahtrid keskenduvad tuleviku kavandamisele: mida on vaja muuta ja kuidas seda saavutada. Tuleviku kavandamine peaks selles mõttes tuginema toimetegelaste tegevuse ja väärtuste rakendamise analüüsile.

Toimetegelaste üksikasjalik väljatoomine võimaldab kindlaks teha neist igäühe osa meediapoliitikas, samuti nende vajadused ja motivatsiooni tegutsemiseks. Siit edasi saab kujundada tegevusi näiteks meediasisu kvaliteedi parendamiseks.



AJAKIRJANDUS JA KULTUUR

Hegemooniadiskursused eesti kultuuris

Eesti Kunstimuuseumi pressikommunikatsioon 2006–2015

Johannes Saar

Sissejuhatus

Eesti sotsiaalteadlaste empiirilised uurimused tänapäevasest Eesti ühiskonnast kattuvad kriitiliste sotsiaalteooriate kirjeldustega sellest, kuidas kultuurilise globaliseerumise ja avatud turumajanduse egiidi all on maad võtnud ühiskonna neoliberaalne korraldus, mille levimisel on koloniaalne iseloom. Selle põhjal võib eeldada, et Eesti praegused kultuuripoliitilised valikud, eeskätt kultuuriasutuste lahtiriiigistamine ja loomemajanduslike põhimõtete eelisarendamine, aitavad kaasa sellele, et suureneb majandusliku kapitali kontroll kultuuri üle ning kultuuriline autoriteet koondub majandusliku eliidi kätte.¹ Postkolonialistlikus uurimisraamistikus on aga põhjust eeldada, et samal ajal kultuurilise autoriteedi koondumisega majandusliku eliidi käsutusse toimub ka selle geograafiline koondumine nn hegemoonilistesse tuumkultuuridesse.²

Need elitariseerumisprotsessid on nähtavad nii postkolonialistlikus kui ka neoliberalismikriitilises uurimisraamistikus. Oma väitekirjas soovisin seda interdistsiplinaarset topeltnähtavust säilitada järelpärimistes nii eesti kultuuri koloniaalse allaheitlikkusega kaasainemise võimaluse kui ka neoliberaalse kultuuripoliitika väärtusprioriteetide kohta. Ametlik

sund neoliberaalseks siirdeks on ju suur, ent see näib avalduvat pigem kaudselt, vargsi juurutatavate reaalsustõlgendustena Eesti kultuuri strateegilistes alusdokumentides ja kultuuripoliitiliste tööülesannete püstitamise viisis. Nimelt ei valmista uurijale, kes otsib vastuseid strateegilistest alusdokumentidest, mingeid raskusi diskursiivselt loodud neoliberaalse kultuuriagendi ehk loomeinimese leidmine ametlikust poliitilisest diskursusest. Selgub, et kardinaalse erinevusena loomemajanduse normatiivsest tururatsionaalsusest ei omista ametlik doktriin sellele subjektsusele ärilisi eesmärke, küll aga isiklikku loomisrõõmu: „Loomesinimesed [---] naudivad loomeprotsessi ning ei hooli ei turust ega tarbijast.“³ Uuringuraport rakendab tsiteeritud lõigus retoorilist rõhutamist (kolmekordne eitus), grammatiliste ressursside mobiliseerimisest sündivat dramaturgilist võtet, et luua kuvand antagonismist loomeinimese subjektsuse ja tururatsionalismi vahel. Nagu muuseumis poeetub sellesse lausesse väide, et olemas on ka turg ja tarbija — eeldatud ja etteantud kontekst loomeinimese fenomeni mõistmiseks.

Rene Mäe toob kõnealusele dokumendile viidates esile loomeinimesele „omistatud“ identiteedi: „Nagu antud jaotusest näha, saavad loomeinimesed loomemajanduse diskursuses oma identiteedi turule,

Artikkel põhineb 2018. a 8. novembril Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudis kaitstud samateemalisel doktoriväitekirjal (juh Veronika Kalmus ja Marek Tamm). Vt <https://dspace.ut.ee/handle/10062/62222>.

¹ Jim McGuigan. *Neoliberal Culture*. London: Palgrave MacMillan, 2016; Angela McRobbie. *Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries*. Cambridge: Polity Press, 2015.

² Immanuel Wallerstein. *World-Systems Analysis: An Introduction*. Durham, NC: Duke University Press, 2004.

³ Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. — Eesti Konjunktuuriinstituudi koduleht. Vt [http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/1_Eesti_loomemajanduse_olukorra_\(2011\)_uuring_ja_kaardistus.pdf](http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/1_Eesti_loomemajanduse_olukorra_(2011)_uuring_ja_kaardistus.pdf).

tarbijatele ja ärilistele eesmärkidele vastandujatena.⁴ Mäe osutab samas ka loomemajanduse reklaami- materjalidele, milles loomeinimene ja ettevõtja osu- tuvad siiski võrreldavaks, sest väidetavalt on „kõigil loomeinimestel olemas üks tähtsamaid omadusi, mis iseloomustab edukat ettevõtjat — loov mõtlemine“.⁵ Nende kahe osunduse põhjal võib visandada loome- inimese diskursiivse portree esimesed kontuurid — ta on loetavasti eduka ettevõtja potentsiaali eviv sub- jekt, kel küll puuduvad ärilised eesmärgid, aga kes ometi on määratud elama äriliselt kalkuleerivas maa- ilmas. Viimane on neoliberaalses kultuuridiskursuses vaikimisi eeldatud, nagu ka „loovalt mõtlev edukas ettevõtja“; uudisväärtusega kõneaine on aga ette- võtja vastne erijuhtum — loomeinimene, kelle ärilist võimekust tuleb aga resoluutselt saneerida.

Uurimisprobleem

Eestis on loomeinimise saneerimine resoluutselt ette võetud. Esmalt ilmub kultuur loomemajan- duse ametlikus diskursuses rekontekstualiseerituna „loometeenus“⁶, enamasti kahetsusväärset eba- ratsionaalseks ja ebamajanduslikuks ärimudeliks. Ministeeriumi loomemajandusnõuniku sõnul on olukord väidetavalt suisa skandaalselt lohakil:

- loojad ei suuda oma loomingut turutingimus- tega kokku viia;
- loomeettevõtlusel on teiste ettevõtlusvaldkon- dadega vähene kokkupuude;
- pakutav loometeenus ei vasta teiste sektorite kui tellijate nõudmistele;
- loomeettevõtted on suurema riskiastmega ette- võtted, aga nende riskivõtmise valmidus on väga madal;
- loomemajanduse sektoris on *manager*'ide ja vahendajate vähesus;
- loomemajandus ei ole majandussektorina riski- investoreile ja äriinglitele arusaadav.⁶

Pean selliseid implitsiitseid reaalsustõlgendusi ühe- külgseks. Probleemaatiliseks näen eelkõige kultuuri kuvandamist äriinglite, riskiinvestorite ja ohjajate

perspektiivist „arusaamatu“ tegevusena. Tõsi, neo- liberalismikriitilises uurimisraamistikus muutuvad sellised laused arusaadavaks — siin on majandusliku eliidi pürg kultuuriliseks autoriteediks üks läbivaid tähelepanekuid, samuti kultuurile pandud kohus- tus esitleda end turumajandusliku sõnavara abil.

Väitekirja uurimisküsimustes esitan järelepäri- misi selle kohta, millisel kujul on sellised poliitilised suunised omaks võetud kultuuris endas. Võib ju eel- dada, et loomemajanduslik pööre on peale strateegiadokumentides märgitud jõulisema majandusliku vaatenurga toonud kaasa ka muudatusi kultuurivald- kondade enesekirjelduses, nagu ka uue igapäevase sõnavara kultuurist kõnelemiseks, ning see, teenu- sepakkumise retoorika, on paratamatult määratud pörkuma seniste kultuurist kõnelemise viiside ja neis sisalduvate väärtusprioriteetidega. Mõistagi võib eeldada, et poliitilisel peavoolukursil on mõju üldisele kultuurilisele tähendusloomele, muu hulgas ka kultuuriasutuste minapildile, motivatsioonile ja kuvandamisele avalikus ruumis, kultuuri enesekir- jeldusviisidele ning ka kultuuritarbimise sanktsio- neeritud praktikatele. Kunstinäituste programmid, kontserttegevus, teatrite repertuaarivalik ja kirjasta- mine on varasemast suuremal määral majanduslike kaalutluste mõjuväljas. Riigi ja omavalitsuste tege- vustoetuse sõltumine omatulu teenimise võime- kusest on eeldatavasti sundinud seniseid riiklikke kultuuriasutusi end agressiivsemalt „müüma“, arves- tama turukonjunktuuri, mastaabiefekti, kasumlik- kuse ja populaarsemate kultuuritarbimise tavadega. Teadus-, pärandi- ja mäluasutustele on pandud riik- lik kohustus leida ja leiutada end ka äriliselt kasum- liku ettevõttena ning see kohustus täidab eeldatavasti nende igapäevase töö uue sisuga.

Esmapilgul näib, et kohustus on jõukohane, ela- nikkonna ootuste horisont on valdavalt pragma- tiline. Nimelt näib loomemajanduse põhimõtete utilitaristlik suhe kultuuriga olevat lihtsasti samasta- tav Eesti elanikkonna üldise väärtusorientatsiooniga, mis pole viimase veerandsaja aasta jooksul muutu- nud. Laias laastus püsib siinse (ja Ida-Euroopa) elanik- konna väärtusteadvus materiaalsete, individualistlike ja sekulaarsete väärtusprioriteetide revii- ris, seda nii

⁴ Rene Mäe. Kultuur, majandus ja töö 2000.–2010. aastate Eestis. — Kunstiteaduslikke Uurimusi, 2015, nr 24/1–2, lk 33.

⁵ *Ibid.*, lk 35.

⁶ Anu-Maaja Pallok. Loomemajanduse arendamine 2014–2020. — Kultuuriministeeriumi koduleht. Vt http://www.kul.ee/sites/kulminn/files/2015.02.19_lm_meetme_tutvustus_0.pdf; vt ka Eduard Odinets. Loomemajanduse arendamine 2014–2020. — Portaali Loov Euroopa, 10.12.2014, www.looveuroopa.ee/wp.../Eduard-Odinets-2014-12-10_LM-meetme-tutvustus.ppt.

meedias⁷ kui ka elanikkonnas⁸, ning ilmutab üksnes väheseid etnilisi ja põlvkondlikke variatsioone liberaalse üleilmastumise ja traditsiooniliste väärtuste mõõtkavas.⁹ See hoiak on lähedane turu- ja loomemajanduse utilitarismile ning strateegiliselt kaalutlevale ratsionalismile. Väärtuskonflikt tekib aga tõsiasjast, et loomemajanduse utilitarism peab ka Eestis leidma ühise keele seniste ajalooliste kultuurinarratiividega, milles loomingu juhtmotiividena korduvad täiesti vastandlikud seisukohad: romantiline hoolimatus materiaalistest kaalutlustest, jäänukina rahvusliku ärkamise ajast kultuuriline kollektivism ning rahvusvahelise modernismitraditsiooni mõjul ka turunõudmistele avalikult vastanduv esteetiline mäss või esteetikat suisa hülgav sotsiaal-kriitiline kogukonnameelsus.

Antagonistlike kultuurinarratiivide probleem on väitekirjas püstitatud kui võimatu kultuurikommunikatiivne ülesanne. 21. sajandil tuleb Eesti kultuuri-, mälu- ja pärandiasutustel leida ja leiutada oma avalik kuvand lepitava konsensusena rahvusromantilise etnotsentrismi, modernistliku eurotsentrismi ja globalismi individualistliku kultuuritunnetuse väärtuskonfliktis. Vajadus konsolideerida neid vastukäivaid väärtusprioriteete laiema sotsiaalse kandepinnaga kultuuriliseks peavooluks, eriti aga kultuuriasutuste eluline vajadus kõnetada kasumi nimel võimalikult laia publikut/kliendibaasi, on kaasa toonud sümptomaatilised iseärasused kultuuriasutuste väliskommunikatsioonis: katsed saavutada üldine sotsiaalne tunnustus ehk legitiimsus ühtaegu rahvuskultuurilise kohamälu, rahvusvahelise modernismitraditsiooni juurutaja ja ka globaalse kultuurilise individualismi eestkõnelejana. Tagajärg on mitmehälne ja hõljuv kultuuriline identiteet, kultuuriasutuste detsentraliseeritud subjektsus, mis liigub varmselt kaasa vastuoluliste ajanõuetega.

Uurimisküsimused

Väitekirja uurimisküsimused lähtuvad postkolonialismi- ja neoliberalismikriitika interdistsiplinaarsest uurimisraamistikust. Peamine uurimisküsimus on järgmine.

1. Millised sarnasused ilmnevad eesti peavoolukultuuri avalike enesekirjelduste ja koloniseeritud kultuuride teoreetiliste kirjelduste vahel?

Sellele lisandub täiendav alaküsimus neoliberaalsest kultuurikorraldusest kui koloniseeritud kultuuri võimalikust erijuhtumist.

2. Millised sarnasused ilmnevad eesti peavoolukultuuri avalike enesekirjelduste ja neoliberaalse kultuurikorralduse teoreetiliste kirjelduste vahel?

Probleem on püstitatud diskursusanalüütilise võrdlusena ühelt poolt eesti kultuuri avalike enesekirjelduste ning teisalt koloniseeritud kultuuride ja neoliberaalse kultuurikorralduse teoreetiliste kirjelduste vahel. Küsimused sisaldavad kattuvate tähendustega metoodilisi ja teoreetilisi uurimiskontseptsioone, mis vajavad järgmisi *ad hoc* määratlusi.

Põhimõistete määratlusi

Metoodilistest uurimiskontseptsioonidest nimetasin väitekirjas **eesti peavoolukultuuriks** Eesti mälu- ja haridusasutuste avalikke kirjeldusi (Eesti Kunstimuuseumi pressiteadete näitel) sellest, millised on sotsiaalselt tunnustatud, eelistatud ja levinud kultuurilised praktikad 21. sajandi Eestis. Kohati kasutan väitekirjas lühiduse huvides samas tähenduses terminit „kultuur“.

Teise metoodilise uurimiskontseptsioonina nimetasin väitekirjas **avalikeks enesekirjeldusteks** Eesti mälu- ja haridusasutuste keelekasutamise praktikaid (Eesti Kunstimuuseumi pressiteadete näitel) suhtluses kultuuriüldsusega, mille käigus eesti peavoolukultuur on asetatud majanduslikku, sotsiaalsesse, ajalisse ja geograafilisse konteksti ning omandanud sotsiaal-ajalooliselt kirjeldatava ulatuse. Kasutan samas tähenduses ka terminit „eesti kultuuri enesekirjeldus“.

Teoreetilistest uurimiskontseptsioonidest nimetasin väitekirjas **koloniseeritud kultuuriks** selliseid kultuure, mille avalik enesekirjeldus on allutatud mõnest teisest eemalseisvast kultuurist lähtuvale vaatele ja ruumitajule ning need kaks on

⁷ Kärt Rebane. Väärtused Eesti Päevalehes ja Postimehes 1990–2014. Ajakirjanduse õppekava magistr töö, 2015. Vt http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/46885/rebane_k2rt_ma_2015.pdf

⁸ World Value Survey. — Word Value Survey 2015 koduleht. Vt <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSCContents.jsp?CMSID=Findings>.

⁹ Veronika Kalmus, Triin Vihalemm. Kultuurierinevused: identiteet ja väärtused. Mati Heidmets (Toim). Eesti Inimarengu Aruanne 2007. Tallinn: Eesti Ekspressi Kirjastus, 2008, lk-d 67–72; Veronika Kalmus, Triin Vihalemm. Väärtused ja identiteetid. Peeter Vihalemm, Marju Lauristin, Veronika Kalmus, Triin Vihalemm (Toim). Eesti ühiskond kiirenevas ajas. Uuringu „Mina. Maailm. Meedia“ 2002–2014 tulemused. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2017, lk-d 111–138.

omaks võetud osana avalikust enesekirjeldusest. Selle teoreetilise uurimiskontseptsiooniga haakuvad neoliberaalse kultuurikolonisatsiooni ja enesekoloniseerimise mõisted, mille abil olen kirjeldanud väitekirjas neid keelefiguure ja -protsesse, mille abil mujalt lähtuv vaade ja ruumitaju on eesti peavoolukultuuris omaks võetud.

Neoliberaalseks kultuurikorralduseks nimetasin kultuuriliste praktikate allutamist turumajanduslikele kaalutlustele ja nende hindamist eeskätt nende viljeleja isikliku edukuse perspektiivist.

Valimi moodustamine

Väitekirja valimi moodustas strateegiline valik Eesti Kunstimuuseumi (EKM-i) pressiteadetest ajavahemikust 2006–2015. Valimisse võtsin Kumu kunstimuuseumi, Kadrioru Kunstimuuseumi, Johannes Mikkelu majamuuseumi ja Adamson-Ericu majamuuseumi pressiteated. Välja jätsin Niguliste muuseumi pressiteated, sest selle filiaali kultuuriline sisuloome võimaldab ainult kaudselt uurida kujutava kunsti praktikate avalikku refleksiooni. Selles otsuses avaldub valimi moodustamise strateegia, uurimise alla on võetud vaid need pressiteated, mille eksplitsiitne tunnus on refleksioon kujutava kunsti praktikate¹⁰ üle ja mis võimaldavad uurida selle variatiivsust. Ent mõningaid kitsendusi oli veel. Valimisse on võetud üksnes näituste pressiteated. Välja on jäetud administratiivse ja korraldusliku sisuga avalikud teated näituse küllastajatele, samuti näitusi eelutvustavad teated ja varieeruva sõnastusega korduskutsed küllastada näitust enne selle sulgemist ning ka publiku- ja haridusprogrammide teave. Läbiv valikuprintsiip on üks pressiteade iga kujutava kunsti näituse kohta EKM-i ekspositsioonis. Pressiteated EKM-i filiaalide kureeritud näitustest välismaal, piiritagustes partnerorganisatsioonides, on valimisse võetud reservatsiooniga ehk ainult siis, kui need võimaldavad uurida Eesti kohaliku kunstipubliku kõnetamist ja diskursiivset konstrueerimist kultuurilise agendina. Diskursiivsed erinevused avalikes pöördumistes kodu- ja välismaise kunstipubliku poole on ilmsed, need pakusid olulist teavet ka kohaliku kultuurikommunikatsiooni

diskursiivsel profileerimisel, ent see, komparatiivsem kultuurianalüüs, eeldaks valimi laiendamist mahuni, mis ületaks väitekirja võimalused ja peamised uurimiseesmärgid. Sellest johtuvalt on valimisse pääsenud pressiteadete peamiseks tunnuseks tutvustatava näituse toimumine Eestis, EKM-i filiaalide asupaigast tulenevalt eranditult Tallinnas. Nende valikute tulemusel on nimetatud ajavahemikust lõppvalimisse jäänud 224 pressiteadet

Kummati ei lõppenud valimi kitsendamine sellega. Ma ei ole väitekirjas pressiteateid üldjuhul terviktekstidena vaatluse alla võtnud. Nende funktsioon ajakirjandusliku teavitava tekstina ei pälvi väitekirjas tähelepanu. Selle asemel olen neid käsitlenud avalike kultuuriliste tekstidena, mille roll on uudise edastamise kõrval ka publiku kultuurilise enesemääramise taastootmine. Eristuse kahe nimetatud tekstitüübi vahel olen väitekirjas teinud ajakirjandus- ja diskursusetooria toel. Esimeses on pressiteade vaadeldav uudisena, mille tekst on struktureeritud ajakirjandusliku tähtsuse järjekorras kui tagurpidi pööratud püramiid. Esimesena on pealkirjas ja juhtlõigis antud suurima uudisväärtusega teave, järgmistes tekstilõikudes aga kahaneva ajakirjandusliku kaaluga lisandused — uudise kultuuriline kontekst. Just selle tõttu olen pressiteate väitekirjas defineerinud diskursusena, Teun A. van Dijkilt sõnastust laenates kui „teksti kontekstis“.¹¹ Konteksti mõistet olen selles väitekirjas kasutanud kitsas sõnasõnalises tähenduses — see on kaastekst, mis aitab mõista pressiteate uudisliku osa kultuurilist taustsüsteemi. Väitekirja valimis on läbiv uurimisobjekt just kontekstid, pressiteateis korduvad püsivad kultuurilised taustsüsteemid, ajakirjandusliku uudise püramiidstruktuuri ahtake alumine teravik, milles toimub huvipakkuv semiootiline maalritöö: laiema lugejaskonna paigutamine ühisesse, sotsiaalselt jagatud reaalsustõlgendusse.

Vastused uurimisküsimustele

Vastused küsimustele eesti kultuuri enesekirjelduse sarnasuse kohta koloniseeritud kultuuride omaga saavad olla vaid interdistsiplinaarsed ja eri uurimisprogrammide lõikepunktides selguvad tõdemused.

¹⁰ Kujutava kunsti praktikatele annan *ad hoc* definitsiooni. Need on minu käsitluses valimi kirjeldused sellest, mida kunstnikud, vaatajad ja kunstiteosed teevad ehk mida on nende kohta öeldud ehk millised on nende predikaadid.

¹¹ Teun A. van Dijk. Ideoloogia. Multidistsiplinaarne käsitlus. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2005, lk 236.

Need sündisid teksti tõlgendamise tulemusel kolmes kultuuriuurimuslikus perspektiivis. Esmalt võtsin väitekirjas tekstianalüütilised leiud vaatluse alla kultuurimälu uuringute vaatenurgast. Siin küsisin läbivalt seda, kuidas eelistatakse 21. sajandi Eestis oma kunstiajalugu mäletada, unustada ja tagantjärele revideerida nii, et sellest moodustuks mineviku moraalne kokkuvõte, mis toetab oleviku sotsiaalmajanduslikku korraldust. Seejärel allutasin tekstianalüüsi tulemused postkolonialistlikule tõlgendusele, et veelkordses ülelugemises tuvastada praegustes eesti kultuuri enesekirjeldustes avalduvaid hegemoonilisi võimusuhteid teiste kultuuridega, eeskätt Lääne-Euroopaga. Kolmandaks tõlgendasin pressiteateid neoliberalismikriitiliste kultuuriteooriate probleemiseades, et tuvastada uus kultuurilise hegemoonia kaasus — neoliberaalsete kultuuriväärtuste levik. Viimase tõlgendava ülelugemise võtsin ette kõrgendatud poliitökonoomilise tähelepanuga küsimusele selle kohta, kas neoliberaalsed põhimõtted, eeskätt radikaalse turumajandusliku liberalismi ning loomemajanduse alustõed on lisaks poliitikale, majandusele ja sotsiaaliale kanda kinnitanud ka eesti peavoolukultuuri avalikes enesekirjeldustes. Tõlgenduste tulemused kinnitasid tuntud triviaalseid tõdemusi, laiendasid kultuurianalüüsi normaalparadigmades valitsevaid arusaamu ja osutasid ka uudsematele teemadele, mis sinna alles sisenevad. Esitan tõlgenduste tulemused järgnevalt kokkuvõtlikult, liikudes teada-tuntud seisukohtadelt uudsemate avastuste poole.

Kultuurimälu uuringutes on triviaalseks põlistunud tõdemus, et ajalugu kirjutatakse olevikust mineviku poole, sooviga näha end minevikus ja muuta pigem minevikku kui ennast. Väitekirjas sedastasin, et teisiti pole see ka kunstiajaloo kehtivates narratiivides. Avalik kultuuriline enesekirjeldus, mida aastakümne jagu Eesti Kunstimuuseumi pressiteateid Eesti kunstist ja selle ajaloost pakub, on kirja pandud vaatepunktist, mis sai valitsevaks Eesti taasiseseisvumise järel. Avastasin, et Eesti poliitiline taasiseseisvumine markeerib ka radikaalset kontseptuaalset katkestust kultuurilise eneserefleksiooni ajakäsitluses. Aastad 1989–1991 on käibel tuntuks muutunud veelahkmena mineviku ja oleviku vahel. Eelnenud aega hinnatakse tagantjärele neil aastail alanud sümbolse ja kestva oleviku valguses, eeskätt poliitilise iseseisvuse, majandusliku liberalismi

ja individualistlike kultuurihoiakute kontekstis. Selle tulemusel on mõningaid minevikuperioode tabanud moraalne hukkamõist (Nõukogude Eesti ja Nõukogude Liidu periood), mõningaid lahknevaid sotsiaalkultuurilisi väärtushoiakuid aga tagantjärele orientaliseerimine, traumatiseerimine (etnotsentrism, rahvuslus) või glorifitseerimine (eurotsentrism, globalism).

1. Millised sarnasused ilmnevad eesti peavoolukultuuri avalike enesekirjelduste ja koloniseeritud kultuuride teoreetiliste kirjelduste vahel?

Postkolonialismi uurimisraamistikust lähtuv tõlgendus võimaldas osutada hegemoonilisele kultuurisuhtele Euroopa ja Eesti vahel. Nimelt varjub pressiteateis teatav kultuuriline allaheitlikkus, milles eesti kultuuri enesekirjeldus on allutatud Euroopast lähtuvale vaatele, sellest seisukohast konstrueeritud ja ka enesehinnangu saanud. EKM-i pressiteateis tuvastatud etnotsentrismi, eurotsentrismi ja globalismi kultuuridiskursused esindavad eri arusaamu Euroopa kultuurist, selle ajaloost ja praegusest korraldusest. Kummati iseloomustab kõiki nimetatud diskursusi akuutne ja selgesti artikuloidud veendumus Eesti kuulumisest terminiga „Euroopa“ markeeritud kultuuriareaali ääremaale ning ka veendumus vajaduses joonduda nimetatud areaali „tuumkultuurides“ toimuvate arengute järgi. Samuti ühendab neid sarnane arusaam eesti kultuuri agentsusest. Nimelt on kõigis nimetatud kultuuridiskursustes eesti kultuuri kandev jõud nn hõlmatud autsaider — teatud koloniaalse tõerežiimi pinnalt rääkima sunnitud hübriidne subjektsus. See subjektsus rajab oma positiivse minapildi provintsiaalsuse stigmadest koosneva kaleidoskoopilise mosaigina, teeb seda eemal asuva kultuurilise metropoli vaateväljas ning võtab omaks kujutletud metropolist avaneva vaate kui isikliku identsusnarratiivi. Etnotsentristlikus kultuuridiskursuses avaldus see eeskätt Eesti kunstipraktikate ilukirjanduslikus kirjeldamises perifeerse osana suuremast lüroepilisest kultuurimaastikust, mis hõlmas Skandinaaviat ja Põhja-Euroopat. Ka avaldus selles diskursuses teatav borealism, identsusnarratiiv, milles eestlased konstrueeritakse Põhjamaa rahvana, reministsentsina 18. sajandi Saksa koloniaaldiskursusest, milles Balti rahvaid ja eestlasi nimeliselt on kujutatud Euroopa tsivilisatsiooni põhjaserval elutseva külmakartmatu hõimuna. Eurotsentristlikus

kultuuridiskursuses toimub sellise kultuurilise rassismi, nn kultuurrahvuste ja nn hõimude segregatsiooni avalikum põlistamine. Nii baltisaksa romantismi kui ka eesti rahvusliku modernismi uuendusi saadab provintsiaalne eneserefleksioon, milles rõhutatakse tahtmatult geograafilist distantssi Euroopa kultuurimetropolidest ja vajadust ületada sellest tulenevat enda „kultuurilist mahajäämust“. Globalistlikest väärtusprioriteetidest lähtuvas kultuuridiskursuses ilmneb geograafiline segregatsioon aga veelgi aredama kontuuriga. Siin nähtub ka messianistlik soov lõimida kohalikku kultuuriruumi rahvusvahelisega. Küll aga esildub selgemini uus individualistlik väärtusprioriteet: kunstnike isiklikud karjäärirajad ja personaalne edukus globaalse mastaabiga kunstiüritustel, biennaalidel ja triennaalidel. Senine niigi provintsiaalne minapilt radikaliseerub veelgi, Eesti ilmub globalismi kultuurilistes enesekirjeldustes ainult kui äratõukekoht, kunstniku oodatava üleilmse eduloo tähtsusetu alguspunkt.

2. Millised sarnasused ilmnevad eesti peavoolukultuuri avalike enesekirjelduste ja neoliberaalse kultuurikorralduse teoreetiliste kirjelduste vahel?

Kõige selgesõnalisemaid vastuseid väitekirja teisele keskele uurimisküsimusele pakkus globalismi kultuuridiskursus. Siin selgus, et neoliberalismikriitilise tõlgendusraja tulemused toetavad mäluajalooliste ja postkolonialistlike tõlgenduste tulemusi. Mäluajalooline uurimisperspektiiv võimaldas jälgida pressiteateis Eesti mineviku ja kunstiajaloo ümberhindamist ja -kirjutamist vaatepunktist, mis pääses maksvusele alles Eesti taasiseseisvumise järel 1991. aastal. Postkolonialistlik tõlgendus lubas osutada, et kõnealune vaatepunkt sisaldab kultuuriliselts allaheitlikke, hegemoonilisi võimusuhteid Euroopaga, Eesti ametlikku ja vabatahtlikku kirjeldamist Euroopa mahajäänud ääremaana. Neoliberalismikriitiline lähenemisnurk lubab lisada, et selles hegemoonilises võimusuhtes toimub ka neoliberaalse väärtusprioriteetide kultuuriline import, seda just globalismi kultuuridiskursuse korduvates viidetes sellele, mis „Euroopas“ ja „lais maailmas“ väidetavalt tavaks on.

Selgeimalt ilmnes selline retoorika kaas- aegse kunsti näituste pressiteadetes ja kolme

kultuurindikaatori (kultuurimaastike, kollektiivsete identsusnarratiivide ja kunstnike subjekti- positsioonide) varieerumises.

Kultuurimaastikud.

Milline on valimitekstides tooni andev ruumitaju ja selle varieerumine?

Globalismi kultuuridiskursuses saab selgeima sõnastuse prekaarsuse apoloogia, keelefiguurid, milles Daniel T. Rodgersi sõnul annavad tooni „nõrgenenud metafoorid ühiskonnast“. ¹² Kui kujutlustes Eesti etnosentristlikust minevikust olid kunstipraktikad osa kogukondlikust sotsiaalsest korraldusest ja moraalist, siis Eesti esimese poliitilise iseseisvumisega kaasnenud kultuurilises narratiivis asus domineerima rahvusliku eliidi diskursus. Kunst ja kultuur tervikuna on kirjeldatud rahvusliku intelligentsi ja meie vaimuinimeste eksklusiivse pädevusena, millel on europsentristlik roll: kohaliku rahvusriikliku kultuuriruumi tihedam lõimimine Lääne-Euroopa omaga. Eesti teistkordse poliitilise iseseisvumisega pressiteateis maksvusele pääsenud globalismi kultuuridiskursuses hajub aga kunstipraktikate ümbert ka rahvusriiklik tajuhorizont. Kogukondlikkuse ja rahvusriigi ideestikku asendab uus arusaam kunstipraktikaid ümbritsevast keskkonnast. Selleks on valitsev veendumus üleilmsest volatiilsusest, sotsiaalsest pidetusest ja katkematust sotsiaal-majanduslikust kriisist kui uuest isetoimelisest normaalsusest, keskkondlikust etteantusest, millega tuleb kohaneda nagu loodusliku paratamatusega. Pressiteateis toimub sotsiaalse ebakindluse vargne normaliseerimine taustsüsteemiks, milles nõutab endale meediatähelepanu globaalse haardega *lingua franca* — kaasaegne kunst. Nimetan seda tausta ja teksti suhet neoliberaalseks järgmisel põhjusel. Ebaturvaline ja heitlik elukorraldus on pressiteateis naturaliseeritud loomulikuna, selle keskkonna kriitika asemel annab kaasaegse kunsti kõneaines tooni küsimus selle kohta, kuidas volatiilsel maastikul ellu jääda ja silma paista. Pean seda riskide sotsialiseerimiseks kultuuri egiidi all — riskide kaalumise, võtmise ja maandamise ümbersõnastamiseks inimese (kunstniku) enda eluliste valikute ja vastutusena, mitte heitliku elukorraldusega kaasneva sotsiaalse sunnina.

¹² Daniel T. Rodgers. *Age of Fracture*. Boston/Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press, 2011, lk-d 3–11.

Kollektiivsed identsusnarratiivid.

Millist sotsiaalset rühma kuuluvust, sotsiaalset käitumist ja sotsiaalset korda on valimitekstides seostatud kunstipraktikatega?

Valimi analüüsist selgus, et Eesti taasiseseisvumise lugu on üksiti ka kultuurilise globaliseerumise lugu ja see omakorda sotsiaalse sidususe haihtumise lugu. See annab põhjust peale individualiseerumisteooriate¹³ meenutada ka Bourdieu nägemust neoliberalismist kui „kollektiivide metoodilise hävitamise programmist“.¹⁴ Nimelt võis täheldada, et etnotsentristlikus kultuuridiskursuses on rahvustervikluse ja sotsiaalse egalitarismi ideestik olulisel kohal. Eurotsentrismlis, baltisaksa ja modernismi all-diskursustes ning valdavalt Eesti esimese poliitilise iseseisvuse aegruumis asendub see aga klassivahede ja kultuurilise elitarismi retoorikaga. Berliini müüri langemisele järgnenud kestvas olevikus pihustub aga seegi hierarhiline kodanikuühiskond egoistlikult kaalutlevateks indiviidideks. Ka see diskursiivne muutus sobib illustreerima Rodgersi „nõrgenenud metafoore ühiskonnast“¹⁵ kui neoliberaalsuse kultuurilistest indikaatoritest.

Valimis pakkus sellele tõlgendusele empiiriliselt tuge tõsi, et eesti peavoolukultuuri väidetav sotsiaalne kandepind aheneb pressiteadetes oleviku aegruumile lähenedes kaasaegsete kunstnike endi isiklikeks karjäärirajateks. Esiteks, globalismidiskursuses ei esinda ega moodusta kunstnikud loetavasti mingeid sotsiaalseid rühmi, välja arvatud *ad hoc* kooslused näituste produseerimiseks. Igasugune sotsiaalne rühma kuuluvus on selles diskursuses diskrediteeritud samadel alustel nagu kuulumine mõnda kontekstuaalsesse kultuurimaastikku — teadvustatud riskina tunnetuslike ettekirjutuste tekkeks. Teiseks iseloomustab globalismidiskursuses kunstnike sotsiaalset käitumist konkurentsivalmidus, sõjakas saavutuseetika ja personaalse edu eelistamine sotsiaalsele muutusele. Selline retoorika avab neoliberalismi kultuuriteoreetilised perspektiivid, nimelt arusaamad kultuurist

kui ratsionaalse ja strateegilise planeerimise objektist, võistlusest ja personaalse sotsiaalse staatuse edendamise vahendist. Kolmandaks, elitaarsuse all-diskursus pole globalismis kuhugi kadunud. Hoolimata korduvatest sotsiaalse pidetuse metafooridest globalistlikes kultuurimaastikes näib neis sündivat konkurentsi tagajärjel edukama õigusel rajanevat meritokraatlik seisuseühiskond (vt kultuuriagentide subjektipositsioonid allpool). See ei lase vaadata mööda isiklikel saavutustel rajaneva neoliberaalse seisuseühiskonna ideestikust, milles kultuurilise kapitali kontsentreerumine ühiskonna ladvikusse on legitimeeritud agentide väidetavalt erilise sünnipärase loomeandekusega.¹⁶

Kultuuriagentide subjektipositsioonid.
Millisena on valimitekstides kirjeldatud kunstnikku, vaatajat ja kunstiteost?

Valimis on kultuurilise tsiviliseerumise lugu üksiti ka kunstipraktikate ratsionaliseerimise ja instrumentaalseerimise lugu. Nimelt ilmuvad globalismidiskursuses kunstnike predikaatide hulka tururatsionaalse kaalutlemise atribuudid. Kirjeldused kunstnikest lähenevad juhuti kujutlusele nn strateegilisest kaalulejast, Chicago Ülikooli turuliberaalses käitumissotsioloogias keskseks kontseptsiooniks kasvatatud *homo economicus*'est, kelle sotsiaalne käitumine on tervenisti allutatud nn isikliku inimkapitali kulutõhusale investeerimisele personaalsesse elurajate, ratsionaalsele kalkuleerimisele ja riskihaldusele.¹⁷ Bourdieu'lt pälvib selline arutluskäik raevuka kriitika kui „antropoloogilisi koletisi“¹⁸ sünnitav neoliberalismidiskursus, mis tõrjub analüüsides sotsiaalsed ja kultuurilised parameetrid. Nimelt puuduvad kaasaegsete kunstnike subjektipositsioonis sotsiaalsed sidemed, ka katsed end sotsiaalse kandepinna abil (rahva nimel) diskursiivselt legitimeerida. Solidaarne ja horisontaalne sotsiaalne lõimitus on asendunud nn vertikaalse integratsiooniga. Kaasaegsed kunstnikud on globalismidiskursuses järjekindlamalt integreeritud kujutluse vertikaalsest personaalse

¹³ Anthony Giddens. *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity, 1991; Ulrich Beck, Elisabeth Beck-Gernsheim. *Individualization, Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*. London: Sage, 2002.

¹⁴ Pierre Bourdieu. *Acts of Resistance, Against the New Myths of our Time*. Cambridge: Polity, 1998

¹⁵ D. T. Rodgers, 2011.

¹⁶ Richard Florida. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books, 2002.

¹⁷ Gary Becker. *The Economic Approach to Human Behavior*. Chicago: The University of Chicago Press, 1976; Gary Becker. *Human Capital. A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Chicago: The University of Chicago Press, 1993.

¹⁸ P. Bourdieu, 1998.

edu trajektooriga, mille edenemine tähendavat eeskätt lähenemist globaalse meritokraatliku hierarhia tipule. Globalismidiskursusele iseloomulikult esitatakse kaasaegsete kunstnike elulugusid edukudena ning jutustustena sotsiaaldarvinistlikest ja strateegilistest väljakutsetest teel maailma kultuurieliidi absoluutsesse tippu.

Viimati kirjeldatud personaalse edu alldiskursuse analüüs osutab selgesti ka uue tunnetusliku kultuurigeograafia sünnile, mida on märgatud nii postkolonialistlikus kui ka neoliberalismikriitilises uurimisraamistikus.¹⁹ Neis käsitletakse neoliberalismi kui globaalset koloniaalsüsteemi, mis allutab vabaturumajanduslikule radikalismile ja kapitali katkematu akumulatsioonile kõik arengumaad ja nn kolmanda maailma, muutes need arenenud maade majanduslikeks kolooniateks, sealse populatsiooni aga odava tööjõu ressursiks.²⁰ Valimis on täheldatav sellega paralleelne protsess kultuuris ja selle tagajärjed eesti kultuuri tänapäevasele enesekirjeldusele. Nimelt on kultuurilise globalismi diskursuses kunstnik loetavasti seda edukam, mida lähedasmalt on tema ettevõtmised seotud esinemistega ülemaailmsel kunstifoorumitel ning biennaalidel ja triennaalidel. See annab tunnistust kultuurilise ja sümboolse kapitali kontsentreerumisest globaalsetesse metropolidesse. Globalismidiskursuses annab tooni kujutus ülemaailmsetest kunstinaütustest kui globaalsetest mälu paikadest,²¹ mis on piirkondlikelt ja rahvuslikelt kultuurimaastikelt üle võtnud nende senise ruumitunnetusliku rolli. Kui eurotsentrismi esimestes võrsetes võis täheldada Eesti ambivalentset esitlemist nii kohaliku omakultuuri kui ka Euroopa modernismi esindajana, siis nüüd võib täheldada paikkondlikult kitsendatud kujutlusi biennaalikunstnikest, kes ongi ankurdatud totaalsesse kultuurigeograafilisse fantaasiasse

teatud eksklusiivsetes metropolides vallanduvast ülemaailmsest eduloost. Need keelefiguurid loovad laiapõhjalist sotsiaalset ettekujutust kaasaegsete kunstipraktikate kuulumisest eeskätt globaalsetesse kultuurikeskustesse, mis puhtalt maateaduslikus tähenduses asuvad „juhtumisi“ Lääne-Euroopas või Ameerika Ühendriikides, mõne vähese erandiga ka Aasias või Lõuna-Ameerikas asutatud biennaalil. On sümptomaatiline, et globalismidiskursuses ei sisalda kaasaegsete kunstnike personaalsed „eduloost“ naasmist Eestisse, ei kultuurimessianistlikel ega etnotsentristlikel motiividel. Küll aga lansseerivad globalistlikult häälestatud pressiteated ettekujutust Eestist kui kultuurilise tähenduseta jäätmaast, kui kultuurilise *genius loci* kaotanud mittekohast,²² mis sobib vaid lõplikuks lahkumiseks globaalse edu otsinguile.

Kõigis kirjeldatud diskursuseelementides heiahtub laiem kultuuriline kord, milles esilduvad neoliberalismi üldtuntud sümptomid: tsentralistlik geograafiline segregatsioon kultuurilisteks metropolideks ja kolooniateks, sellega kaasnev kultuuriline hegemoonia: vahetegemine nn kultuurirahvaste ja nn hõimude vahel, ka sotsiaalne segregatsioon hierarhiliseks seisuseühiskonnaks, ühiskonna sidususe erosioon, prekaarsuse normaliseerimine ning sotsiaaldarvinismi ja elitaarsuse vargne apoloogia. Nende kogunemine tõhusaks kultuuriliseks narratiiviks on allutatud eufemistlikele diskursusestrateegiatele. Nimelt ei esine neoliberalism uurimisvalimis kunagi deklaratiivse kolonisatsioonimanifestina. See on pigem siivalt kammistatud kultuurilise liberalismi retoorikasse, mis on loomevabaduse sildi all asunud kaudselt demoraliseerima igasuguseid sotsiaalseid lepinguid ning neist tulenevat mentaalset ja käitumuslikku kollektiivsust.

¹⁹ Immanuel Wallerstein. *World-Systems Analysis: An Introduction*. Durham, North Carolina: Duke University Press, 2004; Walter D. Mignolo. *The Darker Side of Western Modernity: Global Futures, Decolonial Options* (Latin America Otherwise). Duke University Press Books, 2011.

²⁰ David Harvey. *A Brief History of Neoliberalism*. New York: Oxford University Press, 2005.

²¹ Pierre Nora. *Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire*. *Representations*, 1989, nr 26, lk-d 7–24.

²² Marc Augé. Kohad ja mittekohad: Sissejuhatus ülimodernsuse antropoloogiasse. Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus, 2012.



RINGHÄÄLING

Teleteaduslik pilk väikese telekultuuri jätkusuutlikkusele

Hagi Šein

Meie soovi teadlaste ja praktikutena mõtestada televisiooni digiajal ehk üldlevinud määratluse järgi ringhäälingujärgsel ajastul komplitseerib meie suutmatust üldistada toimuvaid muutusi, sest digiaja ja digimeedia tekitatu on nii ulatuslik. Lisan konverentsi põhiteemale küsimusi: mis mõttes väike, millised me väikesena suurte seas olla tahame, millised me olla suudaksime ja neljandaks — kuidas neile küsimustele läheneda, et saada rahuldavaid vastuseid, mitte uut mõttesegadust?

Tõdemus, et televisioon on ka digiajal jätkuvalt kompleksne — tehnoloogiline, poliitiline, majanduslik ja sotsiaalne fenomen, seda nii juhtimise kui ka kasutamise vaates, ei paku selleks palju abi. Peakime oma peamist vaatenurka televisioonile Eestis muutma. Teleteadust lugedes pakun, et Eesti televiku käsitluspuntras ja praktilises teekaardis aitaks selgust luua ja väikesele riigile parimaid lahendusi otsida televisiooni käsitlemine eelkõige erilise ja olulise kultuurivormina. Telekultuurina, mille missiooniks on luua ja kanda tähendusi ning pakkuda elamusi, mis siin elavale rahvale tõeliselt korda lähevad ja ühiseks hüveks osutuvad. Olemasolevad telekultuuri teooriad vajavad ringhäälingujärgsel ajal arendamist, aga televisioon kui kultuur on minu arusaamise kohaselt olulisim mõttealus, millel saame globaalse surve all tänast mõttevahetust väiksuse ja suuruse üle arendada. Teadlik kultuuriparadigma valik võiks olla võti, mis avaks Eesti teleprobleemide mõtestamiseks vajaliku uue tasandi ja korrastaks ka meie telepoliitilise, -majandusliku ja loominguksilise mõtlemise fookused. Kultuuriparadigma võiks juhatada meid otsuste ja lahendusteni, kuidas olla suurte seas tähenduslikult

ja väärtuspõhiselt suur ja olla vajalik ka tulevastele põlvkondadele.

Sellest tulenevalt on minu teine oluline veendumus, et on aeg ehitada Eesti televaldkonda käsitlemist mitukümmend aastat juhtinud võistlusliku diskursuse kõrvale eestikeelsete telekanalite poolt loodava kultuuriruumi ühisvaate diskursus. Võib tunduda idealistlik rõhutada koostööd ja kohustuste jagamist turul konkureerijate vahel, aga see näib vältimatu, kui meie siht tagada eesti telekultuuri jätkusuutlikkus on tõsine. Peagi jõustub Euroopa audiovisuaalmeedia teenuste uues direktiivis sisalduv kohustus luua sõltumatu meedia-regulaatorasutus nüüd ka Eestis peaks teenima just seda eesmärki — koos mõelda, mõtestada ja mõjutada Eesti televiku tulevikku kujundavaid tingimusi ja püüda seada need meile kohasteks.

Telekultuuri mõiste

Meie valdkonnas on korraka käibel hulk kultuurimõisteid — digikultuur, audiovisuaalne kultuur, videokultuur, telekultuur ja televisuaalne kultuur. See muudab toimuva mõistmise parajalt keerukaks, sest räägime läbisegi erinevatest, kuigi seotud asjadest.

Telekultuuri mõiste hõlmab eelkõige telekanalite programmide tarbeks institutsionaalselt toodetud professionaalset telesisu, sõltumata selle edastusplatvormidest ja kasutusviisidest. See on kõige kitsam kogu mõisteväljal.

Videokultuuri mõiste on laiem ja hõlmab kõigil audiovisuaalsetel platvormidel toimivaid tekste, nende loomise ja jagamise tehnoloogilisi iseärasusi ja videoruumi arenguid.

Artikli aluseks on Eesti Rahvusringhäälingu ja Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia, kunstide ja kommunikatsiooni instituudi konverentsil (22.–23. november 2018) peetud ettekanne „Väikesena suurte seas“.

Ettekande esitlusslaidid artikli lisaandmestikuga on kättesaadavad aadressil http://www.tlu.ee/~hagi/ERR_konverents_2018_slaidid/.

Televisuaalse kultuuri käsitluses tõusevad esile audiovisuaalsetele tekstidele omased vormi-, stiili-, esteetilised ja kunstilised aspektid, mis on omased sidustuvale televisiooni- ja videokultuurile.

Platvormideülese audiovisuaalse digikultuuri mõiste sobiks katusterminiks kõigile eelnevatele tasanditele ja tähistab kultuurimuutusi, milles osalevad kõik audiovisuaalsed tekstivormid ringhäälingus, kaabeledastuses ja internetis.

Televisioon on mõistena metafoor, mis on kasutusel mitmes omavahel seotud, kuid eristamist võimaldavas tähenduses:

- televisioon kui leviplatvorm ja tehnoloogia,
- televisioon kui institutsioon ehk majanduslikult ja regulatiivselt korraldatud loometegevuse valdkond,
- televisioon kui tekstivorm, kui telesisu, teleprogrammid ja saated.

Üks ei eksisteeri teiseta, need ongi televisiooni põhi-dimensioonid. Nende koostegevuses, sümbioosis ja sotsiaalses praktikas ehk telekasutuses tekib elav ja muudest kunstiliikidest eristuv kultuurivorm. Digiajal püüavad teleteadlased neid dimensioone uuesti mõtestada, mõistestada ja seostada, et uutes oludes televisiooni olemust ja erisust, seega ka telekultuuri (laiemalt videokultuuri ja televisuaalse kultuuri) olemust, muutusi ja arengut selgitada.

Telekultuuris saab eristada subkultuure, mille kõigisse detailidesse käesolevas kirjutises süveneda ei ole võimalik. Aga mida ma rõhutada tahan, on see, et teleolemuse iga komponent on teistega seotud, samas ka suhteliselt iseseisev. Neid võiks vaadelda omalaadse telekultuuri närvisüsteemina, mida ma püüan järgnevalt kirjeldada andmepõhiselt ja seejärel praeguse teleseisundi pingeväljadel.

Andmed

Usaldatav teave õigete otsuste tegemiseks on hädavajalik. Milliseid andmeid meil televaldkonna kohta on, kas need on piisavad ja mida need ütlevad Eesti televaldkonna seisundi kohta? Proovime kiiresti saada ülevaate.

Digiajal on Eestis telekanalite hulk pidevalt kasvanud ja tänaseks on teletegemise loa saanud 21 telekanalit, neist neljale on vaba ja 17-le tingimusjuurdepääs. Võimalik, et kanalite arv on meie

ressursi ja loomevõime piirile üsna lähedale jõudnud. Pakutav saatemaht on seitsme digiaastaga (2011–2017) kasvanud kaks korda.

Eestis on suuremate ja väiksemate tegijatega moodne telekommunikatsioonisektor, mis tegutseb edukalt olemasolevates mitmekesistes eestikeelse tele- ja meediasisuga teenustepakettides kõigil platvormidel: reaalajas, ajanihkes ja mobiilselt. Lisaks pakutakse ligi 400 välismaist telekanalit. Meil on arvukalt portaalitelevisioone. Tekkinud on ka esimesed arhiivipõhised kanalid. Aga veel on arenguruumi — Eesti filmi- ja telepärandis on kümneid tuhandeid teoseid, neid sünnib päev-päevalt juurde ja neile ligipääsu pakkumises läheb lähitulevikus nn Estflixide pärast tõsiseks rabelemiseks.

Reklaamituru maht tasapisi kasvab, ent suuri lootusi tegusamaks teleteoks ei paku. Telereklaami mahu tõusukõver on liiga lauge, et omaprogrammi kvalitatiivset hüpet ja arengut toita (21 miljonit eurot 2009. aastal, 25 miljonit igal aastal 2014–2017).

Eestis maksab iga inimene kaupade ja teenuste reklaamimise eest kaks korda rohkem kui Lätis ja Leedus (2017. a Emor Kantari andmetel vastavalt 77, 41 ja 39 eurot), aga turu maht on väiksem, sest rahvast on Eestis oluliselt vähem. Telereklaami osakaal on viimastel aastatel püsinud stabiilne. Reklaamikulutustes on suurenenud interneti ja vähenenud ajalehtede osakaal. Suuremad eratelekanalid töötavad viimase suure majanduslanguse järel juba pikemat aega mõõduka kahjumiga, mida nende omanikfirmad suudavad siiski taluda, iseasi, kui kauaks ja millistel tingimustel neil tugevusvaru on.

Oleme tehnoloogiliselt arenenud muu maailmaga ühte jalga. Võtsime Euroopast üle duaalse era- ja avalikõigusliku telekorralduse printsiibid, aga selle mudeli rakendamispraktika ei ole Eestis andnud Lääne-Euroopaga sarnaseid oodatavaid tulemusi ja on pigem raskendanud täita väikesele riigile olulisi mitterakenduslikke kultuurilisi eesmärke.

Eesti päästis oma eratelekanalid

Väike riik ja väike turg tingis selle, et meie ringhäälingupoliitilised otsused on 27 aastat teadlikult toetanud erakanaleid. Loetlen kümme peamist otsust:

- suurimad lubatavad reklaamimahud ja praktikas sageli ka üle selle,

- välisomanike omandiosa piirangutest loobumine,
- ETV tõrjumine reklaamiturult,
- kanalite arvu piiramine pärast TV1 pankrotti,
- seadusega vastuollu mineva meediakontsentratsiooniga leppimine,
- kanalite litsentsimaksust vabastamine,
- luba vähendada *prime time*'is Eesti toodangu osakaalu,
- õigus küsida retransleerijatelt oma sisu eest rahalist kompensatsiooni,
- kümne aasta pikkused litsentsid viieaastaste asemel,
- rahulik teadmiseks võtmine, et mõlemad suurkanalid lahkuvad vabalevist.

Lisaks kõigele veel ka leebe järelevalve.

Suuremate koormiste või programmiliste kohustustega poleks kvaliteetne erateleviseioon nähtavasti toime tulnudki ja selle liberaalse vihmavarju poliitika lõpptulemus on positiivne – Kanal 2 ja TV3 on alles, nad annavad väljundi Eesti telekultuurist olulisele osale, teletegijad saavad tööd ja suur osa Eesti elanikest veedab koos nende kanalitega oma teleõhtuid. Tuleb leppida, et erateleviseiooni tegemine on Eestis võimalik vaid suurte meediakorporatsioonide ja paratamatu meediakontsentratsiooni tõttu. Turusituatsiooni pingestumine digiajal sunnib erakanaleid ja erameediat nõudma jätkuvaid eesõigusi.

Rahvusringhäälingule pole jätkunud samaväärset tähelepanu

Rahvusringhäälingu toetuse muutumine riigi riikuse kasvu taustal pole rahuldav. Kümne aastaga (2008–2018) on riigieelarve kulud kasvanud 88%, rahvusringhäälingu tegevustoetus aga 14%. Kuuekordne vahe tundub liiga suur, arvestades seda, et ERR on selle kümne aastaga käivitanud kaks uut kanalit ja toodab hulgaliselt portaalisisu. Peame tõdema, et riigi praeguses arengufaasis pole me tunnetanud rahvusringhäälingut prioriteedina. Ilmselt ise seda teadvustamata pärsime sellega rahvusliku telekultuuri arengut.

Teades, et Euroopa meediapoliitika liberaliseerub veelgi, tuleks nüüd otsustada, et ka rahvusringhäälingut peab toetama sel määral, et selle peamiselt kultuuriline missioon saaks paremini teostuda. ERR-i arengukavadest, mida aasta-aastalt koostatakse, leiab piisavalt argumente, millele toetudes saab rahvusringhäälingut lähiaastatel võimendada ja muuta ta Eesti kultuurikeskkonnas kaalukamaks osalejaks.

Rahvusringhäälingu arendamisvajadused ei piirdu tegevus- ja investeerimistoetuse kasvu vajadustega. Meie teadlaskonna arvamus on, et kümme aastat kehtinud rahvusringhäälingu seadus on aegunud, et poliitiliselt kokku pandud ringhäälingunõukogul ei ole meediapoliitilist mõjujõudu ja et ERR-i rahastamise põhimõtteid tuleb muuta. Neljast Euroopas tunnustatud avaõigusliku televisiooni rahastamise tingimusest — stabiilsus, sõltumatus, proportsionaalsus ehk piisavus oma missiooni täitmiseks ja läbipaistvus — oleme hästi suutnud täita vaid neljandat. Õppigem naabritel: Leedus fikseeriti seadusega rahvusringhäälingu toetuseks 1,5% maksutuludest ja lisaks 1,3% aktsiisist. Aga stabiliseerivaid mudeleid on Euroopast eeskujuks võtta küll ja veel.

Eesti vajab kultuuri- ja identiteedikeskset meediapoliitilist selgroogu. Euroopa audiovisuaalvaldkonna direktiivi ülekandmine meie meediateenuste seadusesse järgneva 21 kuu jooksul peaks toimuma ennekoike meie kultuurivaldkonna huvides. Indrek Ibrus¹ on õigustatult osutanud kahele ohule, mis tekivad selle direktiivi kaalutlemata ülekandest väikeriiki. Esimene on ideoloogiline ja väärtuspõhine, mis seotub Eesti kultuuripoliitiliste eesmärkide ohverdamisega turuliberalismile ja globaliseerumisele. Teine tuleneb suurte riikide ja kultuuride keskest lähenemisest, mis piirab Eesti-suguse väikese riigi vabadust kujundada oma rahvuslikku meediakorraldust ja tagada selle jätkuvus. Lisaksin omalt poolt, et ressursside piiratus surub kõigile Eesti telekanalitele liigselt peale ka reitinguahistuse, samal ajal kui digiaja televisiooni arenguloogika osutab vajadusele kõnetada hoopis üha täpsemalt määratletud siht-, niši-, maitse- ja mikroauditooriumeid.

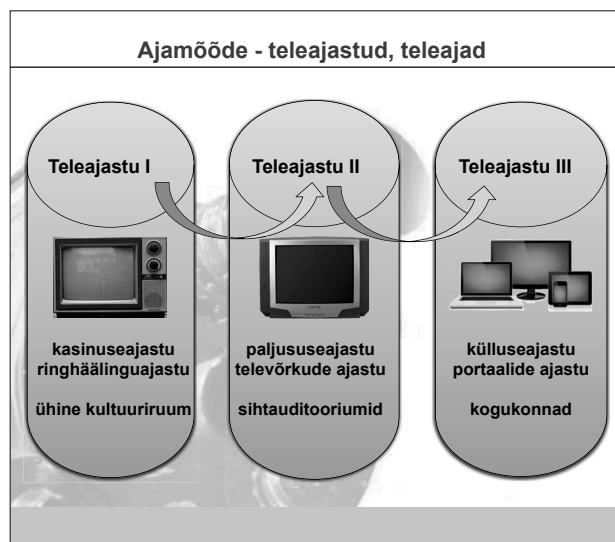
¹ Indrek Ibrus. The EU Digital Single Market as a Mission Impossible: Audio-Visual Policy Conflicts for Estonia. — International Journal of Digital Television, 2016, Vol. 7, nr 1, lk-d 16–17. Vt ka Andres Jõesaar. The Winding Road on the Media Landscape: The Establishment of Estonian (Television) Broadcasting between 1992 and 2016. — VIEU, Journal of European Television History and Culture, 2017, Vol. 6, nr 11, lk-d 113–123.

EL on siiski jätnud palju liikmesriikide otsustada, aga seda suveräänsust ja iseotsustamise vabadust pole me seni oma meediasektori eesmärkide ja vajaduste jaoks kuigi jõuliselt kasutanud. Eesti väljakutse televaldkonnas on tasakaalu leidmine majanduslike ja kultuuriliste eesmärkide vahel. Otsustajatel peab koos majanduskõrvaga töötama ka kultuurikõrv ja vastav kooskuulmine. Kuuletumine suuremale ja võimupositsioonil olevale on meile küll ajalooliselt omane, aga suur astub enamasti sammu tagasi, kui väike on järjekindel ja kaitseb oma kultuurilisi eelistusi. Meie teleruumi toetavaid otsuseid ei tule keegi väljastpoolt maha hõikama.

Ajamõõde

Televisiooni mõtestamine ajateljel on väärtuslik seetõttu, et sellel teljel saab tehnoloogia arengut seostada sotsiaalkultuuriliste muutustega.

Suures laastus jaotatakse telearengut peamiselt kolme ajastusse (vt joonis 1). Nende märksõnad on: liikumine kasinusest külluseajastusse; väheste kanalitega ringhäälingust paljukanalise kaudu ringhäälingujärgsesse portaalideajastusse; sisu mitmekesisuse ja seisukohtade paljususe ilmumine; auditooriumide killustumine, ühiskultuurist kogukondadesse liikumine ja kasvav mobiilsus globaalse ja kohaliku vahel. Iga uus keerd arenguspiraalil tekitab uue kohanemislaine nii teleloomes kui ka vaatajaskonna käitumises. On oluline tähele panna, et tehnoloogiliste hüpete järel toimivad paralleelselt



Joonis 1. Televisiooni arengu kolm ajastut

koos nii esilekerkivate, domineerivate kui taanduvate teleajastute tõekspidamised ja kogemused.

Oleme jõudnud telekultuuri arengufaasi, mida iseloomustavad järgmised põhijooned:

- tehnoloogiliselt teenuste mitmekesistumine ja konvergens,
- majanduslikult meediakontsentratsioon, portaalsus ja tellimuspõhisus,
- tarbimises paindlik vaatamispraktika sobival ajal, kohas ja seadmes,
- liikumine viie ekraani pildimaailmas (teler, lauaarvuti, sülearvuti, tahvelarvuti ja mobiil),
- sisupakkumises tohtu kanalite ja saadete valik,
- auditoorses aspektis killustumine ja spetsialiseerumine niši- ja mikroauditooriumideks.

Selles faasis on teleomastes žanrides lugude rääkimise kõrvale võimsalt kerkinud filmilike tele-seriaalide kompleksed loojutustused ja inimeste telekogemus kujuneb lineaarse ja mittelineaarse televoolu kohandamises oma isikliku eluvoolu ja identiteediga.

Protsesside liminaalsus

Praeguse ajaperioodi erisus on, et kõik teleajastud (nii domineerivad, taanduvad kui ka esilekerkivad) toimivad samaaegselt. Toimub audiovisuaalse digikultuuri ühisevolutsioon, milles uued platvormid ja videojagamiskeskonnad püüavad kõik mingis mõttes saada telesarnasteks. Nad taaskasutavad, arendavad, teisendavad ja uuendavad väljakujunenud televisioonile iseloomulikke omadusi ja tekstivorme, loovad ja katsetavad uusi kombinatsioone olemasolevatest elementidest.

Ajamõõtmele keskendudes on huvitav küsida, kas uutes arengutes ja televisioon-kõikjal ilmingutes (*television everywhere*) on juba võimalik tuvastada mingeid püsivamaid muutusi ja korrastumist.

Üks digiaja olulisemaid termineid on *disruption* — eesti keeles „katkestus“, „tõkestus“, „häire“. See tähendab, et enam ei ole nii nagu enne, aga samal ajal ei ole ka veel täiesti teistmoodi. Kultuuri areng ei toimu enamasti hüppeliselt, vaid kulgemisena, mida nimetatakse liminaalsuse seisundiks. Antropoloogias ja ka kultuurikäsitlustes seletatakse seda ülemineku- ehk lävepakuseisundiga — rituaali on sisenetud, aga väljutud veel pole. Kindlasti väljutakse rituaalist

teistsugusena, kui sellesse siseneti. Metafoorselt — naine juba ootab last, aga emaks veel saanud pole, sest laps on veel sündimata. Ma väidan, et ka tele-, video-, televisuaalne- ja digikultuur on praegu veel liminaalses seisundis. Selles üleminekuseisundis võib ilmnedä ülim optimism ja uue tuleviku rõõmus ootus, aga ka pessimism, peataolek, ärevus, ebakindlus tundmatu ees, tõepõhjatuse ja teadmiste asendumine arvamustega, erineva tugevusega ärevustunne.

Kõike seda ka televaldkonnas näeme. Kui leppida kokku, et nimetame paaniliseks seisundiks olukorda, kus ei tea, mida täpselt mõelda ja teha, kuid tahaks kiiresti tegutseda, siis võib tänases teleliminaalsuses eristada kaheksat televaldkonna paanikat:

- televisiooni lõpu paanika,
- televisiooni mõiste hägustumise paanika,
- algoritmipõhise sisujagamise võimu paanika,
- reitingute vähenemise paanika,
- ühtse kultuuriruumi kaotamise ehk identiteedi-paanika,
- uute telepõlvkondade kaotamise paanika,
- väikeste kultuuride suurtele allajäämise paanika,
- Eestis ka vene telekogukonna kaasamise ebaõnnestumise paanika.

Proovin neist olulisemaid lühidalt kirjeldada. Kindlasti tuleb rõhutada, et üleminekuseisundites on alati rohkem küsimusi kui vastuseid. Nende mõistmiseks on vaja teooriaid, andmeid ja üldistusi. On vaja mõtestada telepraktikat. Me oleme paraku lähivaates, peegel on meie silmadele liiga lähedal, katsetuste ja muutuste voog on praegu nii intensiivne, et kaalukamat ja elujõulist osa on hetketendentsidest raske eristada.

Televisiooni lõpu paanika

See algas digimaailma võimsa pealetulekuga alates 2000ndate algusest ja sotsiaalmeedia plahvatusega. Toimus tähelepanu kiire ümberlülitumine *online*-meediale. Sellesse valdkonda liikusid uurijad ja läheb uurimisraha. Tehnoloogiafirmade haip ja eesminejatest kasutajate vaimustus võimendasid digioptimistlikku nägemust, et televisioon, nagu me seda teame ja tunneme, kaob kiiresti. Digirevolutsiooni alguspäevil oli kerge uskuda, et see vana meedium hääbub õige pea. Tänapäeval, peaegu kaks kümnendit digimaailmas toimetanuna

näeme, et seda pole juhtunud. Televisioon on endiselt elujõus, digiaeg on andnud telearengule hoopis uue tõuke, uue hingamise. Kaalukaid tõendeid teletootmise kiratsemisest pole, näeme maailmas pigem pilti televisiooni uuest arengufaasist ja edukast majanduslikust ja funktsionaalsest kohanemisest muutustega. Viimasel kümnendil on paljudes riikides loodud nende teleajaloo parimat sisu.

Uued platvormid ja tehnoloogiad on laiendanud televisiooni kasutust, aga pole seda asendanud. Üha selgemaks saab, et ei YouTube, Facebook, Twitter, Instagram ega Snapchat ei saada televisiooni unustusse ega osutu televisiooni kirstunaelaks, pigem võtavad kasutusse televisioonilikke lahendusi. Uutel ekraanidel televisioonina tajutav on stilistiliselt ja teostuse tasemelt kergesti ära tuntav. Televisiooni on hakatud nägema üha enam olulise osana digitaalsest, sotsiaalsest ja mobiilsest meediatulevikust. Üha enam on põhjust uskuda kalambuuri, et uue-nev televisioon ise ongi uus televisioon.

Televisiooni mõiste hägustumise paanika

On mõistetav, et telelõpu narratiiv tekitas ka teleteaduses arutelu selle ümber, kuidas käsitleda nüüdisaja mitmekesisid audiovisuaalseid meediovorme ja konvergeeruvat sisu, mida erinevatel platvormidel luuakse ja edastatakse. Mida nimetada tänapäeval televisiooniks? Kas televisiooni mõisteline eristamine nüüdismeedias on endiselt võimalik ja mõttekas? Kas konvergens on loonud olukorra, et mõistetest „televisioon“ ja „telekultuur“ tuleks loobuda ja asendada need laiemate ja üldistavamatega — „video“, „videokultuur“ ja „televisuaalne kultuur“, et toimuvat paremini seletada?

Neile küsimustele vastuste otsimise aluses polegi nii lihtne kokkuleppele jõuda — kas tuleks lähtuda pigem meediumide tehnoloogilistest omadustest, meediumide olemuslikust spetsiifikast või hoopis sotsiaalsete ja kultuuriliste funktsioonide erisusest? Teadlased peavad kõiki neid tegureid vastastikuselt seostes arvesse võtma. Sugugi mitte lihtsas diskussioonis televisiooni mõiste üle on viimasel ajal pakutud tervemõistuslikku lahendust, et digimeedia praeguses arengufaasis oleks targem kokku leppida, et televisiooni mõistet pole vaja veel oluliselt revideerida.

Ühelt poolt on kõik digitaalsed vahendajad tehnoloogiliselt kaugnägemise masinavärgid, mis kannavad edasi audiovisuaalset sisu, tulgu signaalneisse seadmetesse eestriist või juhtmetest. Audiovisuaalsed tekstid liiguvad platvormide vahel, ent mediatsioon ja vahendid ise otseselt ei muuda telemeediumi olemust — striimides ERR-i arhiivist või Netflixist professionaalselt toodetud sisu üle interneti või mobiili, kuvades seda projektoriga seinale ja vaadates seda koos või üksi, kasutame audiovisuaalset meediumi, mis on jätkuvalt televisioon ehk kaugnägemine.

Teiselt poolt oleks ehk mõistlik veidi veel oodata ja öelda, et kohati küll telesarnase, aga mitte televisiooni, vaid sotsiaalmeedia tarbeks loodud ja seal ringleva televisuaalse sisu spetsiifiline olemus ja funktsionaalsus selgub alles ajapikku. Seda uuritakse ja mõtestatakse niikuinii, aga asjadel tuleb lasta veel rahulikult küpseda, liminaalsuse faas kestab veel.

Seetõttu võib vähemalt esialgu televisiooni mõiste küsimuse alla panekut võtta rahulikult ja öelda, et elektrooniliste vahendite abil jagatavat institutsionaalset, teleprogrammi tarbeks toodetud audiovisuaalset sisu on pikka aega nimetatud televisiooniks ja see võiks mõneks ajaks nii ka jääda. Tõendeid, et selliselt mõistetud televisioon on jätkuvalt elus ja oluline meedium, mis jääb toimima veel kümnenditeks, on piisavalt. 21. sajandi teisel kümnendil on televisioon jõudnud/jõudmas täiskasvanuikka, mida iseloomustab selgem eneseteadvus, žanriline küpsemine, uue meedia vastasjõu toimel identiteedi tugevnemine.

Aga kahtlus jääb, et varsti pole seda üht, terviklikku „asja“, mida televisiooniks nimetada.

Ühtse kultuuriruumi lagunemise ehk identiteedipaanika

Mõistete üle arutlemine pole niisama targutamine. Just televisiooni saatuse ja kohaga digikultuuris seostatakse märksa olulisemat ohtu, et seni televisiooni poolt aastakümnete jooksul loodud ja inimesi ühendanud kultuuriruum on üleilmastavas mediariiumis lagunemas. See tekitab tõsist muret sotsiaalkultuurilise identiteedi pärast.

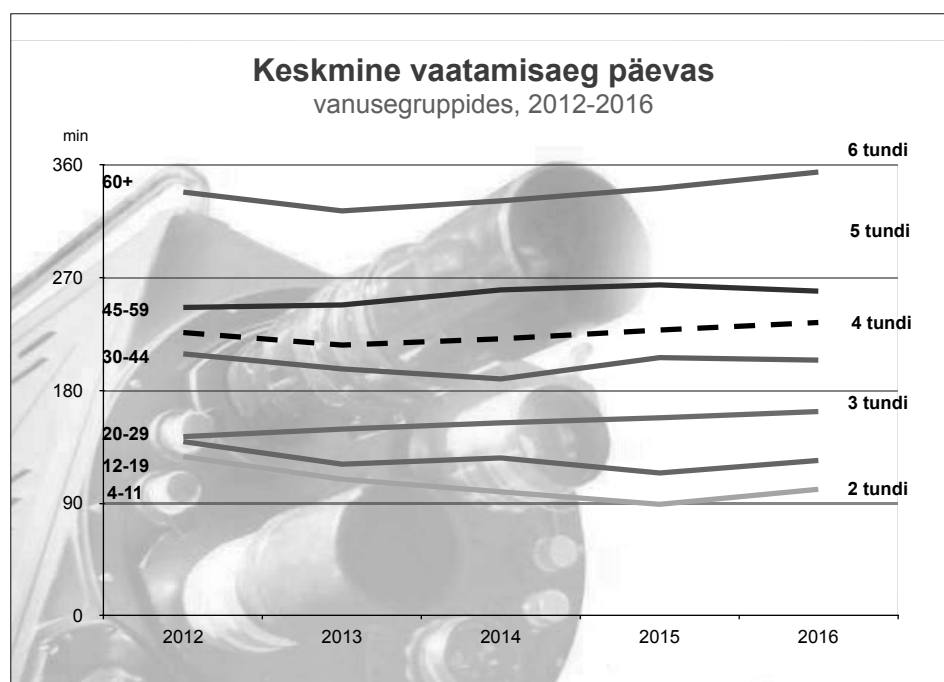
Proovime jälle vaadata andmeid. Inimesed kasutavad endiselt palju telesisu, valdav osa teeb seda

endiselt lineaarses televisioonis. 2016. a tarbis 77% Eesti 15–74-aastastest elanikest videosisu telerist otse.² Järelevaatamine on tõusujoones, 2015–2018 kasvas selle osakaal Kantar Emori andmetel 2%-lt 9%-le televaatamise ajast. See toetab telekasutuse paindlikkust ja aitab personaalset teleruumi mugavalt sisse seada. Võimalus vaadata saateid ajanihkes ja järele on tõeliselt raputav muutus, vabanemine konkreetse eetriaaja sundusest on ehk võimsaim sotsiaalkultuuriline tegur, mis eelseisvaid telemuutusi põhjustab. Kui sellise telekasutuse osakaal kasvab piisavalt suureks, on telemaailm kardinaalselt muutunud. Keskmise televaatamise aeg Eestis on stabiilne, mõneti see isegi kasvab, nagu mujalgi maailmas. Eestlastest televaatajate keskmine on 28 tundi nädalas, 4 tundi päevas. Tõsi, keskmine ei kajasta erisusi vaatajagruppides, kus vaatamiseks kulutatav aeg, vaatamisvalikud ja muustrid on väga erinevad. Vanemate inimeste vaatamisaeg on noortega võrreldes kolm korda pikem (vt joonis 2).

Eestlased koostavad oma isikliku telemenüü valdavalt kolme suurema eestikeelse telekanali saadetest. Selles mõttes töötab eesti teleruum kui tervik.

Eesti telekanalite summaarne katvus ehk kontakt Eesti kanalitega pole märkimisväärselt vähenenud ka nende aastate jooksul, mil sisu- ja suhtlemisplatvormide on palju lisandunud ja enamik maailma suurtest teleportaalidest on nüüd ka Eestisse jõudnud. 2003. a vaatas 93% eestlastest Eesti telekanaleid vähemalt 15 järjestikust minutit nädalas, 2018. aastal oli see 89%. Samas on oluline rõhutada, et iga inimese isiklik valikumuster üle kõigi platvormide on laienenud, osa vaatamisest toimub arvutites ja mobiilsetes seadmetes, mida mõõta veel ei suudeta. Telemöödikud täit pilti enam ei anna. Teame vaid, et viimase kümne aasta jooksul on kaduma läinud 20% Eesti telekanalite vaatajaskonnast, mis tingimata ei tähenda sama suurt vaatajate lahkumist Eesti teleruumist. 2007. a oli Kantar Emori andmetel Eesti telejaamade summaarne osakaal 90% eestlaste televaatamise ajast, 2017. a oli see 69%. Hetkel püsib kaks kolmandikku eesti rahvuslikust teleauditooriumist kanaliteülevalt veel koos. Kas see ka nii jääb, sõltub väga paljude tegurite koosmõjust, mis järgnevatel aastatel meie televikku kujundavad. Mis kindlasti juhtumas on — ka heade eesti

² Meediapäev 2016: Teleauditooriumi mõõdikuring. Aprill 2016. Tallinn: Kantar Emor.



Joonis 2.
Keskmine televaatamise aeg päevas vanusegruppide kaupa 2012–2016.
Allikas: Kantar Emor

telesaadete reitingud hakkavad valikute paljususes langema ja see hakkab telemajandust ebameeldivalt pingestama.

Eestikeelsete teleprogrammide struktuurist on meil küll enam-vähem usaldatav üldine ülevaade olemas,³ mis kinnitab avaõigusliku televisiooni ja erakanalite sisupakkumise erisust.

Kuid telesaadete sisu-, žanri-, formaadi- ja käsitlusuuringute puudumise tõttu pole kellelgi täpset ülevaadet, milline on eesti keeles tehtavate saadete tähendusmaailm, väärtusrõhud, diskursused. Meil pole teaduslikke kirjeldusi ega testimetodeid (nagu nt BBC *value test*) televäljal toimuva täpsemaks sisuanalüüsiks ja hindamiseks. Televisiooni kui tervikobjekti mõistmiseks rahvusliku kultuurikonteksti piires jääb aga vaid reitingutest väheks. Reitingud on telemajanduse, mitte telekultuuri tööriist.

Kindlasti ei tähenda see, et programmitootjad ei toimiks konkreetsetes tingimustes oma parima äranägemise järgi, kogemuse- ja väärtuspõhiselt, kuigi väike turg, majanduslik surve ja ressursside ebapiisavus teevad selles oma paratamatult piiravaid korrektiive. Kõige rohkem kahju on neist juhtumitest, kui programmide võetakse maha väiksema vaatajaskonnaga, aga kultuuriliselt olulised

saated, mida juhtub nii rahvusringhäälingus kui ka eratelekanalites.

Nagu Joonas Hellerma küsib iga „Plekktrummi“ lõpus oma vestluspartneritelt kultuurisoovitus, pakuksin ma kõigis telemajades neil, kelle hooleks on saadete ja programmi üle otsustamine, läbi lugeda Martin Ehala uurimus „Identiteedimärgid. Ühtekuuluvuse anatoomia“,⁴ mis selgitab rahvusliku identiteedi koostisosi, tähendusi ja sisu (vt joonis 3). See on raamat kultuurist, mitte televisioonist, aga te leiaste sellest kõik kultuuriloomes olulised märksõnad, millega väikese telekultuuri jätkusuutlikkust kaaluda.

Uute telepõlvkondade kaotamise paanika

Vahest suurim telemajade murekoht on seotud põlvkondliku vaatega, peamiselt noortega ehk nendega, kes jäävad eluaastatelt esimese suudluse ja esimese lapse vahele. Järgneva kahekümnekolmekümne aasta jooksul lahkuvad põlvkonnad, kelle meediaharjumused on kujunenud digieelsel ajastul. Televisiooni vaatamine nooremates eagruppides väheneb, kodune telekraan on saanud mobiiltelefoni kõrval teiseks ekraaniks. Ent pole põhjust

³ Vt ERR-i aastaaruandeid: <http://info.err.ee/1/avalikteave/eelarvedjaaruanded> ja Eesti Statistikaameti andmebaasi rubriiki Ringhääling: <http://pub.stat.ee/px-web.2001/Database/Sotsiaalelu/07Kultuur/14Ringhaaling/14Ringhaaling.asp>.

⁴ Martin Ehala. Identiteedimärgid. Ühtekuuluvuse anatoomia. Tallinn: Künnimees, 2018.

arvata, et noortel telesisu vaatamise soov kaoks, isegi kui nad ei vaata enam televisiooni kui levikanalit.

On oletatud, et kui praegused alla 30-aastased saavad vanemaks, loovad perekonna ja hakkavad lapsi kasvatama, muutuvad nende telekasutuse mustrid eelnevate põlvkondadega sarnasemaks. Teisalt arvatakse, et nooremad meediapõlvkonnad käituvad sarnaselt neile eelnenutega ja võtavad oma tulevikku kaasa oma kujunemisaastate meediaharjumused, mis pole enam telekesksed.

Tartus 2015. a kaitstud Eva Maria Põldmäe magistritöö⁵ näitab, et 1990ndatel sündinud digimeedia põlvkonna tele-eelistuste komplekt erineb oluliselt neile eelnenud põlvkondadest, kes kasvasid üles trükimeediaga, televisiooniga, laulva revolutsiooni aegse meediaplahvatusega. Nad vaatavad telerit ebaregulaarselt ja valivad peamiselt meelelahutust. Igal juhul on telejuhtides kujunenud veendumus, et võrgumeedias nooremaid põlvkondi kõnetada, peavad kanalid oma sisu viima ja kohandama internetiplatvormidele.

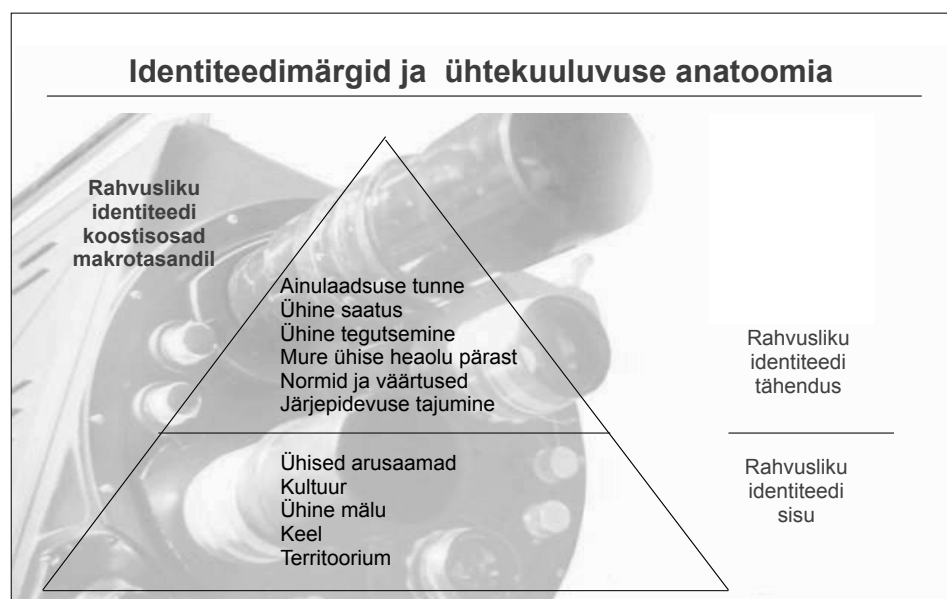
Muidugi on ka nooremates põlvkondades erinevaid telekasutusmalle, televisioon siseneb noorte igapäevaelu, suhtlemisse ja kogukondlikku ellu mitmeti, aga üha enam sotsiaalmeedia ja äppide vahendusel. See muutus tingib, et tele- ja videokultuuri sümbioosi tuleb nüüd märksa rohkem panustada,

skaalat laiendada, tegeleda rist- ja transmeediaga ja platvormideüleselt telesisu jagada, et mitte kaotada põlvkondi ühendavat tähendusruumi. See on tõsine lisakoormus, mis väikeses telekultuuris vähendab ressursse põhikanalite sisu tootmiseks. Digiaja paratamatu surve televisioonile on, et tulevikus tuleb palju mitmekülgsematel viisidel panustada kujuteldava kogukonna kui rahvuse „sümboolse kodu“ ehitamisse.

Noored ei ole siiski ainus spetsiifiline auditooriumigrupp. Nende kõrval peab meie televisioon lisaks leidma jõudu ka venekeelsete vaatajate köitmiseks. Püüd lähendada venekeelse teleprogrammi kaudu erinevaid kultuurikeskkondi on ressursimahukas, ent seni mitte väga edukas.

Väikeste kultuuride suurtele allajäämise paanika

See on samuti seotud põlvkondliku meediakasutuse muutumisega. Kasutajad otsustavad üha enam selle üle, mis suunas telemailm areneb. Pikemas perspektiivis on põhiküsimus, kas määravad tehnoloogia ja majanduslik otstarbekus või humanitaarsed ja kultuuriaspektid. Meie mure võimendub veel seetõttu, et suurte riikide võimalus majanduslikult panustada on väikestest drastiliselt erinev,



Joonis 3.
Rahvusliku identiteedi koostisosad, tähendus ja sisu
Allikas: Martin Ehala. Identiteedimärgid. Ühtekuuluvuse anatoomia (2018)

⁵ Eva Maria Põldmäe. Erinevad põlvkonnad teleauditooriumina 2014. aastal. Magistritöö. Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut, 2015. Vt <https://dspace.ut.ee/handle/10062/47367>. Vt ka ülevaateartiklit sellest tööst. Eva Maria Põldmäe. Erinevad põlvkonnad teleauditooriumina 2014. aastal. — Indrek Ude, Peeter Vihalemm (Toim). Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2015. Tartu: Eesti Akadeemiline Ajakirjanduse Selts, 2016, lk 83–92.

samas kui rahvuslike kultuuriruumide vajadused on printsibiis samamahulised.

Loomulikult aitab meid see, et Euroopa meediapoliitika püüab ühisel jõul oma kultuuriruumi kaitsta, üritades panna maailma suured platvormid väikestele maksma siin kogutud kasumilt, arvestama rahvuslike huvidega ning edendama Euroopa päritolu teoste tootmist ja levitamist, kohustades lülitama oma kataloogidesse vähemalt 30% Euroopa päritolu teoseid.

Aga igal kultuuril on ka oma iseeneslik, loomulik tugevusvaru, kui me seda hooletusest ei kahjusta. Televisioon toimib rahvuslikes kontekstides olemuslikult rahvusliku meediumina. Kultuurivormina on see kogu maailmas tugevasti seotud rahvuslike, riiklike, keeleliste ja kultuuriliste iseärasustega ka digiajal. Vaatajate programmivalikus tuleneb oma toodangu eelistamine selle kaalukusest personaalse ja rahvusliku identiteedi kujunemises. Kultuurilise läheduse printsiiptöötab ja inimesed vajavad ühist kultuuriruumi, mida oma naabritega jagada. Televisiooni kui kultuuri abil taastoodab sotsiaalne struktuur iseennast. Kuni teletegemisel on kaalu rahvusliku identiteedil toetamisel, pole väikese oht suurte mõjuväljas hajuda fataalselt suur.

Algoritmid televisiooni paanika

Digiajastul on ilmnenud tehnoloogilisi arenguvõimalusi, milles televisioonil võib samaaegselt olla mitu tulevikku. Tehnoloogia ja majanduslik otstarbekus loovad vahendid ja võimalused, nende kasutamise viisid aga määrab lõppkokkuvõttes kultuur. Teisiti me ennast ei säästa ega päästa.

Reitingupõhiselt kontrollitaval teletööstusel läheb üha keerukamaks. Reklaamivabade teleportaalide ja nõudeltelevisiooni edu põhjal ennustatakse, et tulevikutelevisioon võib sarnaneda kirjastamisega, kus igale väljaandele planeeritakse teatud tiraaž ja turuosa, mis eeldatavalt toob investeeritud raha tagasi. Samas esitatakse argumenteeritud kahtlusi, et kataloogipõhiseid, soovitusalgoritmidel põhinevaid portaale ei saagi pidada televisiooniks, sest see on pigem konserve vahendav arhiiv või pood, mitte igapäevaelu meiega kaasa elav televisioon.

Kui rääkida videovoogudest, siis ennustatakse, et kõikvõimalikel platvormidel edastatav salvestatud sisu jaguneb kolmeks: suuremahuline üldhuvitav

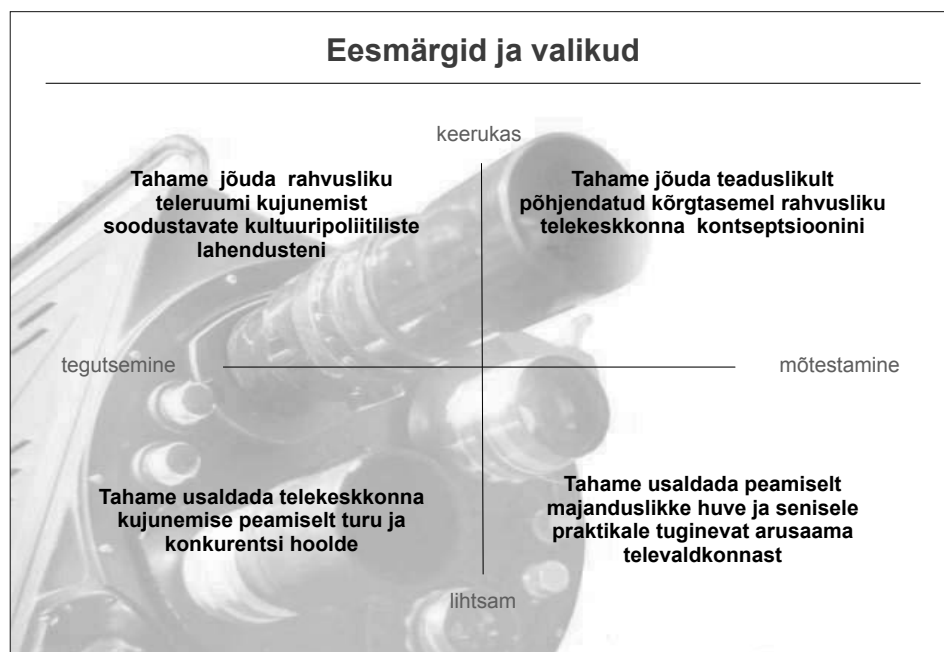
sisu, mis muu hulgas täidab ka tellimuspõhise televisiooni kanalid, sotsiaalse suhtlusega seotud sisu ja lõpuks identiteedipõhine sisu. Iga sisutüübi jaoks tekivad paindlikud ja kasutajate vajadustega kohanavad toiteahelad, mille moodustamisse sekkuvad algoritmid, soovitusüsteemid ja tehisintellekt. Algoritmid hakkavad määrama ka meie käitumist nendes toiteahelates. Kuna see on jõukohane vaid suurtele telekommunikatsioonifirmadele, siis pole ka võimatu, et leiame õige pea mõne Eesti telekanali mõne siinse firma hõlma alt.

Meie probleemiks saab olema selles tulevikus oma kohta hoida. Televisiooni mitme tuleviku kontseptsioonis on kaks olulist asja — esiteks peab keegi erinevateks jagamisviisideks vajalikku head eestikeelset sisu tootma, ja teiseks — televisioon ei saa elada konserveeritud kuivtoidul, alles peavad jääma ka televormid, mis suudavad inimestega nende igapäevaelu reaalses ajahetkes kaasa elada. See viimane on olnud televisiooni olemus. See seisneb iga päev taasloodavas telekeskkonnas, mis elab koos inimestega ja pakub neile kordaminevaid lugusid, mis aitavad maailmast aru saada, end sellesse paigutada ja iseend mõista.

Tulevikku võetakse igal juhul kaasa oluline osa minevikust.

Meie mõtlemis- ja tegutsemisvalikud

Pingelise telekultuuri muutmisvalikute keskkonna saab asetada kas keerukama või lihtsama mõtestamise ja tegutsemise nelikväljale (vt joonis 4). Kõige lihtsam tegutsemisviis on see, kui jätame oma telekeskkonna kujunemise peamiselt turu ja konkurentsi hoolde. Asi on keerukas, kui eesmärgiks on jõuda rahvusliku teleruumi kujunemist soodustavate kultuuripoliitiliste lahendusteni, mis sobiksid euroopalikku heaoluriiki toetavate ideedega. Edasi — kuna tulemuslik tegutsemine eeldab mõtestamist ja veendumusi, on ka siin lihtsam ja keerukam valik. Lihtsam on, kui usaldada peamiselt majanduslikke huve ja kuuletuda senisest praktikast johtuvatele arvamustele. Keerukas mõtlemis- ja uurimisülesanne on see, kui eesmärgiks on jõuda kõrgtasemel rahvusliku telekeskkonna teaduslikult põhjendatud kontseptsioonini, mis toetaks kogu Eesti kultuuri jätkusuutlikkust ja mille me suudaksime konsensuslikult omaks võtta.



Joonis 4.
Telekultuuri muutmise
eesmärgid ja valikud

Et Eesti telekultuur töötaks edukalt rahvuslike ja personaalsete identiteetide toetajana nii tähenduste looja, elamuste pakkuja kui ka rahva ühendajana ning säilitaks võimekuse taastoota meile olulist sotsiaalkultuurilist ruumi, tuleb hoolt kanda kvaliteetse eestikeelse telesisu tootmise jätkusuutlikkuse eest, luues selleks vajalikke tingimusi digitaalsel kultuuriväljal. Ainult turujõududele toetudes võivad meil tekkida raskused ja rahvusliku telekultuuri arendamise eesmärk võib ka nurjuda.

Lõpetuseks

Kui tuua militaarne paralleel, siis Eesti armee peaks vastu pidama liitlasvägede saabumiseni. Televisiooni tegemiseks ega ka oma telekultuuri hoidmiseks meil liitlasvägesid pole. Loeb ainult oma keeles ja meeles loodud telesisu.

Eesti jätkusuutlikkuse usk on kultuuriusk. Televisiooni käsitlemist ennekõike kultuurivormina peaks meil seetõttu olema kerge omaks võtta. Kõik, kellest

see oleneb, peaksid panustama rahvuslikku identiteedihooldu ja oskama seda suunata. See positsioon ei tule kätte teadliku pingutuseta ehk metafoorselt öeldes peaksime ka televaldkonnas mikitalikult mõtlema hakkama.

Arvan, et digiajastu alguse liminaalsusest ei välju me nii, et oleme kaotanud oma personaalsetes virtuaalsetes meediaruumides toimetades vajaduse ühisosa ühiste elamuste, ühiste lugude ja tähenduste, Eesti meele ja eesti keele järele. Kui oma on kõigil tasanditel läbi tunnetatud, siis suudab telekultuur siduda hargnevad ja killustuvad auditoorsed fragmendid ka üle platvormide. See jõud on kultuuris olemas. Kultuurihoid on ainus garantii, mis väikese suurte seas alles hoiab ja mis sunnib meid pingutama ning muredes või häda korral kokku hoidma. Ma tahaksin mõelda, et seob niikuinii. Ja kui see ei peaks siiski nii minema, siis oleme loonud juba hoopis teistsuguse maailma, milles algab uus liminaalsus.

Ristmeedia avalikus ringhäälingus: tootjate ja auditooriumide heitlus

Alessandro Nani

Tänapäevasel meediamaastikul on arvukalt nii traditsioonilisi kui ka uusi audiovisuaalide tootjaid. Ühest küljest ajendab see ringhäälinguorganisatsioonid uurima televisiooni ja interneti koostöö võimalusi ning teatud juhtudel ka nende ja muu meedia vahelise sünergia võimalusi.¹ Teisalt võimaldab see auditooriumidel tõlgendada meediasõnumeid väga mitmekülgset. Uurimuses keskendun avaõiguslikule meediale, mis kasutab ristmeediaproduktiooni viise ja erineb sellega klassikalisest lineaarsest ringhäälingust.

Siinse väitekirja eesmärk on vaadelda, kuidas tootjad auditooriume kontseptualiseerivad, ning uurida erinevusi ja sarnasusi, mida ideaalne publik võiks oodata meediaüleste tekstide tõlgendamisel. Lisaks on eesmärk uurida, kuidas tegelik auditoorium selliseid tekste omaks võtab.

Töös käsitletakse kiirelt muutuval meediamaastikul Soome ja Eesti avaliku meedia tootjate ning auditooriumide suhet kindlas ajavahemikus, täpselt aastatel 2016–2017.

Väitekiri koosneb sissejuhatavast artiklist, millele tugineb ka sinne kokkuvõte, ja neljast artiklist (edaspidi *uurimused*): „Blurring boundaries, transmedia storytelling and the ethics of C. S. Peirce“ (I uurimus), „I produce for myself“: Public service media, cross-media ja producers in today’s media eco-system“ (II uurimus), „Exploring cross-media practices in two cases of public service media in

Estonia ja Finland“ (III uurimus) ja „Searching for public value in innovation coordination: How the Eurovision Song Contest served to innovate the public service media model in Estonia“ (IV uurimus).

Väitekirjas esitatakse ainulaadne televisioonis loodud ristmeedia produktsioonide mudel (II uurimus). See lähtub sotsiaalkultuurilisest lähenemisest ja põhineb väljakujunenud teoreetilistel raamistikel. Sellega annab töö panuse kirjandusse ristmeedia tootjate ja auditooriumide kohta. Avaldatud artiklitele tuginedes käsitletakse lähemalt tootjate ja auditooriumide suhet (II ja III uurimus) ning uuritakse avaliku meedia rolli ühiskonnas (I ja IV uurimus).

Neljas uurimuses antakse vastused järgmistele küsimustele.

- Kuidas kontseptualiseeritakse ristmeediat seoses kujuteldavate auditooriumidega ja kuidas määratlevad end tootjad suhtes auditooriumidega? (II uurimus)
- Kuna auditooriumid loovad oma meediakaasatust dünaamiliselt eri meediaväljundite abil, siis millistel tingimustel võtavad nad vastu aktiivse osaluse praktikaid? (III ja IV uurimus)
- Millistel tingimustel püüavad avaõiguslikud meediaorganisatsioonid luua avalikku väärtust ristmeedia praktikaid rakendades? (I ja IV uurimus)

Sissejuhatavas artiklis teen neljast uurimusest kokkuvõtte ning mõtestan teoreetiliselt avaõiguslike meediatootjate ja auditooriumide suhet.

Doktoriväitekirja „Cross-Media in Public Service Broadcasting: The Struggle Between Producers and Audiences“ (juh Pille Pruulmann-Vengerfeldt) eestikeelne kokkuvõte. Vt <http://dspace.ut.ee/handle/10062/62531>.

¹ Vt Jessica Clark, Minna Aslama Horowitz. *Remixing Public Media’s Remit: The Implications of Networks For Public Service Media*. — Michael Glowacki, Lizzie Jackson (Toim). *Public Media Management for the Twenty-First Century: Creativity, Innovation, And Interaction*. London: Routledge, 2013; Hallvard Moe, Thomas Poell, José van Dijck. *Rearticulating Audience Engagement in Social Media and Television*. — *Television & New Media*, 2016, Vol. 17, nr 2, lk-d 99–107.

I uurimuses käsitlen avaõigusliku meedia rolli ühiskonnas. Uurimuses vaatlen kolme peamist aspekti, laiendades Peirce'i *summum bonum*'i ideed kui ideaali, mille poole püüelda. Esmalt vaatlen transmeedia lugude rääkimise spetsiifilisi eetilisi küsimusi. Need küsimused võivad tõstatada iga tänapäevase meediatekstiga, mis ületab meediumide piire ja püüab kaasata auditooriume enamasse kui ainult tõlgendamisse ja passiivsesse tarbimisse. Teiseks lähtun arusaamast, et tõlgendamine on sageli dünaamiline. Kolmandaks väidan, et *summum bonum* võib meediatootjatele meenutada vajadust kaasata auditooriume tähendusrikaste, teemakooste ja rikastavate tekstidega.

II ja III uurimus moodustavad selle väitekirja empiirilise uurimuse tuumiku. II uurimuses põhinen Umberto Eco tähenduste ja tõlgenduse mõistetetele, et uurida, kuidas kontseptualiseeritakse ristmeediat seoses auditooriumidega ja kuidas tootjad suhestavad end auditooriumidega. Kuna ristmeedia klassifitseerimiseks puudub süstemaatiline mudel, tutvustan selles uurimuses kolme ainulaadset mudelit, mis illustreerivad kolme võimalikku ristmeedia tootmisstrateegiat. Nendel mudelitel tugineb ka empiiriline materjal, milleks on intervjuud ristmeediasisu tootjatega.

III uurimuses vaatlen ristmeedia auditooriumide käitumist, soove ja vajadusi ning toon välja tegurid, mis soodustavad dünaamilist ümberlülitumist tekstide vahel ja liikumist meediumide vahel. Seda näitlikustatakse ja analüüsitakse ühe Soome ja ühe Eesti juhtumianalüüsi põhjal (mõlemat juhtumit käsitletakse ka II uurimuses). Kõnealusel uuringus koguti andmed fookusgrupi intervjuudega. Uuringu tulemuste järgi on auditooriumid dünaamilised. Aktiivsed auditooriumid ja osalemine on avaõigusliku meedia tuum, kuid sellele võivad takistuseks saada ringhäälinguorganisatsioonide üldistavad tootmispraktikad.

IV uurimus käsitleb probleeme, millega seisavad tänapäeval silmitsi avaõiguslikud meediaorganisatsioonid, kui püüavad toime tulla auditooriumide killustumisega. Meediaorganisatsioonide eesmärk on positiivselt mõjutada kodanikuühiskonda ja ühiskondlikku ühtekuuluvust, edendada

kultuurilist mitmekülgust, töötada erasektoris tegutsevate loovettevõtetega ning toetada nende arengut. Neid protsesse kirjeldan ja analüüsin ühe Eesti juhtumi põhjal (sama juhtumit käsitletakse ka II ja III uurimuses).

Need eesmärgid võib taandada I uurimuses esitatud *summum bonum*'i ideele, mille kohaselt peaks avalik väärtus ja teatud juhtudel ka eraväärtus olema avaliku teenuse peamine eesmärk.

Konvergentse meedia mõistet² kasutan tänapäeva meedia muutuste kirjeldamiseks. Neid muutusi iseloomustab tekstide kihistumine, mitmekesistamine ja omavaheline seotus. Jenkinsi³ sõnul „vastandub konvergens digitaalse revolutsiooni mudelile, mis eeldas, et uus meedia kõrvaldab vana meedia“. Selle asemel kirjeldab meedia konvergens sünergiat vana ja uue vahel ning peegeldab reaalsust. Sel puhul on nii tootjad kui ka auditooriumid sama sotsiaalse struktuuri osad ning teadvustavad oma positsiooni ja võimu.

Avaõiguslikud ringhäälinguorganisatsioonid kohanevad uudse kontseptsiooniga, mille on loonud audiovisuaalse meedia tootjad (nii traditsioonilised kui ka veebipõhised), kasutades ära nii televisiooni kui ka interneti võimalusi ning teatud juhtudel ka nende ja muu meedia vahelist sünergiat ja võimalusi.⁴ Selline lähenemisviis ei piirdu vaid audiovisuaalse sisu levitamise eri platvormidel, näiteks sama või kohandatud sisu pakkumine traditsioonilise ringhäälingu kaudu või internetis. Pigem on tegemist struktuurse muutusega, mis rakendab eri kanalite ühiseid tegevusi ja pingutusi organisatsioonisisiseses võrgustikus.

Eelmainitu viib avaõigusliku meedia ideeni, milles eelistatakse ristmeedia produktsiooni klassikalisel lineaarsele ringhäälingule. Selle eesmärk on kasutada ära eri meediate sünergia, mis omakorda võimaldab teoreetiliselt kaasata auditooriume erinevate vormide rakendamiseks.

Ristmeedia ei tähenda ainult platvormideülest levitamisstrateegiat, näiteks kohandusi eri platvormidele, vaid ka praktikaid, mille eesmärk on moodustada erinevatest tekstidest koosnev sisu, mis kokku annab „semantilise terviku“. Määratlen semantilist tervikut kui produktsiooni sisuks olevate

² Henry Jenkins. Transmedia 202: Further reflections. — http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html.

³ *Ibid.*

⁴ J. Clark, M. A. Horowitz, 2013; H. Moe, T. Poell, J. van Dijck, 2016.

mitmesuguste tekstide kogumit, ükskõik kas selle on tootnud meediaorganisatsioon või auditoorium.

Ristmeedia ei ole monoliitne konstruktsioon. Iga projekt asetub sotsiaalkultuurilisse konteksti ja vastab mitmesugustele eesmärkidele. Kuna meil on seni puudunud ristmeedia tootmise klassifitseerimismudel, esitan oma töös mudeli, mis iseloomustab erinevaid tootmisstrateegiaid: mitmelt ühele, mitmelt mitmele ja hübriidstrateegia (vt joonis 1).

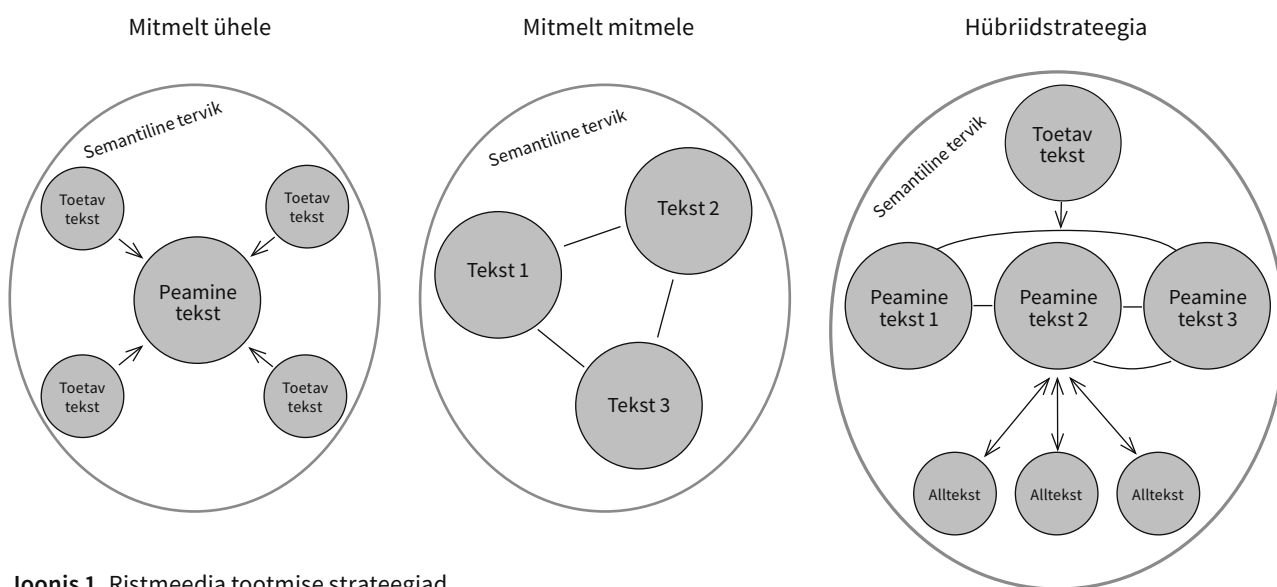
Mitmelt ühele strateegia kujutab tootjate püüdlust maksimeerida teadlikkust ja võimalusel kaasata auditooriume keskse teksti kaudu. Kui ristmeedia-sisu tootmine tuleneb televisioonist, on see keskne tekst televisioonitoodet, näiteks teleseriaal või teleprogramm. Siinkohal koondub mitu toetavat teksti sõltumatult, et kinnistada ühte peamist teksti ja suunata auditooriumi toetavate tekstide juurest peamise tekstini.

Seda lähenemisviisi võidakse segamini ajada klassikaliste turundusstrateegiatega, ehkki need on siiski erinevad asjad. Mitmelt ühele mudeli järgi võimaldavad tekstid eraldiseisvat tarbimist ja neil on iseseisev väärtus, samas osutavad need peamisele tekstile. Mitmelt ühele mudeli puhul avaldub iga tekst sarnaselt transmeedias lugude rääkimisega⁵ sõltumatult

ja tähenduslikult, eesmärgiga anda oma panus terviku loomisse ja ilma kindla vajaduseta luua ühtset narratiivi. Selle mudeli järgi loovad tootjad terviku, milles julgustavad auditooriume liikuma ühelt tekstilt teisele, andmata neile tugisambaks ühtset narratiivi, näiteks märksõnu, mis soodustaksid ühelt tekstilt teise liikumist⁶ ja mis suunaksid neid otse ühelt tekstilt teisele.

Seetõttu oodatakse auditooriumidelt järgmise teksti leidmist kas sõltumatu otsingu kaudu või produktsiooni otsese pingutuse abil, mis aitab auditooriumil semantilises tervikus navigeerida. Hübriidset strateegiaid rakendavad näiteks mitmelt mitmele strateegiat makrotasandil ja arvestavad kogu programmiga. Samal ajal kasutatakse mitmelt ühele strateegiat mikrotasandil ehk seoses üksiku tekstiga (nt lühike teemakohane postitus teleajakirjas). Siinkohal pole tegemist mitte ainult kahe eelneva mudeli koondu misega, vaid teatud tekstid võivad muutuda alltekstideks. See võimaldab auditooriumil paremini suhestuda üksiku tekstiga või kasutada alternatiivseid tekste, et luua sidusat tervikut.

Kui tootjad kujundavad oma tootmisprotsessi teadvustades, et nende töö võtab vastu auditoorium, peavad nad kujutlema, kuidas auditoorium on tekstidesse kaasatud.



Joonis 1. Ristmeedia tootmise strateegiad

⁵ Henry Jenkins. *Convergence Culture. Where the Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.

⁶ Geoffrey Long. *Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company* (MA thesis). Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, 2007.

Sageli aga kujutletakse auditooriumi, ilma et oleks sügavalt mõistetud tegelikku auditooriumi. Pigem tehakse selle kohta huupi oletusi. Anderson⁷ kirjeldab, kuidas professionaalide visioon auditooriumidest põhineb sageli ettekujutusel enda ja oma tuttavate meediatarbimisest. Kui auditooriume kontseptualiseeritakse enesepeegeldusena, kipub see olema ebatäpne. McQuail pakub, et meedial on pigem paternalistlik lähenemine auditooriumidele ja seetõttu annavad meediaprofessionaalid massimeediale „harimise ja teadvustamise misjonärirolli ning kohustuse tõsta avalikkuse head maitset ja väärtustamise taset“.⁸ Väidan, et kui auditooriume mõtestatakse iseendast lähtuvalt ja meedias „teavad tootjad kõige paremini“, on selline mõtestamine tõenäoliselt ebatäpne.

Ristmeedial on kaasav iseloom ja kaasavad praktikad, mis tähendab, et auditoorium peaks olema kaasosaleja, mitte ainult tarbija. Kuid kui auditooriumi mõtestatakse vaid iseendast lähtuvalt, on avalikus meedias ristmeediale viljakat pinnast vaid osaliselt.

Minu kirjeldatud semantiline tervik tekitab ilmseid tõlgendamisraskusi. Tegelikult sõltub teksti tõlgendamine ja hilisem seotus tekstiga mitmest võimalikust tähendusest. Semantilise terviku mõtestamine koosneb eri tekstidest ja neile antud tähendustest.

Umberto Eco⁹ tõlgendamise idee põhjal leian, et tekstide tõlgendamisse kaasatud isikuid mõjutab vastava aja ja koha uskumuste taak. Seetõttu väidan III uurimuses, et „auditoorium“ tähistab dünaamilist auditooriumi, mis ei ole iseenesest aktiivne ega passiivne, ei parem ega halvem, kuid mis muutub dünaamiliselt ja kohaneb stiimulitega. Loomulikult peab auditoorium tekstiga suhestuma, et seda saaks auditooriumina määratleda.

Ma ei pea kaasatust eeltingimuseks ega sihtpunktiks. Diskussioonipeatükis kirjeldan ja kujutan kaasatust empiirilisel kui meeelseisundit, mis

võib väljenduda eri tasemega aktiivses osalemises. Annette Hill¹⁰ määratleb kaasatuse etapid ja tasemed, kasutades väljendit „kaasatuse spekter“. Sellised kaasatuse etapid ja tasemed võivad varieeruda arvukate tegurite tõttu, näiteks sõltuda sotsiaalkultuurilistest väärtustest. Lõppkokkuvõttes sõltub kaasatuse tase sellest, kuidas tootjad näevad oma auditooriume ja nende kaasatust. Kaasatus erineb suurel määral ning III uurimuses pakun välja kolm ristmeedia kaasatuse taset. Esimese puhul jälgib auditoorium uudiseid ja muud meediat eri kanalite kaudu, et luua nende vahendusel oma kogemusi. Selline käitumine väljendab ristmeedia teadvustamata kasutamist. Teisel tasemel tarbib auditoorium ristmeediat aktiivselt, jälgib aktiivselt ja otsib seoseid tootja pakutavas ristmeedias. Kolmas tase on aga saavutatud, kui auditooriumist saab meediatootmise osa.

Sõnumiga suhestumise võimaluste paljusus toob meid James Gibsoni¹¹ kirjeldatud võimaldatavuse kontseptsioonini ja tajutud võimaldatavuse ideeni vastavalt Donald A. Normanile.¹² Väitekirjas pakun välja, et võimaldatavus võib olla vähem hoomatav kui sellele sageli omistatud range tehnoloogilis-deterministlik tõlgendus. Teksti võimaldatavus ei ole ainult kasutatava meediumi tehnoloogiliste võimaluste tulemus, vaid sisaldab ka kultuurilist võimekust, mille omistab meediumile auditoorium. Kui seebiooperit nähakse televiisori vahendusel edastatud tekstina, määraks selle tajutud võimaldatavust ka see, kui see oleks muudetud videomänguks. Teisisõnu on võimaldatavuse tajumine igäihe kultuurilise kogemuse tulemus.

Väitekirja empiiriline osa koosneb teooriale fookuseeritumast ja uurivast osast (I uurimus) ning kolmest empiirilise artiklist (II, III ja IV uurimus).

Kasutatud uurimismeetod areneb mööda tootjate-auditooriumide telge. Igas uurimuses

⁷ Chris Anderson. *Between Creative and Quantified Audiences: Web Metrics and Changing Patterns of Newsworld in Local US Newsrooms*. — *Journalism*, 2011, Vol. 12, nr 5, lk-d 550–566.

⁸ Dennis McQuail. *Uncertainty about the Audience and the Organization of Mass Communications*. — *The Sociological Review*, 1965, Vol. 13, nr 1, lk-d 78–81.

⁹ Umberto Eco. *La struttura assente: La ricerca semiotica e il metodo strutturale*. Milan: Bompiani, 1968/2016; Umberto Eco. *Lector in fabula: La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Milan: Bompiani, 1979; Umberto Eco. *The Role of the Reader: Exploration in the Semiotics of Texts*. Bloomington: Indiana University Press, 1979; Umberto Eco. *I limiti dell'interpretazione*. Milano: Bompiani, 1990; Umberto Eco. *Dire quasi la stessa cosa: Esperienze di traduzione*. Milan: Bompiani, 2007.

¹⁰ Annette Hill. *Reality TV Engagement: Producer and Audience Relations for Reality Talent Shows*. — *Media Industries*, Vol. 4, nr 1, lk 2. <http://dx.doi.org/10.3998/mij.15031809.0004.106>.

¹¹ James Gibson. *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin, 1979.

¹² Donald A. Norman. *The Design of Everyday Things*. Revised and expanded edition. New York: Basic Books, 2013.

keskendutakse kas tootjatele, auditooriumidele või mõlemale. Empiirilise töö keskmes on II ja III uurimus, mis keskenduvad vastavalt tootjatele ja auditooriumidele.

Minu doktoriõppe alguses tehtud I uurimuses oli rõhk pigem teoreetilisel lähenemisel. See võimaldas teha esimesi katsetusi empiirilise andmekogumisega, mida hiljem kasutasin II, III ja IV uurimuses. Seejuures valisin juhtumianalüüsiks „Sanningen om Marika“ („Tõde Marikast“) — 2007. aasta trans- ja ristmeedia draama, mille tootjad olid The Company ja Rootsi Rahvusringhäälingu Sveriges Television (SVT). Saatsin avatud küsimused e-kirjaga draama peaprodutsendile ning teised küsimused ühele aktiivsele „Sanningen om Marika“ auditooriumiliikmele.

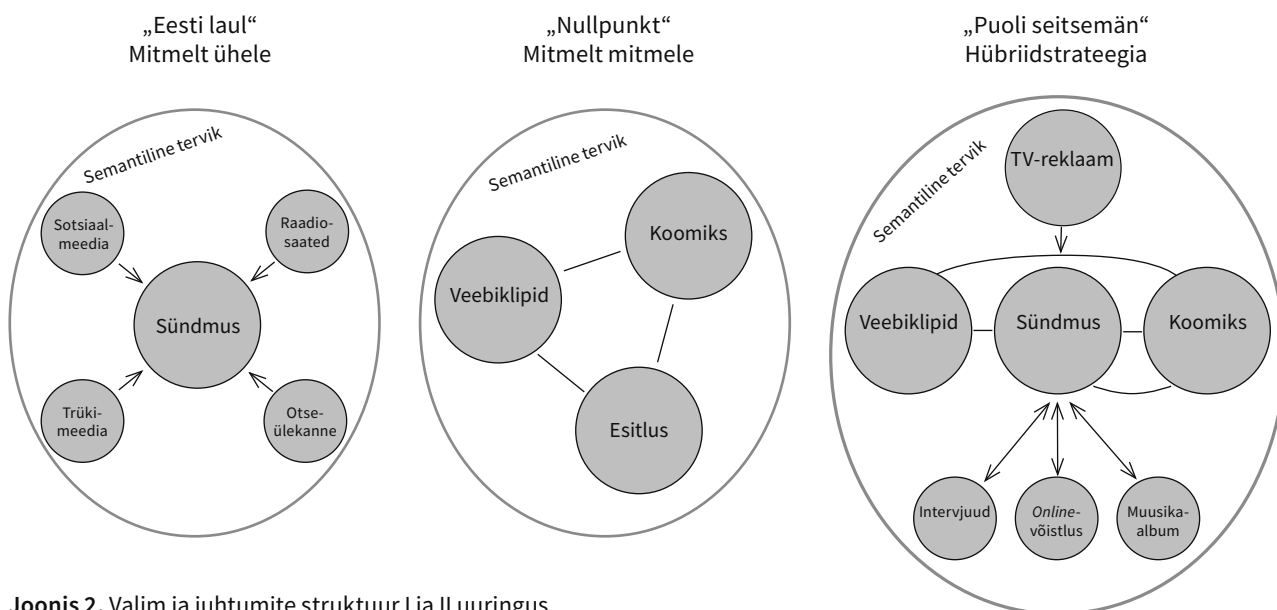
II uurimuses vaadeldakse kõigepealt, kuivõrd olid avaõigusliku meedia produtsendid ja nende loovmeeskonnad teadlikud ristmeedia võimalustest, kuidas nad auditooriume mõtestasid ja milliste võimusuhetega võis olla tegemist. Sellest eesmärgist lähtudes peeti nõu Soome Rahvusringhäälingu Yle ja Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) juhatustega ning nende arutelude tulemusena valiti kolm erinevat produktsiooni. Juhtumite valikul oli oluline, et nii Yle kui ka ERR kirjeldavad mainitud produktsioone multiplatvormi või ristmeedia programmidenä.

Valiku eesmärk ei olnud luua homogeenne valim, mis alluks võrdlevale käsitlusele. Tähtis oli hoopis

see, et valik kajastaks käesolevas töös tutvustatud ristmeedia strateegiamudelit. Seetõttu valisin mitmelt ühele mudeli näiteks „Eesti laulu“, kõige tuntuma Eesti lauluvõistluse, mille tootja on ERR. Mitmelt mitmele mudeli näiteks valisin „Nullpunkti“, ilukirjandusliku noortesarja, mille tootsid koostöös ERR ja sõltumatu produktsioonifirma Allfilm. Hübriidse strateegiamudeli näiteks valisin Yle toodetava õhtuse teleajakirja stiilis programmi „Puoli seitsemän“ (vt joonis 2).

I, II, III ja IV uurimuse kombineeritud tulemused annavad üldpildi, mille kokkuvõte on järgmine.

- Avaõiguslikud ringhäälinguorganisatsioonid püüavad luua avalikku väärtust, kaldudes avaõigusliku meedia poole. Nende eesmärk on reageerida killustuvate auditooriumide probleemile, püüdes säilitada oma rolli ühiskonnas.
- Ristmeedia produktsioonipraktikale ülemineku võimalikku mõju ohustavad produtsentide uskumused ja tekstide ning meedia vastuoluline vastuvõtt auditooriumi poolt.
- Produtsendid asetavad *status quo* säilitamise ristmeedia pakutavate võimaluste ärakasutamise kõrgele, sest ristmeedia pakutavat auditooriumide osalust peetakse ohuks kvaliteedile ja avaõigusliku meediaorganisatsiooni vastutusele.
- Produtsendid kujundavad kujuteldava auditooriumi, lähtudes iseendist, oma eelarvamustest ja ettekujutusest.



Joonis 2. Valim ja juhtumite struktuur I ja II uuringus.

- Avaõiguslik meedia, mille eesmärk on luua avalikku väärtust, võib kaasavaid ristmeedia võimalusi kasutades sattuda vastuollu eetiliste juhtnööridega.
- Auditooriumide valmisolekut olla tekstidesse aktiivselt kaasatud ei reguleeri mitte ainult meediumi ja tekstide võimaldatavused, vaid see, kuidas neid võimaldatavusi tajutakse.

Empiirilisest vaatepunktist oli doktoritöö eesmärk kirjeldada Soome ja Eesti avaõigusliku meedia tootjate ja auditooriumide suhet kindlal ajaperioodil. Hoolimata ajalistest piiridest ja asjaolust, et tegemist on kahe suhteliselt väikese riigiga, võib uuring olla hea lähtekoht, et teha Euroopas laiemapõhjajalisi uurimusi.

Kuigi töö ei ole võrdlev ega representatiivne, võib see siiski kirjeldada hetkearusaama ristmeedia produktsioonide dünaamikast ja nende vastuvõtust üle kogu Euroopa ning olla seega hea inspiratsiooniallikas avaõiguslikele ringhäälingutele, kes proovivad ristmeediastrateegiaid rakendada.

Teoreetilisest seisukohast rajas sinne töö silla tootmise ja vastuvõtu uurimise valdkondade vahele, mis siiani on meediumideüleste produktsioonide vaatluses olnud alaesindatud uurimisviis. Vastuvõtu-uuringuid käsitledes kirjeldan, kuidas enam kui 50 aastat tagasi formuleeritud hüpoteesid on ikka veel asjakohased. Lisaks aktualiseerin Umberto Eco mõtete tähenduse, tõlgendamise ning suletud ja avatud tekstide kohta, sidudes need nii teksti kui ka meedia tajutud võimaldatavuse ideega, mille kaudu tekste luuakse ja levitatakse.

Raadio 2 taskuhäälingute kuulamise tegurid

Liisa-Lotta Veiken

Kui maailmas on taskuhäälingut (ingl *podcast*) ja selle eri väljundeid juba teatud määral uuritud, siis Eestis akadeemilised uuringud seni puuduvad.

Kuigi võõrkeelne mõiste *podcast* on olnud käibel juba pikemat aega ja suur osa eesti keelt kõnelevatest inimestest saab arvatavasti aru, millega on tegu, kasutan töös siiski läbivalt eestikeelset mõistet „taskuhääling“.

Taskuhääling ei ole kuidagi piiratud raadio-meediumiga, vaid on järelkuulata-av audiosaade ning käesolevas uurimuses ei mängi rolli, millise meediumi kaudu on selleni jõutud. Loeb vaid see, et inimene seda kuulab.

Kõigil vähegi tehnilisi oskusi valdavatel inimestel on võimalus taskuhäälingu formaadis saadet teha ning avaldada see mistahes platvormil (oma blogis, YouTube'i kanalis jne). Samuti saab taskuhäälingut kasutada väga erinevatel eesmärkidel (harival, informeerival, meelelahutuslikul jne). Eriti on populaarsust kogumas hariduse eesmärgil tehtavad ning kodanikuajakirjanduse taskuhäälingud. Sisult on eelnimetatud taskuhäälingu vormid huvitavad fenomenid, kuid bakalaureusetöö keskendub eelkõige laialdaselt kuulata-vatele taskuhäälingutele, mis on loodud laiale kuulajaskonnale mõeldud ajakirjandusliku produktsioonina.

Valisin taskuhäälingute kuulamise tegurite analüüsimiseks Raadio 2, kuna tegemist on üleriigilise raadiokanaliga, mille taotlus on kõnetada võimalikult paljusid inimesi. Samuti mängis rolli asjaolu, et Raadio 2 kuulub Eesti Rahvusringhäälingu raadiokanalite hulka.

Raadiomeediumi muutumine

Taskuhäälinguid on võimalik kuulata kõikidest seadeldistest, mida saab ühendada internetiga.¹ Sealjuures pole ilmtingimata vaja taskuhäälingut alla laadida, vaid piisab raadiokanali kodulehekülje leidmisest või rakenduse allalaadimisest.

Raadiot otse-eestrist kuulates peab inimene leppima sellega, mis parasjagu tuleb, olgu selleks uudiste-, muusika- või meelelahutussaade, aga taskuhääling võimaldab kuulata valitud saadet ajal, mil kuulaja seda ise tahab. Interneti kasutamine raadio puhul just sellisel viisil muudab meediumi radikaalselt, andes ajakava muutmise võimaluse raadio-jaamalt kuulajale.

Metodoloogia ja valim

Uurimisküsimused olid järgmised.

1. Millised on Raadio 2 taskuhäälingute kuulamise põhjused?
2. Kuidas taskuhäälinguid kuulatakse (milliste tegevuste juures, millisel ajahetkel, millises keskkonnas jne)?
3. Millise funktsiooniga (meelelahutuslik, informeeriv, hariv jne) saadet kuulatakse?
4. Kui sageli kuulavad inimesed Raadio 2 taskuhäälinguid?

Küsimustele vastamiseks viisin läbi kümme individuaalintervjuud. Need toimusid näost näkku (seitse inimest) või telefoni kaudu vesteldes (kaks inimest); ühe inimesega tegin intervjuu Skype'i vahendusel.

Artikli aluseks on 2018. a juunis Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudis kaitstud bakalaureusetöö (juh Ragne Kõuts-Klemm). Vt <http://hdl.handle.net/10062/60695>.

¹ Robert McLeish, Jeff Link. Radio Production. New York: Focal Press, 2016, lk 6.

Tabel 1. Raadio 2 saadete järelkuulatavus
Raadio 2 koduleheküljel märtsis 2018

Koht	Saate nimi	Kuulamiskorrad
1.	„Rahva oma kaitse“	39 735 korda
2.	„Olukorrast riigis“	18 845 korda
3.	Hommiintervjuud	15 741 korda
4.	„Laupäeva hommik“	8 412 korda
5.	„Hallo, kosmos!“	6 950 korda

Põhjus, miks ma kõikide intervjueeritavatega kokku ei saanud, oli väga lihtne – nende leidmine kujunes üsna keeruliseks, ja selleks, et üldse intervjuud saada, pidin arvestama inimeste soovide ja vajadustega. Ajapuudusel leidsime lahenduse, mis kõikidele võimalikult hästi sobiks. Niisiis oli tegemist sihtots- tarbelise mugavusvalimiga — intervjueeritavateks valisin inimesed, kelle kohta sain tuttavatelt teda, et nad kuulavad Raadio 2 taskuhäälinguid.

Tuttavate intervjuerimise miinuseks on asjaolu, et nendega on keerulisem luua akadeemilist õhkkonda. Seetõttu muutus intervjuu kohati omavaheliseks vestluseks, mistõttu pidin osast transkriptsioonidest tekstilõike eemaldama, sest need võimaldasid inimese identifitseerimist. Teisalt mõistsin, et intervjueritavad tunnevad end piisavalt mugavalt, et minuga avameelselt ja ausalt rääkida. Vastupidine olukord tekkis näiteks Skype'i- või telefoniintervjuud tehes. Kuna ma teist inimest ei näinud, ei tekkinud ka vahetut kontakti, mis mõjutas intervjuerimist ja võib-olla ka intervjueritavate vastuseid. Näost näkku kohtumisel oli mul vastajaga vahetu kontakt, mistõttu nad olid avatumad oma mõtetest rääkima ja arvamust avaldama.

Enne intervjuude läbiviimist üritasin leida võimalikult erineva tausta, haridustaseme ja vanusega inimesi. Valimis oli viis naist ja viis meest. Kõigi uuritavate vanus oli 21 ja 27 vahel. Kõigil intervjueritutel oli keskkool läbitud, pooltel oli kõrghariduse omandamine pooleli ja sama paljudel oli see omandatud. Peab tõdema, et minu tutvusringkonna põhjal kujunenud valim oli hariduslikult teatud määral minuga sarnane, kallutatud kõrgema haridustaseme suunas. Nagu näitas McClungi ja Johnsoni uuring,²

Tabel 2. Raadio 2 saadete allalaadimine
koduleheküljelt märtsis 2018

Koht	Saate nimi	Laadimiskorrad
1.	„Rahva oma kaitse“	34 640 korda
2.	„Uudised ja portaal“	24 479 korda
3.	„Olukorrast riigis“	12 422 korda
4.	„Hallo, kosmos!“	9 851 korda
5.	„Laupäeva hommik“	9 222 korda

kuulavadki taskuhäälinguid pigem kõrgema haridustasemega inimesed.

Intervjuude transkriptsioone analüüsid kasutasin *cross-case* ehk juhtumiülest/horisontaalset analüüsi. See tähendab, et kogusin eri intervjuudest kokku kõik konkreetse teema kohta käivad tekstiosad ja võrdlesin neid omavahel.

Raadio 2 taskuhäälingud

Bakalaureusetöö tarbeks kontakteerusin Raadio 2 peatoimetajaga, et saada statistikat enim kuulatud taskuhäälingute kohta. Tabel 1 näitab, millised on viis enim järelkuulatud saadet Raadio 2 koduleheküljel.

Tabel 2 näitab, kui palju kordi saateid alla laaditi.

Tabelitest on näha, et Raadio 2 kõige populaarsem saade oli nii allalaadimiskordade kui koduleheküljelt kuulamise poolest „Rahva oma kaitse“. Samuti on mõlema tabeli viie kõige menukama hulgas saated „Olukorrast riigis“, „Laupäeva hommik“ ja „Hallo, kosmos!“.

Taskuhäälingute kuulamise motiivid

Üldised motiivid, miks inimesed kuulavad raadiot (sh taskuhäälinguid), on McLeishi ja Linki järgi³ järgmised.

- Raadio suunab inimesi eemale oma probleemidest ja muredest, pakkudes lõdvestust ja meelelahutust. See vähendab üksindustunnet ja tekitab kaasatuse tunde.
- Raadio varustab kuulajaid kohalike, üleriigiliste ja maailma uudistega ning kujundab teatava kogumi

² Steven McClung, Kristine Johnson. Examining the Motives of Podcast Users. — Journal of Radio & Audio Media, 2010, Vol. 17, nr 1, lk-d 82–95.

³ R. McLeish, J. Link 2016, lk-d 13–14.

päevakorras olevatest aktuaalsetest probleemidest ja aset leidnud või asetleidvatest üritustest. See omakorda paneb eri institutsioone toimuvat selgitama, rahuldama inimeste huvi selle vastu, mis nende ümber toimub.

- Raadio pakub lootust ja inspiratsiooni nendele, kes tunnevad end ühiskonnas isoleeritult või rõhutult või asuvad olukorras, kus muu meedia on manipuleeritud või alla surutud.
- Raadio kuulamine aitab lahendada probleeme, toimides informatsiooni ja nõuannete allikana. Edastades informatsiooni ja nõuandeid, aitab raadio lahendada isiklike probleeme, kas vahe- tult teavitades või osutades allikatele, kust võib edaspidi abi saada.
- Raadio kuulamine suurendab isikliku kogemust, tekitades huvi varem teadmata teemade, ürituste või inimeste vastu. Raadio arendab loovust, paneb tegutsema uues suunas, et rahuldada vajadust hariduse järele.
- Raadio aitab kaasa enesetunnetuse ja üldise tead- likkuse tõusule, pakkudes turvatunnet ja abi. See võimaldab näha ennast suhetes teistega, liidab inimesi liidrite ning ekspertidega.
- Raadio suunab sotsiaalset käitumist ja standar- dite kehtestamist ning pakub eeskujusid, mille abil end identifitseerida.
- Raadiosaadete kuulamine aitab kaasa personaal- sete kontaktide loomisele, pakkudes jututeema- sid jagatud kogemuste kaudu — „Kas sa eilset saadet kuulsid?“.
- Raadio kuulamine võimaldab indiviididel õppida valikuid tegema, otsuseid langetama ja kodani- kuna käituma, seda eriti demokraatlikes oludes, levitades kallutamata uudiseid ja informatsiooni.

Järgmisena annan ülevaate intervjuudes esile toodud taskuhäälingute kuulamise motiividest, mis on liigita- tud ülalnimetatud McLeishi ja Linki rühmadesse ning järjestatud põhimõttel, et intervjuudes sagedamini mainitud on ees- ja harvemini mainitud tagapool.

Huvi varem teadmata olnud teemade vastu

Kõige tugevamalt joonistus välja motiiv, et tasku- häälingute kuulamine suurendab personaalset kogemust, tekitades huvi varem teadmata teemade,

ürituste või inimeste vastu. Samuti arendab tasku- häälingute kuulamine loovust ning võib ajendada uut aktiivsust, et rahuldada vajadust hariduse järele.

Kõige rohkem mainiti just asjaolu, et tasku- häälingute kuulamine annab uusi teadmisi ja mõtteid, mida analüüsida. Huvitava informatsiooni kuul- mise korral on võimalik teemat ise edasi uurida. Meelelahutuslik aspektki on sageli seotud uue informatsiooniga.

Standardite kehtestamine ja eeskujud, kelle abil end identifitseerida

Mitimest intervjuust ilmnes, et taskuhäälingute kuu- lamine suunab sotsiaalset käitumist ja standardite kehtestamist ning pakub eeskujusid, kelle abil end identifitseerida: „Kuulamine suurendab teadlikkust, mis kõik on võimalik ja kuhu peaks püüdlema.“ Üks vastaja tõi välja, et tal ei ole saatejuhtide seas kind- lat eeskju, kuid nad motiveerivad rohkem tead- misi omandama ja kaugemale püüdlema. Siinkohal on intervjuueeritavate jaoks eelkõige olulised saate- juhtide teadmised ja oskused, mitte niivõrd nende emotsionaalne tõmbejõud.

Enesetunnetuse arendamine ja üldise teadlikkuse tõus

Intervjuudes kajastus ka asjaolu, et taskuhäälingute kuulamine aitab kaasa enesetunnetuse tõusule, oma suhete tajumisele ning ühendab inimesi liidrite ja ekspertidega. Teatud Raadio 2 saadete kuulamine on tekitanud vastajates tunde, et nad on ühel või tei- sel teemal asjatundlikumad, kui saadet kuulamata, seda eriti saate „Olukorrast riigis“ puhul. Nad väit- sid, et tänu sellele saatele on neil rohkem teadmisi ja enesekindlust oma arvamust välja öelda.

Berry⁴ on väitnud, et taskuhääling võimaldab kuulajal end tunda, nagu oleks ta üks saate tegija- test. Seda tõi esile ka mitu intervjuueeritut.

McLeish ja Link⁵ ei ole kuulamismotiivina nime- tanud huvi saatejuhi seisukohtade vastu — see aspekt tuli esile minu intervjuudest. Kuna tegemist on selgelt eristuva põhjusega, miks mõnda tasku- häälingute saadet kuulatakse, siis pean vajalikuks seda eraldi motiivina esile tuua.

Võib väita, et need, kes kuulavad vaid ühte või paari Raadio 2 saadet, teevad seda enamjaolt

⁴ Richard Berry. Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. — Convergence, 2006, Vol. 12, nr 2, lk-d 143–162.

⁵ R. McLeish, J. Link 2016.

saatejuhtide tõttu. Intervjueeritavate sõnul on mõne saatejuhi jutt aktsepteeritavam ja sümpaatsem kui teise oma. Sümpaatiat põhjendamisel toodi esile eeskätt häält ja asjatundlikkust. Mitu intervjueeritavat mainis, et teatud häälega inimesi on raske ja isegi ebameeldiv kuulata. Samuti mainiti, et usaldusväärsus sõltub suurel määral sellest, millise valdkonna inimesega on tegemist. Näiteks majandusteaduskonna lõpetanud saatejuhti usaldatakse rohkem majanduse teemadel, kuid mitte niivõrd palju sotsiaalvaldkonnas, sest sel puhul on tema kompetents suurema kahtluse all.

Siinkohal väljendasid kaks noormeest väga selgelt, et saatejuhi isiksus, teadmised ja analüüsivõime on saate sisu usaldusväärse juures väga olulised. Kui saatejuht tundub teatud teemade puhul ebakompetentne, siis ei ole ka tema analüüs selline, mida hiljem oma väljütlemistes või muus kontekstis ära kasutada.

Personaalsete kontaktide loomine ja hoidmine

Intervjuudest klaarub ka, et taskuhäälingute kuulamine pakub jututeemasid jagatud kuulamiskogemuse kaudu, aidates nii kaasa personaalsete kontaktide loomisele ja hoidmisele. Selgus, et kuulajate jaoks on oluline, et pärast saate kuulamist on võimalik sõprade ja tuttavatega kuuldust omavahel rääkida. Tekib võimalus võrrelda tekkinud muljeid, arutleda, kas saatejuhi arvamus on sarnane enda omaga. Selline vestlus loob inimeste vahel tugevama sotsiaalse sideme. Teisalt on võimalus hakata suhtlema inimestega, kellega muidu kokkupuudet ei tekiks. Üks intervjueeritav tõi välja olukorra, kus tutvus kujunes taskuhäälingute kuulamise pinnalt (küll aga ei tekkinud sellest sõprussuhet).

Informatsiooni ja nõuannete allikas, probleemide lahendamine

Selgus, et intervjueeritavate jaoks mängivad taskuhäälingud olulist rolli informatsiooni ja nõuande allikana sellele otsese juurdepääsu võimaldamise või allikale osutamise kaudu. Mitmes intervjuus oli väljütlemisi, mis seostusid informatsiooni saamise ja edasise uurimisega. Üks intervjueeritav ütles, et ta on mitu korda pärast taskuhäälingu kuulamist otsinud iseseisvalt teatud teemade kohta

lisainformatsiooni. Saatest kuuldu annab justkui algteadmised, mille abil on suurema huvi korral võimalik ise rohkem edasi uurida.

Probleemidest ja muredest eemaldumine ning meelelahutus

Intervjuudest ilmnes, et taskuhäälingute kuulamine aitab suunata mõtteid eemale igapäevastest probleemidest ja muredest, pakkudes lõdvestust ja meelelahutust — mitu korda kasutati märksõnu „huumor“ ja „ajaviide“. Seda mainiti eelkõige meelelahutuslike saadete „Meloturniir“, „Mõnus koht suudlemiseks“ ja „Rahva oma kaitse“ puhul. Öeldi, et neid kasutatakse uinumiseks või lihtsalt mõtete mujale juhtimiseks.

Valikute tegemine ja otsuste langetamine

Intervjuude käigus joonistus välja ka asjaolu, et taskuhäälingute kuulamine võimaldab õppida valikuid tegema, otsuseid langetama ja kodanikuna käituma. See funktsioon väljendus selliste märksõnade kasutamises nagu „valikute langetamine“, „ühiskonna analüüs“, „kaasa mõtlemine“, „arvamuse kujundamine“, „demokraatlik mõtteviis“ (arvamuse kujunemine mitme allika põhjal, iseseisev analüüs). Toodi välja, et tänu raadiosaatest kuuldule (nt „Olukorrast riigis“) on võimalik rohkem teada saada ühiskonnas toimuvast. Uute teadmiste põhjal ja konteksti tundes on võimalik toimuvaid protsesse ise analüüsida ja olla nii nendesse rohkem kaasatud.

Kohalike, riiklike ja ülemaailmsete uudistega varustaja, päevakorra looja

Taskuhäälingut kui päevakorra kujundajat ning teatavatele sündmustele ja probleemidele tähelepanu koondajat mainiti vaid vähestes intervjuudes. Üks vastaja selgitas, et saates „Olukorrast riigis“ tuuakse võrdlusi ja tehakse analüüsi, mida tihtipeale mujalt ei leia.

Lootuse ja inspiratsiooni pakkumine

See motiiv oli ainus, millele mul ei õnnestunud intervjuudest leida ühtegi vastet. Selle taga võib olla valimi kallutatus, millesse kuulusid pigem haritudad ja domineerivad eestikeelset kultuuri esindavad

inimesed. Teistsuguse valimi korral, kuhu kuulunuksid näiteks vaesemate kihtide või mõne kultuurilise vähemuse esindajad, oleks ehk võinud esile tulla ka lootuse ja inspiratsiooni pakkumise roll.

Saate kuulamise ajal tehtavad kõrvaltegevused ja kuulamiskeskond

Nagu mitu uurijat (nt Lõhmus ja Vihalemm⁶) on öelnud, on inimeste elutempo kiire ja meedia jälgimine muutunud pigem rohkem tausttegevuseks. See tähendab, et enamik inimesi soovib rööprähelda ehk tegeleda mitme tegevusega samal ajal, sest siis tundub, et aega kasutatakse produktiivsemalt.

Kui palusin intervjuueritutel nimetada taskuhäälingute kuulamise põhjusi, selgus, et neid kuulatakse eelkõige seetõttu, et annavad võimaluse tegeleda muude asjadega.

Lisaks kõrvaltegevustele soovisin teada, millisel ajahetkel saateid kuulatakse (hommikuti, õhtuti enne uinumist jne) ja milline on tavapärane saate kuulamise keskkond (kodus, bussis/autos, õues). Selgus, et kõik intervjueeritavad tegelevad teatud saadete ajal kõrvaltegevustega, kuid vähesed mainisid, et nad kuulavad saateid ainult siis, kui nad samal veel midagi muud teevad. Suurem osa intervjueerituid mainis, et kuulavad taskuhäälinguid nii eraldiseisvalt kui ka teiste tegevuste ajal. Siinkohal ilmnes asjaolu, et saadete kuulamise viis on seotud sellega, millist funktsiooni (meelelahutuslik, informeeriv, hariv jne) see saade inimese jaoks täidab.

Farmann ja Kramhoft⁷ (1997) on öelnud, et saade peab pakkuma midagi, mis paneks kuulaja saatele keskendumise. Tehtud intervjuudest selgus, et saate kuulamisele pühendatakse rohkem siis, kui tegemist on informatsiooni pakkuva sõnasaatega (näiteks „Olukorrast riigis“). Meelelahutuslike saadete (nt „Reispass“, „Popkultuuristid“, „Rahva oma kaitse“ ja „Meloturniir“) kuulamise ajal on käsil mitu kõrvaltegevust.

Erinevad kuulajatüübid

Kuulajatüüpe eristades võtsin arvesse järgmisi tegureid: mitut saadet kuulab; kas tegeleb kuulamise ajal kõrvaltegevustega või mitte; kas saated on informeerivad, meelelahutuslikud või kuulab mõlemaid.

Analüüsi käigus joonistus välja kaks kuulajatüüpi. Esimene (analüüsi põhjal sagedamini esinev) kuulab nädala jooksul 3–4 saadet Raadio 2 kanalilt ja teisi taskuhäälinguid muudelt kanalitelt (mõnda ka inglise keeles). Samuti tegeleb ta saateid kuulates kõrvaltegevustega — seda pigem meelelahutuslike saadete ajal. Samas eelistab ta informatiivset saadet („Olukorrast riigis“) kuulata eraldiseisvalt kas enne uinumist või mõne kergema füüsilise tegevuse juurde. Sellele kuulajatüübile on iseloomulik kuulata erineva sisuga saateid (informeerivaid, meelelahutuslikke jne). Intervjuude analüüsi põhjal julgen väita, et esimese tüübi seas on inimesed, kes kuulavad enda arendamise eesmärgil võimalikult laia paletti saateid.

Teist kuulajatüüpi esindab inimene, kes kuulab Raadio 2 kanalilt 1–2 saadet nädalas. Ta kuulab saadet vaid siis, kui saab samal ajal millegi muuga tegeleda (kõnnib, sõidab bussis vms). Enamasti on need tegevused kergemat füüsilist sorti, mille puhul pole vaja palju mõelda.

Teist kuulajatüüpi eristab esimesest veel see, et ta kuulab saateid eeskätt informatsiooni saamise eesmärgil (nimetati saateid nagu „Reispass“ ja „Olukorrast riigis“).

Saadete kuulamise sagedus

Saadete kuulamise sagedust analüüsidest eristus kaks rühma (kummaski võrdne arv inimesi). Esimest esindab harv jälgija, kes kuulab Raadio 2 ühte või kahte taskuhäälingut nädalas ning ülejäänud saateid nii, nagu parasjagu aega või tahtmist on (kas siis Raadio 2 või teiste raadiokanalite saateid). Teist esindab sage jälgija, kes kuulab Raadio 2 kanalilt 3–4 taskuhäälingut nädalas ning sellele lisaks veel hulganisti teiste raadiojaamade saateid. Intervjuudest

⁶ Maarja Lõhmus, Peeter Vihalemm. Raadio Eestis 1960–2003: struktuur, programm ja kuulajad. Peeter Vihalemm (Toim). Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2004.

⁷ Erik Farmann, Peter Kramhoft. Raadioajakirjandus. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 1997.

selgus, et inimesed, kes kuulavad Raadio 2 repertuaarist vaid ühte saadet, kuulavadki Raadio 2 ainult selle saate tõttu. Tihti Raadio 2 taskuhäälinguid kuulavate inimeste puhul joonistus välja, et enamasti pole Raadio 2 ainukene kanal, mille taskuhäälinguid kuulatakse. Leidus neid, kes kuulavad mitme Eesti raadiokanali saateid ja lisaks ingliskeelseid taskuhäälinguid.

Kokkuvõte

Peamise taskuhäälingu kuulamise põhjusena tõid intervjueeritavad välja, et erinevalt raadiost saab seda kuulata ajal, mil parasjagu ise soovitakse. Samuti mainiti asjaolu, et nii tele- kui ka raadiosaateid, kaasa arvatud uudiseid, on harjutud vaatama-kuulama tagantjärele. See tähendab, et inimesed on juba harjunud võimalusega tarbida vajaminevat informatsiooni ajal, mil see on neile kõige sobivam.



AJAKIRJANIKUTÖÖ

Eesti veebiajakirjanike oskused ja nende kasutamine oma töös

Marju Himma-Kadakas

Eesti veebiajakirjandus on oma kvaliteedilt ebaühtlane ja peaaegu sarnasel tasemel muu meedia infomüraga. Samas pakub just veeb tehnoloogilise platvormina ajakirjanikule võimaluse kasutada võimalikult paljusid oskusi. Oma doktoritöös uurisin, kuidas Eesti veebiajakirjandus oma rolliga ühiskonnas hakkama saab.

Doktoritöö eesmärk oli kindlaks teha oskused ja pädevused, mida Eesti veebiajakirjanikelt eeldatakse, ja võrrelda neid sellega, mida nad oma töös tegelikult kasutavad. See eesmärk jagunes kolmeks alameesmärgiks: 1) uurida, milline on ajakirjanike ootus ja tegelik praktika ajakirjanduslike oskuste ja pädevuste rakendamisel oma töös; 2) anda ülevaade oskuste sobituvusest tööprotsessiga; 3) teha kindlaks oskused ja pädevused, mis on spetsiifilised veebiajakirjandusele. Väitekirja moodustavad kolm eelretsenseeritud teadusartiklit (edaspidi I, II ja III uuring) ning sissejuhatav tekst.

Enne ajakirjanike oskuste juurde asumist tuleks aga veidi laiemalt mõtestada ajakirjanduse rolli praeguses ühiskonnas. Ajakirjanduse üks ülesanne demokraatlikus ühiskonnas on pakkuda usaldusväärset ja kontrollitud informatsiooni, millele kodanik saaks oma otsuste ja valikute tegemisel tugineda. Infost küllastunud meediaruumis ja üha kiirenevates meedia tarbimise praktikates muutub ajakirjanduse roll kvaliteetse ja usaldusväärse info tagajana olulisemaks kui eales varem. Kuid mis

teeb ajakirjandusest ajakirjanduse? Doktoritöö üks keskne väide on, et ajakirjandusest teeb ajakirjanduse viis, kuidas ajakirjanik töötleb infot ning milliseid oskusi ta selle käigus kasutab.

Ühes doktoritöö osaks olevas uurimuses¹ (II uuring) on analüüsitud ajakirjandusliku info töötlemise protsessi — etappe, mille käigus ajakirjanik infot töötleb, näiteks otsib teemat, kontrollib allikaid, valib allikaid, kogub informatsiooni, kontrollib fakte, töötleb teksti lähtuvalt ajakirjandusliku teksti nõuetest jne. Kogu selles protsessis on oluline, milliseid oskusi ajakirjanik eri etappides rakendab. Protsessi analüüsimiseks koguti empiiriline materjal semistruktureeritud intervjuudena kahel perioodil (2010–2011, 2017) ning fookusgrupi intervjuudena 2010., 2011. ja 2017. aastal. Meetodite kombineerimine võimaldas ühelt poolt kaardistada infotöötlemise etappe, teiselt poolt andis ülevaate oskustest, mida ajakirjanikud neis etappides kasutavad. Sel uurimisel oli teinegi fookus, mis doktoritöös tervikuna kuigi palju tähelepanu ei saanud, kuid mis kirjeldas, kuidas valeinfo ja pooltõed leiavad tee ajakirjandusväljaannete veebiversioonidesse ning end selle kaudu legitimeerivad. See teema pakub tänapäevase infokorratuse ajastul üha enam aruteluainest.

III uuring² oli suunatud sellele, milliseid oskusi veebiajakirjanikelt ajakirjanike (nii reporterite kui ka toimetuste juhtide) arvates oodatakse ning kuivõrd saavad nad oma oskusi igapäevatoös

Artikkel põhineb 19. aprillil 2018 Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudis kaitstud doktoriväitekirjal „Skill performance of Estonian online journalists: assessment model for newsrooms and research“ („Eesti veebiajakirjanike oskuste rakendamine: hindamismudel toimetustele ja teadusuuringuteks“, juh Halliki Harro-Loit ja Ragne Kõuts-Klemm). Vt <http://hdl.handle/net/59824>.

¹ Marju Himma-Kadakas. Alternative Facts and Fake News Entering Journalistic Content Production Cycle. — *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, 2017, Vol. 9, nr 2, lk-d 25–40.

² Marju Himma-Kadakas, Greete Palmiste. Expectations and the Actual Performance of Skills in Online Journalism. — *Journal of Baltic Studies*, ilmunud *online* 29. mail 2018.

rakendada. Uuring põhines veebiajakirjanike ja toimetuse juhtidega 2012. ja 2015. aastal tehtud semistruktureeritud intervjuudel (vastavalt N=12 ja N=8).

Uurimistulemustest ilmses, et Eesti veebiajakirjandusse on tegutsema oodatud asjatundlikud töötajad, kel on head ajakirjanduslikud, teemavaldkondlikud ja tehnilised oskused. Aga paraku saab neid oskusi igapäevatoos tagasihoidlikult realiseerida, sest toimetuses väljakujunenud tööpraktikad on suunatud eeskätt pidevale „ühikute“ avaldamisele. Teisisõnu oodatakse veebiajakirjanikelt kiiret „ühikute“ tootmist, mis aga jätab vähem võimalust luua sisukat, põhjalikult toimetatud ning tehniliselt mitmekülgset veebispetsiifilist sisu. Nii kasutavadki veebiajakirjanikud vaid väikest osa oma oskustest ja pädevustest, ehkki nii toimetuste juhid kui ka ajakirjanikud ise eeldavad, et veebis töötavad ajakirjanikud peavad olema paljuoskuslikud.

Küsimusele veebiajakirjanikele vajaminevate oskuste kohta aitas vastata doktoritöö osaks olev I uuring,³ mis tugines 13 süvaintervjuul veebiajakirjandust tarbivate investoritega ning neljal ekspertintervjuul meediaorganisatsioonide tegevjuhtidega. Eesmärk oli uurida, millise veebisisu eest oleks see auditooriumi segment valmis maksta. Kõrvutades nende intervjuude tulemusi „Mina. Maailm. Meedia“⁴ andmetega, võib öelda, et ollakse valmis maksta sisu eest, milles sisalduvat informatsiooni pole võimalik mujalt tasuta saada. Sealjuures on oluline, et tegu oleks asjatundliku ja teemasse põhjalikku sissevaadet võimaldava sisuga, millest lugeja saab kasu. Minu doktoritöö seisukohalt oli kõige huvitavam leid see, et intervjuueeritavad väljendasid valmisolekut maksta ajakirjandusliku veebisisu eest, mis on veebispetsiifiline (multimediaalne, interaktiivne, hüpertextuaalne jne) ja millega lugejal on võimalik aega veeta. Asjaolu, et auditoorium ootab veebist mitmekülgset ja põhjalikku sisu, tähendab, et ajakirjanikud, kes seda sisu loovad, peavad olema nii tehniliselt kui ka temaatiliselt oskuslikud. Samas osutasid III uuringu tulemused asjaolule, et toimetuse igapäevatoos jäävad

need oskused suurel määral rakendamata. Toimetuste tööpraktikad eeldavad, et avaldatakse kiiresti ja palju, kuid ei eelda ega soodusta veebispetsiifilise või temaatiliselt asjatundliku sisu loomist. Toimetuses valitseva ajasurve tõttu peavad ajakirjanikud esmaselt oluliseks kiiret avaldamist ja nende jaoks on vähem oluline ajakirjanduslik info-töötlemise protsess, mis oma keerukuse ja kindlate põhimõtete tõttu eristabki ajakirjandust muu meediasisu tootmisest.

Kuigi doktoritöö uuringud ei lähtunud ühest ja samast teoreetilisest lähenemisest, raamistab need ühtseks käsitluseks Derek Layderi sotsiaalsete domeenide teooria.⁵ Tegemine on strukturatsiooniteooria edasiarendusega, mis esitab rakendusliku analüüsi mudeli. Mudeli keskmes on agendi ja struktuuri suhe — neli sotsiaalset domeeni võimaldavad analüüsida nendevahelisi suhteid väga erinevates sotsiaalsetes situatsioonides ja tegevustes. See võimaldab mõtestada inimeste kommunikatsiooni, sotsiaalse konteksti ning tehnoloogiliste muutuste mõju tööpraktikatele. Erinevalt Anthony Giddensi või Pierre Bourdieu lähenemistest asetab Derek Layder mudeli keskmesse agendi ehk inimese, doktoritöö kontekstis on selleks ajakirjanik. Sotsiaalsed domeenid võimaldavad mõtestada indiviidi motivatsiooni oskuste omandamisel ja kasutamisel (psühhobiograafia domeen), toimetustes ettetulevaid situatsioone (situatiivsete tegevuste domeen), toimetustevahelist teadmiste ja kogemuste vahetamist (sotsiaalsete praktikate domeen) ning ühiskonna muutustest ja ressurssidest tulenevaid mõjusid (kontekstuaalsete ressursside domeen).

Psühhobiograafia domeeni mõistest lähtumine võimaldab mõista, et tööpraktikate kujunemise taga on hoiakud ja väärtused. Viimased mõjutavad nii oskuste omandamist kui ka nende kasutamist igapäevaelus. Psühhobiograafia domeen on väga individikeskne kategooria, seda on strukturatsiooniteoorias enamasti alahinnatud ja see on saanud seni põhjendamatu vahetähelepanu. Hoiakud ja väärtused on aidanud kohendada veebi kui

³ Marju Himma-Kadakas, Ragne Kõuts. Who is Willing to Pay for Online Journalistic Content? — Media and Communication, 2015, Vol. 3, nr 4, lk-d 106–115.

⁴ Eesti ühiskond kiirenevas ajas. Uuringu „Mina. Maailm. Meedia“ 2002–2014 tulemused. Toimetajad Peeter Vihalemm, Marju Lauristin, Veronika Kalmus, Triin Vihalemm. Tartu: Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut, 2017.

⁵ Derek Layder. Modern Social Theory: Key Debates and New Directions. London & Bristol: UCL Press, 1997.

tehnoloogilise platvormi arengu käigus töökorraldust viisil, mis on olnud mingil ajahetkel sobivad. Seda selgitab lähemalt doktoritöö peatükk, mis annab ülevaade veebiajakirjanduse kujunemisest Eestis.

Tööpraktikate kujunemist iseloomustab III uuringus esile tulnud asjaolu, et veebiajakirjanikud ei oska öelda, kust ja kellelt täpselt tulevad ootused nende tööle, näiteks kes täpselt eeldab, et iga kümne minuti järel peab ilmuma „ühik“, et nad peavad ühe vahetuse jooksul avaldama teatud hulga, näiteks vähemalt kaheksa „ühikut“ jne. Seega on tööpraktikate taga ühiselt kujundatud hoiakud ja väärtused, kuid samuti ka arusaamad ja mõtteviisid, mis on kujunenud pigem situatiivsete tegevuste ja sotsiaalsete praktikate kaudu ajakirjanikkonna sees.

Hoiakute ja väärtuste kujunemisel on olulisel kohal situatiivsed tegevused ehk toimetusetöös aset leidvad üksiktegevused. Need üksiktegevused, näiteks toimetuse juhi antud tööülesanded ja nende täitmine, on aja ja kohaga piiratud. Samas mõjutavad situatiivseid tegevusi sotsiaalsed keskkonnad ehk inimestevahelised suhted ja kommunikatsioon. See tähendab, et Eesti-taolises väikeriigis kanduvad näiteks veebitoimetuste situatiivsed tegevused sotsiaalsete keskkondade kaudu kiiresti ühest toimetusest teise. Ühes toimetuses kasutusele võetud mõiste „lindi hoidmine“ tähendab toimetuses väljakujunenud nõuet avaldada veebi uudistevoos pidevalt teatud hulk „ühikuid“. Viimane võib tähistada mistahes toimetusalikku materjali: foto-uudiseid, videolõike, pressiteateid, välismaistest meediaväljaannetest tõlgitud artikleid jne. Mitu intervjuueeritavat tõi välja, et nende töölepingutes on olnud kvantitatiivne nõue avaldada kaheksatunnise tööpäeva jooksul vähemalt kaheksa „ühikut“, mis sisuliselt tähendab millegi avaldamist iga tunni jooksul. Seesugune tööpraktika esines mitmes toimetuses ning oli sellesama „lindi hoidmise“ ehk pidevalt millegi avaldamise teenistuses. Põhjendust, miks selline nõue on kunagi tekkinud või miks seda järgitakse, intervjuudest ei selgunud. Eelkirjeldatud tööpraktika tulemusel on tekkinud ajasurve, mis soosib arvukat avaldamist, kuid mitte nii väga ajakirjanduslikku kvaliteeti või sisukust. Seesugune kvantiteedile ja ajasurvele orienteeritud tööpraktika on sageli kandunud ühest

toimetusest teise. Samamoodi levivad toimetuste vahel tehnilised uuendused, mis samuti mõjutavad tööpraktikaid.

Mõistetavalt on Eesti veebitoimetuste tööpraktikat mõjutanud ka kontekstuaalsete ressursside domeen. See on valdkond, kus näeme tehnoloogilise arengu, üldise majanduskeskkonna, aga näiteks ka sotsiaalvõrgustike ja veeuudiste tuleku mõju. Selle domeeni sisu avab doktoritöös toodud Eesti veebiajakirjanduse ühiskondliku konteksti peatükk, milles on esitatud nii tehnoloogilise arengu kui ka oskuste rakendamise aspektid.

Töö üks olulisem panus veebiajakirjanduse ja ajakirjanduslike rollide uurimise valdkonda puudutab veebi kui platvormi ja sellega seonduvate spetsiifiliste oskuste kindlaks tegemist. Digitaalkultuur tervikuna on mõjutanud informatsiooni töötlemist, konstrueerimist, esitamist ja levitamist ajakirjanduses. See on aga pannud üha enam küsima, kes on tänapäeval ajakirjanik ja kas ajakirjanduslikud rollid on platvormi kuidagi erinevad. Kuigi minu doktoritöö uuringud ei puudutanud ajakirjanduslike rollide täitmist, annavad need edaspidi aluse uurida nii ajakirjanduslikele rolle kui oskusi platvormispetsiifiliselt.

Doktoritöö üks olulisemaid väiteid on, et veebiajakirjanike oskuste ja pädevuste palett erineb traditsioonilises meedias töötavate ajakirjanike omast oma mitmekesisuse poolest. Kuid ka ühe veebitoimetuse sees võivad korraga töötada nii piiratud oskustega meediatöötajad kui ka paljuoskuslikud ajakirjanikud. Traditsioonilises meedias ei ole erinevus oskuste olemasolu ja nende rakendamise vahel nii suur kui veebiajakirjanduses. Selleks et kasutada veebi kui tehnilise platvormi võimalusi täiel määral, on vaja kasutada märkimisväärselt suuremat oskuste ja pädevuste paletti kui näiteks televisioonis, raadios või ajalehes. Seda põhjusel, et veebi tehnoloogilised võimalused (multimediaalsus, interaktiivsus, koheusus, kõikjalviibivus jt) nõuavad peaaegu kõigi traditsiooniliste tehniliste platvormide kasutamise oskusi ning lisaks veel universaalseid oskusi, näiteks oskust luua konvergentset sisu ja juhtida toimetust konvergentse sisu loomisel. Seega võib väita, et veebi puhul saab oskused ja pädevused üldistatult jagada ajakirjanduslikeks üldoskusteks (nt uudisväärtusliku teema otsimine, eeltöö, suhtlemine

allikatega jmt) ning tehnilisteks oskusteks. Just viimased võimaldavad veebiajakirjanikel eristuda muude platvormide ajakirjanikest. Näitega ilmetades: kui veebis on võimalik dokumendiallikatest luua sisu näiteks kirjaliku teksti, graafilise sisu ja audiovisuaalsete narratiivide kombinatsioonina, siis raadios, televisioonis või ajalehes seab sellisele multimedialsele lahendusele piirid platvormispetsiifika.

Samas võib veebiajakirjanike oskuste ja pädevuste palett olla praktikas väga kitsas, seda põhjusel, et situatiivsed tegevused ja sotsiaalsed praktikad soodustavad kiiret ja pidevat avaldamist. Selle vastuolu mitmekülgsem ja sügavam teadvustamine

toimetuste juhtide hulgas võib aidata toimetuslikke tööpraktikaid muuta, ajakirjanduslikke oskusi tõhusamalt kasutada.

Oluline on rõhutada, et uuringuandmete kogumise ja analüüsimise vältel on Eesti veebiajakirjandus pidevalt edasi arenenud. Veebitoimetuste tööpraktikad sarnanevad endiselt suures osas küll nendes uuringutes kirjeldatuga, kuid on toimetusi, mis on vähehaaval täienenud aeganõudvat, põhjalikku ning veebispetsiifilist sisu loovate toimetusüksustega, kus ajakirjanikud saavad kasutada laia oskuste ja pädevuste paletti. Nende uute veebitoimetuslike üksuste tööpraktikate uurimine võib olla huvipakkuv edasise uurimistöö teema.

Vale- ja võltsuudised Eesti peavoolumeedias: peatoimetajate perspektiiv

Maia Klaassen

Ajakirjandus on kriisis. Esmalt kolis uudiste tarbimine traditsioonilistest meediumidest internetti, seejärel sotsiaalmeediasse — eelmisel aastal luges uudiseid sotsiaalmeediast juba üle 51% ameeriklastest.¹ Veebipõhised uudisteportaalid sõltuvad avalehele või konkreetsele uudisele liikluse genereerimisel järjest enam sotsiaalmeediast,² mis annab ühelt poolt võimaluse uudiseid püsilugejatest kaugemale levitada, aga teisalt pakub katkematu ja mitmekesise informatsioonivooga ka konkurentsi. Tähelepanumajanduses funktsioneerimine, kus kõik sisupakkujad ja meediumid võistlevad inimeste tähelepanu nimel, ongi infoajastu väljakutse.³

Informatsiooni hulga kasvades on varasemast olulisem tarbija oskus usaldusväärset informatsiooni ebausaldusväärse seast välja sõeluda, ent uuringud ei näita meediakirjaoskuse hüppelist arengut.⁴ Vastupidi — uudiste tarbimine muutub järjest pinnapealsemaks; enamik neist, kes Twitteris uudiseid jagavad, teevad seda pealkirja põhjal artiklit kordagi avamata.⁵ See tähendab, et meediatarbijate käitumuslikud harjumused soosivad

valeinformatsiooni varasemast kiiremat levikut ning see kujutab endast probleemi, sest kord omaks võetud valeuskumust on raske parandada või ümber lükata.⁶

Meediaettevõtted püüavad muutunud turuolukorras uudiseid avaldada aina rohkem, kiiremini ja silmatorkavamalt. Marju Himma-Kadakas⁷ jälgis kolme aasta vältel ajakirjandustudengite tööpraktikaid ning tõi välja, et valeinformatsiooni sisaldava uudise avaldamiseni viivad 1) kiire tempo veebipõhiste uudiste avaldamisel ja 2) allikapesu ehk teisisõnu teiste väljaannete refereerimine ise allikatega tutvumata, mis on lahutamatu seotud esimesena nimetatud põhjusega. Niisiis, ajakirjandus on kriisis ja see kriis paistab olemuslik.

Professionaalsed ajakirjandusväljaanded mängivad vale- ja võltsuudiste levikus kriitilist rolli, sest uudisele esmast kõlapinda andes jätavad nad mulje informatsiooni usaldusväärsusest⁸. Seetõttu pidasin oluliseks uurida, kuidas kirjeldavad vale- ja võltsuudiste levikut peavoolumeedias peatoimetajad, kes suunavad ajakirjanike tööd, tunnevad

Artikli aluseks on 2018. a juunis TÜ ühiskonnateaduste instituudis kaitstud bakalaureusetöö (juh Mari-Liis Madisson).
Vt <http://hdl.handle.net/10062/60632>.

¹ Nic Newman *et al.* Reuters Institute Digital News Report 2017. Vt https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf.

² Maksym Gabielkov *et al.* Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter? Vt <https://hal.inria.fr/hal-01281190>.

³ Kaidi Kasenõmm. Ajakirjanduse muutuvad funktsioonid uudistest üleküllastunud ühiskonnas. Tartu Ülikool, magistratöö, 2014. Vt <http://hdl.handle.net/10062/42354>.

⁴ Sam Wineburg *et al.* Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning. Vt <https://sheg.stanford.edu/upload/V3LessonPlans/Executive%20Summary%2011.21.16.pdf>.

⁵ M. Gabielkov *et al.* 2016.

⁶ Michela Del Vicario *et al.* The Spreading of Misinformation Online. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 2016, Vol. 113, lk-d 554–559.

⁷ Marju Himma-Kadakas. Alternative Facts and Fake News Entering Journalistic Content Production Cycle. — Cosmopolitan Civil Societies, 2017, Vol 9, nr 2, lk-d 25–41.

⁸ Craig Silverman. Lies, Damn Lies, and Viral Content — How News Websites Spread (and Debunk) Online Rumors, Unverified Claims and Misinformation. Columbia Journalism School Tow Center, 10.02.2015. Vt http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf.

toimetuse õhkkonda ning kellel on ka teadmisi meediaettevõtte juhtkonna soovitud suundade kohta. Minule teadaolevalt on see lähenemine ainulaadne — eelnevad akadeemilised uuringud on keskendunud eksitava informatsiooni levikule eri meediumides ning ajakirjanike tööpraktikate ja vale- ja võltsuudiste leviku mõju kaardistamisele.

Terminoloogia

Eestikeelsetes tõlkeartiklites on terminit *fake news* tõlgitud nii võltsuudisteks, libauudisteks kui ka valeuudisteks. Marju Himma-Kadaka⁹ järgi tähistab see termin nähtust, mil sotsiaal- ja massimeedias levivad eksitavat materjali sisaldavad uudised, mida auditoorium tarbimise hetkel peab tõesteks, kontrollitud faktidega usaldusväärseteks uudisteks.

Kaitseliidu vabatahtlike hallatud Eesti-vastast propagandat paljastav veebilehekülj Propastop.org kasutab Vene propagandamasina toodetavatest uudistest rääkides enamjaolt terminit „libauudis“. Propaganda, mida Walter Lippmann¹⁰ defineerib kui püüdlust asendada üks sotsiaalne nägemus teisega, välistab oma olemuselt mittekavatsusliku tegevuse. Ühepoolse hübiidsõja tööriista asemel hakati valeinformatsiooni sisaldanud uudiste levikut peavoolumeedias 2014. aasta Ukraina kriisi ja hilisema annekteerimise kontekstis vaatlema ja kirjeldama eraldi nähtusena, võttes arvesse ka auditooriumi uut rolli meediasisu kaasloojana ning sotsiaalmeedia postituste kasutamist ajakirjanike algallikana, sest vale- ja võltsuudised levisid nii Lääne kui ka Venemaa meedias.¹¹ Seetõttu tuleks segaduse vältimiseks sõna „libauudised“ laiemas *fake news*'i kontekstis välistada.

Omadussõna „vale“ denotatiivne tähendus vastandub tegelikkusele vastavaga ja väljendab seda, et kirjeldatav objekt on ebaõige, väär. Omadussõna „võlts“ väljendab lisaks ka ebasiirast, teesklevat,

teeseldut ning tehislukku. Seetõttu pakun välja ühe võimaliku tõlgenduse, mille järgi võltsuudis on kavatsuslik petmise või eksitamise eesmärgil toodetud uudis ning valeuudis, ehkki sisaldab samuti valeinformatsiooni, pole sihilikult eksitav.

Seda toetavad ka sõnade väärinformatsioon (ingl *misinformation*) ja desinformatsioon (ingl *disinformation*) sisulised erinevused kommunikatsiooniuuringute kontekstis. Karlova ja Fisheri järgi¹² on väärinformatsioon vale informatsioon, mis võib olla ebatäpne, mitmeti tõlgendatav või ebaselge; desinformatsioon aga sihilikult eksitav informatsioon. Väärinformatsioon muutub desinformatsiooniks siis, kui info avaldaja tahab info vastuvõtjat eksitada.¹³ Seega — sõnaga „võltsuudised“ võib tähistada kavatsuslikku desinformeerimist ja sõnaga valeuudised mittesihilikku väärinformatsiooni levitamist uudise formaadis. Kokkuvõtlikult võib nii võlts- kui valeuudiseid nimetada ka valeinformatsiooni sisaldavateks uudisteks.

Uudise tootmise tsükkel veebiajastul

Peavoolumeedias leviv valeinformatsioon toob välja konflikti selle vahel, mida tarbija normatiivselt meedialt ootab – milleks võiks näiteks olla kallutamata, faktipõhised uudised – ning mida tarbija tegelikkuses saab. Ühe korduva põhjusena, miks valeinformatsioon peavoolumeedias levib, tuuakse välja veebiuudiste erinevus trükimeediasse toodetavatest uudistest ning uudiste tootmistsükli muutumine.¹⁴

Meyrowitzi¹⁵ lavapealse ja lavataguse teooria järgi vaadeldakse uudise tootmist kahes etapis: esimeses, lavataguses faasis toimub materjali otsimine ja töötlemine ning teises, lavapeelses faasis materjali esitlus ja levitamine. Veebiuudiste tootmises on aga lavatagune faas muutunud lühikeseks ja/või lavapealseks faasiks.¹⁶ Veebiväljaannetele omane pidev uudistetsükkel, kus lugusid täiendatakse ja

⁹ M. Himma-Kadakas 2017, lk 26.

¹⁰ Walter Lippmann. *Public Opinion*. Santa Monica: BN Publishing, 2007, lk 15.

¹¹ Jill Dougherty. *Everyone Lies: The Ukraine Conflict and Russia's Media Transformation*. Harvard Kennedy School, Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy. Vt <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2014/07/d88-dougherty.pdf>

¹² Natascha A. Karlova, Karen E. Fisher. "Plz RT": A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. *Proceedings of the ISIC2012*, lk 3. Vt https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf

¹³ *Ibid*, lk 4.

¹⁴ Vt M. Himma-Kadakas 2017; C. Silverman 2015.

¹⁵ Joshua Meyrowitz. *No Sense of Place*. Oxford: Oxford University Press, 1985.

¹⁶ Michael Karlsson. *The Immediacy of Online News, the Visibility of Journalistic Processes and a Restructuring of Journalistic Authority*. — *Journalism*, 2011, Vol. 12, nr 3, lk 281.

muudetakse jooksvalt, on teinud uudistest valmis-toote asemel hoopis protsessi, mida lugeja saab pidevalt reaajas jälgida.¹⁷

Veebiuudise ideaaliks on kiirus, mis võimaldab minimaalset toimetamist, mistõttu kannatab uudislugude täpsus ja korrektsus.¹⁸ Uudiseid saab küll jooksvalt täiendada, aga kõik ei pruugi parandatud versiooni lugema sattuda ning sõltuvalt sellest, kas uudist loetakse esimeses variandis või pärast viimaseid täiendusi, võidakse sisu ka täiesti erinevalt mõista.¹⁹

Lisaks kiirusele võib mängu tulla ka inimfaktor: kui ajakirjanik on väsinud, haige või ükskõikne, kannatab töö kvaliteet.²⁰ Ka allikad võivad vale-tada — sihilik eksitaja (ingl ka *troll*) tunneb oma kommunikatiivse käitumise osana kompulsiivset vajadust eksitada.²¹

Interneti võimalused mitmekesistavad eksitamisvõimalusi

Võltsuudiste tootmises mängib rolli ka automatiseeritud sisuloome, mis on algoritmide ja tarbija käitumist kalkuleerivate robotite abil suunatud kindlale sihtgrupile.²² 2017. aastal toimunud Prantsusmaa presidendivalimiste ajal tootis teemaviide #Macronleaks sotsiaalmeedias pidevalt valeinformatsiooni sisaldavaid postitusi ning nõudis palju vabatahtlike aega, et neid kiiresti ümber lükata.²³ Libakontosid on Twitteril ligikaudu 48 miljonit (328 miljonist kontost); Facebooki libakontode arv jääb eri andmetel 83 miljoni ja 170 miljoni vahele. Automatiseeritud sisuloomega libakontode tuvastamine on aeganõudev ning kustutamine kui kolmepäevase lohega võitlemine: eemaldad miljon libakontot, tuleb kaks miljonit juurde.

Eraldi kategooriasse kuuluvad veebiportaalid, mis toodavad võltsuudiseid — neid iseloomustavad lühike eluiga ja põgus auditooriumi usalduse võit.²⁴ Ameerika Ühendriikide 2016. aasta presidendivalimiste perioodil moodustasid valeinformatsiooni sisaldavad uudised 2,6% kõigist tarbitud nn kõvadest uudistest ning neljandik üle 18-aastastest ameeriklastest lugesid sel ajal vähemalt ühte vale- või võltsuudist. Ainult pooled neist olid külastanud ka fakte kontrollivaid veebilehti (ingl *fact-checking website*).²⁵

Eksitamine ei pea tingimata olema ideoloogiline — näiteks Makedoonia väikelinna Velesisse oli USA presidendivalimiste viimastel nädalatel registreeritud rohkem kui 100 ühe tutvusringkonna poolt juhitud valeuudiste vabrikut, ainsaks eesmärgiks klikipõhise reklaamiraha kaudu rikastuda.²⁶

Allikakriitilisus — ajakirjaniku professionaalsuse alus

Ajakirjanikud ja (veebi-)toimetajad kannavad väravavahi rolli, sest nemad otsustavad, millist uudissisu ühiskonnas tarbitakse. Peavoolumeediasse jõudnud valeinformatsiooni sisaldavad uudised võivad tuleneda sellest, et ajakirjaniku allikakriitilisus või professionaalsus on teda alt vedanud. Üheks selliseks komistuskohaks on sotsiaalmeedia postituste kasutamine uudisteallikana.²⁷

Hea näide sellest on 2011. aasta Londoni rahutused: politsei lasi maha 29-aastase Mark Duggani, millele järgnenud viiepäevaste rahutuste käigus avaldati Twitteris enam kui 2,6 miljonit mässuteemalist säutsu — mõned olid liialdatud või välja mõeldud, ent kohalik meedia kasutas säutse sellegipoolest allikana, külvates sellega omajagu paanikat.²⁸ Kriisiolukorras liigub informatsioon avalikest kanalitest aeglaselt, mis sunnib peavoolumeediat

¹⁷ *Ibid.*, lk 290.

¹⁸ Vt Tiit Hennoste. Uudise käsiraamat. Kuidas otsida, kirjutada, toimetada ja serveerida ajaleheuudist. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus, 2008, lk 347.

¹⁹ *Ibid.*, lk 348.

²⁰ S. Ivask 2017.

²¹ N. A. Karlova, K. E. Fisher 2013, lk 6.

²² M. Himma-Kadakas 2017.

²³ Guy Machado, Nicolas Vanderbiest. Fake News: Europe Needs a Plan. — Euractiv, 9.06.2017. <https://www.euractiv.com/section/uk-europe/opinion/fake-news-europe-needs-a-plan/>

²⁴ C. Silverman, 2015, lk 144.

²⁵ Andrew M. Guess, Brendan Nyhan, Jason Reifler. Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign. Dartmouth University, 9.01.2018. Vt <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf>

²⁶ Samanth Subramanian. Inside the Macedonian fake-news complex. Wired, 15.02.2017. Vt <https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/>

²⁷ M. Himma-Kadakas, 2017.

²⁸ *Ibid.*

standardeid langetama ning avaldama sotsiaalmeedias levivaid väiteid, mis pole kinnitust leidnud, aga mida pole ka ümber lükatud.²⁹

Teine märgiline näide langetatud standarditest kriisilukorras pärineb Bostoni maratonil toimunud plahvatuste ajast 2013. aastal, mil CNN-i uudistekanalil otse-eeetris kõlas valetade selle kohta, et pommitaja on tabatud — informatsioon läks enne fakti kinnitamist eetrisse, kuna toimetuse juht soovis olla esimene kajastaja.³⁰

Tarbija, kes usaldab ajakirjanikku, on veendunud uudiste tootja professionaalsuses alginformatsiooni kontrollimisel. Veebiväljaannetel on praktikaks saanud ka teiste väljaannete refereerimine, mida juhul kui algallikaid ise üle ei kontrollita, nimetatakse allikapesuks.³¹ Allikapesu ja refereerimine eeldavad ajakirjaniku allikakriitilisust ka teiste väljaannete ja ajakirjanike usaldusvärsuse hindamisel.

Eksitada võib lisaks uudise sisule ka uudise vorm

Sotsiaalmeedia suurenev osakaal uudiste tarbimises ja tootmises tekitab segadust. Ajakirjaniku perspektiivist on sotsiaalmeedia sisu, mis kannab mitut uudislooo tunnust, lihtne sassi ajada ajakirjandusliku sisuga. Pildi teeb veel segasemaks peavoolumeedias avaldatav uudisteformaadis reklaamsisu, mida väljaanded müügiartiklina tutvustades nimetavad ise sisuturunduseks, aga millele Piia Öunpuu³² pakub sobivamaks vasteks reklaamlugu (ingl *native advertising*), et rõhutada ajakirjanduslikku konteksti ja sisuloomet.

Kehtivate seaduste järgi peavad reklaamlood olema Eesti peavoolumeedia väljaannetes muust sisust selgelt eristatavad ja seda näeb ette ka Eesti Ajalehtede Liidu loodud reklaami ja ajakirjandusliku sisu eristamise hea tava.

Selge eristamine on ka väljaande vastutuse seisukohast oluline, sest tarbija kannab tele-, raadio- ja

trükimeediale omistatud usalduse üle ka digitaalmeedias avaldatule.³³ See tähendab, et ajakirjanike ning väljaannete vastutus märgistada ja eristada reklaamsisu võiks laieneda kõigile peavoolumeedia väljaannetes avaldatavatele uudiseformaadis lugudele, mis tegelikult seda pole, sh ristviidatud sisu, kinnitamata informatsiooniga sisu, satiir jmt. Reklaami puhul on pretsedent juba loodud: tarbijad peavad teadma, mis tööprotsess ja eesmärk ennast uudistevormi taga peidab, et vastavalt sellele loo usaldusvärsuse üle otsus teha.

Kuidas vale- ja võltsuudiste vastu võideldakse

Vale- ja võltsuudiste levikus (nagu ka kuulujuttude levikus üldisemalt) mängib olulist rolli sotsiaalne homogeensus ning valeinformatsiooni sisaldavad uudised levivad kõige rohkem samasugustesse kõlakambritesse kuuluvate sõprade seas.³⁴ Inimesed eelistavad tarbida uudiseid väljaannetest või ajakirjanduslikest allikatest, mis nende varasemaid eelarvamusi kinnitavad (ingl *confirmation bias*), ning see kehtib ka uudiste lugemise järel otsingumootoritest lisainformatsiooni otsimise kohta.³⁵ Informatsioon, mida inimene tõeseks peab, on kergemini vastuvõetav.³⁶

Korrigeerimisega püüavad tegeleda faktikontrollijad, kellel on sõnumite avaldamiseks tavaliselt oma kanal ning kes proovivad valeinformatsiooni sisaldanud uudiste leviku pärssimiseks võimalikult kiiresti reageerida.³⁷ Uurijad on aga leidnud, et ajalehtede parandused ja vabandused muudavad juba kinnistunud väärtõepidamisi harva (kui üldse muudavad) ning omandatud väärinformatsiooni korrigeerimine ei toimi ka juhul, kui inimene seda usub, mõistab ja hiljem seda ka mäletab.³⁸ Siin tuleb mängu ka nn tagasilöögi efekt (ingl *backfire effect*): kui inimestele esitada informatsiooni, mis

²⁹ *Ibid.*

³⁰ David Carr. The Pressure to Be the TV News Leader Tarnishes a Big Brand. The New York Times, 21.04.2013. Vt <http://www.nytimes.com/2013/04/22/business/media/in-boston-cnn-stumbles-in-rush-to-break-news.html>.

³¹ C. Silverman 2015, lk 8.

³² Piia Öunpuu. Eesti moe- ja ilublogijate praktikad ja eetilised dilemmad brändikoostööde kajastamisel. Tartu Ülikool, bakalaureusetöö, 2017, lk 12.

³³ M. Himma-Kadakas 2017, lk 29.

³⁴ C. Silverman 2015, lk 36.

³⁵ Daisuke Wakabayashi. As Google Fights Fake News, Voices on the Margins Raise Alarm. The New York Times, 26.09.2017. Vt <https://www.nytimes.com/2017/09/26/technology/google-search-bias-claims.html>.

³⁶ Stefan Lewandowsky *et al.* Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. — Psychological Science in the Public Interest, 2012, Vol. 13, nr 3, lk 112.

³⁷ A. M. Guess *et al.* 2018, lk 6.

³⁸ S. Lewandowsky *et al.* 2012, lk 114.

on vastuolus sellega, mida nad teavad ja tõeks peavad, klammerduvad nad kognitiivse käitumismustri osana veelgi tugevamini enda poolt tõeseks peetud informatsiooni külge.³⁹

Ameerika Ühendriikide 2016. aasta presidendivalimiste ajal levinud vale- ja võltsuudiste kohta tehtud empiirilises uuringus tuvastati, et 10% uuritavatest tarbib pidevalt vale- ja võltsuudiseid ning 33,16% artiklitest, mida nad loevad, pärinevad vale- või võltsuudiseid tootvatelt veebilehtedelt — ehk tegemist on siis sügava kõlakambriga. Mitte keegi uuritavatest, kes olid lugenud valeväidet sisaldanud uudist, polnud faktikontrollijate sisu korrigeerivat lugu näinud.⁴⁰ Kuna enamik faktikontrollimisega tegelevatest veebilehtedest ei arvesta inimese psühholoogiast tingitud eripäradega omandatud valeinformatsiooni korrigeerimisel, on vale- ja võltsuudiste ümberlukkamine suures mahus kujunenud ebaedukaks.⁴¹ See aga tähendab, et ümberlukkamise asemel peaks tegema pigem ennetamisega, milles mängib olulist rolli valeinformatsiooni sisaldavate uudiste leviku tõkestamine peavoolumeedias.

Metoodika ja valim

Uuringu läbiviimiseks rakendasin kvalitatiivset uurimismeetodit, võttes analüüsi aluseks individuaalsed poolstruktureeritud ekspertintervjuud seitsme peatoimetajaga, kelleks olid Eesti Rahvusringhäälingu uudiste- ja sporditoimetuse peatoimetaja Anvar Samost, Õhtulehe peatoimetaja Martin Šmutov, Lääne Elu peatoimetaja Andrus Karnau, Äripäeva peatoimetaja Meelis Mandel, Eesti Ekspressi peatoimetaja Erik Moora, Delfi ja Eesti Päevalehe peatoimetaja Urmo Soonvald ja Postimehe peatoimetaja Lauri Hussar.

Oma olemuselt oli tegu sihipärase valimiga — valisin uurijana uuritavad ise välja, püüdes leida Eesti peatoimetajate seast tüüpilised esindajad. Läh-tusin ka sellest, kuidas väljaanded end ise defineerivad — kõik peale Eesti Rahvusringhäälingu on Eesti Ajalehtede Liidu liikmed, kuhu kuulumine on vabatahtlik, seega võib eeldada, et end nähakse

normatiivse ajakirjanduspraktika kandjana. Ringhäälinguseaduse järgi on Eesti Rahvusringhäälingu ülesandeks muu hulgas mitmekesiste ja tasakaalustatud programmide loomine ja edastamine kõrgel ajakirjanduslikul, kunstilisel ja tehnilisel tasemel, mistõttu võib normatiivsust eeldada ka nende uudisteportaalidelt.

Intervjuud toimusid 2018. aasta jaanuari ja mai-kuu vahemikus telefoni ja Skype'i teel ning kestsid 27–49 minutit. Salvestasin intervjueritavate loal kõikide intervjuude helifailid, seejärel transkribeerisin ja kodeerisin transkriptsioone, kombineerides induktiivset ja deduktiivset lähenemist kodeerimistarkvara MAXQDA abil. Lisaks hetkeolukorra kirjeldamisele on bakalaureusetöö väljundiks praktiliste nõuannete alapeatükk, mis võtab kokku teoreetilise materjali ja intervjueritavate soovitud tegevajakirjanikele eksitavate uudiste taastootmise vältimiseks.

Veebiuudiste tootmistsükli eripärad Eesti ajakirjanduses

Peatoimetajad peavad Hennoste⁴² nelja-etapilist informatsiooni uudiseks töötlemise mudelit – planeerimine ja info hankimise ettevalmistamine, reporteritöö ja materjali otsimine, kirjutamine ning viimaks toimetamine ja avaldamine — jätkuvalt nii veebi- kui ka trükimeediasse kirjutatavate uudiste loomise aluseks, ent toovad välja, et protsess on oluliselt kiirenenud ning uusi uudiseid on vaja pidevalt peale toota.

Esimene ja teine etapp pole enam selgelt eristatavad ega määratletavad. Eesti veebiajakirjanduses on tavapraktikaks teemade hakkimine: kõigepealt avaldatakse esimene pealiskaudne informatsioon ning lisainfo ja intervjuud teiste allikatega lisatakse täienevale uudisele jooksvalt.

Osaliselt tuleneb teemade hakkimine interneti levikuga kaasnevatest võimalustest — näiteks sündmuste kajastamisel, mille puhul on teada, et informatsiooni lisandub pidevalt, kasutataksegi eraldi blogiformaati. Täienemisel uudist, kuhu lisanduvad pidevalt kommentaarid ja uued tahud, käsitles Urmo Soonvald intervjuus blogiformaadi kõrval

³⁹ C. Silverman 2015, lk 46.

⁴⁰ A. M. Guess *et al.* 2018, lk 10.

⁴¹ C. Silverman 2015, lk 143.

⁴² T. Hennoste 2008, lk 330.

täiesti eraldi (veebi-)uudise formaadina, mida võiks võrrelda teleuudiste „Breaking News“ jupihaaval info edastamisega.

Juppide kaupa avaldamist soodustab ka konkurentsist tulenev kiiruse surve: suhtlemine on internetiajastul vahetum ja infoliikumine kiirem, s.t arvestatakse, et ka teistel toimetustel on tõenäoliselt sama informatsioon ning esimesena reageerimine on konkurentsieeliseks. Samuti hakitakse teemasid, mis on avalikkuse jaoks nii olulised, et esmajoonel kurssi viimine, isegi juhul kui on olemas ainult üks kinnitatud fakt või pealkiri, on õigustatud.

Samas tuleneb teemade hakkimise praktika ka auditoriumi enda tarbimiskäitumisest — hajuva tähelepanuga tarbijale on vaja pidevalt uut infot serveerida ja hakkides on kogu aeg võimalik midagi veebi üles panna. Kui veebiväljaanne kaasab hakitud teema ka paberlehte, siis see ilmub põhjalikuma ja kvaliteetsemana. Teise väljaande sisu refereerides jäävad esimesed kaks etappi vahele.

Uudise tootmistsükli neljas etapp, milleks on toimetamine ja avaldamine, on samuti muutunud, sest kirjutatakse otse portaali — toimetaja filter üldiselt puudub. Nädalalehtede puhul, kus kiiruse surve on avaldamisel väiksem, on toimetaja filter ka veebis avaldades säilinud, mis tähendab, et viimase etapi vahele jätmist või sellega kiirustamist ei saa seostada kõigi veebiväljaannetega, vaid pigem nende veebiväljaannetega, mille nišiks on päevauudiste avaldamine.

Kokkuvõttes leidis tõestust Karlssoni⁴³ väide, et uudistest on saanud valmistoote asemel reaajas jälgitav protsess, ent selle juures nähti vale- ja võltsuudiste kontekstis ka positiivset: veebi interaktiivne olemus (nt sotsiaalmeedia ja uudislugude kommentaariumide kujul) aitab reporteritel ja toimetajatel kiiremini vigu märgata ja parandada.

Tarbijakeskne sisuloome

Uudiste doseerimine käib Eesti veebiväljaannetes ka tarbijakeskselt: peatoimetajad on kursis sellega, milal ja mida nende auditorium lugeda tahab, ning lähtuvad lugude avaldamisel sellest mingil määral.

Katkematu uudisetsükli lahutamatuks osaks peeti, et mingi optimaalse ajavahemiku tagant,

selleks pakuti välja näiteks pool tundi, peab alati midagi ilmuma, mis tähendab, et teatud žanris uudislood, näiteks olemuslood ja reportaažid, on kasulikum enne valmis kirjutada ja siis avaldamine ajastada. Nii hommikuse kui ka õhtuse lugemise tipu jaoks proovitakse pakkuda mõnda põhjalikku, süvenemist võimaldavat uudist; päeval ajal, mil külastajad viibivad veebilehel vähem aega, pakutakse pigem lühikesi nuppe ja täienemisel uudiseid.

Selles, kui suurt rolli tarbijakeskne ajastamine mängima peaks, jäid peatoimetajad eriarvamusle — väljaanded, mille lugude levikus on oluline komponent sotsiaalmeedia, ei pea uudiste doseerimist vastavalt lugejate eelistustele nii oluliseks. Kui sotsiaalmeediakanalil on palju jälgijaid, saab lugu hea leviku ja toob sisse ka teisi lugejaid peale püsilugejate. Tulevikus võib Eesti väljaannetes uudiste kuvamine muutuda individuaalse tarbija keskseks, võttes eeskuju Google'i algoritmidest, mis kuvavad sisu vastavalt virtuaalsele jalajäljele.

Halvad tööpraktikad Eesti ajakirjandusmaastikul

Intervjueeritavad jäid ühele nõule, et eksitavate uudiste levik peavoolumeedias tuleneb eelkõige ajakirjaniku ebaprofessionaalsusest. Silvermani⁴⁴ esiletoodud lugejaid eksitavad halvad tööpraktikad, nagu allikapesu, vähene allikakriitilisus, eksitav keelekasutus, sensatsioonilisus ja vähene jätkusuutlikkus, on levinud ka Eesti ajakirjanduses.

Teiste väljaannete sisu refereerimine on Eestis üsna populaarne, ent kohalike väljaannete omavahelised ristviitamise reeglid töötavad peatoimetajate hinnangul sisuliselt iseennast reguleeriva süsteemina: ERR-i ja teiste meediaväljaannete ning Äripäeva ja Eesti Meedia vahel on kokkulepe, et võib tsiteerida kuni viis lauset. See nõuab ajakirjanikult informatsiooni töötlemist ja takistab väikeste faktivigade ühest väljaandest kõikidesse teistesse kandumist.

Peatoimetajate arvates on pidev allikakriitilisus valeinformatsiooni leviku piiramise võti: ka suured välismaised uudisteagentuurid võivad aja jooksul vähem usaldusväärseks muutuda ning isegi

⁴³ M. Karlsson 2011, lk 290.

⁴⁴ C. Silverman, 2015, lk-d 2–3.

statistikat või uuringutulemusi esitades peaks ajakirjanik endalt küsima, kust see informatsioon pärineb ning mis eesmärgil see meediasse jõudis. Kontrollitud info puhul pole enam vahet, mis motiividel see lekitati — fakt on fakt.

Kui palusin Eestis levinud vale- ja võltsuudistest näiteid esitada, siis toodi neid kõige enam just välismaiste uudiseagentuuride refereerimise ja/või allikapesu järel ilmunud valeinformatsiooni sisaldavatest uudistest. Teise komistuskohana joonistus välja Eesti veebiajakirjanduse praktika kasutada (osavalt kirjutatud ja vormistatud) pressiteateid valmis veebiuudisena, mitte uudiste allikana. Seda, kas pressiteatest tehakse lihtne uudis või võetakse sealt väike segment, mille kohta avaldatakse põhjalik uuriv lugu, pidas Meelis Mandel hea ajakirjaniku mõõdupuuks. Eestis on meediavaldkond kitsas, mistõttu on võimalik, et suhtekorraldaja ja ajakirjanik on sõbrad või tuttavad. Seda olulisem on toimetusesisene kokkulepe kohelda pressiteadet nagu iga teist toimetusse laekunud vihjet.

Reklaamlugusid pidasid peatoimetajad pigem ajakirjanduse rahastusmudeli jätkusuutlikuks edasiarenduseks kui probleemiks, tuues samas välja, et reklaamlugude avaldamisel jälgivad suuremad väljaanded Eesti Ajalehtede Liidu kehtestatud head tava. Niisugune arusaam juhtimistasandil on huvitav, kui arvestada seda, et märksõna „sisuturundus“ peale tuleb otsingumootoritest vasteid arvamugudest pikemate analüüsideni, kus eksitava vormiga reklaamlugude avaldamist peavoolumeedias käsitletakse lugejate segadusse ajamise ja üldise probleemina⁴⁵ ning et Postimehe ajakirjanikud heitsid eelmise aasta märtsis juhtkonnale saadetud kirjas ette, et ajakirjanikelt nõuti sisuturundusliku materjali tootmist teiste Eesti Meedia väljundite kohta.⁴⁶ Eelnimetatud asjaolud jätavad mulje, et reklaamlood ja nende tootmisega kaasnev eetika on nuputrealite jaoks häirivamad kui juhtkonna jaoks.

Kiirus ja konkurents

Veebimaastiku ülesehitust Eestis kirjeldati kolmetahuliseks, märksõnadeks katvus, kvaliteet ja kiirus. Eesti turul on veebipõhiste uudistepakkujate vahel intensiivne ja halastamatu konkurents, mis avaldub eelkõige ajakriteeriumis, aga ka pidevas üksteise jälgimises ning võistlemises ajakirjanike ja koostööpartnerite pärast. Urmo Soonvald arvas intervjuus, et just tänu kodumaise turu konkurentile on Eesti veebiväljaanded oma innovaatsiliselt, kiiruselt, leidlikkuselt ja koostööpartnerite Euroopa tipus.

Väljaannete võitluses lugejate pärast toodi konkurentsieelisena esile eksklusiivseid teemasid, huvitavat foto- ja videomaterjali, kindlat nišši, erinevaid väljundeid, meisterlikke ajakirjanikke, fokuseeritust, nii ajakirjaniku kui ka väljaande brändi või mingit erilist lisatoodet või lisakoostööpartnerit, mida teistel pole. Lugusid, mida allikad ei taha rääkida, on kallim toota, aga need toodavad ka sellevõrra rohkem lõppväärtust.

Kiirust ei saa veebiväljaandes konkurentsieelisena üle tähtsustada eelkõige auditooriumi tarbimisharjumiste tõttu. Lugeja tähelepanu hajub kiiresti — Anvar Samosti sõnul peatub Eesti lugeja ühe loo juures keskmiselt 22 sekundit ning lisaks hõlmab uudisteportaalide külastatavust rohkem kui viis korda päevas ainult üksikute lugejate harjumus. Hea näide sellest, et majandustulemuste vaatenurgast pole kiirus peamine, on mitme peatoimetaja arvates Maaleht. Seal ei mängi avaldamise kiirus tõesti suurt rolli, toimetus ei paista silma ka uurivale ajakirjandusele omase erilise eeltööga, aga ometi on loetavus stabiilne või kasvav. Sellegipoolest eeldab eksklusiivne ja huvitav sisu, mida kõik vastajad pidasid konkurentsieeliseks, samuti esmaste kajastajate seas olemist, millest järeldub, et kiirusekriteeriumil on veebiajakirjanduses ehk suurem kaal, kui peatoimetajad ise tunnustada tahaksid.

⁴⁵ Merilin Pärli. Võidujooks toimetuse ja reklaamiosakonna vahel: Äripäeva lisadesse võib loo saada nii tasuta kui raha eest. — ERR, 16.01.2017. Vt <https://www.err.ee/580840/voidujooks-toimetuse-ja-reklaamiosakonna-vahel-aripaeva-lisadesse-voib-loo-saada-nii-tasuta-kui-raha-eest>; Kaarel Talvoja. Mis on Eesti sisuturunduses valesti? — ERR, 24.08.2017. Vt <https://www.err.ee/614649/kaarel-talvoja-mis-on-eestisisuturunduses-valesti>; Merilin Pärli. Meediaõppejõud: Postimehe koostöö kinnisvaraportaliga on sisuturundus. — ERR, 22.08.2017. Vt <https://www.err.ee/613980/meediaõppejõud-postimehe-koostoo-kinnisvaraportaliga-on-sisuturundus>.

⁴⁶ Merilin Pärli. Postimehe ajakirjanikud saatsid dikteeriva juhtimise vastu märgukirja. — ERR, 4.04.2017. Vt <https://www.err.ee/588001/postimehe-ajakirjanikud-saatsid-dikteeriva-juhtimise-vastu-margukirja>.

Sensatsiooniline ja tähelepanumaias ajakirjandus

Vale- ja võltsuudistega seotud teooriate väljal korduvad seisukohad, et kiiruse väärtustamine on veebimeedia loomuse osa; et sensatsioonilisus ja eksitavad pealkirjad on klikkide saamiseks vajalikud; et katkematus tempos uudiste tootmine on lugeja püüdmiseks vajalik. See jätab mulje, et vale- ja võltsuudiste levik peavoolumeedias on möödapääsmatu, sest on seotud veebimeedia olemuse, ajakirjanduse arengu või mingisuguse murranguga. Ükski minu usutletud peatoimetajatest sellele mõttele alla ei kirjutanud.

Sensatsioonilisuse osakaalu Eesti veebimaastikul tunnetasid kõik vastajad — Erik Moora nimetas neid skandaalse maiguga emotsionaalseid, tugeva dramaatilise komponendiga lugusid sotsiaalpornoks. Samas toodi esile, et dramaatilised (esikaane-)lood on olnud läbi aegade ka trükimeedia lehtede müügis läbimüügi olulisi tingimusi. See tuleneb tarbijate eelistustest, sest konfliktseid, emotsionaalseid, äratundmishetki pakkuvaid lugusid ostetakse. Tarbijakeskset lugude tootmist on kasumlikkust taotlev meediaettevõtte alati harrastanud. Lugejatele huvipakkuval teemal kirjutatakse rohkem, samas kui teemad, mis ei levi ega müü, tõrjutakse kõrvale.

Veebiväljaannetele on konkurentsipüsimeks sensatsioonilisusele rõhumine eriti libe tee seoses maksumüüride populaarseks muutumisega. Kuna paljud artiklid on alates pealkirjast ja juhtlõigust edasi lugemiseks tasulised, siis on pealiskaudset lugejat kerge dramaatilise komponendi või pealkirjaga eksitada. Lugeja, kellele lubatakse skandaalset uudist, aga kes leiab süvenemisel, et tegu on marginaalse teemaga, ei taha järgmisel korral enam sama väljaannet või sama ajakirjaniku lugu lugeda, sest on juba petta saanud. Seega on sensatsioonilisusele rõhumine pikas perspektiivis kahjulik.

Veebiväljaandeid kutsutakse ahvatlevate, klikkima kutsuvate pealkirjade ja piltide tõttu ka „klikimeediaks“, mis on negatiivse konnotatsiooniga väljend ja ilmestab veebimeedia fokuseeritust justkui esmase kliki kätte saamisele, mitte kvaliteetse sisu tootmisele. Kõik peatoimetajad rõhutasid, et uudise väärtuse hindamine lugemiste arvu järgi pole ei uus ega läbinisti negatiivne teema — ka trükiajakirjanduse ainuvalitsuse ajal eelistasid

ajakirjanikud pigem töötada ajalehes, mille tiraaž oli 100 000, kui ajalehes, mille tiraaž oli 2000 eksemplari. Lugejate arvus peitus meedia mõju siis ja nii on ka nüüd.

Diskussioon

Intervjueeritavate ühiseks seisukohaks jäi, et vale- ja võltsuudiste temaatika on Eesti ajakirjandusmaastikul vähem aktuaalne kui Lääne-Euroopas, Skandinaavias ja USA-s. Selle põhjenduseks esitati kaks huvitavat seletust.

Eesti keeleruum on, nii nagu riik isegi, võrdlemisi väike, mistõttu paljud rahvusvahelise tähtsusega uudised jõuavad meieni ingliskeelsest või venekeelsest meediast. See omakorda tähendab, et informatsiooni töötlemine uudiseks võtab tõlkimise ja kohaliku väljaande jaoks sobivaks vormistamise võrra kauem aega. Pikem ajavahemik võimaldab kahtlaseid või segaseid kohti märgata ning lisaküsimused viivad täiendava kontrollini.

Samas toodi tulevikutendentsidest rääkides välja, et ajakirjandusliku sisu ja väljundite mitmekesistamine, mis on küll väljaannete jaoks konkurentsieeliseks, on loonud paradoksaalselt olukorra, kus ajakirjandusmaastik on killustunud ning eriti noored lugejad suunavad aina rohkem tähelepanu välismaistele meediakanalitele. Seega on tõlkeuudiseid vaja järjest enam, sest kui näiteks The Sun kirjutab Kardashianide pere kohta eksklusiivse ja haarava loo, mida Eesti meediaruumis lugeda ei saa, kaotab kohalik meedia lugejad. Tõlkeuudiste edastamine eeldab väga head keeleoskust, aga ka sellisel juhul võib tõlkes kohaliku konteksti mittemõistmisel mingi oluline aspekt kaduma minna.

Ehk siis — seni kuni Eesti peavoolumeedia edastab uudiseid eesti keeles, töötab tõlge justkui valeinformatsiooni avaldamise lisakaitsena, aga kui noored meediatarbijad hakkavad eelistama välismaist sisu, levivad väärarusaamad sellegipoolest.

Teine võimalik seletus, miks vale- ja võltsuudiste levik ei tundu Eestis sama aktuaalne ja problemaatiline kui USAs või Lääne-Euroopas, on peatoimetajate arvates ajalooline. Sarnaselt teiste endiste Nõukogude Liidu liikmesriikidega on ka Eesti meedial kogemus Venemaa provokatsioonide ja valeinformatsiooni levitamise operatsioonidega. See on andnud meie ajakirjanikele kogemuspõhised

tööriistad, aga ka vajaliku skepsise allikate usaldusväärsuse suhtes (eriti teatavate teemade puhul), mistõttu võib Eesti kasuks rääkida parem sõel ja arenenum oskus valeuudiseid tuvastada. Tähelepanelikuks teeb ainuüksi teadmine, et Venemaa võib selliseid võtteid kasutada.

Peatoimetajad töid ka välja, et viimase paari aastaga on faktikontrollimine eriti hoolsaks läinud, mida võib näha vale- ja võltsuudiste aktuaalsuse tagajärjena ja mis võib olla seotud ka Ukraina annekteerimisega 2014. aastal, kui propaganda mängis olulist rolli. Eestlased jälgivad oluliselt pinevamalt Vene ja Läti piiril toimuvat ning alateadlik ajaloolisest taustast tulenev ohutunne võib manitseda kohalikke ajakirjanikke ka erilisele hoolsusele Vene meediast tuleva informatsiooni usaldusväärsuse hindamisel.

Tulevikusuundade puhul rääkisid toimetajad ka automatiseeritud sisuloome ning turundusautomaatika järjest suuremast kasutuselevõtust. Kui kogemuspõhine ettevaatlikkus määrab allikakriitilisuse, võib ka automatiseeritud sisuloome puhul Eesti ajakirjandusmaastikul tekkida sarnane skepsis või vastupanu nagu Vene meediast pärinevate uudistega. See aga tähendaks, et kokkuvõttes on vale- ja võltsuudiste probleemistik hetkel niivõrd aktuaalne kogemuste puudumise tõttu, ning selleks ajaks, kui seda fenomeni hakatakse ka meil pidama igapäevaseks võrdselt Vene meedia propagandavaledega, võib ajakirjandus olla end ise reguleerinud suhtuma allikatesse ja informatsiooni usaldusväärsusesse sama skeptiliselt kui Sputniku uudistesse.

Kokkuvõte

Otsisin oma uurimuses selgitusi sellele, kuidas valeinformatsiooni sisaldavad uudised professionaalses uudismeedias levivad ning millised on valdkonna ekspertide selgitused selle nähtuse tekkepõhjustele.

Selgus, et veebiuudiste eripäradeks on näiteks teemade hakkimine ja terve päeva peale doseerimine, katkematu uudiste tootmise tsüklil, konkurentsist tulenev kiiruse surve ja tarbijakeskne sisuloome. Eesti väljaanded püüavad kohaneda kyllustunud meediamaastiku ja lugeja aina kiiremini hajuva tähelepanuga. Allikakriitilisus on informatsiooni usaldusväärsuse hindamisel muutunud oluliseks ka sel juhul, kui kogemuspõhiselt on tegemist

usaldusväärse allikaga, seda eriti teiste väljaannete lugude refereerimisel.

Eestis esinevad mõned valeuudiste levikut soodustavad tööpraktikad, nagu näiteks allikapesu, uudise vormis reklaamlugude ja pressiteadete avaldamine ilma selge lisamärketa ning sensatsioonilisusele rõhumine. Samas töid peatoimetajad välja, et lugejate tähelepanu püüdmine sensatsioonilisusega või rõhumine emotsioonidele pole omane ainult veebimeediale — n-ö klikkide lugemist võib samastada paberlehtede tiraažinumbrite jälgimisega, sest meedia mõju seisnebki lugejate arvus. Tõejärgse ajakirjanduskultuuri pealetungi ei tunetanud Eestis ükski peatoimetaja.

Vale- ja võltsuudiste levikut ei peetud Eestis aktuaalseks teemaks. Meil on väike keeleruum ja rahvusvaheliste lugude tõlkimisel tekib lisaage, mille käigus informatsiooni hinnata. Kuna Eestil (nagu ka teistel endisel Nõukogude Liidu liikmesriikidel) on Vene propagandamasinaga võrreldes Lääne-Euroopa, Skandinaavia ja USA-ga pikaajalisemad kogemused, võib eestlastel olla välja kujunenud vilumus ja kogemuspõhine skepsis, mis aitab valeuudised välja sõeluda. Võrreldes kogu toodetava ajakirjandusliku sisu mahuga võib valeuudiste ilmumist Eesti mastaabis peatoimetajate sõnul tõlgendada pigem loomuliku veaprotsendina.

Kui valeinformatsiooni sisaldanud uudis on juba avaldatud, siis on levinud võtteks see parandada ning faktikontrolli tulemus koos vabandusega avaldada. Kuid uuringute kohaselt korrigeerivad ajalehtede parandused ja vabandused kinnistunud väärarusaamu harva,⁴⁷ mistõttu võib järeldada, et tegelikult ei ole mingit erilist hästi toimivat mehhanismi vale- ja võltsuudiste vastu võitlemiseks.

Peatoimetajate, nagu ka rahvusvaheliste asjatundjate arvates seisneb kõige tõhusam vale- ja võltsuudiste leviku pidurdamise vahend ennetavates meetmetes, mitte hilisemate õienduste avaldamises.

Valeinformatsiooni sisaldavate uudiste leviku taga nägid peatoimetajad eelkõige ajakirjaniku eba-professionaalsust, mis võib omakorda viia inimlike eksimusteni faktikontrollis ja allikate valikus. Vale- ja võltsuudiste uuringutes levinud arusaamaga, et valeinformatsiooni sisaldavate uudiste levik veebiväljaannetes on seotud veebimeedia olemuse kui sellisega, Eesti peatoimetajad pigem ei nõustunud.

⁴⁷ S. Lewandowsky *et al.* 2012, lk 114.

Rutiinide, nõudmiste ja ressursside roll Eesti ajakirjanike tööstressis

Signe Ivask

Uurijad on teadusmaailmas ajakirjanduse kohta juba pikemat aega nentunud, et see on muutuste keerises. Ajakirjandust (nagu ka muid valdkondi) on tabanud tehnoloogilised uuendused, mis on mõjutanud nii tööülesandeid kui ka töö sisu ja tulemusi. Sellele kõigele lisandub uue tõhusa ärimudeli otsimine, millega meediaettevõtted praegu silmitsi seisavad.

Minu doktoritööl on põhiliselt kolm suuremat eesmärki. Esimene neist on kindlaks teha nõudmised ja ressursid, millega Eesti ajakirjanikud uudise loomise protsessis kokku puutuvad. Nõudmised ja ressursid on psühholoogilised tegurid, mis kas toetavad töötamist või mõjuvad töötajale negatiivselt või väljakutsuvalt.

Dissertatsiooni teine eesmärk on uurida, millised ja kuivõrd välja arenenud on ajakirjanike tööruutiinid ning mis neid iseloomustab. Lisaks on väitekirjas analüüsitud professionaalset tagasi- ja edasisidet, mis peaks ajakirjaniku jaoks tekitama arengut soosiva töökeskkonna, ühtlasi pakkuma informatsiooni tulemuste ja ootuste kohta.

Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Dissertatsioonis on kasutusel tööalaste nõudmiste ja ressursside teooria (ingl *job demands-resources theory* ehk JD-R)¹, mis aitab tööstressi mõtestada

ja analüüsida. JD-R toetub eeldusele, et igal töö on töötajat toetavad ressursid (*resources*) ja töötajale negatiivset mõju avaldavad tegurid ehk nõudmised (*demands*). Töötajal on piisavalt võimalusi oma ülesannete lahendamiseks juhul, kui töökohal on ressursid ja nõudmised tasakaalus — see tähendab näiteks, et püstitatud ülesande (nõudmise) täitmiseks on piisavalt aega ja tehnoloogilisi vahendeid (ressursse). Töötajates tekib stress siis, kui ülesannete täitmine on raskendatud, see tähendab, et nõudmisi on, ent ressursse napib.

Pikaajalise stressi ja tööga rahulolematuse all kannatamine võib viia läbipõlemiseni, mis tähendab, et inimene on emotsionaalselt äärmiselt kurnatud ega tunne oma tööst saavutusrõõmu.² Läbipõlemine mõjutab inimest nii füsioloogiliselt kui ka psühholoogiliselt. Inimese elu võivad segama hakata une- ja/või söömishäired, peavalud, emotsionaalne ebastabiilsus, küünilisus või moonutatud enesetaju.³

JD-R-i kasutamine tegi vajalikuks võtta vaatluse alla tagasi- ja edasiside ning *coaching*'u, sest töötaja arengu toetamist ja sotsiaalseid suhteid peavad teooria loojad väga olulisteks ressurssideks, mis aitavad tööstressi ära hoida või leevendada⁴.

Selleks et mõtestada ajakirjaniku tööd uudise loomise protsessis ja rutiinide rolli selles, on

Artikkel põhineb 2019. a jaanuaris Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudis kaitsitud doktoriväitekirjal „The role of routines, demands and resources in work stress among Estonian journalists“ (juh Kadri Ugur). Vt <http://hdl.handle.net/10062/53453/>.

¹ Evangelia Demerouti, Arnold Backer, Friedhelm Nachreiner, Wilmar Schaufeli. The Job Demands-Resources Model of Burnout. — *Journal of Applied Psychology*, 2001, Vol. 86, nr 3, lk-d 499–512.

² Christina Maslach, Wilmar Schaufeli, Michael Leiter. Job Burnout. — *Annual Review of Psychology*, 2001, Vol. 52, lk 397.

³ Nathalie Embriaco, Laurent Papazian, Nancy Kentish-Barnes, Frederic Pochard, Elie Azoulay. Burnout Syndrome among Critical Care Healthcare Workers. — *Current Opinion in Critical Care*, 2007, Vol. 13, lk-d 482–488; Christina Maslach, Susan Jackson. *The Measurement of Experienced Burnout*. New York: Wiley, 1981.

⁴ Arnold Bakker, Evangelia Demerouti. The Job Demands-Resources Model: State of the Art. — *Journal of Managerial Psychology*, 2007, Vol. 22, nr 3, lk-d 309–328.

dissertatsioonis kasutusel sotsioloogiline lähene mine uudisele.⁵ Kuigi ajakirjandust peetakse loov tööks, nendivad ajakirjandussotsioloogid, et uudis on konkreetsete ja universaalsete nõuetega vorm: selle loomise võtmed on kõigile uudistereporteritele üldiselt samasugused.⁶

Minu doktoritöös on üheks oluliseks mõisteks „rutiin“, mis ajakirjandussotsioloogiale toetudes tähendab siinjuhul niinimetatud mentaalseid otseteid uudise loomise protsessis. Schudson⁷ ütleb otseteede selgituseks, et ajakirjanikel tekib aja ja kogemusega kartoteek, milles peituvad erinevad olukorrad ja nende lahenduskäigud; kui tulevikus juhtub midagi erakordset, võtavad ajakirjanikud oma mentaalsest kartoteegist lahti sarnase olukorra ja lahenduskäigu ning rakendavad seda uues olukorras.

Seega võib öelda, et rutiin pakub ajakirjanikule turvatunnet. Rutiinile toetumine aitab ajakirjanikel näiteks ebatraditsioonilistes või suisa kriisisituatsioonides tööd teha: uudiseid luua ja need auditooriumini toimetada. Ühe sellekohase uuringu on läbi viinud Rootsi uurijad⁸ — 22. juulil 2011. aastal Oslos aset leidnud suures terrorirünnakus sai kannatada ka üks toimetus.

Selle toimetuse ajakirjanikud pidid olema valmis rünnakust uudiseid looma, ent tegema seda toimetusest eemal, täiesti uues keskkonnas. Osa ajakirjanikke toetus rutiinile, et olukorraga toime tulle, teine osa aga jäi hätta, sest neil puudus kokkupuude sarnase olukorraga — seega polnud neil ka lahenduskäike varasemast. See uuring illustreerib, kui võrd olulised on rutiinid ja erinevad kogemused, et kriitilistes olukordades toime tulla.

Dissertatsiooni teoreetilistes ja empiirilistes lähtekohtades olen püüdnud uudisloome protsessi määratleda. Andsin ülevaate, millistest osadest võib protsess koosneda traditsioonilises toimetuses ja milline võib olla uudisloome konvergeerunud toimetuses, kus tuleb arvestada mitme meediumi nõudmistega.⁹

Uurimismetoodika

Väitekirja empiiriliseks aluseks oli kolm uurimust (tabel 1). Eri meetoditega kogutud andmete põhjal uurisin, missugused on ajakirjanike tööalased ressursid ja nõudmised (uurimus I ja uurimus II), millised on ajakirjanike rutiinid uudise loomise protsessis (uurimus II ja uurimus III) ja kuidas ajakirjanikud oma töös tagasi- ja edasisidet saavad (uurimus II ja uurimus III).

Uurimus I andis statistilise ülevaate sellest, kuidas ajakirjanikud, kes tahavad ajakirjandusest lahkuda või kahtlevad, kas jätkata, suhestuvad küsitluses esitatud tööalaste nõudmiste ja ressursidega. Uurimuse I viisime läbi ajalehtede, veebi- ja konvergeerunud toimetuste ajakirjanike hulgas.

Uurimus II kätkes kahte meetodit: vaatlusi ja intervjuusid. Eesmärk oli uurida ajakirjanikke suurenenud stressiga perioodil, milleks valisime Rio olümpiamängud (2016). Uurisime ennekõike spordiajakirjanikke, kes töötavad trükimeedia toimetuses. Uurimuses vaatlusime ajakirjanikke uudise loomise protsessis ja analüüsisime hiljem ajakirjanike endi arusaamu selle kohta, millised olid nende jaoks sel perioodil nõudmised ja ressursid. Intervjuud toimusid ajakirjanikega pärast olümpiamänge ja neis selgus ühtlasi, mida tegid ajakirjanikud tööstressi vähendamiseks.

Ajakirjanike praktikad ja rutiinid olid vaatluse all ka uurimuses III. Selle eesmärk oli analüüsida, kuidas ajakirjanikud oma tööaega planeerivad, milliseid praktikaid kasutavad ning millised on praktikate ja ajakasutuse omavahelised seosed. Uurimuses oli kasutusel kaks meetodit: vaatlused ja fookusgrupi intervjuud. Vaatluste puhul tekkis meie valimis kaks rühma: vanemad, rohkem kogunud ajakirjanikud ja nooremad, vähem kogunud ajakirjanikud. Just noorte vähem kogunud ajakirjanike tegevuse ja praktika mõtestamiseks viisime läbi kaks fookusgrupi intervjuud.

⁵ Michael Schudson. *The Sociology of News*. 2nd edition, 2011. New York: W. W. Norton; Daniel Berkowitz. *Non-Routine News and Newswork: Exploring a What-a-Story*. — Daniel Berkowitz (Toim). *Social Meanings of News: A Text-reader*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997, lk-d 362–375.

⁶ M. Schudson 2011.

⁷ *Ibid.*

⁸ Maria Konow-Lund, Eva-Karin Olsson. *When Routines are not Enough: Journalists' Crisis Management during the 22/7 Domestic Terror Attack in Norway*. — *Journalism Practice*, 2016, Vol. 10, nr 3, lk-d 358–372.

⁹ Gillian Doyle. *Financial News Journalism: A Post-Enron Analysis of Approaches Towards Economic and Financial News Production in the UK*. — *Journalism*, 2006, Vol. 7, nr 4, lk-d 433–452; Jan Vang. *The Spatial Organization of the News Industry: Questioning Assumptions about Knowledge Externalities for Clustering of Creative Industries*. — *Innovation*, 2007, Vol. 9, nr 1, lk-d 14–27; Kostas Saltzis, Roger Dickinson. *Inside the Changing Newsroom: Journalists' Responses to Media Convergence*. — *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 2008, Vol. 60, nr 3, lk-d 216–228; Pablo Boczkowski. *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press, 2005.

Tabel 1. Uurimistöö üldine kava.

Uurimus	Peamised uurimisküsimused	Meetod(id)	Valim
I	Kui palju ajakirjanikest kaalub valdkonnast/ametist lahkumist („kahtlejad“) või on lahkumises kindel („lahkujad“)? Kui paljud lahkujad ja kahtlejad kannatavad suure stressi või läbipõlemise all? Kuivõrd jäävad lahkujad ja kahtlejad rahule töö nõudmiste ja ressurssidega?	Ankeetküsitlus	N=181
II	Missugused tegurid soodustavad spordiajakirjanike läbipõlemist? Missuguseid strateegiaid kasutavad ajakirjanikud ja toimetused, et läbipõlemist ennetada?	Semistruktureeritud intervjuud	8
		Kaks vaatlust, kokku 18 tundi	7
III	Missugused praktikad mõjutavad ajakirjanike ajaplaneerimist ja -kasutust uudise loomise protsessis? Kuidas ajakirjanikud oma aega uudise loomise protsessis planeerivad?	Kaks fookusgrupi intervjuud	20
		Kolm vaatlust, kokku 2 kuud ja 3 päeva	26

Küsitlus

Uurimuse I viisin läbi, kasutades ankeetküsitlust, mis sisaldas väiteid töötingimuste, ressursside ja nõudmiste ning ajakirjandusest lahkumise kohta. Samuti oli küsitluses väiteid läbipõlemise ja stressi kohta. Uurimuse eesmärk oli leida, kui palju ajakirjanikke kaalub professionist või valdkonnast lahkumist või on jätkamise asjus kahtleval seisukohal. Ühtlasi uurisin, kuidas seostuvad ajakirjanike otsusega rahulolu või rahulolematuse töö nõudmiste ja ressurssidega. Sellele lisaks pakkus mulle huvi, kas ja kuidas seostub ajakirjanike valikuga tööd jätkata või mitte kõrge stressi all kannatamine või enda läbipõlenuna tundmine.

Otsustasin kasutada kvantitatiivset uurimismeetodit, et saada materjali, mille abil kõigepealt selgitada välja olukord Eesti ajakirjanike hulgas. Küsitlus võimaldas mul koguda paljude inimeste käest informatsiooni üsna kiiresti ja väikeste kuldudega, mis ongi üks küsitluse suuri plusse.¹⁰ Kuigi küsitlus andis mulle materjali, mille alusel vaadelda trende, olid sel ka oma piirangud. Näiteks jäi kohati puudu selgitustest, miks mõningad seosed esile kerksid. Teine piirang oli meetodi juures see, et uurijal pole tegelikult täpset ülevaadet, kuidas vastajad küsimustest (väidetest) aru saavad.¹¹

Küsitluses kasutatud väited olid võetud mitmest küsimustikust, mis aitavad mõõta tööle keskendumist, töösse suhtumist, mõju psühholoogiale ja füsioloogiale, läbipõlemise riski ja stressi ulatust: „Utrecht Work Engagement Scale“ (UWES), „Health and Safety Executive (HSE) Stress Questionnaire“, „Maslach Burnout Inventory“ (MBI) ja „Psychosocial Risks Scale“. Küsimustiku saatsin välja 2016. aasta juunis ning vastuseid kogusin sama aasta augustikuu lõpuni. Tegu oli e-ankeetküsitlusega, mis sisaldas peale sotsiodemograafiliste indikaatorite veel erinevaid väiteid, millele sai vastata Likerti skaalal (1 — ei nõustu üldse kuni 5 — nõustun väga).

Valimi loomiseks kogusin kokku kõikide reporterite ja toimetajate nimed eri ajalehtede ja veebiväljaannete kontaktide lehelt. Jätsin valimist välja peatoimetajad, sest nende töö eripärad ja võtted on positsioonist lähtuvalt reporterite ja toimetajate igapäevatööst väga erinevad. Kuigi võiks vaielda, et toimetajad ei pruugi reporteritega ühte kategooriasse sobitada, siis tänapäevastes toimetustes on reporterite ja toimetajate töökohad ja -ülesanded suuresti segunenud, mistap oleks nende eristuse tekitamine kunstlik ja samas ka väga keeruline. Minu valimis oli 26 toimetust ja kokku saatsin e-kirjad 428 kontaktile. Respondente oli lõpuks 181, mis

¹⁰ Sirkka Hirsjärvi, Pirkko Remes, Paula Sajavaara. Uuri ja kirjuta. Tallinn: Medicina, 2005, lk 186.

¹¹ *Ibid.*, lk 182.

tähendab, et vastajate protsent oli üldvalimist 42%. 181-st respondendist olid 115 naised ja 66 mehed. Andmeanalüüsiks kasutasin Microsoft Exceli kirjeldava statistika lisaprogrammi.

Vaatlused

Vaatlusi kasutasin uurimustes II ja III. Uurimuses II vaatlesin kõrgeenenud tööstressi ja -koormuse perioodi toimetuses 2016. aasta Rio olümpiamängude ajal. Uuringu eeldus oli see, et tõenäoliselt on spordiajakirjanikel olümpiamängude ajal tavapärasest kõrgem stressitase, sest nende töökoormus ja -nõudmised on suurenenud.

Sel perioodil hakkasid ajakirjanikke — nii neid, kes jäid Eestisse, kui ka neid, kes läksid Riosse — mõjutama erinevad tegurid: näiteks töötamine vahetustes, töökorralduse muutumine seoses sellega, et osa töötajaid lahkus Riosse; Rios uue töökeskkonnaga harjumine, uue riigi ja selle korraldustega harjumine, uues kultuuris orienteerumine ja kohanemine jne.

Uurimuse III eesmärk oli vaadelda, kuidas ajakirjanikud oma aega planeerivad, millised praktikad võtavad või säästavad töö juures enim aega. Otsustasin siinjuhul kasutada vaatlusi, sest seda on teinud uurijad, kes on ka varem analüüsinud ajakirjanduslikke rutiine, toimetuse protsesse, mõjutegureid uudise loomise protsessis ja ajakirjanike käitumismustreid ettearvamatutes olukordades.¹²

Vaatluse ajal on uurija (kas teadlikult või mitte) nii filter kui ka reflekteerija ning ta peab seda teadvustama ja end vastavalt positsioneerima. Vaatlus toetub sellele, kuidas uurija olukorda, indiviide ja nende käitumist mõistab, näeb ja kirja paneb, ühtlasi sellele, mida ta veel märkab. Sestap võivad vaatluse tulemused mõnes detailis vaatlejate vahel erineda — olenevalt nende taustast, kogemustest, väärtustest ja taustateadmistest.

Uurimuse II jaoks viis mu kaasuurija kahes toimetuses läbi vaatlused (kokku 18 tundi). Valimisse kuulusid seitse ajakirjanikku kahest päevalehest

(kuus meest ja üks naine). Suurem osa vaadeldud ajakirjanikest olid 20–40-aastased. Kaks olid kogenumad (kogemust rohkem kui kümme aastat) ja viis olid vähem kogunud.

Uurimuse III jaoks vaatlesid kaks uurijat ajakirjanike rutiine ja praktikaid päevalehtede toimetustes. Vaatlused viidi läbi kolmes toimetuses: kahe üleriigilise ja ühe kohaliku ajalehe toimetuses. Töötajate arvu ja ajalehtede tiraaže ei saa valimi tutvustamise juurde lisada, sest need muudaksid toimetused kergesti tuvastatavaks. Saab aga öelda, et kohaliku päevalehe tiraaž on suurem kui ühe valimis oleva üleriigilise päevalehe oma. Anonüümsust lubasime nii toimetustele kui ka ajakirjanikele.

Ka siinjuhul jaotasin ajakirjanikud kahte rühma: noored, vähem kogunud ajakirjanikud ja vanemad, rohkem kogunud. Noored olid nooremad kui 30 eluaastat ja neil oli töökogemust vähem kui viis aastat. Vanemad olid üle 30 aasta vanad ja neil oli kogemust üle viie aasta. Kokkuvõttes oli valimis 15 noort, vähem kogunud ajakirjanikku ja 11 vanemat, rohkem kogunud ajakirjanikku.

Intervjuud

Semistruktureeritud intervjuud olid uuringukavas selleks, et mõista, kuidas ajakirjanikud uurijate märgatud tendentse ja situatsioone mõtestavad ja selgitavad. Semistruktureeritud intervjuu on paindlik meetod: uurija saab olukorras jooksvalt reageerida, küsida lisa- või täpsustavaid küsimusi, ja kui mõnel juhul vaja, küsimuse, mis intervjuusse ei sobi, vahele või üldse ära jätta. Teisalt on sellelgi meetodil negatiivseid aspekte, näiteks see, et intervjuueeritav võib tunda vajadust vastata nii, et tunduda sotsiaalselt aktsepteeritavam. Küll aga näitab uurimiskogemus, et mida anonüümsem on intervjuueeritav, seda suurem on tõenäosus, et ta annab ausaid vastuseid.¹³ Oma uuringus lubasin kõigile intervjuueeritavatele anonüümsust. Veel võib juhtuda, et intervjuueerimise protsess võib panna intervjuueeritavad stressi alla, nii et nad võivad käituda ja vastata pingeseisundis teistmoodi, kui nad seda muidu teeks.¹⁴

¹² Gaye Tuchman. *Making news: A study in the Construction of Reality*. New York: Free Press, 1978; Daniel Berkowitz. *Non-routine News and Newswork: Exploring a What-a-Story*. — *Journal of Communication*, 1992, Vol. 42, nr 1, lk-d 82–94; Chris Paterson, David Domingo. *Making Online News*. New York: Peter Lang, 2008.

¹³ Thomas Holtgraves. *Social Desirability and Self-Reports: Testing Models of Socially Desirable Responding*. — *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2004, Vol. 30, nr 2, lk-d 161–172.

¹⁴ Vt S. Hirsjärvi, P. Remes, P. Sajavaara, 2005.

Uurimuse II jaoks viisime läbi kaheksa intervjuud: neli intervjuud ajakirjanikega, kes jäid Eestisse, ja neli ajakirjanikega, kes läksid Riosse. Kolm ajakirjanikku olid naissoost, viis meessoost; neljal inimesel oli kogemust vähem kui kümme aastat, ülejäänuil rohkem. Intervjueeritavate vanused olid 23, 24, 27, 31, 38, 45, 46 ja 55 aastat. Valimi jagasime kahte ossa: vanemad, rohkem kogenud, ja nooremad, vähem kogenud ajakirjanikud.

Uurimuses kasutati andmete analüüsiks tööalaste nõudmiste ja ressursside teooriat, mille kohaselt siis, kui nõudmised ja ressursid on tasakaalus, on töötaja rahulolev: tal on tööl piisavalt väljakutsesid ja võimalusi nende lahendamiseks; kui nõudmised ja ressursid ei ole tasakaalus, siis on töötaja rahulolematu — tal on kas igav (kui ressursid on ülekaalus) või on ta teel läbipõlemise poole (kui nõudmised on ülekaalus).

Fookusgrupi intervjuud

Kasutasin fookusgrupi intervjuusid uurimuses III. See on hea meetod luua keskkond, mis stimuleerib inimesi oma arvamusi avaldama, sest nad on koos teistega, kes seda samuti teevad.¹⁵ Niisuguse meetodi puhul on aga negatiivne külg see, et on inimesi, kes kipuvad domineerima, mis loob olukorra, milles osa ajakirjanikke ei pruugi tunda end piisavalt kaasatuna, et oma arvamust avaldada.¹⁶

Fookusgrupi moderaator peab suhtuma toimivasse väga tähelepanelikult, sest vastasel juhul võib ta kaotada kontrolli rühma üle. Sealjuures võib jutujamamise fookus minna paigast, teema võib muutuda või hoopiski tekkida tülisid osalejate vahel.¹⁷ Niisiis määrab intervjuu kvaliteedi suuresti ära moderaator — kui oskuslik, kogenud ja keskendunud ta on. Kuna aga inimesed fookusrühmas ei ole üksteisele anonüümsed, siis võib juhtuda, et osalejad ei väljenda enda tegelikke seisukohti, vaid jagavad sotsiaalselt aktsepteeritavamaid vastuseid, et näha välja positiivsemad.¹⁸

Kuna uurimuse III vaatlusandmete analüüs näitas, et omapärane trend ilmneb just noorte

ajakirjanike hulgas, otsustasin nendega (nooremad kui 25 aastat, kogemust vähem kui viis aastat) viia läbi kaks fookusgrupi intervjuud. Fookusgrupi intervjuud aitasid vaatluse tulemusi selgitada, analüüsida ja konteksti asetada.

Uurimiseetika ja ajakirjandusuuringud Eestis

Uuringuid läbi viies puutusime kokku mitme eetilise probleemiga, mis on väärt esiletõstmist. Esiteks tõsiasi, et kui me oma uuringutes märgime ära mõne teguri, mis ei pruugi ajakirjanikke tõhusate töötajatena näidata, siis me mingil määral paljastame nende nõrgad kohad ülemustele. Pidime toimetuste juhtidelt küsima luba uuringute läbiviimiseks, mis tähendab, et hiljem võis juht ilmunud artikli meetodit ja valimit lugedes viia kokku, kas juttu on tema toimetusest või mitte. Selle vältimiseks püüdsin oma uuringutes hoiduda hinnangudest ajakirjanike tööle ja praktikatele.

Üldiselt tekitab väga palju eetilist mõtteainet tõsiasi, et Eesti ajakirjanike kogukond on üsna väike, mistõttu võivad uuringust osavõtjad (kellele oleme lubanud anonüümsust) olla mõnel juhul tuvastatavad. Näiteks võivad neid reeta kõnemaneeer, just neile omane sõnakasutus või isegi näitlikustavad juhtumid, millest nad intervjuudes räägivad ja millest on teadlik terve toimetus. Kuna nii mõneski teadusartiklis, mis oli mu dissertatsiooni osa, nõuti täpsemaid tsitaate, siis seda ohtu aitas pisut likvideerida tõlkimine, milles tähendusvarjundid ja sõnamängud läksid kaduma.

Probleeme tekkis ka teadusajakirjadele selgitamisega, miks toimetuste ja ajakirjanike kohta täpsemad demograafilisi näitajaid ei saa esitada. See tähendas, et Eesti kohta tuli peaaegu igasse artiklisse lisada väike konteksti selgitav peatükk.

Tulemused ja järeldused

Minu doktoritöös on ühendatud meetodid ja teooriad sotsioloogiast ja psühholoogiast. Psühholoogiast pärineb teoreetiline raamistus, mille abil sain

¹⁵ Henrietta O'Connor, Clare Madge. „Focus Groups in Cyberspace“: Using the Internet for Qualitative Research. — Qualitative Market Research, 2003, Vol. 6, nr 2, lk-d 133–143.

¹⁶ Richard Krueger. Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research. Thousand Oaks, CA: Sage, 1988, lk-d 67–68.

¹⁷ H. O'Connor, C. Madge, 2003, lk 136.

¹⁸ S. Hirsjärvi, P. Remes, P. Sajavaara, 2005, lk 193; Richard Krueger, Mary Ann Casey. Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research. Thousand Oaks, CA: Sage, 2014.

tuu välja tööalased nõudmised ja ressursid. Ajakirjandussotsioloogiline lähenemine aitas mõtestada ja raamistada ajakirjanike tööd ja käitumist. Suurem osa uuringuist, mis ajakirjanike läbipõlemise ja stressiga tegelevad, mõeldab nähtuse ulatust ja tõsidust, aga minu uurimused aitavad täpsemalt määratleda stressi ja läbipõlemist tekitavaid tegureid (ja teha seda nii ajakirjaniku kui ka toimetuse perspektiivist), sealjuures analüüsida mehhanisme, kuidas ajakirjanikud ja toimetused stressirohkete olukordadega toime tulevad või ei tule.

Uurimistulemused näitasid, et uudise loomise protsessis sõltuvad tööalased ressursid ja nõudmised ajakirjaniku vanusest ja kogemusest, aga üldiselt saab öelda, et kui ajakirjanik kannatab liigsete nõudmiste all ja toimetuses talle tasakaalustavaid ressursse ei leidu, siis võib ta töökohalt või suisa ajakirjanduse valdkonnast lahkuda.

Oli näha, et vanemad ja ajakirjanikud olid uudise loomise protsessis ja toimetuses enesekindlamad kui nende nooremad, vähem kogenud kolleegid. Kogenumad langetasid ajalehele uudise loomise protsessis iseseisvalt otsuseid, alustades sellest, millest ja kui pikalt kirjutada, lõpetades sellega, millal nad täpsemalt oma uudise toimetajale saavad üle anda. Neil on toimetustes nähtavalt rohkem autonoomiat kui noorematel, vähem kogenud ajakirjanikel, ja see on organisatsiooni tasandil oluline ressurss. Võimalus oma tööprotsessi ise kujundada mõjub töötajale väga positiivselt.

Vanemad, rohkem kogenud ajakirjanikud hoivad oma rolli toimetuses üsna selge ja puutumatuna, keskendudes vaid ühele meediumile korraga, veebiväljaannet kohati üldse kõrvale jättes. Küll aga on noorematel, vähem kogenud ajakirjanikel midagi, mida vanematel, rohkem kogenutel napib — pädevuste mitmekesisus. Vanematel kolleegidel on aga omakorda midagi, millest vähem kogenutel puudu jääb — allikatevõrgustik ja uudiste loomise pikaajaline kogemus, mis kiirendab ja tõhustab loomeprotsessi.

Mitmel juhul viitasid minu uurimistulemused olukorrale, kus vanemad ajakirjanikud peavad looma materjale nende jaoks uudsele platvormile, milles täiel määral orienteerumiseks neil pädevusi

napib. See, et pädevuste mitmekesisust peetakse toimetuses väga oluliseks ja vanematel, kogenud ajakirjanikel pädevusi napib, viib nad võimaliku tööalase ebakindluseni. Ebakindlus on aga midagi, mis tekitab inimestes ebastabiilsust ja stressi.¹⁹

Toimetused konvergeeruvad, mis tähendab, et erinevad platvormid koonduvad ja saavad ajakirjanike töö osaks. Kui varem olid veeb ja ajaleht eraldi, siis nüüd on need paljudes Eesti toimetustes koos. Vahel võib trükimeedia ajakirjaniku tööle lisanduda näiteks ka audio- ja/või videoülesanded. Küll aga pole selliste muutuste keerises ei nooremate, vähem kogenud ajakirjanike ega ka vanemate, rohkem kogenud ajakirjanike jaoks selge, mida juhtkond neilt uudise loomise protsessis täpsemalt ootab. Pole ka selge, kuidas täpsemalt peaks toimuma uudiste loomine mitmele platvormile.

Noored, vähem kogenud ajakirjanikud märkasid ja tõstsid oma vastustes esile palju erinevaid võimalusi, mida nad oma varases karjääris kogesid ja olulisteks pidasid. Näiteks saadeti olümpiamängudele toimetuse vanemate, kogenute ajakirjanike asemel paar nooremat, vähem kogenud kolleegi. See oli mitme noorema kolleegi jaoks väga oluline, sest see tekitas neis tunde, et neid usaldatakse. Lisaks said nad täita spordiajakirjanike kahte suurt unistust: näha oma silmaga olümpiamänge ja intervjuerida sangareid. Sellega hoidis toimetuse ka kulusid kokku, sest nooremate, vähem kogenud ajakirjanike ülesandeks tehti näiteks pildistamine ja videote tegemine, mida muidu pidanuks tegema fotograaf.

Mitmel puhul tuli välja, et noorematel, vähem kogenud ajakirjanikel on pädevused, mida peetakse toimetuses väga olulisteks. See tähendab omakorda, et nad võivad end tööl kindlalt tunda. Küll aga mõjutavad noori ajakirjanikke negatiivselt klõpsustatistika esile tõstmine toimetustes (kusjuures mõni uudis, mille loomine on võtnud kaua aega, ei too sisse piisavalt klõpse) ja toimetajate sekkumine nende uudisloome protsessi. Noortel, vähem kogenud ajakirjanikel võib olla pädevusi, mis on konvergeerunud toimetuses vajalikud, aga neil napib sageli aega ja võimalusi neid täiel määral arvesse võtta ja kasutada.

Nii vanemad, rohkem kogenud kui ka noored ajakirjanikud jäid minu uurimisandmetel ilma

¹⁹ Wilmar Schaufeli, Toon Taris. A Critical Review of the Job Demands-Resources Model: Implications for Improving Work and Health. — Georg Bauer, Oliver Hämmig (Toim). Bridging Occupational, Organizational and Public Health: A Transdisciplinary Approach. New York: Springer Science + Business Media, 2014, lk 43–68.

kahest olulisest ressursist: tagasi- ja edasisidest. Tagasiside, millega ajakirjanikud tööl kokku puutusid, kippus olema pealiskaudne — näiteks veebiuudiste statistika —, mis ei ole informatiivne, vaid ühekülgsest kirjeldav ega aita ajakirjanikel professionaalselt areneda ning uuenenud olukorraga kohaneda. Vastupidi, see võib tekitada pettumust, sest uudisele, millega on palju vaeva nähtud, ei tule toimetuse arvates piisavalt klõpse. Ajakirjanik võib minetada valvekoera või väravavahi rolli ning asuda klõpse jahtima. Tagasisideta võib ajakirjanik hakata kahtlema ka oma töö mõttekuses.

Tegu on väga olulise ressursiga, sest rööprätklemine ja ühe uudise loomise protsessis mitmel platvormil korraga töötamine võib viia ajakirjaniku oma rollis ülekoormuse või ebaselguseni ning sealt edasi emotsionaalse kurnatuseni. Väga tõsine emotsionaalne kurnatus on läbipõlemise üks sümptomeid. Üleüldse võib rohkete nõudmiste ja väheste ressurside all kannatamine tuua ajakirjanikule kaasa suurel hulgal stressi ja viia läbipõlemiseni. Mõnel juhul võib see omakorda panna ajakirjaniku kaaluma, kas ta soovib selles valdkonnas üleüldse jätkata.

Rutiinid

Minu uuringute tulemused näitasid, et konvergeerunud toimetustes puuduvad praegu tõhusad uudise loomise rutiinid. Nooremad, vähem kogunud ajakirjanikud on mitmele platvormile uudise loomise protsessidega sageli rohkem seotud kui nende vanemad, kogenumad kolleegid. Vanemad ajakirjanikud valdasid peamiselt ühe meediumi põhiseid rutiine. See aga tähendab omakorda, et kui varem olid nooremate ajakirjanike eeskujudeks ja mentoriteks vanemad kolleegid, siis nüüd ei saa enam nende kogemusele toetuda. Vaja on rutiine ja teadmisi, mis aitaksid toime tulla mitme platvormi ja meediumiga.

Minu uuringud näitasid, et ajakirjanikud ei saa tööl piisavat konstruktiivset professionaalset tagasi- või edasisidet, mis aitaks neil konvergeerunud toimetuse nõudmiste ja muutustega paremini kohaneda, luua tõhusaid rutiine ja mõista tööandja

ootusi oma tööle. Samuti on oluline teada, kuivõrd ja kuidas juhtkond ajakirjaniku tööd hindab.

Kui ajakirjanik teab, mida talt täpsemalt oodatakse ja millised on tema töö tegemise raamid, siis oskab ta ka tööd paremini planeerida ja selles orienteeruda. See omakorda aitab tekkida rutiinidel, millele töös toetuda. Ühes uuringus tuli välja, et ajakirjanikud ei teadnud, mida uudiste puhul jätta veebi- ja mida paberväljaandesse. Sageli langetasid nad otsuse kõhutunde pealt või vastavalt olukorra kiireloomulisusele. Ent seda, kas see oli selles olukorras sobiv otsus või oleks pidanud toimima teisiti, seda ei osanud nad ka pärast kogemust öelda.

Toimetuse juhid peavad edastama ajakirjanikele, mida neilt täpsemalt oodatakse, mis on nende töö eesmärk ja milline on oodatav tulemus. Ühtlasi peaks toimetuses olema selge ülevaade, millised on ressursid, seda nii inimeste kui ka tehnoloogia vaates, ja kuivõrd neid ressursse kasutada saab. Olgu mainitud, et siinjuhul on ressursid ka aeg, mida ajakirjanikele töö tegemiseks anda. *Coaching*, tagasi- või edasiside saaks tuua toimetustesse ja ajakirjanike töösse rohkem selgust, mida ajakirjanikelt oodatakse ja kuidas nad saaksid toimetuse esitatud eesmärke saavutada. Vähene tagasiside ja toimetusesisene kommunikatsioon võib viia ajakirjanike kapseldumiseni.

Kuna meediaettevõtted on juba vastu võtnud mitu olulist muudatust (nt veebi- ja paberväljaannete toimetuste ühendamisest), siis on ajakirjanikud olukorras, kus nad peavad samal ajal nii kohanema muutustega kui ka leidma uued tõhusad rutiinid. Tagasi- või edasiside saab neid protsesse kiirendada.

Ajakirjanike professionaalset tagasi- ja edasisidet on väga vähe uuritud, võib öelda, et see on vähene ja enamasti pealiskaudne. Seda aspekti peaks ajakirjandusliku töö juures rohkem uurima. Ma arvan, et tagasiside/edasiside/*coaching* on ressursid, mis on alakasutatud.

Konvergeerunud toimetuses vajab rutiinide areng uurimist — see aitaks kiiresti arenevaid praktikaid täpsemalt kindlaks teha, vaadelda ja selgitada.

Eesti naisajakirjanike kogemused agressiivsete ja ahistavate kommentaatorite ja allikatega

Greete Palgi

Minu bakalaureusetöö käsitleb 12 naisajakirjaniku kogemusi seoses lugejatelt ja allikatelt lähtuva ahistava käitumisega. Ajakirjanike ahistamist pole Eestis varem uuritud, küll on töid sarnastel teemadel: näiteks Katri Lamesoo¹ on kirjutanud spetsiifiliselt seksuaalse ahistamise sotsiaalsest konstrueerimisest Nõukogude aja järgse ühiskonna kontekstis Eesti meditsiiniõdede näitel, Laura Kalam² spordireporterite tööst ja stressiallikatest, Merili Nikkolo³ ajakirjanike töörahulolu kujundavatest teguritest ning Signe Ivask⁴ ajakirjanike läbipõlemisest.

Rootsi uurijad Monica Löfgren Nilsson ja Henrik Örnebring⁵ on märkinud, et ajakirjanikud peavad hoolimata soost üsna tihti rinda pistma verbaalsete rünnakute ja ähvardustega. Valisin kitsamaks uurimisaineseks naisajakirjanikud, kuna ajakirjanike ahistamise puhul tuleb võtta arvesse ka

feministlikku diskursust, näiteks Valenti⁶ andmetel oli The Guardianis viimase 20 aasta jooksul sobimatu sisu tõttu moderaatorite poolt blokeeritud *online*-kommentaaridest lausa kaheksa solvangu kümnest suunatud naiste vastu.

Oma töös defineerisin ahistava käitumise igasuguse ründava, ähvardava või agressiivse verbaalse ja mitteverbaalse käitumisena, mille tagajärjel rünnatu tunneb ebamugavust, pinget või isegi tugevat stressi.⁷

Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Nilsson ja Örnebring on välja toonud, et kuigi demokraatlikes riikides peab kehtima õiglane kohtumõistmine ja ajakirjanike sõnavabadus, on selgunud, et ka „esimese maailma“ riikides ei saa

Artikli aluseks on 2018. a juunis Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudis kaitstud bakalaureusetöö (juh Maria Murumaa-Mengel). Vt <https://hdl.handle.net/10062/60669>.

¹ Katri Lamesoo. Social Construction of Sexual Harassment in the Post-Soviet Context on the Example of Estonian Nurses. Doktoritöö sotsioloogia erialal. Tartu Ülikool, 2017. Vt https://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/58187/lamesoo_katri.pdf?sequence=3&isAllowed=y.

² Laura Kalam. Spordiajakirjaniku töö Eesti Päevalehe, Postimehe ja Õhtulehe sporditoimetuste näitel. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ühiskonnateaduste instituut, 2015. Vt <http://hdl.handle.net/10062/46729>. Vt ka artiklit: Laura Kalam. Spordiajakirjaniku töö Eesti Päevalehe, Postimehe ja Õhtulehe sporditoimetuste näitel. — Indrek Ude, Peeter Vihalem. Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat, 2015. Tartu: Eesti Akadeemiline Ajakirjanduse Selts, 2016, lk-d 56–61.

³ Merili Nikkolo. Ajakirjanike töörahulolu kujundavad tegurid. Magistritöö. Tartu Ülikool, majandusteaduskond, 2010.

⁴ Signe Ivask. TÜ meediauurija: Eesti ajakirjanikke ohustab läbipõlemine. Novaator, 11. oktoober 2017. <https://novaator.err.ee/635625/tu-meediauurija-eesti-ajakirjanikke-ohustab-labipolemine>.

⁵ Monika Löfgren Nilsson, Henrik Örnebring. Journalism Under Threat: Intimidation and Harassment of Swedish Journalists. — Journalism Practice, 2016, Vol. 10, nr 7, lk-d 880–890.

⁶ Jessica Valenti. Insults and Rape Threats. Writers Shouldn't Have to Deal with this. The Guardian, 14.04.2016. Vt <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/apr/14/insults-rape-threats-writers-online-harassment>.

⁷ M. L. Nilsson, H. Örnebring 2016.

ajakirjanikud probleemideta töötada. Nii näiteks on kolmandik Rootsi ajakirjanikest saanud viimase 12 kuu jooksul vähemalt ühe ähvarduse osaliseks.⁸

Lähinaabrite juures on lisaks Rootsile seda teemat uuritud ka Soomes. International Press Institute⁹ avaldas, et üks neljast Soome ajakirjanikust on kogenud ahistavaid või muid verbaalseid rünnakuid, enamik ohvritest on olnud naised. Tüüpilised rünnakud on International Press Institute'i andmetel solvangud, vägistamisähvardused ja järjepidevad telefonikõned.

Uurimisküsimused ja metoodika

Naisajakirjanike ahistamise uurimiseks püstitasin kaks põhilist küsimust. Esiteks: millistes vormides avaldub lugejate ja allikate agressioon ja ahistamine, millega Eesti naisajakirjanikud on oma tööalases elus kokku puutunud? Teiseks: milliseid strateegiaid on Eesti naisajakirjanikud kasutanud, et lugejate ja allikate ahistamise ja agressiooniga toime tulla? Lisaks uurisin alaküsimustes, kuidas ajakirjanikud ise ahistamist defineerivad ning kuidas see neid enda arvates mõjutab. Veel uurisin seda, kuidas nad ahistamise ning agressiooniga toime tulevad.

Uurimisküsimustele vastamiseks intervjuueerisin kahteist naisajakirjanikku, kellest kümme töötavad trükimeedias, üks tegutseb teles ja üks raadios. Valimisse võetud ajakirjanikud on väga erineva vanuse ja töökogemusega, ajakirjandusliku staaži on neil pooleteisest kuni ligi 40 aastani.

Andmeid kogusin semistruktureeritud intervjuudega, kuna teadsin varasematest värbamis-aegsetest vestlustest intervjuueeritavatega, et neil on ahistavate kommentaaridega üsna erinevad kogemused.

Andmeanalüüsi meetodiks valisin kvalitatiivse sisuanalüüsi, sest kahteist väga erinevat intervjuud tuli individuaalselt analüüsida, uurida teksti nüansse.

Ahistamise pisendamine ajakirjanike endi poolt

Ajakirjanikud defineerisid ahistamist erinevalt, ka ühe ja sama inimese jutus võis sageli märgata vastulolusid. Kohati tunnistati näiteks selgelt, et ahistamine on probleem ning sellega tuleb tegeleda, aga sealsamas nimetati ahistavat käitumist ka pisendavalt „mõlisemiseks“.

Intervjuueeritud ajakirjanikud olid üldiselt ühel meelel, et netikommentaatorite solvangud ja kiusamised pole ahistamine ja netikommentaatorid pole ahistajad. Intervjuude põhjal selgus ka, et netikiusu peeti tihtipeale paratamatuseks ja millekski selliseks, millega tuleb ajakirjaniku elukutse valimisel arvestada.

N (35): Vahepeal ikka on see, et kellelegi mingi lugu ei meeldi ja siis ta söimab ja helistab, aga seda ei oska enam eriliseks pidada. See käib töö juurde.

Seda, et kriitikaga tuleb harjuda, isegi kui see on põhjendamatu, töid välja ka teised ajakirjanikud. Ajakirjanik N35 pidas päris pika pausi, kui üritas iseenda jaoks defineerida, mida pidevad telefonikõned ühelt allikalt tähendasid. Ta nimetas seda „tugevaks tagasisideks“ ega pidanud seda ahistamiseks, kuigi tões, et see tekitas tugevat vaimset pinget. Ajakirjanik N37 rääkis enda kogemusest, kuidas tema peale telefonitsi karjuti, kuid ometi ei pidanud ta seda ahistamiseks.

Ajakirjanikud defineerisid ahistamist üldiselt sellise käitumisena, mis on korduv, süstemaatiline, mis eirab inimese soove ja tungib isiklikku ruumi. Mõnel korral toodi välja, et ahistamine on nende jaoks pigem füüsiline. Füüsilise käitumise korral on lihtsam tõmmata piiri sobiva ja ebasobiva vahel, see on üheselt mõistetavam.

Naisajakirjanike tajutud kogemused ahistajatega

Ajakirjanikele on Eestis lihtne ligipääs — nende meiliaadressid on avalikud, mõnel juhul ka laua-telefonide numbrid. Seetõttu on lugejatel väga

⁸ *Ibid.*, lk 880, 883.

⁹ Journalists in Finland Face 'Unprecedented' Levels of Online Abuse. — IFEX, 22.09.2017. Vt <https://www.ifex.org/finland/2017/09/22/journalists-online-abuse/>.

lihtne jõuda otse ajakirjanikuni. Ajakirjanik N33 kirjeldas üht kommentaatorit, kes pidevalt ründavaid kirju saadab ja ajakirjanikele hüüdnimesid annab, keskealise mehena, kes teeb seda isiklikust vihast ühe ettevõtte juhtivfiguuri vastu.

Ajakirjanik N32 kirjeldas kommentaatorit, kes on vaimse tervisehäire pärast raviausutuses. Seega võib ründaja olla ka vaimsete probleemidega inimene. Ajakirjanik rõhutas, et kui keegi lubab end ajakirjaniku lugude pärast ära tappa ning pole teada, kas tal on tõsi taga või mitte, tekitab see tugevat pinget.

Internetis tekkivate konfliktide põhjuseks märgiti tõe avaldamist teatud teemadel. Teine reporter pidas ründava tagasiside põhjuseks kellegi jaoks ebamugava teema kajastamist.

N(51): Ja negatiivne tagasiside on enamasti see, kui tõe on kellelegi ebameeldiv või suisa vastik olnud. See on ründav ja manipuleeriv tagasiside, kui oled kuhugi herilasepessa susanud.

Lugejad võivad teha tugevaid üldistusi vanuse ja soo põhjal, luues sellega mulje, et seetõttu on ajakirjanik ebakompetentne mingit teemat või valdkonda kajastama.

Vähemalt ühe näite puhul ilmnes, et võimupositsioonil olevate prominentsete inimeste negatiivsed kommentaarid mõjuvad tugevamalt kui anonüümsete netikommentaatorite omad. Intervjuueeritavad kirjeldasid mitmel korral ründajate rollis poliitikuid, kui oli kajastatud nende jaoks ebamugavat teemat. Näiteks kirjutas ajakirjanik N22 erakondadest loo, mis rääkis erikohtlemisest, ja pärast seda ütles poliitik, et ta on ajakirjanikus pettunud.

N(22): Nüüd saame jälle läbi, aga mul oli väga halb tunne. Väga pikka aega. Siiani mõtlen sellele. Ei olnud hea kogemus.

N46 tõi näiteks poliitiku, kes kutsus reporterit „litsakaks nooreks“, sest ta kajastas poliitiku jaoks ebamugavat teemat. Ajakirjanik N32 kirjutas arvamust, millel polnud poliitikutega üldse tegemist, kuid ikkagi sai ühe Eesti poliitiku käest ründavaid kommentaare.

N(32): Tol hetkel üks naissoost poliitik valas ikka korralikku sappi ja verbaalset okset isiklikult minu suunas. See oli ikka väga ebameeldiv, kuigi eesmärk oli tuua välja, et alati ei ole asjad nii lihtsad.

Autoriteetide kriitika mõjuvõimu tõi välja ka raadioajakirjanik, kes ütles, et kui anonüümne inimene ta juttu kehvaks peab, siis see ajakirjanikule ei mõju.

N(37): Kui näiteks Anu Lamp ütleks seda, siis ma võtaks seda kuulda. Aga kui üks helistaja ütleb, siis ma ei saa seda südamesse võtta.

Negatiivne tähelepanu seoses ajakirjaniku sooga

Kuigi paljud intervjuueeritavad töid välja oma arvamuse, et neid ei solvatud mitte nende soo, vaid ameti tõttu, märkisid mõned küsitluteest, et neid just nende soo tõttu rünnatud ongi.

Ajakirjanik N23 märkis, et naised ei tohi eksida, kuna nende suhtes ollakse karmimad.

N(23): [---] vanem naissoost kolleeg ütles, et tema saab samamoodi neid kirju ja naised ei tohi eksida. Mehed tohivad. Tippajakirjanikud ei saa lubada mitte mingitki eksimist, sest naiste suhtes ollakse palju karmimad. Näiteks just karmimate teemade puhul, sest „naise koht on ju kodus“.

Lisaks erinevale suhtumisele kirjeldasid ajakirjanikud ka reaalselt ohtu, mida nad naistena rohkem tunnevad. N35 tõi välja, kuidas ta tajus bioloogilist erinevust, kui teda survestasid suured tursked mehed, kuigi ta enda väitel tol hetkel hirmu ei tundnud. Ajakirjanik N23 tõi enda pihta suunatud kommentaaridest rääkides esile stereotüübi, mille järgi naise koht on köögis ning ta on „loll tibi“. Lisaks sellele oli kommentaariumis öeldud, et ta saavutas oma positsiooni abiellumise kaudu.

N(23): Öeldakse seda ka, et ju ma olen mõne Eesti rikka mehe võtnud abikaasaks, et kuidas ma muidu sellist tööst saaksin teha.

„Alaarenenud litsist juudi orjaks“ kutsuti ühte ajakirjanikku (N28) seetõttu, et ta avaldas tõlkeartikli, kus räägiti eestlastest pigem negatiivses toonis. Ei selgunud ühtki kindlat joont, miks teda litsiks tituleeriti, tõenäoliselt piisas selleks vaid naiseks olemisest.

Ühte ajakirjanikku (N32) on tuntud poliitik oma ignorantsuse tõttu kutsunud „mitte midagi saavutanud nooreks tütarlapseks“, rõhutades just viimase sõnaga ajakirjaniku sugu, mida järelikult oli tema

meelest oluline välja tuua. Ometi on see ajakirjanik oma töö eest saanud auhindu ja kirjutanud palju uurivaid lugusid.

Üks intervjuueeritav (N22) tõi välja noore neiu stereotüübi, mida tema allikad on tema suhtes kasutanud. Seda kasutasid nii koolidirektorid kui ka poliitikud, kuid intervjuueeritav pole samalaadset täheldanud meessoost ajakirjanike puhul.

Täheldasin intervjuudes, et nooremad ajakirjanikud märkasid rohkem ka seksuaalse diskrimineerimisega seotud olukordi, mis võib olla seotud sellega, et viimastel aastatel pööratakse üha rohkem tähelepanu võrdsele kohtlemisele. Nooremad ajakirjanikud kasutasid ka julgelt sõna „ahistamine“, aga vanemad pigem rõhutasid, et *online*-kiusamine ei ole ahistamine.

Ahistamise ja agressiivse käitumise tagajärjed

Intervjuueeritud suhtuvad enda turvatundes erinevalt, nii näiteks ei ole üks ajakirjanikest (N35) ajakirjanikuna töötades enda elule ohtu tundnud, kuigi teda on üritatud noore ajakirjanikuna ära osta ja lisaks sellele on allikas pärast korruptsioonisüüdistuse avalikustamist teda revolvriga ähvardanud.

Lisaks hirmule ja ebamugavusele võivad ründavad või lausa surma soovivad kirjad ja kommentaarid tekitada ka teisi ebameeldivaid emotsioone. Üks ajakirjanik rääkis, et halva soovimine õõnestab turvatunnet, kuid seda eriti just võõraste puhul ja tekitab tunde, mida ta kirjeldas sõnadega „vastik“ ja „ilge“. Lähedaste kriitika ei mõju talle samamoodi.

Ahistamise tagajärjed on mitme ajakirjaniku arvates väga tõsised. Küsitletu N33 tõi välja, et ta pidi minema haiglasse abi saama, sest oli süsteemse ahistamise ohver.

N(33): Kas ma just ei rääkinud, et ma lõpetasin haiglas? (Naerab.) Skaalal kümme, noh. Ma olen kindel, et see võib inimese tappa.

Ajakirjanikuga nõustus veel üks intervjuueeritav, kes mainis, et sama kogevad kõik avaliku elu tegelased, näiteks poliitikud. Peaaegu kõik intervjuueeritud nentisid, et süsteemne kius tekitab tugevat stressi, kuid sellega õpib aja jooksul toime tulema või tekib paks nahk.

Kui paksu nahka pole vähese töökogemuse tõttu veel tekkinud, võivad põhjendamatud negatiivsed kommentaarid mõjuda väga tugevalt, häirides isegi und. Negatiivne tagasiside võib panna mõtlema lausa erialalt lahkumisele, nagu märkis ajakirjanik (N23), kellel oli veel vähe tööstaazi.

N(23): Pärast *online*'is töötamist ma tugevalt kahtlesin, et kas jätkan valdkonnas... Sest ma sain nii palju negatiivset tagasisidet, et olen loll tibi ja midagi ei tea. Kui sa oled nõrga närvikavaga, siis ei taha seda kuulda, et oled halb, oskamatu ja... Siis ei peagi vastu.

Pidev negatiivne tagasiside võib mõjutada ajakirjaniku edaspidist tööd. Ajakirjanik N22 märkis, et talle tekitavad ründavad kommentaarid suurt stressi, mille tõttu kannatab järgmiste uudiste kvaliteet.

Mitu ajakirjanikku rõhutas, et kommentaarid pole vaid negatiivsed, ja kõik leidsid, et üldise nähtusena on netikommenteerimine positiivne, sest algatab diskussioone, millest võivad kasvada välja uued kajastamist vajavad teemad.

Toimetulekustrateegiad

Paljud valimi ajakirjanikud rõhutasid, et igasuguse negatiivse ja põhjendamatu kriitika nad „neelavad alla“. Aga see kogemus tuleb ühes tööstaazi suurenemisega. Kuna üldiselt töötavad ajakirjanikud ametikaaslastega lähestikku, saavad kolleegid tulla toetama. Paar intervjuueeritavat rääkiski, et nad on praktikante või uusi kolleege pidanud lohutama või teatud sõimavate ja solvavate püsi-kommentaatorite eest hoiatama.

Paaril korral vähendasid ajakirjanikud anonüümsete kommentaatorite mõju ja jõudu nende varjuni mede üle naerdes. Tõdeti, et kui esinetakse selliste nimedega nagu „Nunnukiisu“ ja „Ajuhälvik“, on sõnumeid raske, isegi võimatu tõsiselt võtta. Kriitika üle nalja tegemist mainis mitu ajakirjanikku. Üks neist selgitas, et see ongi tavapärane viis mitte lasta endale haiget teha.

N(37): Teeme alati musta huumorit selle kohta, sest seda ei saa tõsiselt võtta.

Kohati näis huumor ja ahistava käitumise üle naermine olevat vaid kaitsemehhanism, mis jätab väliselt mulje, et ajakirjanik ei võta kommentaari

tõsiselt, kuigi samas tunnistati, et kommentaar häirib siiani. Aga üldiselt nõustusid küsitletavad üsna üksmeelselt, et ründavad kommentaarid ei mõjuta neid enam pika tööstaaži tõttu või siis tehakse kolleegidega teema üle nalja ja otsitakse tuge. Ahistavatelt kommentaaridelt võeti ajakirjanike väitel huumori ja naljatlemisega võim ja jõud ära.

Kokkuvõte

Intervjuudest selgus, et ajakirjanike ahistamine ei ole ka Eestis tundmatu probleem. Ajakirjanikud tõid välja, et nii nemad kui ka nende kolleegid on

agressiivse või ahistava käitumisega kokku puutunud ning nende arvates on see ajakirjaniku elukutse osa. Veel tuli esile, et ahistavat käitumist defineeritakse sageli teiste sõnade kaudu, näiteks „kiusamise“ ja „terrorina“.

Intervjueeritavad leidsid, et süstemaatiline ahistamine võib põhjustada kas depressiooni, valdkonnast lahkumist või tõsiseid terviseprobleeme. Seksuaalse ahistamise puhul leidis paar ajakirjanikku, et probleem on olemas ning seda pisendatakse tugevalt. Nooremate naisajakirjanike suhtes panevad ahistajad kahtluse alla ajakirjanike kompetentsi näiteks „noore tibi“ narratiivi kaudu.

VASTUVÕTU UURIMINE

Ajakirja kaanekujunduse vastuvõtu uurimine pilgujälgija abil

Laura Kalam

Ajakirjade valik on aastatega muutunud aina laiemaks ja üha keerulisem on teiste seast välja paista. Ajakirjade lugemisele kulutatakse vähem aega, kuid sellele vaatamata suureneb lehtidel erinevate ajakirjade valik. See tähendab, et väljaanded peavad võitlema iga silmapaari eest, et lugejates positiivset tähelepanu äratada. Ajakirja esikülge on kui pakend, mis reklaamib väljaannet, kuid samal ajal peab see ajakirjanduslikult toetama väljaandes olevat sisu. Lisaks loob ajakirja esikaas lugejates ootusi, mis peavad kajastuma ka ajakirjaveergudel. Seega ei saa ajakirja esikaant käsitada pelgalt reklaamina, vaid see peab edasi andma väljaande sisu ning aitama kujundada ajakirja üheks toimivaks tervikuks.

Oma magistritöö jaoks analüüsisin ajakirja Sport retseptiooni, et välja selgitada, mida märkab inimese silm spordiajakirja esikaanel. Minu eesmärk oli teha kindlaks elemendid, mis äratavad ajakirja esikaant vaadates vastuvõtjas tähelepanu — selgitasin välja, millel peatub lugeja pilk esikaant vaadates esimesena, s.t märkisin ära tähelepanu äratavad. Lisaks uurisin, mida jälgitakse esikaanel kõige kauem ning mis piirkonnad jätavad ajakirja tarbija külmaks.

Meetod

Uuringu läbiviimiseks tegin koostööd Tartu Ülikooli majandusteaduskonnaga ning kasutasin *eye tracking*'u meetodit. Katsetes kasutasin Tobii X2-60 pilgujälgijat, mida on võimalik kinnitada

eri monitoride ja sülearvutite ekraanidele. Tobii X2-60 on seadeldis, mille abil saab märkamatu jälgida silma loomulikku liikumist. Pilgujälgija on väike ja kerge, võimaldades katseid läbi viia ka väljaspool uurimislaboreid.¹ Smiti, Boermani ja Van Meursi² sõnul saab Tobiiga jälgida inimese pilgu liikumist, kalkuleerides pildisensori tehnoloogia abil (ingl *image sensor technology*) punkte, kus subjekti pilk peatub. Autorite arvates on tege mist mugava seadeldisega, mis jääb katsealustele märkamatuks.

Lisaks pilgujälgija abil läbiviidud katsetele lasin valimis osalenutel ka küsimustele vastata. Kasutasin ankeetküsitlust, mille katsealused täitsid Google Formsi vormis vahetult pärast katse lõppu. Ankeetküsitluse peamine eesmärk oli saada lisainformatsiooni pilgujälgijaga tuvastatud mustrite tõlgendamiseks, näiteks selleks, et teada saada katsealuste eelistusi ajakirja küljenduselementide suhtes. Veel huvitasid mind asjaolud, mis võiksid katseisiku panna ajakirja ostma. Peamine küsimus oli, kas ajakirja esikaane kujundus mõjutab vastuvõtja otsust ajakirja soetada. Seejärel uurisin juba üksikasjalikumalt, mis on katsealuse jaoks esikaane kujunduse juures kõige olulisem. Uurisin ka seda, mille alusel nad ajakirju valivad. Ankeetis sisaldub vastajate taustinfo (sugu, vanus, kas on ajakirja Sport lugeja, kas on mõne ajakirja püsitelliija jne). Ankeetküsitluse ja pilgujälgimisuuringu tulemuste põhjal õnnestus välja selgitada

Artikli aluseks on 2018. a juunis TÜ ühiskonnateaduste instituudis kaitstud magistritöö (juh Ragne Kõuts ja Kristian Pentus). Vt <http://hdl.handle.net/10062/60754>.

¹ Tobii Technology User's Manual. — Tobii X2-60 Eye Tracker. <http://acuity-ets.com/downloads/Tobii%20X2-60%20User%20Guide.pdf>.

² Edit G. Smit, Sophie C. Boerman, Lex van Meurs. The Power of Direct Context As Revealed by Eye Tracking. — Journal of Advertising Research, 2015, Vol. 55, nr 2, lk 219.



Pilt 1. Näide kuumuskaardi fikseeringutest. Esikaanel Liis Lemsalu

valimis osalenute visuaalse tähelepanu hierarhia ning eelistused ajakirja esikaane küljenduselementide puhul.

Valim

Valimisse kuulus 32 osalejat vanuses 20–30 eluaastat, 16 meest ja 16 naist. Tegemist oli mugavusvalimiga, sest selles vanusegrupis inimesed on mulle kõige kergemini kättesaadavad. Kuna valisin nad välja eelküsitle alusel sotsiaalmeedia vahendusel, siis võib minu valimit nimetada ka sihipäraseks. Eelküsitle abil sain kontakti katsealustega, kellel on huvi spordi vastu ja kes olid hiljem valmis ka katses osalema.

Katsete läbiviimine

Uuringu läbiviimiseks kujundas ümber viie juba ilmunud ajakirja Sport esikaaned, et mul oleks sama persooniga katses kasutamiseks kaks alternatiivset näidet — üks originaal ja üks minu enda kujundatud. Tegin valiku nendest kaanepersonidest, kelle kohta on mul endal piisavalt fotomaterjali. Alternatiivsete kujunduste jaoks vahetasin välja ainult kaanefoto, ülejäänud elementide paigutust muutsin äärmisel vajadusel, näiteks juhtudel, kui pealkirjad ulatusid liigselt kaanefoto peale või kui uue foto taustal oli tekst raskesti loetav. Tegelik esikaante ja

oma loodud alternatiividega proovisin luua vastasseisu paljastatud ihu vs. riided.

Pärast küljendamist hakkasin olemasolevaid ja valminud esikaasi pilgujälgija Tobii X2-60 jaoks ette valmistama. Kujundas paarisküljed, kus valgel taustal asetsevad nii originaal kui ka alternatiivne esikaas. Igast kaanepersonist tegin kaks versiooni: 1) originaal asetseb vasakul ja alternatiiv paremal, 2) alternatiiv asetseb vasakul ning originaal paremal. Seadistasime juhendaja Kristian Pentusega programmi nii, et katsealused näeksid paariskülgi vaheldumisi (üks katseisik näeb paariskülje esimest versiooni ja teine katsealune teist). Sel moel hajutasime olukorda, kus kõik paljast ihu eksponeerivad küljendused on vasakul ning riides persoonidega esikaaned paremal pool.

Tulemused

Minu valimis osalenud 32 katsealusest oli eri ajakirjade püsitellijaid üheksa ehk 28%. Ülejäänud 23 katses osalenut ajakirju ei tellinud, vaid ostsid neid huvi korral poest. 32-st vastajast 30 (94%) kinnitas, et esikaane kujundus mõjutab nende otsust ajakiri soetada. See tähendab, et suur osa katses osalenutest teeb oma valiku alles poeriituli ees seistes. Vaid kahe katsealuse sõnul ei mängi kujundus ajakirja ostmisel mingit rolli. Valimis osalenud inimesed jäid vanusevahemikku 20–30 eluaastat ja seda

vanusegrupp on küllalt keeruline meelitada trüki-sõna püsitellijate hulka.

Küsimustikust selgus veel, et kaanepersonil on ajakirja ostmisel suur roll. Nii kinnitas 28 katses osalenud inimest (88%), et kaaneperson mõjutab neid ajakirja soetamise juures. Vaid nelja katsealuse sõnul ei ole kaanepersonil mingit rolli. Poolte vastanute (16) arvates on esikaane foto küljenduse kõige olulisem element, 13 vastajat (41%) pidasid selleks aga üldmuljet ehk kogu tervikut. Vaid 9% ehk kolme inimese jaoks mängivad ajakirja esikaane juures kõige tähtsamat rolli pealkirjad ja viited väljaande sisule. See omakorda toetab mõtet, et ajakirja esikaant kujundades peavad nii küljendajad kui ka toimetajad tegema koostööd selleks, et tulemus ärataks lugeja tähelepanu, hoiaks seda ja viiks lõpuks ka ostuni.

Pilgu esmase kinnistumise aeg

Pilgu esmase kinnistumise (ingl *time to first fixation*) aeg tähistab sekundeid, mis katsealustel kulub stiimuli näitamise algusest (ingl *area of interest*, AOI) esikaane fikseeringuni. Geise³ sõnul annab pilgu esmase kinnistumise aeg ülevaate, millised piirkonnad äratavad vastuvõtjas visuaalset

tähelepanu. Mida lühem on esmase fikseeringu aeg, seda suurem on visuaalse tähelepanu potentsiaal.

Katsete tulemusel selgus, et kõigi esikaante puhul kehtib kalduvus, et ihu suurem paljastatus viib tähelepanu kiirema kinnistumiseni ja pikema kestuseni (vt tabel 1). Keskmiselt jõudis katsealuste pilk esikaaneni, kus kaaneperson eksponeeris paljast ihu, 1,023 sekundi jooksul. Kaetud versioon fikseeriti keskmiselt 1,382 sekundi jooksul. Seega jõudis vaataja tähelepanu paljastavama ihuga esikaaneni keskmiselt 0,359 sekundit kiiremini kui kaetud kaanepersonidega esikaante puhul.

Suurem paljastatus viib tähelepanu kiirema kinnistumiseni kõigil juhtudel (tabel 1). Olenevalt paljastatuse astmest on siiski märgata erinevust ka paljastatud ihuga kaanekujunduste vahel. Nimelt fikseerus tähelepanu Grete Gaimi ja Liis Lemsalu palja ihuga esikaantele hiljem kui Endla Vaheri, Martin Kupperi ja Liina Tšernovi puhul. Kuna Gaim ja Lemsalu on esikaanel rohkem kaetud kui teised, siis kinnitab see tendentsi, et suurema paljastatuse puhul on pilgu esmane kinnistumine kiirem.

Samasugune muster ilmneb ka siis, kui analüüsida pilgu esmast kinnistumist kaanepersonide kehaosadele. Lugeja pilk jõuab kiiremini paljast ihu näitava kui riides kaanepersoni näoni. Keskmiselt



Pilt 2. Näide kuumuskaardi fikseeringutest. Esikaanel Endla Vaher

³ Stephanie Geise. Eye Tracking in Media Studies: Theory, Method, and Its Exemplary Application in Analyzing Shock-Inducing Advertisements. — Anghara N. Valdivia (Toim). The International Encyclopedia of Media Studies. Oxford: Wiley-Blackwell, 2013, lk 17.



Pilt 3. Näide kumuskaardi fikseeringutest. Esikaanel Martin Kupper

jõudis vaataja silm paljast ihu eksponeerinud kaanepersoni näoni 1,24 sekundi ning kaetud kaanepersoni näoni 1,47 sekundi jooksul, mis teeb vaheks 0,23 sekundit. Lisaks jäädvustasin huvipiirkonnana ka kaanepersonide ülakehad. Keskmiselt fikseeriti paljastatud ülakeha 2,345 sekundi jooksul, aga riides ülakeha märgati keskmiselt 1,013 sekundit hiljem. Pilgu esmane kinnistumine esikaane logodele, pealkirjadele, *teaser*'itele ja reklaamidele jaotub aga üsna võrdselt ning kaanepersoni paljas ihu või riietus siin suurt rolli ei mängi. Esimese tekstielemendina märkavad inimesed ajakirja nime, seejärel liigub lugeja pilk kaaneloo pealkirja suunas ja *teaser*'iteni jõuab keskmiselt kõige hiljem.

Tähelepanu kestus

Tähelepanu kestus (ingl *total fixation duration*) mõeldab sekundites aega, mis katsealustel kulus esikaant vaadates. Ka siin on näha mustrit, et vähem riideid kandvad kaanepersonid pälvisid kauem tähelepanu kui riides kaanestaarid. Kõikide esikaante peale kokku vaadati paljastatud ihuga kujundusi keskmiselt 3,172 sekundit, riides kujundusi 2,822 sekundit — vahe 0,35. Seega vaatavad lugejad pikemalt esikaant, kus kaaneperson on napimas rõivastuses.

Kui pilgu esmase kinnistumise kiirust mõjutas selgelt ihu paljastatuse aste, siis tähelepanu kestusega on asi keerulisem (tabel 1). Liina Tšernovi,

Tabel 1. Pilgu esmase kinnistumise ja tähelepanu kestuse aeg palja ja riides kehaga kaanepersonide puhul (sekundites).

	Pilgu esmane kinnistumine		Tähelepanu kestus	
	Paljastatud keha	Riides keha	Paljastatud keha	Riides keha
Grete Gaim	1,23	1,445	3,085	2,755
Martin Kupper	0,985	1,385	3,06	2,805
Liis Lemsalu	1,07	1,315	3,195	2,89
Liina Tšernov	0,895	1,36	3,435	2,81
Endla Vaher	0,935	1,405	3,085	2,85
Keskmine	1,023	1,382	3,172	2,822

Endla Vaheri ja Martin Kupperi puhul oli keha paljastatuse aste märgatavalt suurem kui ülejäänud kahel kaanepildil, kuid tähelepanu kestus ei olnud võrreldes riidetatud versiooniga oluliselt suurem. Tšernovi paljam pilt leidis teistega võrreldes palju pikemat tähelepanu, kuid palja ülakehaga Kupperi puhul oli erinevus palju väiksem. Võime oletada, et paljas ihu tõmbab küll kiiremini tähelepanu, kuid selle püsimine sõltub juba teistest teguritest (kaanepersooni soost, pildi klišeelikkusest jne).

Lugejad vaatavad nägu üsna võrdselt nii juhul, kui kaanepersoon on riidetatud, kui ka juhul, kui eksponeeritud on paljast ihu. Djamasbi ja Hall-Phillipps⁴ on välja toonud, et nägu on kõige efektiivsem tähelepanu ärataja. Lisaks on autorid leidnud, et näo lähedal asetsevad tekstid saavad vastuvõtjate tähelepanu vähem kui näost eemal paiknevad pealkirjad ja viited. Kõikide esikaante peale keskmiselt vaadatakse paljast ihu näitava kaanepersooni nägu 1,039 ja riides versiooni 1,029 sekundit. Ülakeha puhul on vahe aga märgatavam. Keskmiselt vaadatakse paljast ülakeha 0,673 ja riides kaanepersooni ülakeha 0,425 sekundit. See kinnitab taas, et ihu paljastav kaanepersoon saab lugejate püsivama tähelepanu osaliseks kui riides kaanepersoonid. Kui vaadelda tähelepanu kestust esikaanel olevate

logode, pealkirjade ja *teaser*’ite puhul, võib märgata, et paljastatud ihu eksponeerivate esikaante puhul pööratakse tekstile vähem tähelepanu kui esikaantele, kus poseerib riides kaanepersoon.

Visuaalne hierarhia

Analüüsisin katsealuste hulgas välja kujunenud visuaalse tähelepanu hierarhiat — inimese silma liikumise trajektoori küljenduselementide kaupa. Minu katsetest tuli välja, et vastuvõtjate tähelepanu esmane kinnistumine liigub suuremast elemendist väiksemani ehk esmalt märgatakse suurt fotot, misjärel suundutakse väiksemate elementideni.

- 1. Foto** — esimese elemendina märkavad lugejad esikaanel olevat fotot. Pildil püsib inimese tähelepanu ka kõige kauem. Aga kui vaadata fotol olevaid elemente, siis esmalt märkab lugeja kaanepersooni nägu, seda keskmiselt 1,45 sekundi jooksul. Seejärel suundub inimese pilk kaanepersooni kehale (keskmiselt 2,85 sekundi jooksul). Ka tähelepanu kestuse puhul vaatasid katsealused kõige kauem just inimese nägu (1,03 sekundit).
- 2. Ajakirja logo** — pärast fotot liigub inimese tähelepanu ajakirja logole, seda keskmiselt 3,26



Pilt 4. Näide kuumuskaardi fikseeringutest. Esikaanel Liina Tšernov

⁴ Soussan Djamasbi, Adrienne Hall-Phillips. Visual Search. Jennifer Romano Bergstrom, Andrew Schall (Toim). Eye Tracking in User Experience Design, 2014. San Francisco: Morgan Kaufmann, 2014, lk 37.

sekundi jooksul. Tähelepanu kestus on seal aga napp, 0,27 sekundit.

3. **Kaaneloo pealkiri** — pärast logo märkab inimene 3,26 sekundi jooksul kaaneloo pealkirja. Järjestus on loogiline, sest kaaneloo pealkiri on logo järel suuruselt teine tekstielement. Keskmiselt püsib inimese pilk pealkirjal 0,7 sekundit.
4. **Teaser'id** — esikaane suuremate objektide järel liigub lugeja tähelepanu väiksemate tekstielementide ehk *teaser'*iteni. Kuigi tähelepanu jõuab sinna kõige hiljem (keskmiselt 3,93 sekundi jooksul), siis tähelepanu on suhteliselt kestev, ligikaudu üks sekund.

Vastuvõtja tähelepanu äratavad küljenduselemendid

1. **Küljendus** — 30 katsealust (94%) kinnitas, et esikaane küljendus mõjutab nende otsust ajakiri soetada. Vaid kahe katsealuse (6%) sõnul ei mängi kujundus ajakirja ostmisel mingit rolli.

Järgmisena toon välja elemendid, mida ajakirja kujunduse juures oluliseks peeti.

- **Foto** — 32 katsealusest pooled ehk 16 vastanut kinnitasid, et esikaane foto on nende arvates küljenduse juures kõige olulisem element. Seega peavad ajakirjade toimetused suurt rõhku panema just kaanefoto kujundamisele ja valimisele.
- **Tervik** — 13 katsealust (41%) pidasid ajakirja esikaane juures kõige olulisemaks küljenduse harmoonilist üldmuljet ehk kompositsiooni. See tähendab, et lisaks kaanefotole tuleb rõhku panna ka esikaane ühtsele tervikule.
- **Pealkirjad ja *teaser'*id** — vaid 9% ehk kolme inimese jaoks mängivad ajakirja esikaane juures kõige tähtsamat rolli pealkirjad ning viited väljaande sisule. Sellest võib järeldada, et ainult esikaanel välja toodud sisuviited vastuvõtjat ostuni ei vii.

2. **Kaanepersoon** — küsimustikust selgus, et kaanepersoonil on ajakirja ostja jaoks samuti oluline roll. Nii kinnitas 28 inimest (88%), et kaanepersoon mõjutab neid ajakirja soetamise juures. Nelja katsealuse sõnul ei ole kaanepersoonil otsuse tegemisele aga mingit mõju.

3. **Ajakirja sisu** — lisaks visuaalsele küljele on ajakirja soetamisel olulisel kohal ka selle sisu. 56% vastanutest ehk 18 lugejat vastas, et ostuni viib neid veendumus ajakirja kvaliteedis. Kahe katsealuse sõnul on olulisel kohal ka sõprade lugemisharjumused — tutvutakse nende uute ajakirjadega, mida tuttavad soovivad.

4. **Emotsioon** — 12 katses osalenud lugejat (38%) kinnitas, et ajakirju soetatakse emotsiooni ajendil, ostetakse poeriiulil kõige enam silma jääv ja huvi pakkuv väljaanne.

Kokkuvõtteks

Pilgijälgija abil läbiviidud katsetest selgus, et vastuvõtja kiiremat tähelepanu pälvivad esikaaned, kus kaanepersoon eksponeerib oma paljast ihu, ja katsealuste pilk püsis sellistel esikaantel ka kauem. Huvipiirkonda kitsendades selgus, et kõigepealt kinnistub pilk kaanel kujutatava näopiirkonnas, seejärel suundub kaanepersooni kehale, kus palja ihu eksponeerimise korral püsib see kauem kui riides alternatiivide puhul. Seega püüab ajakirja esikaanel kiiremat ja püsivamat tähelepanu just paljast ihu eksponeeriv kaanepersoon.

Kuna pilgijälgimise meetodit kasutatakse meediauuringutes praegu veel küllalt harva, siis näen sellel meetodil Eestis suurt potentsiaali. Tegemist on meetodiga, mille tulemusi ei ole võimalik ühelgi teisel viisil koguda. Mõne teise uurimismeetodi, näiteks ankeetküsitluse või kvalitatiivse intervjuu sidumisel pilgijälgimisega on võimalik saada ülevaade lugejate visuaalsest käitumisest, eelistustest ja lugemisharjumustest. Tulemused on kasulikud nii ajalehtede/ajakirjade veebilehekülgede arendajatele kui ka paberväljaannete toimetajatele ja küljendajatele.



AJALUGU

Ajakirjanduslik uudis

Juhan Peegel

1. Üldisemat

Uudis on seesugune fakt, *resp.* sündmus, mis

- 1.1. üldiselt veel ep ole teada (s.o pole leidnud väljaütlemist mõne teise kanali või vahendi kaudu) või millest teatakse vähe ja tahetakse rohkem teada.
- 1.2. pakub eeldatavasti laiemat huvi, s.o on sotsiaalselt oluline, ootuslik ja lähedane (geograafiliselt, rahvuslikult, *human interest*'i seisukohalt: töö, tervis, palk, elukeskkond jne).
- 1.3. on erakordsuse mekiga, s.t erineb teistest endataolistest faktidest-sündmustest sellega, et ta on (heas, aga ka halvast mõttes) markantsem, silmatorkavam, esilekerkivam, mitte päris igapäevane. Ta on nagu kontsentreeritum, temas on nagu vastuolu igapäevase statistilise keskmisega. Iga päev tehakse tööd, aga uudis on vist näiteks see, kui seda kuskil tehakse tõesti uut moodi, teise, hoopis tootlikuma süsteemiga, uue ideega. Vist on uudise väärtus ka sellel, kui kõneleme, kes esimesena lõpetas kevadkülvil. Ka õnnetused ja kuritööd on uudised.
- 1.4. on kooskõlas ajastu üldkontseptsiooniga. Seda mitte „alt üles“ kirjutamisest lähtudes, vaid tõelist ootuslikkust arvestades, sest ajastu suured põhihoovused (kui nad ikka tõepoolest on suured, mitte ainult loosungid!) selekteerivad paljuski, mida lugeda, mida mitte — s.o asi langeb paljuski kokku punktiga 1.2. Näiteks rahvusliku liikumise ajastul oli põhiteemaks ajakirjanduses just see, sellest olid nii juhtkirjad kui uudised. Revolutsioonide päevil olid taas sellele vastavad uudised jne. Praegu peaks ajastu üks põhikontseptsioone olema demokratiseerimine, mida tuleks arvestada uudise määratlemisel.
- 1.5. on äsjane. On öeldud, et „uudis on kõige kergemini riknev kaup“. Uudis rikneb kõigepealt seistes (aegudes) ja ka siis, kui teised vahendid ette jõuavad (vt punkt 1.1).
- 1.6. on konkreetne. Uudislikust sündmusest kirjutades-kõneldes tuleb sisuliselt vastata vähemalt neljale küsimusele: *mis?* (mis juhtus?), *kes?* (kellelega juhtus, kes olid tegevad?), *kus?* ja *millal?*. Eriti oluline on sisuline vastus küsimusele *mis?* (ei piisa näiteks, et sm¹ Paju esines ettekandega, vaid ikka ka, *millest* ettekandes juttu oli). On sagenenud ka vajadus vastata küsimustele *miks?* ja *kuidas?*
- 1.7. Uus on auditooriumile arusaadav tuntu foonil. Uudislikku fakti, näiteks teadussaavutust tuleb seostada sellega, mis peaks kuulajail üldhariduslikult teada olema. Muidu on see müra. Masing kirjutas elevandist, mida ükski talumees polnud pildilgi näinud, võrdlvalt... härjaga.
- 1.8. Uudise vorm (sõnum) sõltub kanalist (väljandest), seega TV puhul tuleb arvesse selle kanali spetsiifika, mis võib mõjustada mitte ainult uudise vormi, vaid ka uudise valikut. Kanal võib välja praakida mõnegi uudisväärtusliku asja, mis pole n-ö telegeeniline. Vist ei vaja lähemat kommentaari see, et spetsiaalajakirja jaoks on oma kriteeriumid uudise piiritlemisel, raadiol omad, kolhoosilehel omad jne.

2. Detailsemat

ad p. 1.1. Muidugi on uudise teadmine või mitte-teadmine üsnagi subjektiivne asi. Üldiselt on aga meie inimesed hästi informeeritud. Psühholoogiliselt on hästi teada asi, et esimesest allikast saadud fakt on kõige mõjukam ja jääb kauemaks

Esinemise konsept „Aktuaalse kaamera“ ajakirjanike õppepäeval, arvatavasti 1987.

¹ Lühend nõukogudeaegsest ametlikust pöördumisest „seltsimees“. — *Toim.*

meelde. Vaja oleks seega, et TV oleks see esimene allikas. Siia liitub ka see, et TV-s on inimene nagu sündmusest osavõtja, sündmus on sünkroonis.

ad p. 1.2. Loomulikult käivad siia ka poliitilised ja majanduslikud probleemid, mis praegu peaksid olema üldhuvitavad. Näib, et meil on praegu päris oluliselt teravnenud ajakirjanduse kolm põhifunktsiooni (hoiatus, järjepidevuse jätkamine, integreerimine), millest lähtudes võiks samuti hinnata ühe või teise asja uudislikkust. Minu arvates on TV heaks saavutuseks geograafia laiendamine uute korrespondentide loomise näol. See on toonud TV paljudele väga lähedale ja rikastanud uudiste valikut. Korrespondentide võrk võiks ehk veelgi tihedam olla? Kuid vist on peamine selles, et nüüd on TV-l võimalus väärtustada kohalikke fakte, milles kohalikus konkreetsuses (seega siis väga veenvalt) peegelduvad ehk ka suured asjad ja probleemid, sest ühe veepiisa järgi saab ju paljugi öelda ka terve veekogu kohta. Järjepidevuse funktsiooni kohta — oluline on vist äratada vahepeal uinutatud sotsiaalset mälu (koolide juubelid, restaureerimised, kultuuriloolised tähtpäevad jne).

ad 1.1. — „millest teatakse vähe ja tahetakse rohkem teada“ — see on nn järjenõudlus. Võiks ehk mõnikord AK-s olla ka nii: algul telesõnum, järgneval paaril päeval täienduseks huvitavaid detaile (mitte ainult kriitilisi), millega me fakti väärtustaksime ja kinnistaksime (näiteks uue kaubamaja avamine (kui seal ikka midagi ka osta oleks!), arheoloogiline leid, üks mees tegi toreda kodumasina, imetabane kollektsionäär vms). Seda muidugi sageli teha ei saa, asi peab põnev olema.

On nii, et žanre on jagatud kaheks: kohese tasu žanrid ja edasilükatud tasu žanrid. Esimesed on need, kus lugeja-vaataja vaev tasutakse kohe vastava looga, milles on kohe antud huvitav(ad) fakt(id). Siia kuuluvad infožanrid. Teises sahtlis on rohkem publitsistlikud lood, kus tasu järgneb probleemi sisseelamises, allteksti taipamises, kujundatud suundumisele jõudmises. Siia kuuluvad ka sarilood ja reportaažid, kus dünaamiline areng viib konfliktini.

Uudisliku sõnumi järjenõudlust rahuldav n-ö pisisari eeltoodud näites oleks nagu midagi vahepealset.

ad 1.2. Meie uudise mõistesse kuulub ilmselt ka tunnetusliku külje arvestamine, s.o niisugustest faktidest kõnelemine, mis rikastavad inimeste mälu ja teadmisi, ilma et need faktid oleksid alati seotud mingi sündmusega. N küla juures on 700-aastane ohvipärn, legend selle kohta kõlab nii ja nii; Rõngu kool sai 300-aastaseks, sel puhul avati mälestuskivi — siin on sündmus olemas, eelmisses näites mitte.

ad 1.3. Uudsuse ja erakordsuse meki annab sündmusele-faktile see, kui seda vaadeldakse uuest vaatekohast, mis erineb traditsioonilisest lähenemisest. Ka käsitluse eesmärk võib olla rabavalt erinev, juba harjumuspärasele asjale antakse hoopiski uudislik münt.

Näiteks vabrikust on korduvalt AK-s juttu olnud — täidab ilusti plaani, toodang suureneb, palgad ka. Aga seekord näitab reporter asja teisest otsast. Laoplatst toodangut täis, keegi ei osta. Miks?

Maaparandajad kuivendavad sood põllu alla nagu müdin. Kolhoos hõõrub käsi — siin hakkab vili lakkama. Reporter aga kolistab külas kaevu juures, ämber tühi... (Näited on vist küll imalavõitu.)

ad 1.4. Demokratiseerimise kui põhisuuna üks tahke on konkreetse inimese sissetoomine AK-sse, kellega on nimi, töö, mured ja ehk ka rõõmud. See ei ole mingi avastus, eks teda ole enne ka seal olnud. Kuid päevauudiste impersonaalsus peaks vähenema — sai valmis, anti käiku, avati. Mõtlen seda, et sündmus tuleks esitada ikka inimese kaudu, koos inimesega.

Näiteks

- Ilmus uus raamat. Sõnum sellest võiks olla nõnda, et autor oleks ka pildis ja ütleks mõne sõna.
- Valmis uus maja — mitte ainult lindilõikaja, vaid ka töömees.
- Mõnikord võiks sündmuse puhul olla eetris „mees tänavalt“ (seda on olnud eraldi saadetes, AK-s harvem).

Tahaks, et AK-s oleks kultuuri rohkem. Oleme mõnedki tõelised sündmused maha maganud.

Rahvuskultuuris on emakeelel kandvaim osa. Kuskil mujal N. Liidus pole sellist organisatsiooni nagu Emakeele Selts. Selts korraldab väga populaarseid keelepäevi (aastat kolm tagasi oli juba 100. keelepäev), annab välja mitut sarja jne, aga pole veel kuulda olnud, et AK oleks siin iitsatanud (vist nasionalismi hirm!).

Võiks olla kuu jooksul paar elusat inimest, kes räägiksid kahel-kolmel öhtul 2–3 minutit millestki, mis oleks inimlikult hästi lähedane. Mingit kokkuvõtet poleks vaja — see oleks lihtsalt hääl rahva hulgast.

Siit jõuame külgepidi paratamatult selleni, et AK-d ei saa pidada ainult päevasündmuste edastajaks, asi läheb tükati publitsistikasse. Küllap seegi on üks aja nõudeid.

Pilt ja elav sõna on TV spetsiifikas vaieldamatult peamisi jooni. Asi on läinud sinnamaani, et TV mõjul on foto kindlalt hakanud trügima sinna, kus teda varem polnud, ja see on hea (foto isikupäraste lugude juures, Edasis näiteks „Lugejaga vestleb“). Ilmselt jääb TV-s pildilise katteta edaspidigi suur osa agentuuride sõnumeid. Seda enam peaks püüdma, et mujal, kus aga võimalik, oleks elav pilt

saates sees. Asi pole muidugi mitte vaid heas tahtes, vaid ka tehnikas ja majanduslikus küljes.

Praegu on ajalehesõnumi kui žanri arengus toimunud (ilmselt taas TV, aga ka ringhäälingu mõjul) olulisi nihkeid. Nõnda on sõnumisse, mis varem oli väga neutraalne, sisse tulnud võte *to make a picture*, s.o nähtava (kuuldava) sissetoomine. Näiteks: „Eile kell 18 tapeti kolme revolvrilasuga oma palee punasel graniittrepil Ngubomba president Michel Sukubuku.“

Ja samuti lühikommentaari lülitamine sõnumisse: „Lääne-Aafrikas asuv Ngubomba sai iseisvaks aasta tagasi, president...“ jne.

Ka konkretiseerimisel võib pilt olla: „N kaevandus jõudis oma täisvõimsuseni — 40 tuhat tonni sedasamust ööpäevas, see on kaheksa sajavagunilist ešeloni...“

Muidugi on siin ka oma piirid ja maitsekus, kuid võib-olla vajab tekst mõnikord selles suunas töötlust. Kuuldeline tekst eriti.

Keelest räägitakse teile eraldi. Hirmus paikapänemine on küll ära tüüdanud.

(Siinkohal jääb konspekt pooleli. Arvata aga on, et esinemine sellega ei lõppenud.)

Kunagiste ajakirjanike intervjuudekogu

Ettekandekoosolek Eesti Kirjandusmuuseumis 9. veebruaril 2018

Roosmarii Kurvits

9. veebruaril 2018 toimunud seltsi ettekandekoosolekul kirjandusmuuseumis esitleti kunagiste ajakirjanike isikuintervjuude kogu, mis asub Eesti Kirjandusmuuseumis. Intervjuud tegid tudengid, kes õppisid Tartu Ülikoolis eesti ajakirjanduse ajaloo kursusel sügisel 2015 ja 2016. Koosoleku juhatas sisse Roosmarii Kurvits, kelle algatusel ja juhendamisel tudengid ajakirjanikke intervjueerisid. Intervjueeritud ajakirjanike poolt rääkis Imbi Jeletsky, kes on töötanud Õhtulehes, Rahva Hääles ja nädalalehes Videvik. Intervjueerijate-tudengite poolt rääkisid Signe Orgse ja Kermo Kiiin. Kokkuvõtte tegi eesti elulugude kogumise grand old lady Rutt Hinrikus, kes rääkis, millisesse konteksti paigutub loodud kogu Eesti elulugude maastikul.

Järgnevalt on avaldatud Kurvitsa ettekanne (kohendatud kujul), lisaks intervjueeritud ajakirjanike ja intervjueerinud tudengite nimekiri ning paar ajakirjanikelt saadud fotot.

Täna sel ettekandekoosolekul tuleb juttu ajakirjanike isikuintervjuude kogust, mis asub Eesti Kirjandusmuuseumi Eesti Kultuuriloolises Arhiivis ja mis on loodud Tartu Ülikooli eesti ajakirjanduse ajaloo kursusel aastatel 2015–2016. Kogusse kuuluvad praeguse seisuga 57 intervjuu helifailid ja nende lütreeringud, lühikesed leksikonistiilis elulooartiklid intervjueeritute kohta ja 336 fotot, peamiselt kunagisest ajakirjanikutööst. Kogutud materjali ei ole plaanis kirjastada, intervjuud on mõeldud kasutamiseks andmebaasina ja on pandud kirjandusmuuseumisse tallele praeguste huviliste ja tulevaste

põlvede jaoks. Järgnevalt räägin selle kogu loomisest ja koostamise põhimõtetest ning iseloomustan kogutud materjali.

Idee, et ajakirjanduse ajaloo kursuse tudengid võiksid intervjueerida kunagisi ajakirjanikke, tuli mul vist 2014. aasta lõpus. Olin andnud ajakirjanduse ajaloo kursusel tudengitele kodutööks uurida ja omavahel võrrelda vanu ajalehti. See oli tudengitele raske ülesanne, sest nad ei orienteerunud ajaloolises taustas, ei osanud lugeda gooti kirja ja nii edasi. Ka endal õppejõuna ei olnud huvitav neid töid lugeda, uusi fakte tuli sealt välja minimaalselt. Oli vaja sobivamat kodutööd ajakirjanduse ajaloo kursuse jaoks. Midagi, mis tudengeid paremini kõnetaks ja mida ka ajakirjanduse ajaloo jaoks vaja oleks. Ajaloo jaoks vajalikke töid on ju tudengite abiga ennegi tehtud. Näiteks pseudonüümide andmebaasis ISIK (<http://galerii.kirmus.ee/biblioserver/isik/>) on suur hulk kunagiste ajakirjandustudengite töid. Ja nii tekkis mõte lasta tudengitel teha isikuintervjuusid, et talletada vanade ajakirjanike saatust ja töökogemust.

See, millele ma eelkõige mõtlesin, oli kadunud ajastu jäädvustamine. Kui me tahame kunagisest ajakirjandusest aru saada, siis ei piisa vanade ajalehtede lugemisest ja arhiiviallikate uurimisest. Lisaks on väga oluline just kogemuslik pool — kuidas ajakirjandust iga päev tehti, millised olid tööprotsess, tööõhkkond, väiksed igapäevased rutiinid. Et sellest tagantjärele aru saada ja ajastut tajuda, on vaja tegelikult infomerd. Siis joonistuvad üksiklugudest välja mustrid. Või ka vastupidi: me näeme,

kus neid mustreid ei joonistu. Ühesõnaga, nagu üks vana mees möödunud aastal ajalookonverentsi ettekandeid kuulates robustselt ütles: andmeid on vaja nii palju, et nende sees saab püherdada.

Intervjueeritute valikupõhimõtted

Intervjueeritute valimisel lähtusin mõnest märksõnast.

- Kõrvalpilk — otsime intervjuerimiseks neid, kes ajakirjanduses enam igapäevaselt ei tööta, kes vaatavad ajakirjandusele tagasi. Paari erandiga on seda põhimõtet järgitud.
- Vaheldusrikkus ja mitmekesisus — otsime ajakirjanikke erinevatest meediumidest ja eri valdkondadest: nii ajalehtedest kui ka ajakirjadest, telest ja raadiost, rajoonilehtedest ja üle-eestilistest lehtedest, päevalehtedest ja nädalalehtedest; alluvaid ja ülemusi; spordi- ja kultuuriajakirjanikke, fotograafe, ajalehekunstnikke, teleoperaatoreid ja -režissööre.
- Geograafiline haare — otsime ajakirjanikke üle kogu Eesti, maalt ja linnast. Siin oli piirajaks tudengite päritolu ehk see, kus oli nende kodupaik, kuhu nad olid valmis minema intervjuerima. Ja teiseks see, kas mina oskasin igalt

poolt ajakirjanikke üles leida. Praegu ei ole ühtegi intervjueritut Hiiumaalt, Raplamaalt ja Ida-Virumaalt, Saaremaalt on ainult üks. Saartele polnud tudengeid minemas, Raplamaalt ja Ida-Virumaalt ei suutnud ma intervjuerimiseks piisavalt kiiresti ajakirjanikke leida.

- Vaikijad — otsime neid, kes ei ole ise eriti rääkinud või ennast meenutama pakkunud või ehk pole selle peale tulnudki, et ennast kuidagi ajalooga jaoks jäädvustada. Nii et vältisin neid, kes olid juba 2000. aastate alguses ise kirjutanud, kui koguti ajakirjanike mälestusi, mis avaldati aastatel 2004–2009 kogumikes „Eesti ajakirjanike elulood“.¹

Ajakirjanike valikut piiras muidugi minu teadmiste tase: kelle olemasolust ma teadsin ja kelle oskasin üles leida. Küsisin vihjeid ja lisainfot kohalikest lehtedest, samuti tuttavatelt vanematelt ja noorematelt ajakirjanikelt. Ühe ajakirjaniku pakkus intervjuerimiseks välja tudeng, kes teda tundis. Esimesel aastal andsin tudengitele nimed ja jätsin ajakirjanike ülesleidmise nende endi hooleks (seegi väike lisaharjutus ajakirjaniku kutseoskuste lihvimiseks). Aga tudengid — nagu teisedki inimesed — kipuvad asju viimasele minutile jätma ja seetõttu tuli järjest



22. oktoober 2016
Valga kohvikus Säde.
Kermo Kün (s 1995)
intervjuerimas Valga
lehe kauaaegset foto-
graafi Heino Käost
(s 1942), vaadatakse
Käose kaasavõetud
vanu fotosid.

¹ Anu Pallas, Sulev Uus (Toim). Meie jäljed jäävad: Eesti ajakirjanike elulood I. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2004; Anu Pallas, Heidi Tammar, Sulev Uus (Koost ja toim). Teelised helisillal: Ringhäälingurahva lood. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2006; Anu Pallas, Sulev Uus (Koost ja toim). Kuidas vaatad, nõnda näed: Eesti ajakirjanike elulood III. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2009.



Kunagised ajakirjanikud ja neid intervjuerinud tudengid 9. veebruaril 2018 Eesti Kirjandusmuuseumis. Seisavad: Elmar Uuk, Imbi Jeletsky, Ülo Rood, Signe Orgse, Liisi Maria Muuli, Kermo Küün, Helga Koger, Andri Küüts, Kairi Janson, Iira Igasta; ees Roosmari Kurvits (TÜ eesti ajakirjanduse ajaloo kursuse õppejõud 2014–2016). Foto: Maarja Lõhmus.

mitmeid tagasilööke. Seetõttu otsisin teisel aastal ise ajakirjanike kontaktandmed välja. Kelle kontakte ei leidnud, seda välja ei pakkunud.

Kas oli keeldumisi? Oli. Eriti esimesel aastal, kokku 12. Enamasti toodi põhjuseks vilets tervis („ei enam“, „paar aastat tagasi oleksin rääkinud“, „insult“). Paar ajakirjanikku ütles viisakalt, et lihtsalt ei taha rääkida ega möödunut meenutada. Paar ajakirjanikku ütles, et ei taha ajakirjanikutööd meenutada, sest see on liiga valus. Üks ajakirjanik keeldus, sest nagunii ei saada Nõukogude ajast õigesti aru.

Intervjuude eesmärgid

Intervjuerimiseks teemasid ja tüüpilisimusi ritta seades mõtlesin, mida võiksid need intervjuud ajakirjanduse ajaloole anda.

Esiteks, jäädvustada ajakirjanike saatust ja elukogemust. Kuidas ajakirjanikuks on saadud ja kuidas ajakirjanik on oldud. Ja kuidas ajakirjandusest on lahkunud.

Teiseks, jäädvustada ajakirjanduse igapäevarutiine. Talletada seda, mida ajalehest või televiisorist

ei näe ja raadiost ei kuule, millest arhiiviallikad ei räägi, aga mis ajastu tundmiseks ja mõistmiseks on hädavajalikud. Mis kell tööle tuldi ja töölt ära mindi? Mida ajakirjanik päeva jooksul tegi? Kui palju peeti koosolekuid? Missugused olid töövahendid — kuidas infot hangiti, millega kirjutati või lindistati, kuidas toimetati ja küljendati ja lood lehte pandi? Millised olid ruumid, kus töötati? Jne. Ühesõnaga, argised pisiasjad, mis on sel hetkel, kui nad käes on, nii loomulikud, et neid ei pane tähelegi. Aga kui neid enam ei ole, siis selgub, et see ongi ajalugu.

Muidugi võib öelda, et paarikümneaastase tudengi teadmised ja kogemused on nii ulatusliku ülesande jaoks liiga napid. Teisalt on kaks põlvkonda noorema küsija positsioon võrreldav nende intervjuude tulevase kujuteldava kuulaja positsiooniga, kellele on Nõukogude aeg ja sellele järgnenud samuti kaugel, võõras, krüptiline ja arusaamatu.

Teiselt poolt mõtlesin, mida peaksid need intervjuud andma tudengitele nende õppetöös Tartu ülikoolis.

Intervjuueerijad olid enamasti vanuses 20–22 aastat, üksikud vanemad, kõige vanem 46-aastane.

Nii oli intervjuerija ja intervjueeritava vanusevahe keskmiselt pisut üle 50 aasta, mõnel juhul ka 65 aastat. Enamik neist olid II kursuse tudengid, s.t õppinud ülikoolis ühe aasta. Intervjuud tuli ära teha semestri keskel, nii et eesti ajakirjanduse ajaloo kursusest olid tudengid jõudnud kuulata mõne loengu varasemast Eesti ajakirjandusest, aga Nõukogude ajast veel mitte. Seega olid intervjuerijate eelteadmised ajakirjanduse ajaloost enamasti kurnis napid. Aga oli ka usinaid tudengeid, kes otsisid enne intervjuerimist tausta ajastu kohta ja infot väljaannete kohta, kus ajakirjanik oli töötanud; käisid kirjandusmuuseumis vaatamas, mida intervjueeritav oli ajakirjanduses avaldanud. Mõistagi oli enamik guugeldanud oma intervjueeritava nime ja vaadanud, mis internet välja pakkus. Minu seatud eesmärgid oli neli.

Esiteks tahtsin, et ajalugu kõnetaks tudengit — et ajalugu räägiks tudengiga otse, vahetult, läbi kaasaelaja suu, nähtuna kaasaelaja silmadega. See on midagi muud kui õppejõu vahendatud metatase jutt või raamatust loetu.

Minu meelest see õnnestus. Mitmel puhul töid tudengid hilisemates loengutes näiteid: „Aga minu intervjueeritav rääkis nii: [- -].“ Rabava reljeefisusega kostis intervjuudest, kui lühike on tegelikult

eestluse ajalugu. Näiteks meenutas üks intervjueritud ajakirjanik (sündinud 1936) oma vanaema, kes rääkis, kuidas ta tüdrukuna oli käinud esimesel eesti laulupeol aastal 1869. Teine ajakirjanik (sündinud 1942) meenutas oma vanaema juttu, et tema kodukandis loeti mõlemat ajalehte — nii Jannseni Eesti Postimeest kui ka Jakobsoni Sakalat (see pidi siis olema 1880. aasta paiku, sest Sakala alustas ilmumist 1878 ja Jakobson suri 1882).

Teiseks tahtsin suruda ühte semestrisse rohkem infot ajakirjanduse ajaloo kohta. Ajakirjanduse ajaloo alase intervjuu tegemine annaks lisateadmisi ja teistsuguses vormis teadmisi kui kümne loengut, millega tuleb läbi ratsutada terve eesti ajakirjanduse ajalugu. Need pooleteisetunnised loengud kord nädalas ühe semestri jooksul (ehk üks 5–6-ainepunktiline kursus) on kõik, mida Tartu Ülikoolis spetsiaalselt ajakirjanduse ajaloost õpetatakse.

Kolmandaks tahtsin luua noorte kontakti vanemate ajakirjanikega, tekitada põlvkondade sidusust. Tahtsin, et intervjuu annaks tudengile võimaluse näha, et ka enne teda on ajakirjanikud püüdnud teha ikka parimat võimalikku ajakirjandust — sarnased mured, rõõmud ja kõhklused, kuigi erinev ühiskonnakord, tehnika, omandivormid, žanrid jne.



1962. aasta. Ülikooli ajalehe TRÜ toimetuse toas on toimetaja Harald Peep (eesti kirjanduse ja rahvaluule kateedri vanemõpetaja), toimetaja asetäitja Juhan Peegel (eesti keele kateedri dotsent) ning ajakirjandus-üliõpilased Ülo Tuulik, Valdur Rebane ja Aimi Vinn (Paalandi). Foto: Ülo Vooglaid; Aimi Paalandi kogust.

Ja *last but not least* ajakirjanduse ajaloo välised eesmärgid ehk ajakirjanikuoskuste harjutamine: intervjuuks valmistumine, kontakti loomine, intervjuerimine, kirja panemine jne.

Ülesandepüstitus

Lühidalt olid tudengile esitatud nõudmised järgmised.

- Intervjuerida tuleb silmast silma. Abiks andsin orienteeriva küsimustiku, mida võiks ajakirjanikult küsida (alates päritolust ja lapsepõlvest, õpingutest, esimestest kokkupuudetest ajakirjandusega, töökohtadest ja lõpetades ajakirjanikutöö argirutiinide, tööõhkkonna, meelisteemade ja ajakirjanduse-ajakirjanikutöö muutumisega ajajooksul).
- Paluda luba teha intervjueritavast üks foto.
- Võimalusel paluda näha fotosid ja pildistada neid (kui lubatakse).
- Salvestatud intervjuu tuleb litereerida vähemalt 45 000 tähemärgi ulatuses. Kui intervjuu oli pikem, siis ülejäänud jäi minu hooleks.
- Kirjutada intervjueritud ajakirjanikust lühike leksikonistiilis elulooartikkel (sünniaeg, hariduskäik, töökäik, looming).

Tulemused

Sügissemestril 2015 ja 2016 intervjueris kunagisi ajakirjanikke 59 tudengit. Tulemuseks on 57 isiku-intervjuud, ühe inimesega on räägitud kaks korda (s.t mõlemal aastal, sest juttu jätkus kauemaks). Kõik intervjuud on tehtud silmast silma rääkides. Intervjueritud on kohvikus, kodus, raamatukogus või ajalehetoiatuses.

- Intervjuude maht on kokku 99 tundi. Kõige pikem intervjuu kestis 4 tundi 8 minutit, kõige lühem 49 minutit, tavapikkus oli 1 tund 20–30 minutit. See oli tavaliselt ka üsna paras pikkus — intervjuu püsis kompaktne ja fokuseeritud (kuigi oli muidugi ka erandeid, mõni inimene lihtsalt rääkis aeglasema tempoga ning mõnel oli väga hea mälu ja fabuleerimisoskus). Litereerituna on intervjuude maht 3,75 miljonit tähemärki ehk siis 2084 standardset käsikirjalehekülge (à 1800 tm, 30 rida 60 tähemärki reas).

- Intervjueritute hulgas on 36 meest ja 21 naist. Kõige rohkem naisi on rajoonilehtede ajakirjanike hulgas, üldse ei ole neid fotograafide hulgas. Keskmisest vähem on naisi ka mitmes meediumis töötanud ajakirjanike hulgas, s.t nende seas, kes olid liikuvad, olid rohkem töökohti vahetanud.
- Intervjueritud on sündinud ajavahemikus 1930–1957, s.t intervjuerimise ajal olid nad vanuses 59–85 aastat. Kõige rohkem on neid, kes olid vanuses 70–80 aastat.
- Intervjueritud alustasid ajakirjanikutööd ajavahemikus 1950–1987 (viimasel juhul olid nad ajakirjandusele järjepidevalt kaastööd teinud juba aastaid varem).
- Kõige pikem ajakirjanikustaaž oli 49 aastat toimetuse koosseisus. Vahepeal oli see mees kümme aastat pensionär-vabakutseline, nii et kokku töötas ta eri toimetustes ajakirjanikuna 59 aasta vältel — 1950–2009.
- Iga litereeringu juurde on koostatud lühike elulooartikkel, kus on loetud üles ajakirjaniku hariduskäik ja töökohad, samuti allikad, kust on inimese kohta infot saadud. Kontrollisin ja täpsustasin andmeid, rääkides kõigi elusolevate intervjueritutega 2017. aasta sügisel (kuus intervjueritud oli selleks ajaks surnud). Lisaks kasutasin andmete täpsustamiseks muid allikaid (artiklid ajakirjanduses, raamatud, arhiiviallikad).
- Intervjuude, litereeringute ja elulooartiklite kõrvale kogunes ka hulk lisamaterjali. Tudengid pildistasid intervjueritud ja nende kaasavõetud fotosid jms. Ma ise küsisin intervjueritutega 2017. aastal suheldes nendelt fotosid ja skaneerisin need. Kokku korjus 336 fotot, mis on skaneeringutena lisatud intervjuude litereeringute juurde. Aga kogunes ka muid materjale. Näiteks Elmar Kuusilt, kes oli ülikooli esimese ajakirjanikelennu vilistlane, saime Tartu Riiklikus Ülikoolis peetud esimese ajakirjanduse loengukursuse konsekti. Kursus kestis kolm aastat (1954–1957) ja seda pidas muidugi Juhan Peegel. Ivar Kostabi andis Tartu päevalehe Edasi kroonikaraamatu (külalisteraamatu, alustatud 1966. aastal), mille ta leidis Postimehe koridorist ära visatava kraami hulgast 1990. aastate alguses. Mõlemad on antud Eesti Kultuuriloolisse Arhiivi.

Kas eesmärgid said täidetud?

Intervjuud on väärtuslikud just kogumina. Kumulaatiivsus on suur pluss, intervjuud võimendavad üksteise väärtust. Kuna orienteeriv küsimustik oli ette antud, siis mõni küsimus kordus peaaegu samas sõnastuses intervjuust intervjuusse ja on põnev võrrelda, millised on tüüpilised mõttemustrid, kuidas erinevad inimesed sama küsimust erinevalt tõlgendavad (erinevast rakursist, erineva ulatusega).

Näiteks kordus palju küsimus, kuidas eraelu ja ajakirjanikutöö kokku sobisid. Vastajad mõistsid eraelu väga erinevalt. „Kuidas nad said mitte sobida?“ „Kui mees ei oleks nii kannatlik olnud, siis oleksin pidanud selle töö jätkma.“ „Et kuidas minu venna elukutse mõjutas?“ „Raske oli kodus töökohta leida — kirjutusmasina plagin võimendus üle maja.“ „Noh, lapsi sain ikka vähe näha.“

Või küsimus, kes toimetust tegelikult juhtis. Kes ironiseeris („Toimetaja loomulikult, ega ometi mitte koristaja“), kes selgitas nõukogulikku süsteemi („Toimetaja juhtis, aga tema pidi omakorda aru andma parteile“), kes seletas toimetuse struktuuri: toimetaja oli tänapäeva mõistes peatoimetaja, siis asetoimetaja(d), vastutav sekretär, osakonnajuhatavad jne.

Või küsimus kokkupuudetest tsensuuriga. „Ei, minul ei olnud mingeid keelde.“ „Mina tsensuuriga kokku ei puutunud.“ „Noh, suhteliselt lahe oli, ei olnud mingit suurt tsensuuri.“ „Me ise teadsime, mida ja kuidas kirjutada.“ „Meil tsensurit toimetuses ei olnud.“ „Tsensuur oli järeltsensuur, eeltsensuuri ei olnud.“ „Eks me olime ikka niuksed tarastatud lambad.“

Kuidas on kogutud materjal huvilistele kättesaadav?

Intervjuud on Eesti Kirjandusmuuseumi Eesti Kultuuriloolises Arhiivis olemas helifailidena ja lite-reeringutena (nii paberil kui ka digitaalselt). Kui intervjuukogu arvele võetakse, siis saavad soovijad intervjuusid kuulata-lugeda muuseumis, aga mitte vabalt internetis. Sest mitmele intervjuueeritule oli

oluline, et materjal ei lähe kuskile otse avaldamiseks, vaid talletamiseks. Lisaks on suuline tekst kohati üsna lahtine ja spontaanne. Kui inimene samad sündmused ja hinnangud kirja paneks, siis oleks stiil hoopis teistsugune.

Kui keegi tahab intervjuude materjali nimeliselt (personifitseeritult) kasutada ja avaldada, siis tuleb luba küsida intervjuueeritud ajakirjanikult, v.a juhul, kui andmeid kasutatakse teaduslikus uurimistöös kogumina, s.t nimesid nimetamata. Mulle teadaolevalt on kolm intervjuud kohendatud kujul avaldatud: Ivar Lepik avaldas katkendeid intervjuust Lembit Peegli portaalis soccernet.ee,² Annika Maksimov avaldas katkendeid intervjuust Vaike Käosaarega ajalehes Vooremaa,³ Rutt Hinrikus valis Marken Malmi tehtud intervjuu Imbi Jeletskyga avaldamiseks kogumikus „Minu elu ja armastus: Eesti rahva elulood“,⁴ Imbi Jeletsky toimetab ja täiendas intervjuud raamatu jaoks.

Intervjuueeritud ajakirjanikud

Suurte lehtede ajakirjanikud

- Maris Balbat (1936) — Sirp ja Vasar 1979–1997, Kultuurimaa 1997–1998
- Imbi Jeletsky (1934) – Õhtuleht 1965–1982, Rahva Hääl 1982–1991, Videvik 1991–2012
- Gunnar Press (1957) — Noorte Hääl > Päevaleht > Eesti Päevaleht 1983–1999, Õhtuleht > SL Õhtuleht 1999–2008
- Tiiu Pöld (1945) — Rahva Hääl > Eesti Sõnumid > Sõnumileht 1974–1998, Postimees 1998–2001 ja 2005–2010, OÜ Filmimees 2001–2003

Kohalike lehtede ajakirjanikud

- Valdo Einmann (1941) — Rakvere Punane Täht > Viru Sõna > Virumaa Teataja 1966–1986 ja 1988–2004
- Enn Esko (1933–2015) — Võru Tööraha Elu 1967–1971, Põlva Koit 1971–1987
- Iira Igasta (1952) — Pärnu Kommunist > Pärnu Postimees 1976–2015
- Helju Keskpalu (1938) — Valga Kommunist > Valgamaalane 1987–2012
- Lia Kevvai (1931) — Tartu Edasi 1972–1986

² Ivar Lepik. Eesti spordifotograafia *grand old man* Lembit Peegel. — <https://soccernet.ee/artikkel/eesti-spordifotograafia-em-grand-old-man-em-lembit-pegel> 2015, 25. dets.

³ Annika Maksimov. Suure kirega saab teha ainult südamelähedast tööd. — Vooremaa, 2017, 21. jaan.

⁴ Imbi Jeletsky (sünd 1934), elulooline intervjuu. — Minu elu ja armastus: Eesti rahva elulood. 2. köide. Koostanud Rutt Hinrikus ja Tiina Ann Kirss. Toimetajad Rutt Hinrikus, Tiina Ann Kirss ja Ülle Kaart; kujundaja Andres Tali. Tallinn: Tänapäev; [Tartu]: Eesti Kirjandusmuuseum, 2018, lk-d 513–521.



3. jaanuar 1991. Pärnu Postimehe tegevtoimetaja lira Igasta ja tollane tehnikameister — elektrooniline kirjutusmasin. Pärnu Postimehe toimetus sai peene masina 1990. aasta lõpus kingitusena Pärnu sõpruslinnalt Vaasalt, seda kasutati pisut üle aasta, veebruaris 1992 tulid kasutusele juba arvutid.

Foto: Henn Soodla; lira Igasta kogust.

- Ivar Kostabi (1936) — Tartu Edasi 1954–1955, Elva Uus Tee 1961–1963, ETA 1965–1967, Tartu Edasi > Postimees 1967–1999
- Eevi Kuht (1943) — Rakvere Punane Täht > Viru Sõna > Virumaa Teataja 1971–2012
- Elmar Kuus (1932–2017) — Põltsamaa Kiir 1957–1962, Põlva Koit 1962–1963, 1972–1976 ja 1990–1994
- Taimi Käos (1943) — Valga Kommunist > Valgamaalane 1966–2010
- Vaike Käosaar (1948–2017) — Jõgeva Punalipp > Vooremaa 1969–2008
- Mait Murumets (1935) — Haapsalu Tööraha Lipp 1978–1986, Pärnu Leht > Pärnu Uus Nädalaleht > Heerold 1995–1996
- Enda Naaber (1938) — Orissaare Punalipp 1958–1959, Saaremaa Kommunistmiehitaja > Saarte Hääl 1966–1993, Virvik 1989–1992, Kultuuri Valgel 2001–2011
- Grete Naaber (1942) — Saaremaa Kommunistmiehitaja 1964, Pärnu Kommunist > Pärnu Postimees 1967–2008
- Jüri Peinar (1942) — Rakvere Punane Täht > Viru Sõna > Virumaa Teataja 1966–1998
- Ene Puusepp (1942) — ülikooli ajaleht TRÜ 1965–1972, Tartu Edasi > Postimees 1975–2009, ingerisoomlaste ajaleht Inkeri 1993–2004
- Hilje Puusepp (1939) — Jõgeva Punalipp > Vooremaa 1978–1998
- Ülo Rood (1949) — Paide Võitlev Sõna > Järva Teataja 1973–1993
- Ülo Sain (1932) — Haapsalu Tööraha Lipp 1974–1988, Lääne Kalur 1991–1992
- Tiina Sarv (1949) — Tartu Edasi 1974–1976, ETA 1976, EPA ajaleht Põllumajanduse Akadeemia 1976–1982, Paide Võitlev Sõna > Järva Teataja 1982–1989, Järva-maa Põllumees 1991–1993, Viljandi Sakala 1993–2017
- Adolf Terask (1930) — Tartu Edasi 1964–1990
- Elmar Uuk (1930) — Põlva Koit 1960, Tartu Edasi 1960–1984
- Liina Valper (1941) — Võru Tööraha Elu > Võru Teataja > Võrumaa Teataja 1962–2004
- Ülo Vösar (1942) — Viljandi Tee Kommunistile > Sakala 1968–1995, Viljandimaa vallalehed

Ajakirja-ajakirjanik

- Ilmar Kask (1936) — Eesti Loodus 1962–2001

Fotograafid

- Gustav German (1933) — Noorte Hääl 1958–1965, Nõukogude Naine > Eesti Naine 1965–1992
- Heino Käos (1942) — Valga Kommunist > Valgamaalane 1967–2008
- Peeter Langovits (1948) — ETA 1987–1995, Postimees 1995–2014
- Lembit Peegel (1936) — Maaleht 1987–1989, Spordi-leht 1989–1993, Päevaleht > Eesti Päevaleht 1993–2000
- Arvo Tarmula (1937) — Haapsalu Lääne Elu 1989–2013

- Tiit Veermäe (1950) — ajakiri Noorus 1970–1974, ETA 1987–1993, ajakirjad Kultuur ja Elu 1990–1993, Magneet 1993–1995

Kunstnik

- Andrus Peegel (1955) — Tartu Edasi > Postimees 1975–1993 ja 1995–1998, Kuressaare Oma Saar > Saarte Hääl 2007–

Raadioajakirjanikud

- Ene Hion (1931) — Eesti Raadio 1955–1988
- Mari Tarand (1941) — Eesti Raadio 1963–2005
- Tiia Upine (1937) — Eesti Raadio 1965–1993

Teleajakirjanikud

- Enn Eesmaa (1946) — ETV 1966–1993, EVTV 1994–1996, TV3 1996–2003
- Uno Maasikas (1931) — ETV 1959–1990
- Maido Madisson (1946) — ETV, operaator 1966–2013
- Lembit Heinmaa (1931) — ETV, režissöör 1963–1992
- Rein Joamets (1950) — ETV 1973–2008

Mitme meediumi ajakirjanikud

- Enn Anupöld (1937) — Eesti Raadio 1961, 1964–1972 ja 1990–1993; NSV Liidu teleraadiokomitee korrespondent Helsingis 1972–1974 ja 1986–1990, ETV 1974–1986
- Henn-Kaarel Hellat (1932–2017) — ajakiri Küsimused ja Vastused 1968–1975; Eesti Raadio 1976–1977; Sirp ja Vasar 1983–1985 ja 1987–1989/90
- Paavo Kivine (1939) — Tartu Edasi 1964–1966; Eesti Raadio 1968–1970; Eesti Spordileht 2003–2005
- Helga Koger (1945) — Haapsalu Tööräha Lipp 1966–1968, Pärnu Kommunist > Pärnu Postimees 1972–1990, Pärnu Teataja 1990–1991; käsitööajakirjad Ilutegija ja Käsitööleht 1991–1999
- Virve Liivanõmm (1943–2017) — Õhtuleht 1962–1963; ETV 1971–2000; nädalalehed Terviseleht 2001–2003 ja Õpetajate Leht 2003–2012
- Kalju Lomp (1934) — Mustvee Oktoobri Tee 1952–1959, Jõgeva Kolhoosnik > Punalipp 1959–1965, Tartu Edasi 1965–1966 ja 1968–1976; ajakirjad Pikker 1966–1968, Sotsialistlik Põllumajandus 1980–1986; Rahva Hääl 1976–1980 ja 1986–1995

- Vello Lään (1937) — EPA ajaleht Põllumajanduse Akadeemia 1960–1975, Eesti Raadio 1975–1991, Tartu Raadio 1991–2000
- Endel Mets (1930) — ajalehed Nõukogude Hiiumaa 1950–1953, Hiiumaa Kolhoosnik 1951–1952, Rahva Hääl 1955–1965; ajakirjad Eesti Kommunist 1965–1977, Sotsialistlik Põllumajandus > Põllumajandus ja Maakodu 1977–1991, Maamajandus 2001–2009
- Aimi Paalandi (1940) — ajalehed Pärnu Kommunist 1965–1979, Kodumaa 1980–1986, ajakiri Nõukogude Naine > Eesti Naine 1986–1995, nädalaleht Harjumaa 1996–2001
- Jaan Ruus (1938–2017) — Eesti Raadio 1961–1966, Tallinnfilm 1966–1973 ja 1979–1981, Eesti Telefilm 1973–1978, Sirp ja Vasar 1978–1979; Teater. Muusika. Kino 1981–1999; Eesti Ekspress 1992–2015
- Martti Soosaar (1933–2017) — Noorte Hääl 1958–1963, Õhtuleht 1963–1966; Eesti Raadio 1967–1990
- Ants Tamme (1940) — ETV 1966–1969, päevaleht Rahva Hääl 1969–1989, nädalaleht Videvik 1989–2013
- Harri Treial (1930–2018) — Rahva Hääl > Eesti Sõnumid > Sõnumileht 1958–1970 ja 1973–1998, Tallinnfilm 1970–1973
- Tõnu Vare (1947) — Haapsalu Tööräha Lipp 1965–1970, päevaleht Noorte Hääl > Päevaleht 1970–1990, ajaleht Rahvaleht 1992–2000

Intervjueerinud tudengid

Ott Abroi, Sarah Adamson, Inger Agur, Heleri All, Robert Aps, Tuuli-Ann Freienthal, Urmas Glase, Heini Heinlaid, Brigitte Susanne Hunt, Liisa Hõbe, Kairi Janson, Andra Jundas, Kärt Kaasik, Carmen Karnö, Anna Klimovitš, Mari-Liis Koemets, Kelly Kukin, Johanna-Kadri Kuusk, Kermo Kүүn, Andri Kүүts, Kadri Laube, Ivika Lehtsalu, Ivar Lepik, Karolin Lukk, Marit Lusti, Annika Maksimov, Johanna Maria Mertsina, Margus Hanno Murakas, Lauri Mutso, Liisi Maria Muuli, Joosep Mägi, Moonaliisa Mänd, Deana Noop, Eva Nõmme, Veiki Ojaperv, Kadri Org, Maarja-Liis Orgmets, Signe Orgse, Marleen Otsus, Greete Palgi, Kristina Pentsa (Masen), Kaari Perm, Aleksander Pihlak, Hindrek Pärq, Kaisa Pärna, Kristel Ress, Mari-Liis Ruuvet, Gregor Sibold, Sandra Sommer, Lysandra Steinberg, Georgi Žordania, Ege Tamm, Meeri Tiirats, Mari-Liis Uri, Liisa-Lotta Veiken, Daniel Veinbergs, Gunnar Viese, Keily Volkov, Cätriin Vuks.

Aarne Rannamäe teekaaslasena

Väljavõtteid EAAS-i koosolekult 18. mail 2018

Katrin Saks: Tundsin Aarne Rannamäed aastast 1976, astusime koos ajakirjandust õppima. 1981. aastal läksime — Aune Unt ja mina — koos Aarnega oma unistuste töökohta, Eesti Televisiooni. Kedagi nendest, kes Aarnega koos väliskommentaatorina töötas, pole enam elus või asuvad nad kaugel. Püüdsin kätte saada Aarne Rannamäe esimest ülemust Simon Joffet, kes on 98-aastane. Rääkisin ta sugulaslega ja sain teada, et tal oli kuu aega tagasi Tel Avivis tõsine terviserike — ma ei saanud temaga telefoniintervjuud teha. Veel mõni aeg tagasi oli ta mälu erk, jutt jooksis hästi. Mõned asjad tuleb õigel ajal ära teha, enne kui on liiga hilja. Mõned Aarne kolleegide nimed: Simon Joffe, Gabriel Hazak, Toomas Alatalu, Rein Soomets, kõigile meelde jäänud Vambola Pöder.

Hagi Šein: 1970ndate lõpul hakkasime televisiooni õpetama, Marju ja Juhan võtsid riski. Aarne arengutee on olnud muljet avaldav, olen näinud seda algusest peale. Natuke nagu Tuhkatriinu lugu oli see ka — alguses oli ta ebakindel. Ta tuli kodust, kus teda oli väga hästi kasvatatud, kus ta teadis, mida tohib ja mida ei tohi. Aarne ei olnud alguses päris kindel, kas ta televisiooni sobib. Tegime Tartu studios proovi. Siis ta küsis: „Õpetaja, kas ma sobin televisiooni?“ Tegime antiikkunsti muuseumis ühe lindistuse, kus ta pidi redelil istuma. Aarne värises, mikrofon ja redel ka. Aga tasapisi hakkas mikrofonihirm üle minema.

Nõukogude ajal sattus ta välistoimetusse. Välistoimetuse ülesanne oli näidata, kui hea on elada Nõukogudemaal, näidata, kui roiskunud on maailm

kapitalismis. Nendel välistoimetuse meestel oli ligipääs informatsioonile, millele meist kellelgi ligipääsu polnud. Nende töö oli väga vastuoluline. Nad olid eetris ühed ja muidu teised. Nad ei rääkinud kogu tõtt. Aga nad ka ei valetanud.

Aarne ei olnud ülikooli ajal veel päriselt välja kujunenud, ta sai välistoimetuses väga tugeva vundamendi alla. Aarnel olid võimsad omadused. Kui ajakirjandus on nagu südametunnistus, sõltumatu, tark ja uuriv, siis Aarnes seda kõike oli. Ma ei tea, kas praegu keegi sellist sümbolilist väärtust meie ajakirjanduses üldse kannab? Välistoimetuse mehed õpetasid teda mõtlema teravalt ja kriitiliselt.

Aune Unt: Nägin seda kõrvalt. Hagi ehk teab lähemalt, kuidas ta ütles poole ülikooli peal: mina tahan välistoimetusse või üldse mitte kuhugi. Me keegi ei tea, mida ta tegi selleks, et sinna saada. See viis, kuidas ta töötas, ajas hirmu naha. Esiteks — ta kavatses ära õppida kõik keeled (*rõõmus naer*). Soome keelt õppis rongis, iga päev võttis uued sõnad ette. Bussi oodates, kui teised niisama pläkutasid ilmast ja muust, tõstis tema kogu aeg ühest taskust teise võõrsõnu, õppis sõnu. Niisugust distsiplineeritust kohtab harva. See oli kõva töö, see oli tohutu töö. Kui ta sai välistoimetusse, siis seal oli mitut värvi TASS-i atlas. Valge TASS-i atlas oli kõige kõvem — atlastel oli kindel hierarhia¹. Rannamäe käis nagu kass ümber palava pudru ja mõtles, kuidas neid TASSi atlasid Simon Joffe käest kätte saada. See info oli Simoni kontrolli all.

Video koosolekult on kättesaadav aadressil <https://www.err.ee/832465/video-akadeemiline-ajakirjandusselts-meenukas-aarne-rannamaed>.

¹ TASS-i atlasid olid Nõukogude uudisteagentuuri TASS poolt välja antud piiratud levikuga perioodiliselt ilmuvad brošüürid, mis sisaldasid välissündmuste kommentaare, refereeringuid ja tõlkeid välismaisest ajakirjandusest. Need ilmusid pealdisega „ametkondlikuks kasutamiseks“, neid levitati nimekirja alusel parteiorganites ja teistes ideoloogiasutustes, sh ajakirjanduskanalite toimetustes. — *Toim.*

Katrin Saks: Tema maailmapilt oli kogu aeg meie omast laiem. Ilmselt ta uskus, et maailm ei jää piirduma ühe kuuendikuga planeedist. Millal tuli Aarnel huvi Lähis-Ida vastu?

Aune Unt: Lähis-Ida huvi oli Aarnel juba ülikooli ajal olemas, aga sai kõvasti hoogu, kui ta sai sinna juutide kampa, ma mõtlen Simonit ja tolle toa poisse. Selle paigaga oli seotud kogu tema elu ja ka üks osa temast läks sinna Jordani jõkke.

Katrin Saks: Aarne oli tegelikult väga privaatne inimene. Ega me tegelikult ei tundnud teda, ta ju ei rääkinud endast. Mis teda õnnelikuks tegi?

Aune Unt: Teda tegi õnnelikuks töö. Ma mäletan, et ülikooli ajal, teisel poolel ta ütles, et ei jõua ära oodata, millal see ülikool ükskord läbi saab — ta nii kibeles juba tööle välisinfo toimetusse. See oli tema eluunistus, küpses pikka aega. Sealt ta ka võttis nii palju, kui võtta andis. Tüübid, kes seal töötasid — Simon Joffe ja Rein Soomets —, olid ikkagi vinge seltskond.

Hagi Šein: Elus peab vedama ka ja see ei olnud tema ainus vedamine. Aarne sattus niisugusesse aega, kus ta oli paljude pöördepunktide juures. Üks asi on nõukaaja lõpu karastus välistoimetuses, aga siis 1990ndate algul saime vabaks ja ta läks AK-sse. Tulid uudisteankrud. Uudistes oli ta pikka aega. Jõudsimme edasi oma demokraatiaga, tuli „Rahva teenrid“, tuli arutluse aeg. Ta sattus olulisse aega, tegi seda kaasa juhina.

Katrin Saks: Aarne töötas uudisteankruna kümme aastat ja tema alustas ka AK intervjuudega. Kalid kursuskaaslased, teid on kokku siin üheksa, ehk räägiksite?

Kärt Hellerma: Olen Katrin Saks toakaaslane, tuba 216. Minu unistus oli õppida eesti filoloogiat, aga esimesel aastal ma ülikooli sisse ei saanud, tahtsin saada eesti filoloogiks, korrektoriks või ka keeleteadlaseks. Minu sõbranna ema, Marju Lauristin küsis: Kärt, kas sa ei tahaks õppida ajakirjanikuks? Siia ma siis tulin. 16 aastat töötasin palgalise ajakirjanikuna. Nüüd on nii, et olen kirjutanud proosaraamatuid ja avaldanud ka neli luulekogu. Viimases

luulekogus on luuletusi tähtpäevadega, näiteks emakeelepäevaks, ja mõnest inimesest. Loen ette teksti, mille kirjutasin 14. septembril 2016 Aarne Rannamäe mälestuseks, peakirjaga „Minevik kerkib kaugusest“.

Minevik kerkib kaugusest nagu kuldne kalju
millesse on raiutud kõikide nimed kellega kord
kuldses valguses käisime
enne kui nad astusid kuldseesse raami
kesk kuldset kiirgust
ja võtsid koha sisse kuldse minevikus
mis kõrgub nagu kuldne kalju
ja seisab kuldses meres
enne meid ja pärast meid
on meie elu ja meie hauapaik
Oleme kuldse valguse sünnitised
nimed kuldset kaljul
liigume oma nimele üha lähemale
kuni jõuame kuldse valguse sisse
kuldsele kaljule kirjaks
Kalju kerkib kullasest merest
ja seisab kesk kuldset valgust
ka siis kui meid enam ei ole
Minevik tuleb kaugusest
ja seisab kauguses
Aegamisi tuleb ta lähemale
kuni seisab siinsamas

Aune Unt: Aarne oli äärmiselt pühendunud inimene, ta võttis kätte ja süvenes.

Hagi Šein: Eks me õppisime ja ikka eksisime ka, ega see nii pilvitu polnud. Kõik riiduki tulid sellest, et õppisime, mida vaba maa ajakirjandus endast kujutab. Õppisime ja saime hakkama.

Aune Unt: Ta oli enda suhtes väga nõudlik. Ta ei läinud toorete asjadega välja. Epp, sa oskad ehk täpselt kirjeldada.

Epp Ehand: Aarne armastas öelda: „Ma suudan väga palju infot ära õppida ja ära unustada — see ongi telesaate nipp, et õpid ära ja unustad ära.“ Kuid tegelikult nii ei olnud. Tal olid põhiteadmised ja põhiväärtused paigas rohkem kui enamikul inimestel. See võimaldas tal eri olukordades kiirelt reageerida. Ta näiteks helistas toimetusse, kui keegi loll oli jälle kirjutanud, et Türgi pealinn on Istanbul. Siis helistas ja pahandas, kuidas nii loll saab olla.

Hagi Šein: Me kõik kuulame „Rahva teenreid“. Aga kui Aarne oli saates, siis oli see ikka vägev saade. Selles oli midagi sellist, mis sundis kuulama.

Aune Unt: Nüüd toimub „pealtnägijastumine“ — üks ja sama intonatsioon käib kõigest läbi. Aarne puhul sellist asja ei olnud, ei olnud ühte intonatsiooniköverat, mis kordub lausest lausesse ja kujundab mustri, millest ei saa enam välja.

Indrek Treufeldt: Miks toimus Eesti teleajakirjanduses üleminek ankrutele nii hilja? Pikalt arvati, et on normaalne, kui uudiseid loeb diktor. Üleminek oli seotud riskidega, kuidas ajakirjanikud hakkavad uudiseid lugema. Kas nad suudavad saate käigus teksti genereerida? 2001. aasta sügisel, terrorirünnaku paiku Ameerikas, kui oli üleminek uudisteankrutele, oli Aarne õige koha peal. Aarne oli teksti genereeriv ajakirjanik. Aarnet võib nimetada teravaks dünaamiliseks poliitiliste intervjuude tegijaks, poliitiliseks loomaks.

Aarne suhtus poliitikutesse kui loomariiki, eriti sisepoliitika käsitlemisel. Eesti poliitikud olid kui loomariik, kus oli eri liike, erinevaid loomi ja linde, karvaseid ja sulelisi, ka usse. Sa ei saa ju kõigi nendega samastuda. Aarne edu võti oli kriitilisus. Ta ei hoidnud kellegi poole, oli kõigi suhtes kriitiline. Selles oli mitu faasi, teda hakati ka kartma. Partei-kontorid üritasid kindlaks teha, milline on ankrute töögraafik. Eesti poliitiline kommunikatsioon arenes ja mingil hetkel tuli selline faas, et Aarne oli kui tuleproov — kui sa suutsid temaga intervjuust läbi tulla, siis oli see märk.

Katrin Saks: Tunnistan, et tema kriitiline, ründav stiil lõi olukorra, kus oli jube lihtne ennast lolliks teha.

Indrek Treufeldt: See on meetodi küsimus, see oli Rannamäe meetod, mida ta esitas. Olen mõelnud, et kui teed eetriaajakirjandust ja ühel päeval sind enam ei ole, siis tajume auku. Mina tajun Aarnest jäänud lünka siiaamaani. Seetõttu on temast raske rääkida. Kindlasti on ringhäälingu ajakirjandusel oma geneetiline kood. Meis kõigis on natuke Panti. Me tuleme aastast 1926, kui Eestis ringhäälinguga alustati. Me teame kõiki žanride konventsioone, see kõik on meie geneetilises koodis. Aarne oli suur geneetiline iseärasus, sähvatus.

Katrin Saks: Nii nagu Aarne uuris Valdo Panti, võiks keegi uurida, mis oli Aarne fenomen. Arhiivis on tema kohta palju materjali.

Epp Ehand: Ma enam ei oota, et Aarne nurga tagant välja tuleks, aga tema töödest peaks rääkima. See auk, mille Indrek välja ütles, on eetris jätkuvalt tunda, ka mulle isiklikult.

Aarne jaoks oli vabadus hästi tähtis. Talle pakuti töid väljaspool ajakirjandust, mida ta vastu ei võtnud, sest oleks ära võtnud palju vabadust. Vabadus väljendus kõiges. See oli eetris oluline ja see oli tema põhikvaliteet. Oluline oli, et inimene väljendaks seda, mida ta hetkel mõtleb ja tunneb. Aarnele ei meeldinud osaleda kampaaniates, ka mitte telekampaaniates. „Vabariigi kodanike“ puhul ütles ta mulle eraldi: „Ära sa liiga vali, pane ikka hullu ka — et ei oleks klanitud ja ära rehitsetud saade.“ Ta ei pidanud eesmärgiks ühiskonna probleeme ära lahendada, ta oli rahul siis, kui ta suutis probleemi sõnastada, tuua välja vastuolud inimese sees.

Miks ta intervjuuerides inimese nurka ajas? Ta tahtis näidata, et pealispind ja sisemus ei lähe kokku. Selle näitamine pakkus talle rahuldust. Mina püüdsin vahel sekkuda, et kutsuks ka selliseid inimesi, kes probleemi ära lahendaksid. Aga tema jaoks ei olnud see äge, talle oli tähtis just täpne sõnastamine.

Enamik inimesi kardab konflikte. Konflikt on emotsionaalselt ebamugav olukord. Tema ei kartnud konflikte. Ta ütles: „Ega ma nii terav ei olegi, ma lihtsalt provotseerin.“ Tegelikult oli Aarne suure südamevaluga inimene. Lõpuks oligi süda see, mis teda alt vedas... Ta tegi kõike kirega. Talle oli oluline leida kõiges enda jaoks mingi tasakaal, küll siis kõik laabub ja sujub. Kirg iseloomustas teda küll, aga teisalt ta ütles: „Me oleme siin kõik meeldivas keskeas inimesed, kes tahavad rahulikult oma tööd teha.“ See tähendas distsipliini — kõik tähtjaks ära teha ja mitte jätta teisi hätta või sõltuvusse. Ta elas töödes. Ta elas uudistes, kogu aeg mängis CNN või BBC. Ta soovis, et asju tehtaks mõnusalt. Kõik teemad kasvasid tema sees.

Katrin Saks: „Vabariigi kodanikes“ oli vähe naisesinejaid.

Epp Ehand: Kutsusime, aga naised ei tulnud. Naised on tunduvalt enesekriitilisemad. Minu kogemus on

olnud, et mehed ütlevad kõigepealt „jah“ ja siis täidavad lihtsalt aja ära. Aarnele ei meeldinud kvoodisüsteem — et kutsume naise sellepärast, et ta on naine.

Indrek Treufeldt: Televisioon ei ole ju ainult see, mis välja paistab. Selles on palju pusserdamist ja sahmerdamist. Tegime Aarnega palju aastaid koos valimiste õhtuid. See on väga pikk saade, algab kella 19-st peale ja lõpeb kell 1-2 öösel. On selliseid inimesi, kes oskavad tühja koha pealt genereerida sahmerdamist, muutuvad ise sündmuseks. Aga Aarne oli hästi ratsionaalne, kõik repliigid olid õige koha peal, temaga valmis saade justkui väga lihtsalt.

Priit Rajalo: Vestlesime viimati kaks päeva enne tema surma. Aarne pidi minema Anu Välba saatesse, tal oli sel päeval tema viimane intervjuu. Meil uudistetöös oli Aarne kui südametunnistus. See, mismoodi ta pani tähele väikesi asju, oli õpetlik. Kui Aarne millelegi tähelepanu juhtis, olgu see negatiivne või positiivne, siis oli see meile väga oluline.

Epp Ehand: Kui õhtul AK algas, pani Aarne teleka mängima ja ütles: no vaatame, millega nad meid täna üllatavad.

Katrin Saks: Täna on kõlanud, et ta on äärmuste inimene: kirglik, terav, soe, skeptiline, lahe, üksik hunt. Ta oli äärmuste inimene — spektri igast kaarest.

Krista Aru: Lisaks minule on siin veel Aarne kooli-aja klassikaaslast. Aarne oli algusest peale inimene, kellel olid väärtused paigas. Tal oli kõik paigas, ta oli soliidne ja tark. Ta oli väga hea õppija, aga ega igasugust jama ta ka ei õppinud. Ta keeldus.

Meie kirjandusõpetaja oli Vello Saage, käisime oma kooliga kirjandusekursioonil Assamallas. Seal Assamalla puude all oli mul esimene pikem vestlus Aarnega. Selle ajani pelgasin teda. Tal olid selged huvid — ta luges välispoliitikat, õppis inglise keelt. Seal Assamallas ta ütles, et tahab saata välispoliitika kommentaatoriks. Mina hakkasin alles tema järgi ajakirjanduse peale mõtlema. Ma olin küll Sädeme korrespondent olnud, aga Aarne ütles, et Sädeme korrespondendiks olemine pole mingi ajakirjandus.

Hiljem suhtlesime just siis, kui mul olid keerulised ajad. Näiteks helistas ta siis, kui oli keeruline olukord ERM-i uue hoone tegemisel. Temale see uue hoone projekt ei meeldinud. Kui kõik ütlesid, et lõpeta ära, siis Aarne helistas: „No nutsakas, mis sa seal virised, tee oma maja valmis.“ Kui kõik ütlesid, et pole vaja, siis tema taipas selle õige momendi ära ja toetas.

Aarne oli ühest küljest reserveeritud ja vaoshoitud, ta sisemine mina hoidis teda vaos. Teiselt poolt oli Aarne väga soe ja empaatiline, ta tundis täpselt ära oma kaaslaste olulised momendid ja ühiskonna olulised kohad.

VARIA

Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi tegevuse kronoloogia 2009–2018

- 20. november 2009** — seltsi taastamise koosolek, moodustati asutav toimkond.
- 16. detsember 2009 ja 16. jaanuar 2010** — asutava toimkonna koosolekud.
- 19. veebruar 2010** — seltsi ametlik taasasutamine. Ettekandekoosolek „Eesti raadiomaastik 2009“. Esinesid Maarja Lõhmus, Kersti Raudam ja Janek Luts. Juhatuse valimised. Esimeheks valiti Peeter Vihalemm, aseesimeheks Indrek Treufeldt, juhatuse liikmeteks Neeme Korv, Maarja Lõhmus, Indrek Ude, Sulev Uus ja Sulev Valner, revisjonikomisjoni valiti Ragne Kõuts, Marju Himma ja Janek Luts.
- 1. aprill 2010** — „Eesti telemaastik 2009–2010“. Esinesid Andres Jõesaar, Hagi Šein, Indrek Treufeldt, Aune Unt.
- 19. mai 2010** — „Eesti trükiajakirjandus 2009“. Esinesid Ainar Ruusäär („Ajakirjandus 2009–2010“), Neeme Korv („Majanduskriisi mõjud ajakirjandusele“), Sulev Uus („Maakonnalehed 2009“), Anu Pallas, Sulev Valner („Maakonnalehed 2009–2010“), Indrek Ude („Ajakirjad 2009“).
- 8. oktoober 2010** — „Eesti teleajakirjanduse uued žanrid: tegelikkuse käsitlemise meelelahutuslik meetod“. Esinesid Endel Trooja („Võsareporter“ kui telefõljeton“), Aune Unt („Võsareporterist“ vaataja pilguga“), Raivo Kummer („Meelelahutus ajakirjanduses, ajakirjandus meelelahutuses“), Salme Rannu („Vaatajatüübid praegusel telemaastikul“).
- 26. november 2010** — „Online-ajakirjandus: muutused ajakirjaniku töös“. Esinesid Urmo Soonvald („Ajakirjaniku rolli erinevus paber- ja online-lehes“), Alo Raun („Online-väitlus kui fenomen“), Roosmarii Kurvits („Online-lehe ja paberlehe kujundus“).
- 19. jaanuar 2011** — „Ajakirjanikutöö ja rollikäsituse muutumine“. Esinesid Piret Tali („Muutused ajakirjanikutöös 1988–2009“) ja Maret Einmann („Eesti ajakirjanike rollikäsituse muutumine 1988–2009“). Järgnenud paneeldiskussioonis esinesid Priit Hõbemägi, Neeme Korv, Külli-Riin Tigasson, Tarmo Õuema.
- 18. veebruar 2011** — EAAS-i esimese aastaraamatu 2009/2010 esitlus.
- 18. märts 2011** — „Tagasivaade Eesti meediamaaastikule 2010“. Esinesid Marju Lauristin, Sulev Uus, Ragne Kõuts, Peeter Vihalemm, Maarja Lõhmus, Heikko Gross, Indrek Treufeldt, Teele Üprus.
- 19. mai 2011** — „Eesti ajakirjanduse ajalooost“. Esinesid Kaarel Vanamõlder („17. sajandi ajakirjandus Eesti aladel“), Roosmarii Kurvits („Miks tuli Eestisse päevaleht?“).
- 7. oktoober 2011** — „Teleuudised Eestis“. Esinesid Urmet Kook („ETV uudistest“), Indrek Treufeldt („Reporterist“), Tarmo Michelson („TV 3 uudistest“).
- 25. november 2011** — „Välisilm Eesti ajakirjanduses“. Esinesid Peeter Vihalemm, Ahto Lobjakas, Evelyn Kaldoja, Erkki Bahovski, Priit Simson.
- 20. jaanuar 2012** — „Ajalehtede ellujäämismudelid“. Esinesid Mart Kadastik, Hans H. Luik, Helve Laasik ja Väino Koorberg.
- 16. märts 2012** — „Vaba ajakirjanduse eneseregulatsioon Eestis — pidur või päästerõngas?“. Esinesid Halliki Harro-Loit („Kahe aastakümne õppetunnid Avaliku Sõna Nõukogu ja Pressinõukogu tegevust vaadates“), Eve Rohtla („Kuidas Pressinõukogu täna oma rolli näeb?“) ja

- Sulev Valner („Vaade kaebustele: mille vastu väljaanded tüüpiliselt eksivad?“).
- 19. mai 2012** — vestlusring „Ajakirjanik muutuv asjas“ (Erki Berends, Külli-Riin Tigasson, Sulev Valner, Tarmo Õuemaa). Raamatu „Alguses oli Juhan: meenutuslood õpetaja Juhan Peeglist“ (toim Maarja Lõhmus, Sulev Uus, Peeter Vihalemm) esitlus.
- 12. oktoober 2012** — ettekandekoosolek internetikommentaaridest. Esinesid Hans H. Luik, Anvar Samost ja Tiit Hennoste. Toimusid seltsi juhatuse ümbervalimised. Esimehena jätkas Peeter Vihalemm, aseesimehena Indrek Treufeldt, juhatuse liikmetena Maarja Lõhmus, Indrek Ude, Sulev Uus ja Sulev Valner. Neeme Korvi asemel valiti juhatuse liikmeks Külli-Riin Tigasson. Revisjonikomisjonis jätkasid Ragne Kõuts ja Janek Luts, Marju Himma asemel Varje Sootak.
- 30. november 2012** — Indrek Treufeldt tutvustas oma äsja kaitstud doktoriväitekirja „Ajakirjanduslik faktiloome erinevates ühiskondlikes tingimustes“.
- 20. jaanuar 2013** — ettekandekoosolek kodanikuajakirjandusest. Esinesid Sulev Valner, Elina Allas, Daniel Vaarik, Ivar Soopan, Rainer Eidemiller.
- 15. märts 2013** — „Ajalehe ja portaali sümbioos“.
- 12. aprill 2013** — „Valdo Pandi pärand tänasele ajakirjandusele“. Esinesid Ene Hion, Marju Lauristin ja Aune Unt.
- 18. mai 2013** — ettekandekoosolek ajakirjanduskeelest. Esinesid Reet Kasik, Katrin Kern, Aili Künstler, Tiit Hennoste.
- 11. oktoober 2013** — „Kultuur Eesti ajakirjanduses ja kultuuriajakirjandus“. Esinesid Kaarel Tarand, Raimu Hanson, Mari Peegel, Kärt Ulman, Maris Johannes, Martin Viirand, Maria Teiverlaur, Marju Lauristin.
- 22. november 2013** — „Ajakirjandus poliitika väljal — tegija või vahendaja?“ Esinesid Lauri Hussar, Urve Eslas, Taavi Eilat, Indrek Treufeldt.
- 17. jaanuar 2014** — „Eestikeelne ajakirjandus maailmas“. Esinesid Kärt Ulman, Vaado Sarapuu (Skype'i vahendusel), Jüri Estam, Jüri Trei, Urmas Paidre.
- 21. märts 2014** — „Milline on Eesti kuvand ajakirjanduses ja ajakirjanduse kaudu? Vaade väljastpoolt Eestit“. Esinesid Krister Paris, Tiina Maiberg, Ahto Lobjakas, Helle Tiikmaa.
- 16. mai 2014** — „Milline võiks olla Eesti ajakirjandus?: Üliõpilaste ja noorte ajakirjanike ideaalpilt vs. tegelikkus“. Esinesid Helen Mihelson, Marten Juurik, Siim Pari, Kaur Paves, Kärt Rebane, Anna Pöld. Esitleti meenutusteraamatut Juhan Peeglist („Ma lõpetan selle jama ära“, toim Sulev Uus, Maarja Lõhmus, Peeter Vihalemm).
- 10. oktoober 2014** — „Eesti ajakirjandussüsteem vs. murrangulised tekstid ja tõlgenduspoõrded“. Esinesid Igor Rõtov, Tiit Hennoste, Raiko Jäärats, Sirje Kiin. Toimusid seltsi juhatuse ümbervalimised. Seltsi esimeheks valiti Maarja Lõhmus, aseesimeheks Peeter Vihalemm. Juhatuse liikmetena jätkasid Indrek Treufeldt, Sulev Valner ja Külli-Riin Tigasson. Uuteks juhatuse liikmeteks valiti Roosmarii Kurvits ja Kaur Paves (Sulev Uusi ja Indrek Ude asemel). Revisjonikomisjon jätkas endises koosseisus.
- 28. november 2014** — „Pildikeel Eesti ajakirjanduses“. Esinesid Indrek Treufeldt („Pilt või sõna: lausete terviklikkusest pildireas“), Roosmarii Kurvits („Kas visuaalsus hukutab eesti ajalehed?“), Aune Unt („Kuidas visualiseerida surnud jänest? Visuaalse kujundi lugemisraskustest“). Koosolek toimus Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia, kunstide ja kommunikatsiooni instituudis.
- 13. veebruar 2015** — „Ukraina Eesti ajakirjanduses 2014–2015“. Esinesid Astrid Kannel ja Igor Taro.
- 24. märts 2015** — „Teadusajakirjandus“. Esinesid Marju Himma, Arko Olesk, Priit Ennet, Villu Päärt.
- 22. mai 2015** — „Ringhäälingu hommikuprogramm“ ja „Euroopa Liidu meediapoliitika“. Esinesid Märt Treier ja Liina Vainumetsa, Andres Jõesaar ja Indrek Ibrus.
- 9. oktoober 2015** — „Ajakirjandus Tartus, Tartu ajakirjanduses“. Esinesid Ene Puusemp, Marii Kangur, Taavi Eilat, Merilyn Säde, Sulev Uus.
- 27. november 2015** — „Euroopa Liidu andmekaitse ja meediapoliitika“. Esinesid Marju Lauristin („Digikeskkonna ja meediaga seonduvad arutelud Brüsselis. Andmekaitse direktiivi ettevalmistamine“), Andres Jõesaar („Audiovisuaalmeedia direktiivi ettevalmistamine, selle tähendus Eestile“), Nils Niitra („Andmekaitse regulatsiooni probleemid ajakirjaniku seisukohalt“).

- 12. veebruar 2016** — „Päevakaja“ nr 20 000. „Päevakaja“ kui sündmus“. Esinesid Ain Saarna, Indrek Kiisler, Ago Gaškov, Mirko Ojakivi, Marju Lauristin.
- 1. aprill 2016** — „Uus meedia kui ajakirjanduse tööturg“. Esinesid Raul Eamets („Millised töökohad meid tulevikus ootavad?“), Igor Rõtov („Mida tähendavad muutused tööturul ajakirjandusele?“), Kaur Paves („Kuidas vingerdada mõnuses stagnatsioonis pensionini välja?“), Reio Laurits („Peavoolule vastanduv kogenud praktik uue meedia tõmbetuultes“).
- 20. mai 2016** — „Tarto maa rahwa Näddali-Lehe ilmuma hakkamine 1806“. Esines Tõnu Tannberg.
- 30. september 2016** — „Ajalugu ajakirjanduses“. Esinesid Alo Lõhmus („Ajalooteema ajakirjanduses kui „vaikuse ala“ ja kui elevuse tekitaja“) ja Renita Timak („Ajaloosaated Eesti Televisioonis toimetaja pilgu läbi“).
- 1. november 2016** — koos Põltsamaa linnavalitsusega korraldati Põltsamaa kultuurikeskuses konverents „250 aastat eestikeelset ajakirjandust“. Ettekannetega esinesid Raivo Suni, Vita Zelče, Krista Aru, Anu Pallas, Andres Kõnno, Karin Sibul. Vestlusringis osalesid Erik Gamzejev, Helve Laasik, Heli Salong, Sulev Uus, Hans Väre ja Maarja Lõhmus.
- 25. november 2016** — „Ajakirjandusõpetus kaasaegses maailmas“. Esinesid Signe Ivask („Ajakirjandusõpe ja meedia uurimine USA-s“), Ragne Kõuts-Klemm („Ajakirjandusõpetus Saksamaal“), Halliki Harro-Loit („Eesti ajakirjanikud võrdlevates rahvusvahelistes uuringutes“).
- 17. veebruar 2017** — „Ajakirjanikud poliitikas“. Esinesid Andres Ammas, Viktoria Ladõnskaja, Barbi Pilvre.
- 21. aprill 2017** — „Faktiloome ja faktikaja“. Esinesid Indrek Treufeldt, Ahto Lobjakas, Mati Kaalep.
- 19. mai 2017** — „Miks on Eesti ajakirjandus kultuuri küsimus?“. Esinesid Maarja Lõhmus („Ajakirjandus kui kultuuritegur“), Joonas Hellerma („Küsimine ja vastamine kultuuris — mida võimaldab intervjuu?“), Eerik Purje („Žanrid ja eesti murdekeel kui ajakirjanduse mitmekesisus“, Skype'i teel), Rein Veidemann („Miks on ajakirjandus Eesti kultuuri küsimus?“).
- 29. september 2017** — „Kas tõde ei ole ajakirjanduses enam väärtus?“. Esinesid Ülo Vooglaid („Tõde ajakirjanduses: mis see on?“), Mihkel Kärmas („Pealtnägija“ tegemine praktikas: pikk ja lühike perspektiiv“), Ivan Makarov („Kas tõesti tõde pole ajakirjanduses enam väärtus või pigem vastupidi?“).
- 17. november 2017** — „Kohaliku ajakirjanduse olukord ja tulevik“. Esinesid Margus Mets („Maakonnalehtede olukord ja arenguvõimalused“), Sulev Valner („Haldusreformi võimalik mõju kohalikule ajakirjandusele“), Ragne Kõuts-Klemm („Kas maakonnalehe järele on enam vajadust?“), Vahur Glase („Arengutendentsid Järvamaal“). Toimus seltsi juhatuse ümbervalimine. Seltsi esimehena jätkas Maarja Lõhmus, aseesimehena Peeter Vihalemm, juhatuse liikmetena Sulev Valner ja Roosmarii Kurvits. Uuteks juhatuse liikmeteks valiti Virgo Siil ja Mirjam Nutov (Indrek Treufeldti, Külli-Riin Tigassoni ja Kaur Pavese asemel). Revisjonikomisjon jätkas endises koosseisus.
- 9. veebruar 2018** — „Eesti Kirjandusmuuseumi fond KKK — Kunagiste Ajakirjanike Kogu (kauaegsete ajakirjanike eluloointervjuud)“. Esinesid Roosmarii Kurvits, Rutt Hinrikus, Signe Orgse, Kermo Kүүn.
- 23. märts 2018** — EAAS-i ja Eesti Ajakirjanike Liidu ühine seminar „Ajakirjandus ja võim“ Riigikogu konverentsisaalis. Esinesid Tiit Hennoste, Mari-Liis Jakobson, Andres Kõnno, Helle Tiikmaa, Maarja Lõhmus.
- 18. mai 2018** — „Aarne Rannamäed meenutades“. Esinesid Katrin Saks, Hagi Šein, Aune Unt, Epp Ehand, Indrek Treufeldt, Krista Aru.
- 19. oktoober 2018** — „Kas andmekaitse piirab ajakirjandusvabadust?“. Esinesid Marju Lauristin, Erik Moora, Marten Juurik.
- 7. detsember 2018** — „Kuidas mõista meediapildi voogu: ambivalentsus ja piltide semiootika“. Esinesid Merike Kaunissaare („Visuaalide mentaalne struktuur“), Brit Laak („Järelhüüded telelugudes ehk elulugu minutitega“), Laura Kalam („Pilgujälgimine, visuaalne käitumine“).

Lõpetajad ja lõputööd ajakirjanduse ja kommunikatsiooni erialal Tartu Ülikoolis 2018. aastal

Peeter Vihalemm

2018. aastal lõpetas bakalaureuseõppe ajakirjanduse ja kommunikatsiooni erialal 36 inimest, oluliselt vähem kui eelnevatel aastatel (2017. a 45, 2016. a 42, 2015. a 52). Ajakirjanduse ja/või kommunikatsiooni erialal 62 aasta jooksul (1957–2018) vähemalt kolmeaastase bakalaureusehariduse saanute koguarv oli 2018. a lõpuks 1532.

Ka magistriskraadi saanute arv oli 2018. a oluliselt väiksem kui eelmisel aastal, 25 inimest (2017. a 32, 2016. a 30, 2015. a 35). Uusi ajakirjandusmagistreid oli vaid 4, kommunikatsiooni juhtimise magistreid 21. Ajakirjanduse või kommunikatsiooni juhtimise alal on 26 aasta jooksul (1993–2018) magistriskraadi saanud 392 inimest.

Doktoritöid meedia ja kommunikatsiooni alal kaitsti 2018. a kolm, sama palju kui aasta varem, kui võtta arvesse ka neljas, välismaal kaitstud töö. Kokku on instituudis/osakonnas ettevalmistatud doktoritöid 22 aasta jooksul (1997–2017) kaitstud 41.

8. juunil 2018 kaitses oma doktoritööd Marju Himma-Kadakas — „Skill Performance of Estonian Online Journalists: Assessment Model for Newsrooms and Research“ („Eesti veebiajakirjanike oskuste rakendamine: hindamismudel toimetustele ja teadusuuringuteks“, juh Halliki Harro-Loit ja Ragne Kõuts-Klemm, vt <http://hdl.handle.net/10062/59824>). Aastaraamatus on toodud ülevaade tema tööst.

8. novembril 2018 kaitses oma doktoritööd Johannes Saar — „Hegemooniadiskursused eesti kultuuris. Eesti Kunstimuuseumi pressikommunikatsioon 2006–2015“ (juh Veronika Kalmus ja Marek Tamm, vt <https://dspace.ut.ee/handle/10062/62222>). Aastaraamatus on toodud ülevaade tema tööst.

29. novembril 2018 kaitses oma doktoritööd Alessandro Nani — „Cross-Media in Public Service Broadcasting: The Struggle Between Producers and Audiences“ („Ristmeedia avalikus ringhäälingus: tootjate ja auditooriumide vaheline heitlus“, juh Pille Pruulmann-Vengerfeldt, vt https://www.ester.ee/record=b5169655*est). Aastaraamatus on toodud kokkuvõtte tema tööst.

8. novembril 2018 kaitses Urmas Loit Jyväskylä ülikoolis oma doktoritööd „Implementation of Media Governance. A Liberal Approach in the Context of a Small Market“ („Meediahalduse rakendumine. Liberaalne lähenemine väikese turu kontekstis“, juh Epp Lauk ja Turo Uskali, kättesaadav internetis <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-7591-3>). Aastaraamatus on toodud ülevaade sellest tööst.

25-st uuest magistrist lõpetas vaid 10 magistritööga (40%). Ülejäänud lõpetasid kas magistrieksami või praktilise magistriprojektiga. 2017. a oli magistritööga lõpetanute osakaal palju suurem — 72%. Kuus kaitstud magistritööd seonduvad ajakirjanduse ja meediaga (vt nimekirja allpool, tööde digitaalsed täistekstid on kättesaadavad TÜ raamatukogus, aadressid on toodud pealkirjade juures). Aasta varem oli ajakirjanduse ja meediaga seonduvate magistritööde osakaal samal tasemel. Selles aastaraamatus on esitatud ülevaade ühest magistritööst (Laura Kalam).

36-st bakalaureuseastme lõpetanust kaitses 25 bakalaureusetöö (69%) ja 11 tegid lõpueksami (31%). Ka varasematel aastatel on eksamitegijate osakaal olnud samal tasemel — 2017. a 33%, 2016. a 36%. Ajakirjanduse ja meediaga seonduvad bakalaureusetööd (20) moodustasid kaitstud töödest enamiku (80%), 2017. a oli nende osakaal 70%, 2016.

a 78%. Selles aastaraamatus on esitatud ülevaated kolmest bakalaureusetööst (Maia Klaassen, Greete Palgi, Liisa-Lotta Veiken).

Ajakirjanduse ja meediaga seonduvad magistritööd 2018

Laura Kalam. Ajakirja kaanekujunduse vastuvõtu uurimine pilgijälgija abil, ajakirja Sport näitel (juh Ragne Kõuts-Klemm ja Kristian Pentus, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60754>).

Kristel Kaljuvee. Eesti teismeliste ootused mikrokuulsuste loodud sisule (juh Maria Murumaa-Mengel, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/15304>).

Merike Lipu. Eesti laste ja vanemate Facebooki sõprus: omavahelise suhtlusega seotud kogemused ja arvamused (juh Andra Siibak; <https://dspace.ut.ee/handle/10062/62321>).

Jane Saluorg. Ajakirjaniku roll erakordsete sündmuste kajastamisel (juh Ragne Kõuts-Klemm, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60748>).

Inna Siik. Kuidas konstrueeriti Eesti ajakirjanduses Venemaa sõjalist õppust Zapad? (juh Sten Hansson, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60749>).

Priit Tamm. Kuidas konstrueeritakse Eesti ajakirjanduses Venemaa sõjalist võimekust (juh Sten Hansson, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60750>).

Ajakirjanduse ja meediaga seonduvad bakalaureusetööd 2018

Sarah Adamson. Eesti teaduse käsitlemine ERR Novaatori, Delfi ja Postimehe veebiväljaannetes (juh Küllike Seppel, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60617>).

Karl Gustav Adamsoo. Eakate digipädevus — hoiakud ja probleemid nutitelefoni kasutamisel (juh Kadri Ugur, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60621>).

Tuuli-Ann Freienthal. „Netipervertide“ kuvand noorte seas: Eesti gümnasistide kogemused

ja hinnangud (juh Maria Murumaa-Mengel, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60644>).

Heini Heinlaid. Teleauditooriumi mõõtmine tänapäeva Eestis, arvestades telepildi vaatamise võimalusi erinevatel platvormidel (juh Ragne Kõuts-Klemm, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60708>).

Maia Klaassen. Vale- ja võltsuudiste avaldamine peavoolumeedias: Eesti meediaväljaannete peatoimetajate selgitused tekkepõhjustele (juh Mari-Liis Madisson, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60632>).

Anna Klimovitš. Toitumisalased nõuanded Postimees *online*'i terviserubriigis ning nende allikad (juh Küllike Seppel, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60634>).

Kaarel Kook. 16–17-aastaste noorte osalemine Eesti kohalike omavalitsuste 2017. a valimistel: hääletamist toetavad tegurid (juh Ragne Kõuts-Klemm, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60636>).

Karl Kõiv. Võltsuudiste sisu- ja struktuurielemendid võrdluses traditsioonilise uudise normidega (juh Marju Himma-Kadakas, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60635>).

Kadri Laube. MTÜ Ühiskonnauuringute Instituudi küsitlusuuringute disain ja kajastus Eesti peavoolumeedia väljaannetes (juh Marju Himma-Kadakas ja Mai Beilmann, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60647>).

Annika Maksimov. Leinamine Facebookis: sõbra kaotanud kasutajate kogemused (juh Mari-Liis Madisson, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60662>).

Margus Hanno Murakas. Eesti Meedia ja Ekspress Grupi vastastikune kajastamine (juh Küllike Seppel, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60794>).

Moona-Liisa Mänd. Sümbolfotod loo jutustamise skeemide õpetamisel: õpikomplekti loomine ja katsetamine (juh Eleri Lõhmus, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60661>).

Tiina Nõmm. Riiklikku õppekava täiendavad õpitemgevused meediaõpetuse arendamiseks Tartu maakonna koolide näitel (juh Kadri Ugur, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60933>).

Maarja-Liis Orgmets. Köitev sisu YouTube'i videotest 15–18-aastaste õpilaste näitel (juh Marju Himma-Kadakas, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60663>).

Signe Orgse. Facebooki arutelude modereerimine „Virginia Woolf sind ei karda!“ grupi näitel (juh Ragne Kõuts-Klemm, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60664>).

Hanna Lotta Otstavel. 20–25-aastaste aktiivsete Facebooki kasutajate visioonid oma kontode „surmajärgsest elust“ (juh Mari-Liis Madisson, <http://hdl.handle.net/10062/60671>).

Marleen Otsus. Põhikooli õpilaste ja õpetajate kommunikatsioon sotsiaalmeedias: õpilaste kogemus (juh Andra Siibak, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60690>).

Greete Palgi. Eesti naisajakirjanike kogemused agressiivsete ja ahistavate kommentaaride ja allikatega (juh Maria Murumaa-Mengel, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60669>).

Gregor Sibold. Veebiuudiste jälgijate suhtumine veebisisu eest tasumise erinevatesse võimalustesse (juh Ragne Kõuts-Klemm, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60707>).

Kadi Valgepea. Muutused Tallinna infolehe Pealinn sisus keskvalitsuse ja omavalitsuse suhete konstrueerimisel aastatel 2016–2017 (juh Ragne Kõuts-Klemm, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60701>).

Liisa-Lotta Veiken. Raadio 2 taskuhäälingute kuulamise tegurid (juh Ragne Kõuts-Klemm, <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60695>).

Tallinna Ülikoolis 2018. aastal ajakirjanduse ja meedia alal kaitstud magistritööd

Barbi Pilvre

Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia, kunstide ja kommunikatsiooni instituudis kaitsti 2018. aastal 14 ajakirjanduse ja meedia alast magistritööd, juhendajateks Raivo Palmaru, Barbi Pilvre ja Arko Olesk. Tööd hõlmasid telesaadete sisu, võrgumeediat ja sotsiaalmeediat ning ühte paberväljaannet, samuti väljaannete tegijate arusaamu oma tegevusest. Kaitsti ka üks teooriaalane töö.

Martha-Beryl Grauberg analüüsib oma magistritöös „President Kersti Kaljulaidi representatsioon meedias ETV näitel“ presidendi kujutamist televisioonis kampaaniaperioodil ja esimesel ametiaastal presidendina. ETV programmi kontentanalüüsi tulemusena selgus, et Kaljulaidi kujutati valdavalt suurepärasest karjääri teinud professionaalina. Suurt tähelepanu pälvis fakt, et ta on nelja lapse ema. Tema kujutamisel kasutati stereotüüpi supernaisest, kes suudab saavutada märkimisväärseid tulemusi nii oma töös kui ka eraelus, ja seda esitati kinnituseks tema sobivusest Eesti presidendi ametisse. Konstrueeriti mitu rolli, mida Kaljulaid presidendina täidab, sealhulgas probleemide nõudliku sõnastaja ja rahva ühendaja roll.

Kertu Vill uurib magistritöös „Kaitseväge konstrueerimine meediatekstides Eesti võrgumeedias aastatel 2007 ja 2017 Delfi, Postimehe ja ERR-i näitel“, milliste diskursuste kaudu konstrueeriti võrguväljaannetes Eesti kaitseväge kümneaastase ajavahemikuga. Tööst selgub kaitseväge kujutamise proportsioon eri kanalites ja kaitseväge seotus erinevate teemadega.

Helene Tedre selgitab magistritöös „Eesti Rahva Muuseumi kuvandi konstrueerimine uudisteportaalides delfi.ee ja postimees.ee ERM-i esimesel tööaastal“, milliste narratiivide abil kujundati ERM-i kuvand võrgumeedias perioodil september 2016 kuni september 2017 ehk aasta jooksul pärast avamist. Analüüsi tulemusel tuvastati peamine narratiiv ERM-ist kui eestluse sümbolist. Seda toetasid ühiskondliku olulisuse, ajaloo talletaja ja mõtestaja, professionaalsuse, arenemisvõime ja kaasaegsuse narratiivid, lisaks leiti kuluka ülalpidamise ning ERM-i vastuoluliste kõneisikute narratiivid. Avamisjärgset aastat iseloomustas ka ühe ekspositsiooni, reformatsiooniteema esiletõus.

Aurelia Aasa uuris magistritöös „Sirbi positsioon toimetajate silme läbi“ Bourdieu väljateooria mõisteid, kasutades Sirbi positsiooni tänapäevsel ajakirjandusväljal ning lehe toimetamise ja levitamise strateegiaid toimetajate positsioonilt. 2018. aastal kaheksa Sirbi toimetajaga läbiviidud süvaintervjuudest selgub, et Sirbi toimetajad rõhutavad oma missioonitunnet kvaliteetse ja traditsioonilise leheformaadi ja kultuuriväljal omandatud positsiooni säilitamisel. Samas nähakse, et Sirbi positsioon ajakirjandusväljal on piiratud ja sealsed muutused avaldavad Sirbile üha enam mõju. Toimetajad tunnistavad, et noore lugejaskonnani jõudmine on keeruline. Autor leiab, et Sirbi positsioonile on esitatud väljakutseid seoses üldise sotsiokultuurilise olusliku muutumisega. Selgub, et ühelt poolt tajuvad intervjuueeritavad muutunud ajakirjandusväljaga

seotud väljakutseid, samas püüab Sirp toimetajate arvates hoida autonoomse väljana oma traditsioonilist identiteeti.

Aet Trisberg mõtestab magistritöös „Meediaskandaali konstrueerimine Taavi Rõivase „ahistamisuhtumi“ näitel“ meedia osa poliitilise skandaali konstrueerimises seoses Riigikogu aseesimehe Rõivase 2017. aasta Malaysia-reisil asetleidnud juhtumiga. Analüüsid kombineeritud meetodiga (kontentanalüüs, kvalitatiivne sisuanalüüs) televisiooni, raadio, trüki- ja elektroonilise meedia kanalite sisu, selgus, et meedia mängis olulist rolli skandaali arengus alates juhtumi kujutamise ajastusest, õhutades kõneisikute valiku ja raamistamisvõtetega konfliktisust eesmärgiga hoida skandaali üleval ja saavutada muu hulgas majanduslikku kasu. Meedia huvile skandaali venitada viitab asjaolu, et pärast poliitiku tagasiastumist skandaal meedias ei vaibunud. Autor leiab, et ajakirjanikud ei vahendanud toimunud erapooletult, vaid toimetuste eesmärk oli kujundada avalikku arvamust. Lisaks kerkis seoses Rõivase juhtumiga meedias esile seksuaalse ahistamise teema, mis oli ajendatud rahvusvahelisest kontekstist, ennekõike #metoo liikumisest.

Janari Kintsiraud uurib magistritöös „Hübriidsõja narratiivid uudisteportaali Delfi ja Postimees.ee veebiartiklites aastatel 2014–2017“, milliseid narratiive kasutab meedia hübriidsõda kujutades, kes on rääkijad, kas ja kuidas muutub hübriidsõja käsitus ajas ning kas on erinevusi portaalide käsitlustes. Töö tulemusena leiti üksteist narratiivi.

Tanel Veeremaa selgitab magistritöös „Muuseumidega seotud kolme juhtumi konstrueerimine meediatekstides Delfi näitel“, milliste teemade kaudu konstrueeriti juhtumeid, mis lõppesid eksponaadi eemaldamisega näituselt või selle ümbertegemisega. Selgus, et muuseumi poolt, vastu ja neutraalseid tekste oli peaaegu võrdselt. Kõigi kolme juhtumi kujutamist läbivad ajaloo kirjutamise, ohvri, empaatia, hirmu ja Eesti riigi maine diskursused. Autorid on kasutanud vahendaja või teadja rolli ning sõltuvalt maailmavaatest ja ideoloogiast varieerub nende keelekasutus tunduvalt.

Anne-May Nagel leidis magistritöös „Suhkru narratiivid Postimees *online*’i ja Delfi näitel 2015–2017“ 145 tekstist 12 narratiivi, mis hõlmavad suhkruõltuvust, suhkrutüüpide ja koguste ohtlikkust, suhkru ja tervise seoseid. Enim said sõna teadlased.

Piret Lepik kaardistab magistritöös „Emaduse konstrueerimine teletekstides „Aasta ema 2017“ juhtumi põhjal“ 19.04–14.05.2017 eetris olnud üheteistkümne teleteksti põhjal emadusega seotud vastandlikke arusaamu. Esile kerkisid Eesti Naisliidu looja ja juhi ning konkursi „Aasta ema“ eestvedaja poliitik Siiri Oviiri sõnavõtt abielu tähtsusest ja teisalt seisukohad, et abielu ei ole heaks ja tubliks emaks olemisel määrav ning et üksikemad on väärt tunnustamist. Tööst selgub, et emadus on Eesti ühiskonnas jätkuvalt poleemiline teema.

Maarja Lega selgitab magistritöös „Kõmu-uudised kuulsustest Anu Saagimi näitel Kroonika ja Elu24 põhjal“ 681 teksti kvantitatiivse kontentanalüüsi abil, mida kujutab endast Eesti meelelahutusajakirjanduses formaat *celebrity news*, pakkudes selle eestikeelseks nimetuseks „kõmu-uudis kuulsustest“. Selgub, et kõmu-uudised järgivad traditsioonilise uudise ülesehitust, sisu põhikriteeriume ja uudisküsimusi. Sellistes uudistes on uudisväärtuslikkuse kriteeriumiks „kuulsus“, uudised kirjutatakse peategelase isiku tõttu, kelleks uuritavas materjalis on Anu Saagim. Analüüs hõlmab ka fotosid. Peamised kõmu-uudiste teemad on elustiil, üritused, välimus, eraelu ja skandaalid. Enamasti esinevad tegelastena peategelase Anu Saagimi kõrval teised kuulsused.

Ingela Virkus selgitab magistritöös „Isaduse konstrueerimine pereteemadel kirjutavate tuntud isade näitel“ isaduse kujutamise viise, lähtudes eeldusest, et isaduse kujutamine on meedias muutumises. Töös analüüsitakse internetiportaalides ilmunud tekste, mille autorid on meelelahutus-tegelased Henry Jakobson, Jesper Parve, Mihkel Raud ja Stig Råsta. Kvalitatiivse sisuanalüüsi tulemusena selgus, et isad räägivad pereelu teemadel avameelselt, nad tahavad osaleda laste

kasvatamisel, aga väärtustavad emade panust laste eest hoolitsemisel. Isad näevad, et töö tõttu kodust eemal viibimine nõrgestab nende suhet lastega. Kodused rollid on uuritud tekstides jätkuvalt jagatud soopõhiselt. Veel on teemadeks sünnitus ja sellega seotud tunded, füüsilise läheduse puudus elukaaslasega ja isadusega seotud hirmud.

Helina Ravasoo kirjeldab fänlust ja fännikultuuri käsitlevas magistritöös „Fänniajakirjandus Eestis. Fännide ja vabatahtlike loodud väljaannete toimimine Level1, Algernoni, Reaktori ja Videogamers.eu näitel“ Eestis tegutsevate vabatahtlikkudel põhinevate internetiväljaannete (ingl *fanzine*) tööd. Väljaannete tegijatega läbiviidud intervjuude käigus kogutud materjalist selgub, et sisutootmine nendes sarnaneb tavameedia sisuloomise protsessiga nii teemade leidmise kui ka väljaannete toimimise poolest. Uusi kaasautoreid leitakse tutvuste, kuulutuste, väljaandele laekuva kriitika ja sotsiaalmeedia abil. Töötajaid motiveeritakse motivatsiooniürituste, kiituse või tasuta toodetega. Töötajate sisemine motivatsioon on erinev, seotud tunnetega — kohuse- või missioonitundega. Oluline teema on konkurents.

Berit Renser käsitleb oma meediastumisteemalises uurimuses „Nõid annab nõu: etnograafiline uurimus maagia meediastumisest“ maagia kommunikatiivset figuratsiooni digitaalses meedias. *Online-* ja *offline-*intervjuude käigus Facebookis tegutsevate nõidadega ja vaatluse kaudu leitakse, et nõidade vaimne-religioosne raamistik on liikunud kitsamalt maagialt üle laiemasse „uue vaimsuse“ keskkonda. Nõidade autoriteedi puhul oli näha karisma argistumist ja nõiapraktikate institutsionaliseerumist ning et rituaalsed praktikad kaotasid virtuaalses ruumis oma performatiivsed aspektid.

Kirsten Virks püüab oma teoreetilises töös „Kuidas sotsiaalmeedia muudab meie arusaamu meediakommunikatsioonist?“ kokku võtta sotsiaalmeedia senise arengu kogemust ja täpsustada meie arusaama meediakommunikatsioonist kui protsessist, pöörates eriti tähelepanu tähenduste loomise protsessile. Autor võtab analüüsi kokku tõdemusega, et sotsiaalmeedia on muutnud kommunikatsiooni võrgustunuks ja vastastikuseks, saatja ja vastuvõtja rollid vahetuvad pidevalt, tekivad ühised tähendused ja tähenduste mustrid. Meediakasutajad ise loovad sisu, annavad sündmustele tähendusi ja kontrollivad sõnumite levikut ning meediakorporatsioonid ei ole enam võimelised sisu levikut kontrollima.



