

Tartu Ülikool  
Sotsiaalteaduste valdkond  
Ühiskonnateaduste instituut  
Ajakirjanduse õppekava

Kertu Kula

**Tasuline veebisisu maakonnalehtedes:  
strateegiad, praktikad ja lugejate kogemused ning ootused**

Magistritöö

Juhendaja: Marju Himma-Kadakas, MA

Tartu 2016

# Sisukord

<b>SISSEJUHATUS</b> .....	3
<b>1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD</b> .....	5
1.1. Maksmist mõjutavad tegurid.....	6
1.2. Varasemad uuringud Tartu Ülikoolis.....	12
<b>2. UURIMISKÜSIMUSED, VALIM, MEETOD</b> .....	14
2.1. Uurimisküsimused.....	14
2.2. Valim.....	14
2.3. Meetod.....	17
2.4. Meetodi kriitika.....	20
<b>3. TULEMUSED</b> .....	22
3.1. Vaatlus.....	22
3.2. Peatoimetajate intervjuude analüüs.....	28
3.2.1. Tegurid, mis mõjutavad veebisisu maksustamise strateegiat ja praktikat.....	32
3.2.2. Konkurents kui sisu maksustamist mõjutav tegur.....	35
3.2.3. Strateegiad tasuliste artiklite müümiseks.....	45
3.3. Fookusgrupi intervjuude tulemused.....	53
3.3.1. Strateegiate mõju lugejatele.....	53
3.3.2. Kohaliku lehelugeja kogemus tasulise loo ostmisel.....	59
3.3.3. Kohalike lehelugejate valmisolek tasuliste lugude eest maksta.....	64
3.3.4. Erinevused vanusegrupiti ja maakonniti.....	76
<b>4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON</b> .....	79
4.1. Järeldused.....	79
4.2. Diskussioon.....	83
<b>KOKKUVÕTE</b> .....	85
<b>SUMMARY</b> .....	87
<b>KASUTATUD KIRJANDUS</b> .....	89
<b>LISAD</b> .....	94
Lisa 1. Fookusgrupi intervjuu kava.....	94
Lisa 2. Fookusgrupi ülesande tulemused.....	97

## Sissejuhatus

Ajakirjandusväljaannete veebiplatvormide kasutusele võtmisega pakuti esialgu kogu maailmas valdavalt veebisisu lugejatele tasuta. Kuna suurem osa tulust tuli ajalehtedele paberlehtede reklaamist, arvasid lehetegijad, et veebi tuleb reklaam samas suurusjärgus üle. See majandusmudel aga kukkus läbi ja lehetegijad said aru, et ajakirjandusliku sisu tootmine on kallid ja seda ei saa tasuta ära jagada, arvestades asjaolu, et paberlehtede tiraažid kogu aeg langevad, nii üleriiklikes väljaannetes kui ka maakonnalehtedes.

*Online*-uudiste samaaegne kättesaadavuse läbi portaalide ja *online*-uudiseid edastava muu meedia, paberlehtede tiraažide ja lugejanumbrite vähenemine on tulemusena kahandanud reklaamist saadavat tulu. Probleemiks on reklaamipinna väärtus, mis on paberlehes suurem kui *online*'s. Lisaks võimaldab internet reklaamiosstjal leida rohkem suunatud kohti, et jõuda potentsiaalsete klientideni (Kvalheim, 2013: 26). Seega ajalehed pole jätkusuutlikud ärikeskkonnas, kus lugejad pööravad paberlehe ostmisel ringi, et lugeda uudiseid digitaalselt.

Võimalike kaotuste vältimiseks on järjest enam ajalehti üle terve maailma võtnud järk-järgult kasutusele ärimudeleid, millega teatud osa oma veebisist kaitstakse maksumüüriaga.

Maksumüüride süsteemide kasutamine on järsult tõusnud alates 2012. aastast, sest ajalehtede väljaandjad üle terve maailma otsivad uusi kasumiallikaid (Myllylahti, 2013).

Kuigi näiteks nišiväljaanne Äripäev proovis vahelduva eduga maksustada oma veebisisu teistest päevalehtedest varem, hakkasid Eesti suuremad päevalehed järk-järgult oma veebisisu maksustama 2011. aastast. 2011. aasta maikuu teatas Eesti Päevaleht, et nende sisu ei ole võimalik enam ilma maksmata lugeda. Ajaleht põhjendas oma otsust sellega, et maksustamine on aus Eesti Päevalehe ajakirjanike ja tegijate suhtes. Samuti märkis Eesti Päevaleht, et see oli aus käitumine inimeste suhtes, kes on nende pikaajalised tellijad (Eesti Päevaleht astub sammu tulevikku, 2011).

Eesti Päevalehe eeskujul hakkasid veebisisu maksustama nii teised üleriigilised väljaanded kui ka maakonnalehed. Esimesena maakonnalehtedest hakkas teadaolevalt maksustatud veebisisu lugejatele 2011. aasta lõpus pakkuma Saaremaa maakonnaleht Meie Maa, põhjendades oma otsust samuti sellega, et paberlehe tellija ei tohi end tunda petetuna, kui näeb sisu, mille eest maksab, veebikeskkonnas tasuta kättesaadavana (Rauniste, 2016).

AS Ühinenud Ajalehed, kuhu kuulub viis maakonnalehte (Virumaa Teataja, Pärnu Postimees, Sakala, Järva Teataja ja Valgamaalane) läks tasulisele veebisisule üle kolm aastat tagasi ja võtsid üle

Norra kohalikust lehest Fædrelandsvennen tabalukkuudel põhinev maksustamise süsteemi. Pärast mitmeid katsetusi veebisisu tasuliseks muuta, läks päevaleht Postimees samuti tasulisele veebisisule üle 2014. aasta sügisel. Koos üleriigilise päevalehega läks üks osa veebisisust tasuliseks samuti maakonnalehes Tartu Postimees.

Kuigi paljud Eesti üleriigilised päeva- ja nädalalehed, maakonnalehed ning nišiväljaanded on järkjärgult rakendanud veebis maksumüürid, siis näiteks Eesti mitmed maakonnalehed pole seda jätkuvalt teinud. Kuigi mõnede väljaannete paberlehe sisu on tasuta kättesaadav veebis, siis osad maakonnalehed, nagu näiteks Jõgevamaa ajaleht Vooremaa ja Raplamaa maakonnaleht Rapla Sõnumid, avaldavad ainult osa mahukamatest uudistest veebis ja kirjutavad artikli alla, et pikemalt saab lugeda paberlehest.

Käesolev uurimus keskendub Eesti ajalehtede tasulisele veebisisule, täpsemalt maakonnalehtedele. Uurimistöo eesmärgiks on kaardistada praktikad maakonnalehtedes ilmunud lugude maksustamisel, analüüsida strateegiaid, mille alusel langetavad ajalehtede peatoimetajad või tegevjuht otsuse sisu maksustamisel ning viimaks anda ülevaade lugejate kogemusest tasulise sisu ostmisel ning hoiakutest ja arvamustest tasulise sisu tarbimisel.

Uurimus jaotub nelja suuremasse peatükki. Esimeses pooles annan lühikese ülevaate maksustatud veebilugude tekkimisest ning erinevatest uuringutest, mis on sarnasel teemal varem kirjutatud. Teine peatükk annab ülevaate uurimiseesmärgist ja valimist. Kolmas osa keskendub uurimistulemuste analüüsile ja esitamisele ning neljas peatükk keskendub uuringutulemuste järeldustele ja diskussioonile.

Soovin tänada juhendajat Marju Himma-Kadakat, kes magistritöö valmimisel mind väga palju toetas ja nõustas. Tänan Kristelit, Kristiinat ning Merikest, kes aitasid mind Lääne-Virumaal ja Saaremaal fookusgruppide organiseerimisel. Veel tänan kolme maakonna fookusgruppide respondente, kes olid nõus oma aega loovutama. Lisaks tänan oma sõpru ja lähedasi, kes mind väga palju töö valmimise perioodil toetasid ja julgustasid.

# 1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Inimeste uudiste tarbimise harjumused ja hankimine on väga palju muutunud alates internetiajastu saabumisest, sest üha rohkem loetakse ajakirjanduslikku sisu internetist. Collins (2011) märgib, et 21. sajandil *online*-sisu kättesaadavus on loomulik elu osa ja internetist on saanud esimene koht, kust inimesed otsivad informatsiooni (Collins, 2011). Kuna internetis pakutav sisu aina suureneb, nähakse selles võimalust, kuidas tarbijatelt selle kasutamise eest küsida üha rohkem raha, kuigi suur osa sarnasest sisust on varem lugejatele olnud tasuta kättesaadav (Cook ja Attari, 2012).

Herbert ja Thruman (2007) toovad välja, et ajalehetööstus vajab paremat arusaamist, millised on lugejaid mõjutavad tegurid ja kuidas veebiväljaannete kohalolek mõjutab inimeste valmidust osta paberväljaanne. Kui ajalehtede jaoks oleks see selgem, oleksid nad paremas olukorras, et võtta kasutusele teadlikumaid veebis toimivaid äristrateegiaid, sealhulgas sisu maksustamise strateegiaid (Herbert ja Thruman, 2007).

Ajakirjandusväljaandeid on otsinud elujõulist ärimudelit või tuluallikaid alates 1990ndate keskpaigast, kui üha rohkem väljaandeid hakkas lisaks paberlehele pakkuma sisu ka digitaalselt. Katsetades nii tellimis-, reklaami- ja ülekandepõhist ja komplekteeritud mudelit (Ming ja White, 2000), on aru saadud, et mitte ükski ei too nendest piisavat tulu (Chyi, 2012).

Esimese viie aasta perioodi jooksul alates *online*-uudiste sünnist (1996-2000) sai suurem osa ajalehti üle hrimust, et veebis tasuta sisu pakkumine võib ära viia paberlehe tellijate baasi ning on omaks võtnud reklaamimudeli, mis otsib veebilehtedel "silmapaare" rohkem kui midagi muud (Chyi, 2012 : 228). 1999. aastal 64 USA *online*-uudiste väljaandjatega tehtud uuringust tuli välja, et ligi 80% ajalehtede veebisaitide saavad tulu *online*-reklaamist ja ainult 3% lehtedest olid tellimuspõhised. Enamik lehetegijaid tõi uuringus välja, et on ebatõenäoline või väga ebatõenäoline, et nad küsivad *online*-uudiste juurdepääsu eest lähitulevikus raha (Chyi ja Sylvie, 2001; Chyi, 2012 kaudu).

2002. aasta tarbijauuring aga näitas, et 70% interneti kasutavatest täiskasvanutest ei saanud aru, miks keegi peaks üldse maksma veebis ilmunud informatiivse sisu eest (Jupiter Media Metrix, 2003, Chyi, 2012 kaudu).

Palju uuringud ärimudelite ja veebiväljaannete maksustatud sisu kohta on näidanud, et vabad ärimudelid ja reklaami toetus ei ole aga jätkusuutlikud. Empiirilised tõendid näitavad selgelt, et reklaam üksi ei saa tagada jätkusuutlikku kasumit ajakirjanduslikule veebis sisule (Perez-Latre, 2007; Clemons, 2009) ja sisu maksustamine on ilmselt oluline osa efektiivsest ärimudelist (Graybeal ja

Hayes, 2011).

Ajalehtede veebisisu maksustamisele aitas kiiresti aga kaasa 2008.–2009. aasta globaalne majanduskriis. Näiteks 2009. aasta uuringust USA ajalehtedega selgus, et 60% vastanutest kaaluvad maksustatud sisu strateegiaid. See oli dramaatiline muutus arvestades, et 90% uuringus osalenud väljaannetest ei maksustanud oma veebisisu ja ainult 3% väljaannetel oli uuringuga samaaegselt veebis tellimispõhine süsteem (American Press Institute, 2009, Chyi, 2012 kaudu).

USA ajalehe Democrat-Cazette veebidirektor Conan Gallaty on öelnud, et surve juures, kus internetiajastu ja majanduslik langus on avaldanud mõju piiratud ajalehetööstusele, pole üllatav, et paljud väljaanded on pööraselt otsimas uusi tulu teenimise võimalusi, kui nad pole just suunatud klientidele, kes nende tooteid tasuta naudivad. Gallaty arvates pole veebisisu maksustamisel ajalehtede jaoks küsimust „kas?“ vaid hoopis „millal?“ (Spival, 2011 kaudu).

## **1. 1. Maksmist mõjutavad tegurid**

Läbi viimase 20 aasta on ajalehetoimetajad otsinud erinevaid vorme sisu levitamiseks selle asemel, et nautida, et nad midagi ka sellest vastu saaksid. Mõned toimetajad on otsustanud tasuta sisu levitada ja leidnud rahastuse ainult reklaamist, samas kui teised on jäänud mudeli juurde, mis maksustab tarbijast sõltuvalt sisu. Samas leiame hübriidsemaid mudelid, kus üks osa sisust on tasuta, kuid ülejäänud eest tuleb maksta (Vara-Miguel, San Martin, Diaz-Espina, 2014:150).

Kõige edukamaks peetakse The New York Times'i (NYT) maksumüüri, mille väljaanne võttis kasutusele 2011. aasta märtsis. NYT võttis kasutusele maksustamise süsteemi, mis võimaldab lugejail tasuta juurdepääsu teatud hulgale artiklitele enne, kui tuleb maksta hakata. 2013. aasta märtsi lõpus olid väljaannetel The New York Times ja The International Herald Tribune (praegune International New York Times) 676 000 digitaalset tellijat (Haughney, 2013, Brandstetter ja Schmalhofer, 2014 kaudu). Suurenev tellijate arv on ka põhjus, miks The New York Times pakub oma mudelit ajalehtedele üle terve maailma. New York Times'i eeskujul võttis Saksmaa ajaleht Die Welt 2012. aastal samuti kasutusele sama maksumüüri süsteemi, mille järgi pärast esimese 20 tasuta artikli lugemist tuleb lugejatel oma rahakoti rauad avada (Brandstetter ja Schmalhofer, 2014).

Trükireklaam, rääkimata paberlehe lugejaskonnast, tõmbub aga aina enam kokku ja veebireklaam ei ole tühimikku täitnud. Toimetajate ja reporterite jaoks see tähendab uut kohustust – kirjutada ja postitada seda, mille eest inimesed on nõus maksta (Spival, 2011: 37).

Nielsen (2010) uuris enam kui 27 000 tarbijat 52 erinevast riigist ja tulemustest selgus, et ligi 80%

maailma tarbijatest ei kasuta enam veebisaiti, mis maksustab oma sisu. 71% respondentidest arvas, et kui oleksid veebiuudise eest nõus maksma, siis peaks selle sisu olema oluliselt parem sellest, mis on praegu vabalt kättesaadav (Nielsen, 2010).

Cook ja Attari (2012) tegid New York Times'i ligi tuhande lugejaga uuringu ja selgus, et hind ja tasuta uudiste kättesaadavus on tasulise sisu eest maksmisel suur takistus. Suurem osa respondentidest (68%) leidsid, et artiklite ostmine on kallid. Seevastu 6% leidsid, et hind on odav ning veerand osalejatest arvas, et hind on õiglane. Respondendid, kes plaanisid tasuliste uudiste eest mitte maksta, otsustasid suuremal määral (60%) kasutada tasuta igakuist limiiti, otsida uudiseid teistest allikatest (44%) või kasutada mööda hiilimise võimalust (39%) (Cook ja Attari, 2012).

Kuna alates ajakirjandusliku sisu liikumisest veebi oli see lugejatele pikka aega tasuta, ei leia lehelugejad motivatsiooni, miks nad peaksid maksma nüüd sisu eest, mida varem sai internetist vabalt lugeda. Ühelt poolt otsivad ajalehed uusi tuluallikaid ja teiselt küljest lugejad maksavad praegu selle eest, mis oli eelnevalt tasuta olnud. Seega mõistlik eeldada, et kui ajalehed võtavad kasutusele maksumüüre, siis üritatakse pakkuda midagi, mille eest nende lugejad võisid olla nõus maksma (Kvalheim, 2013: 28). Tartu Ülikooli õppejõud Marju Himma-Kadakas ja Ragne Kõuts kirjutavad oma artiklis „*Who is willing to pay for online journalistic content?*“, et hind, mille eest lugejad on tasulise loo eest nõus maksma, sõltub aga paljuski millegi „ekstra“ lisamisest tasulisele loole (Himma-Kadakas ja Kõuts, 2015).

Uuringud on näidanud, et noored on rohkem valmis maksma tasuliste veebiuudiste eest kui vanemad inimesed, küll aga mitte lokaalse informatsiooni korral (Goyanes, 2015).

Sang (2014) tegi kolledži tudengite seas uuringu, et teada saada, millised on maksustatud uudiste osas nende hoiakud. Küsides kolledži õpilaste käes, mida nad arvavad ideest, et veebiuudiste lugemisel eest küsitakse lugejatelt raha, oli kolme peamist liiki vastuseid. Mõned vastajatest olid positiivsel positsioonil maksustatud uudiste suhtes ja argumenteerisid, et väljaanded peavad leidma tee, kuidas saada piisavalt tulu, et toetada oma surevat äri. Enamik vastanutest siiski väljendas negatiivset või vahepealset arvamust. Üsna suur hulk respondentidest märkis, et tasuta alternatiivid on kättesaadavad internetis (Sang, 2014).

Vähesed vastanutest pidas uudiseid tooteks, kuigi enamik respondente arvas, et uudised on teatud määral avalik teenus, mis 24 tundi informeerivad avalikkust ja toovad ühiskonnale kasu (Sang, 2014: 23-24).

Kvantitatiivse analüüsi tulemused ja analüüsi vastused avatud küsimustele andsid mõista, et respondentide taju, et uudised on tasuta ja kergesti internetist kättesaadavad, võib olla suurim

takistus maksustatud uudise mudeli rakendamisel (Sang, 2014).

Erinevatest uuringutest tavaliselt tuleb välja, et noorem auditoorium võtab küll *online*-uudiseid kiiremini omaks, kuid see ei tähenda, et noored on rohkem või vähem tulevikus uudiste eest valmis maksma. Goyanes (2015) toob noorte puhul välja tärkava mustri, et lihtsalt kättesaadav informatsioon, mis tuleb näiteks läbi sotsiaalmeedia kanalite, on noortele inimestele piisav. See muster võib olla teoretiseeritud konstantse informatsiooni väärtusena, et kõige tähtsam pole mitte informatsiooni kvaliteet, vaid kiirus, millega seda saab tarbida. (Goyanes, 2015:1517).

### **Uudistele lisaväärtuse loomine**

Blogija Alan Mutteri sõnul ei ole enamikel väljaannetel nii palju kaalukat originaalset sisu igas kuus, kui näiteks igapäevaselt väljaandes New York Times. Küll aga on palju teemasid peale päevaste kohalike uudiste, mida ajalehed võiksid veebis tasustada, sest ajaleht võib olla ekspert, milles iganes soovib ekspert olla. Näiteks kohalikud sporditiimid, spetsiifilised kompaniid ja tööstused või kultuurised aktiivsed tegevused on kõik need alad, millele võib ajaleht spetsialiseeruda ja oma äranägemise järgi maksustada. Mutter ütleb, et ajalehed peaksid kasutama oma kogemust sisu loomisel, mis oleks unikaalne, et selle eest võiks küsida raha. „*Pole mingit põhjendust, et nad ei suuda seda, välja arvatud loovuse puudumine.*“ (Spival, 2011:39 kaudu).

Brandstetter ja Schmalhofer (2014) toovad oma artiklis välja, et uudiste veebilehed saavad luua uudistele lisaväärtust, kui nad kasutavad interneti võimalusi, nagu multimeedialisus, hüpertekstuaalsus ja interaktiivsus. Multimeedialisusega saavad veebiväljaanded enda uudises siduda ühes tekstid, pildid, slaidiesitlused, *podcast*'e või videoid. Hüpertekstuaalsusega saab uudiseid siduda uudseid muu huvitava sisuga, kas samalt veebilehelt või mujal veebis ilmunud sisuga. Intertekstuaalsus võimaldab aga lugejaga astuda dialoogi või diskussiooni, millega autorid saavad omakorda tagasisidet oma artiklitele või lugejad saavad anda panuse uudiste loomisele. Interaktiivsus lugejate ja ajakirjanike vahel aitab seevastu autoritel välja selgitada, millest lugejad on huvitatud (Brandstetter ja Schmalhofer, 2014).

Brandstetter ja Schmalhofer (2014) uurisid Saksamaa väljaande Die Welt veebiväljaande äri ja rahanduse sektsioonide näitel pärast maksumüüri kasutusele võtmist veebiuudistele lisaväärtuse andmist läbi unikaalsuse ning hüpertekstuaalsuse, intertekstuaalsuse ja interaktiivsuse kasutamise. Tulemused näitasid, et lugejatele pakuti äri ja rahanduse sektsioonis veebilehel welt.de samasugust sisu pärast maksumüüride kasutuselevõttu ja uudisteallikas ei paku rohkem lisaväärtusega sisu



(Brandstetter ja Schmalhofer, 2014). Analüüs näitas, et veebileht welt.de äri sektsioon pakub ainult natuke sisu, mida lugeja mujalt internetist tasuta ei saa. Uuringu käigus tuli veel välja, et pooled kontrollitud artiklitest põhinesid informatsioonil, mis tuli uudisteagentuuridest (Brandstetter ja Schmalhofer, 2014). Lisaks tuli välja, et veebileht ei kasuta pärast maksumüüri seadmist omadusi, mida võimaldab veebiajakirjandus nagu multimeedialisus, hüpertekstuaalsus ja interaktiivsus. Tähelepanuvääriv oli uurijate tulemus, et Die Welt'i veebiväljaandes küsitakse raha sisu ja teenuste eest, mida uudisteportaaliid pakkusid tasuta enne maksumüüri püstitamist ja mida kasutajad võivad saada mujalt veebist ilma maksmata. Brandstetter ja Schmalhofer (2014) leiavad, et üks argument lugude eest maksta, võiks olla juurdepääs arhiivile, sest kuigi veebiväljaande Die Welt maksumüürist on muidu kerge mööda minna, on pärast maksumüüri kasutusele võtmist arhiiv kättesaadav ainult neile, kes maksavad (Brandstetter ja Schmalhofer, 2014).

Vara-Miguel, San Martin, Diaz-Espina (2014) uurisid pärast veebilugude tasustamise süsteemi kasutusele võtmist kolme aasta jooksul väljaannet The Wall Street Journal (WSJ) ja tuvastasid, et veebileht WSJ.com on avatud maksumüüri mudelist arenenud palju piiravamaks – kui esialgu oli suurem osa sisust veebilehel tasuta (73,8%), siis aasta-aastalt liiguti rangema süsteemi poole ja enam kui poole eest tuli *online*-lugejal maksta. Samuti jõudsid autorid järeldusele, et kui lugeja peab sisu eest maksma, on see suurema lisandväärtusega ja pole konkurentsivõimeline lihtsalt järele tehtav. Seevastu sisu, mis tegeleb üldisemate temadega, maksumüüri taha üldjuhul ei panda (Vara-Miguel, San Martin, Diaz-Espina, 2014).

Herbert ja Thruman (2007) on uurinud Suurbritannia ajalehti, mille puhul on täheldatud, et mitte ükski ei maksusta kõige populaarsema valdkonna sisu, milleks on üldsusele huvi pakkuvad uudised. Põhjuseks peeti seda, et sarnase sisuga üldised uudised on kättesaadavad ka teistest veebiväljaannetest ja see muudab maksustamise võimatuks. Autorid leidsid, et Suurbritannia ajalehtede seas on prioriteediks juhtida aga võimalikult paljud liiklused veebilehele, mis maksustatud sisu korral ei oleks võimalik (Herbert ja Thruman, 2007). Näiteks väljaanne The Guardian pakub siiaamaani enamjaolt oma sisu tasuta ning on sellest hoolimata ehitanud Suurbritannia ajalehtede veebiväljaannetest suurima *online*-auditooriumi, samal ajal maksimeerides reklaamituluseid. Herbert ja Thrumani (2007) jaoks on ebaselge, kuidas The Guardiani äristrateegia võiks muutuda, kui reklaamiturg peaks halvenema, kuid tugev bränd võib kindlasti olla eelis, kui ajalehetööstused liiguvad maksustatud veebisisu suunas (Herbert ja Thruman, 2007: 223). The Guardianil on siiaamaani suurem osa veebisisust tasuta kättesaadav. Küll aga kasutab väljaanne alates 2014. aastast liikmelisusel põhinevat mudelit, mis hõlmab ka spetsiaalseid üritusi nagu paneeldiskussioonide

lugemine või erinevatel teemadel lokaalsed töötoad.

2010. aastast tasulist veebsisu pakkuva Pennsylvanias ilmuva Lancaster Online'i veebitoimetaja Ernie Schreiber on öelnud, et inimesed lihtsalt õpivad veel, kuidas *online*-sisu peaks maksustama. „*Ei ole ühtegi mudelit, mis kindalt töötaks, tuleb lihtsalt proovida asju ja õppida.*“ (Spival, 2011:37 kaudu).

### **Lokaalne sisu vähem kättesaadav**

Sarnaselt üleriigilistele väljaannetele maksustavad oma sisu järjest enam samuti kohalikud ajalehed. Norra regionaalne päevaleht Fædrelandsvennen pani oma digitaalse sisu maksumüüri taha 2012. aasta mais, kui võttis kasutusele tabalukkuldel põhineva süsteemi. Norra lehe eeskujul võttis sarnase maksumüüri kasutusele 2013. aasta kevadel ka Eesti meediakompanii ASi Ühinenud Ajalehtede viis maakonnalehte – Järva Teataja, Sakala, Pärnu Postimees, Virumaa Teataja ja Valgamaalne.

Norra ajaleht Fædrelandsvennen viis ellu süsteemi „maksa-korra-ja-saa-kõigele-ligipääs“ mudeli: pärast ühte makset saavad lugejad ligipääsu kogu ajalehe sisule, nii digitaalsele kui ka paberlehele. Ratsionaalsus selle mudeli taga oli vastavalt toimetaja Eivind Ljøstad'i ütlusele ühine palve lugejatelt, kes soovisid, et paberlehe sisu oleks saadaval ka veebis. Lugejatel oli seega valida sisu eest maksmisel, kas ajalehte soovitakse lugeda veebis või paberkujul (Kvalheim, 2013).

Kvalheim (2013) tugines Norra ajalehe uurimisel kvantitatiivsele sisuanalüüsile ja jälgis ajalehe veebiväljaannet 2012. aasta maist kuni 2012. aasta septembrini ja püüdis vastata küsimusele, mis on kõige olulisem uudisväärtus maksumüüri taga. Tulemused näitasid, et Fædrelandsvennen peab oma töötajate toodetud sisu kõige väärtuslikumaks ja pidas maksustamisel oluliseks eksklusiivsust, mis on konkurentsi situatsioonis oluline kõikidele ajalehtedele. Siseriiklikud ja rahvusvahelist mõõdet omavad uudised olid valdavalt tasuta, mis on erinevalt ajakirjanike ja toimetajate originaallugudest samuti lihtsamini hangitavad teistest väljaannetest. Uuringust tuli veel välja, et kuigi oma töötajate kirjutatud uudised on eksklusiivsed ja neid kaitstakse, pole pärast maksumüüri kasutusele võttu muutunud siiski proportsioonid osas, mis on uudistetoimetusele mujalt tulnud ning mis on toimetusesiseselt kirjutatud (Kvalheim, 2013).

Kvalheim (2013) leiab, et kui ajalehe suund on väga lokaalsetel ja oma töötajate poolt toodetud sisul, võib see olla viis, kuidas distantseerida Norra uudisteportaali fevennen.no teistest uudiste pakkujatest ja anda lugejatele sisu, mida mujalt ei saa, kasutades kohaliku lehe positsiooni niši strateegiat. Kuna suurem osa kohalikke lehti on oma turul monopolid ja ei vaja seega täiendavat

nišši, on see Kvalheimi uuringu tulemustest lähtuvalt nišš, mis võimaldab Fædrelandsvennen´il oma veebiuudised maksustada (Kvalheim, 2013:38).

Goyanes (2015) leiab, et varasemad uuringud on tähelepanuta jätnud kohalikud ajalehed, kuigi mitmed analüüsid on selgelt tuvastanud, et kohalik uudis on fundamentaalne väärtus, et veenda lugejaid informatsiooni eest maksma. Samuti paljud edukad kohalike ajalehtede veebiväljaanded üle kogu Ameerika Ühendriikide on välja arendamas erinevaid ärimudeleid, mis põhinevad maksustatud sisu strateegiatel (Goyanes, 2015).

Sarnaselt Kvalheimile leiab Goyanes (2015), et paljudel kohalikel ja regionaalsetel aladel on piiratud konkurents ja seega kohaliku katvuse monopolid võivad olla oodatud. Nendel juhtudel digitaalse uudise hind kohalik uudiste puhul võiks potentsiaalselt olla suurem kui null, arvestades seda, et regionaalsetel lehtedel on kohati oma piirkondades palju suuremad tiraažid kui nende riiklikel alternatiividel (Goyanes, 2015:1507).

Spivak (2011) toob seevastu aga välja kriitikute arvamuse, kelle sõnul siiski suurem osa tasuta lehti ja regionaalseid ajalehti lihtsalt ei oma piisavalt eksklusiivset ja väärtuslikku sisu, millest eest inimesed oleksid nõus maksma. Näiteks blogidest ja kohalikest veebilehtedest saadud informatsiooni ühendamisel leiavad lugejad hulga teisi võimalusi, kuidas lokaalsed uudised tasuta kätte saada (Spivak, 2011).

### **Lugejad otsivad alternatiive**

Chyi (2012) viis läbi 2010. aasta augustis veebipõhise uuringu 767 juhuslikult valitud täiskasvanuga, et uurida USA internetikasutajate tarbimist ja suhtumist veebi- ja paberleheuudistesse. Uuringust tuli välja, et kõigist formaatidest edestas paberväljaande kasutamine kasutajate seas teisi formaate, nagu rakendused ja veebi, kui eelduseks oli uudise eest tasumine. Vastajad tõid välja, et on suurema tõenäosusega valmis maksma paberväljaande eest rohkem kui näiteks veebiväljaannete sisu eest ning nende maksmisvalmidus ajakirjandusliku materjali veebiformaadi eest oli väike (Chyi, 2012).

Näited Suurbritanniast ja USAst näitavad, et inimesed on nõus maksma küll kolumnide või arhiivi eest, kuid siiski uudiste veebiväljaanded pole võimelised kasutusele võtma edukat maksumüüri olukorras, kus pakutakse sisu, mis on tulnud uudisteagentuuridelt või teemade puhul, mille inimesed võivad leida kergelt kuskilt mujalt (Brandstetter ja Schmalhofer, 2014).

Ühelt poolt otsivad ajalehed küll uusi tuluallikaid, kuid teiselt küljest lugejad maksavad nüüd selle eest, mis oli varem tasuta. Seega on mõistlik eeldada, et kui ajalehed võtavad kasutusele

maksumüüre, siis üritavad nad pakkuda midagi, mille eest nende lugejad võisid olla nõus maksma. Mõistlik oletus järelikult on see, et maksumüüride kasutuselevõtt on ülioluline lugejate otsustele, sest maksumüür eeldab, et nad kulutavad uudiste saamiseks rohkem oma ressursi (Kvalheim, 2013:29).

Oma raamatus „Tasuta: radikaalse hinna tulevik“ argumenteerib Chris Anderson (2009), et maksustamine, isegi kasvõi sendi eest, mis on pealtnäha tühine hind, võib peatada suurema osa inimesi produkti tarbimast, sest hinnaga vastamisi olles, meie aju tõstab küsimuse "Kas see on seda väärt?" (Anderson 2009, Chyi, 2012 : 242 kaudu). Seega mõiste "*Penny gap*" ehk kognitiivne error inimeste peas, mida dramaatiliselt mõjutab meie aisting hinna suhtes (Anderson, 2009:59) koosmõjul uurimusega tarbijate psühholoogias, et „mitte mingi hinna eest osta“ (Shampanier, Mazar, ja Ariely, 2007), aitab selgitada, miks mitte ükski maksemudelitest pole hästi vastu võetud (Anderson 2009, Chyi, 2012 kaudu).

Sjøvaag (2015) leiab, et isegi, kui teatud hulk lugejaid hakkab tasulise sisu eest maksma, jäävad tasuta alternatiivid siiski turgudele, kust inimesed üksnes ei otsi ainult nišiuudiseid. Sellised alternatiivid hõlmavad avaliku ringhäälingu saite, sihtasutuste poolt rahastatud meediat, liitmise teenuseid ja ainult *online*-uudiste pakkujaid (Sjøvaag, 2015).

## **1. 2. Varasemad uuringud Tartu Ülikoolis**

Viimastel aastate jooksul on Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudis kaitstud mitu lõputööd, mis käsitlevad ajalehtede veebisisu maksustamist ja lugejate arvamusi ning kogemusi seoses tasuliste veebiuudistega.

2014. aastal kaitses Merilin Sarapuu bakalaureusetööd „Internetikasutajate valmisolek digitaalse sisu eest tasumiseks“, milles jõudis sarnastele tulemustele, nagu rahvusvahelistes ja välismaa uuringutes: peamiseks põhjuseks, miks lugejad ei ole veebiväljaannete tasulise sisu eest valmis maksma, on informatsiooni kättesaamine mujalt. Seega olukorras, kus lugejal on võimalus leida sarnast sisu teistest allikatest, ei ole lugejal motivatsiooni maksta. Lisaks mujalt uudiste hankimisele tõid lugejad välja, et tasumisel peaks artikli sisu olema eksklusiivne.

Lugejad tõid Sarapuu töös oluliseks põhjuseks ka seda, et ei pea tarvilikuks maksta sisu eest, mis on seni olnud auditooriumile tasuta kättesaadav.

Tasumata jätmiste põhjustena nimetasid üle poole Sarapuu respondentidest, et ajalehtede veebiväljaannete sisu ei ole tasumist väärt. Sarapuu leidis, et ühelt poolt võis see arvamus olla

seotud informatsiooni kättesaadavusega muudest allikatest ja raske on väärtustada seda, mida pakutakse tasuta ja suures koguses.

Lisaks juhtisid respondendid tasuta uudiste lugemise harjumuse kõrval tähelepanu ka alternatiivsete valikute olemasolule, mille seas on näiteks raadio, televisioon, mis tegelevad suurel määral ajalehtedes ja nende veebiväljaannetes uudiste taastootmisega (Sarapuu, 2014).

2015. aastal kaitses Juhan Lang Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudis magistritööd „Nišiväljaande veebilugejate maksmisvalmidust mõjutavad tegurid ja ärimudelite võimalused kasumi teenimiseks Äripäeva näitel“. Langi uurimusest tuli välja, et kuigi neid lugejaid, kes on nõus tasulise sisu eest maksuma, on vähe, on siiski Eesti meediajuhid veendunud, et trükiväljaannete edukus tulevikus peitub tasulise sisu strateegiates ja mitmed väljakutsed seisavad endiselt alles ees ning maksustamise süsteemi tulemustest on veel vara rääkida. Meediajuhtide optimismi peegeldavad aga investeeringud digitaalväljaannetesse, mis kinnitavad, et veebi ei nähta üksnes paberväljaande peegelpildina, vaid järjest enam pakutatakse seal originaalsisu, mida ainuüksi paberväljaande formaat ei võimaldaks. Selle kõrval ei alahinnata lugejaelamuse rolli. Kuigi meediajuhid olid optimistlikud, toodi riskina välja, et osa artiklite lukku panemisega võidakse kaotada osa lugejaskonnast ning seega võib atraktiivsus reklaamiklientide silmis väheneda (Lang, 2015).

Ajalehtede maksustatud sisu on uurinud 2014. aastal samuti Lennart Ruuda oma bakalaureusetöös „Ajakirjandusliku sisu müük internetis: maailma teooria ja Eesti praktika“, millest muuhulgas selgus, et Eesti veebiajakirjanduse turg ja ärimudel ei eristu suurel määral ülejäänud maailmast, kuid paistab silma selle poolest, et kohalikud ajakirjandusettevõtted ei tee omavahel eriti koostööd, samuti peavad nad seda vähetõenäoliseks tulevikus (Ruuda, 2014).

## **2. Uurimisküsimused, valim ja meetod**

Käesoleval uurimistööl on kolm eesmärki: kaardistada praktikad maakonnalehtedes ilmunud lugude maksustamisel, seejärel analüüsida strateegiaid, mille alusel langetatakse otsus sisu maksustada ning viimasena anda ülevaade lugejate kogemusest tasulise sisu ostmisel ning hoiakutest ja arvamustest tasulise sisu tarbimisel.

### **2. 1. Uurimisküsimused**

Töö eesmärkidest lähtuvalt olen püstitanud järgnevad uurimisküsimused:

1. Milline on sisu, mida kohalikud ajalehed maksustavad?
2. Mille järgi otsustavad ajalehtede peatoimetajad/omanikud, millist sisu maksustada ja millist mitte?
  - 2.1 Millistel juhtudel avatakse tasulised lood hiljem lugejatele?
  - 2.2 Milliseid strateegiaid kasutavad kohalikud lehetegijad, kuidas veebis tasulisi lugusid müüa?
3. Millisel juhul on kohalikul lehelugejal motivatsioon kohaliku ajalehesisu eest maksta ja millisel juhul mitte ning miks?
  - 3.1 Millise kohaliku ajalehesisu eest on kohalikud lugejad maksnud ja miks?

### **2. 2. Valim**

Magistritöös keskendun maakonnalehtedele ja nende veebilehekülgede tasulistele artiklitele, peatoimetajate strateegiatele tasulise sisu maksustamisel ning auditooriumi ootustele maksustatud sisu osas.

Uurimuses keskendun täpsemalt kolmele maakonnalehele: Virumaa Teataja, Tartu Postimees ja Meie Maa. Valisin välja need konkreetset lehed, sest pidasid esmalt oluliseks geograafilist paiknemist, kuid samas ka varieeruvust veebiuudise maksustamise süsteemis. Magistritöö keskendub ühelt poolt sellele, milliseid strateegiaid kasutavad väiksed lehed, et veebis tasulisi lugusid „müüa“. Teiselt poolt uurin auditooriumilt, millisel juhul nad oleksid nõus kohaliku ajalehe sisu eest maksma, kuna väikestes lehtedes ei ole väga palju uurivaid pikki lugusid ja tasuliste lugudena müüakse väga sageli päevakajalisi uudiseid.

Esmalt viisin kolmes maakonnalehes nädala jooksul läbi vaatluse. Lähtuvalt kolme maakonnalehe esilehel ilmunud lugudest valisin igast ajalehest välja vaatlusaluse nädala jooksul ajavahemikul 09.11.15 –15.11.15 ilmunud 20 uudist, mille seas olid pooled tasulised ja pooled tasuta ning kasutasin neid lugusid fookusgrupi intervjuudes, kus lugejatel tuli muuhulgas reastada tähtsuse järjekorras 20 uudise seas pooled, mida nad eelkõige sooviksid lugeda.

Enne fookusgrupi intervjuude toimumist viisin läbi intervjuud ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liikme Margus Metsaga, Tartu Postimehe peatoimetaja Tiina Reinartiga, Meie Maa peatoimetaja Veiko Visnapuu ja tegevjuhi Priit Raunistega ning Virumaa Teataja peatoimetaja Aarne Mäega.

Seejärel asusin kokku leppima fookusgrupi intervjuusid. Kokku tegin kolmes maakonnas intervjuusid 6 ja need toimusid ajavahemikul veebruar – aprill 2016. Kokku osales fookusgrupi intervjuudest 45 inimest: Lääne-Virumaa vanemas vanuserühmas 9 ja nooremas 7 osalejat, Saaremaal vastavalt 8 ja 8 ning Tartumaal vastavalt 7 ja 6 osalejat. Fookusgrupi uuringutes osales kokku 16 meest ja 29 naist. Intervjuudele kulunud aeg oli igas grupis umbes 1 tund ja 15 minutit.

Valimi kriitikana võib välja tuua, et kuigi eesmärgiks oli kolmes maakonnas leida respondente vanuserühmades 27– 39 eluaastat ja 40– 55 eluaastat, on Saaremaa ja Lääne-Virumaa nooremas vanusegrupis inimesi, kes on 1– 3 aastat vanemad kui 39. Samuti osales Saaremaa vanemas vanusegrupis üks respondent, kes oli vanem kui 55.

Järgnevalt toon välja kolme maakonna respondentide profiilid koos koodiga:

Sugu	Vanus	Haridus	Lugemise sagedus	Kood
N	27	keskharidus	1 x nädalas	N27_T
N	27	kõrgharidus	iga päev	2N27_T
M	27	kõrgharidus	iga päev	M27_T
N	28	kõrgharidus	3-4 x nädalas	N28_T
M	31	kõrgharidus	1-2 x nädalas	M31_T
M	36	kõrgharidus	2-3 x nädalas	M36_T

Tabel 1. Tartumaa noorema vanusegrupi respondentide profiilid.

Sugu	Vanus	Haridus	Lugemise sagedus	Kood
M	40	keskharidus	iga päev	M40_T
N	40	kõrgharidus	2 x nädalas	N40_T

M	45	kõrgharidus	iga päev	M45_T
N	45	kõrgharidus	iga päev	N45_T
M	49	kõrgharidus	iga päev	M49_T
M	52	kõrgharidus	iga päev	M52_T
N	52	kõrgharidus	2 x nädalas	N52_T

Tabel 2. Tartumaa vanema vanusegrupi respondentide profiilid.

Sugu	Vanus	Haridus	Lugemise sagedus	Kood
N	30	kõrgharidus	3 x nädalas	N30_S
N	32	kõrgharidus	iga päev	N32_S
N	36	kõrgharidus	iga päev	N36_S
M	38	kutseharidus	iga päev	M38_S
N	38	kõrgharidus	iga päev	N38_S
M	40	kõrgharidus	üle päeva	M40_Sn
N	40	kõrgharidus	iga päev	N40_Sn
N	42	kõrgharidus	iga päev	N42_Sn

Tabel 3. Saaremaa noorema vanusegrupi respondentide profiilid.

Sugu	Vanus	Haridus	Lugemise sagedus	Kood
N	40	rakendus- kõrgharidus	2 x nädalas	N40_S
N	43	kõrgharidus	iga päev	N43_S
M	48	kõrgharidus	iga päev	M48_S
N	52	keskeriharidus	iga päev	N52_S
N	54	keskeriharidus	argipäeviti	N54_S
M	55	keskharidus	iga päev	M55_S
N	55	kõrgharidus	iga päev	N55_S
N	58	keskeriharidus	iga päev	N58_S

Tabel 4. Saaremaa vanema vanusegrupi respondentide profiilid.

Sugu	Vanus	Haridus	Lugemise sagedus	Kood
N	27	kõrgharidus	iga päev	N27_LV
N	28	kõrgharidus	iga päev	N28_LV
M	32	kõrgharidus	iga päev	M32_LV



N	32	kõrgharidus	iga päev	N32_LV
M	34	kõrgharidus	iga päev	M34_LV
N	34	kõrgharidus	iga päev	N34_LV
N	40	kõrgharidus	iga päev	N40_LV

Tabel 5. Lääne-Virumaa noorema vanusegrupi respondentide profiilid.

Sugu	Vanus	Haridus	Lugemise sagedus	Kood
M	42	kõrgharidus	kord nädalas	M42_LV
N	42	kõrgharidus	iga päev	N42_LV
M	46	kõrgharidus	iga päev	M46_LV
N	49	kõrgharidus	iga päev	N49_LV
N	50	kõrgharidus	1x päevas	N50_LV
N	52	kõrgharidus	iga päev	N52_LV
M	53	kõrgharidus	argipäeviti	M53_LV
N	54	kõrgharidus	1x nädalas	N54_LV
N	55	kõrgharidus	neli korda nädalas	N55_LV

Tabel 6. Lääne-Virumaa vanema vanusegrupi respondentide profiilid.

### 2.3. Meetod

Uurimisküsimustele vastamiseks kasutasin triangulatsiooni ehk kolme meetodi kombinatsiooni, mis üksteist täiendavad. Esmalt kasutasin uurimismeetodina vaatlust ja jälgin nädala jooksul, milliseid lugusid kolmes vaatlusaluses maakonnalehes maksustatakse ja mida mitte, püüdes sealjuures leida ajalehtedes erinevaid mustreid, kuidas toimetus otsustas, milline sisu on veebilehel maksustatud ja milline mitte.

Vaatlusest lähtuvalt viisin läbi süvaintervjuud, et analüüsida otsustajate ehk peatoimetajate ja omanike strateegilisi valikud sisu maksustamisel.

Viimasena viisin läbi fookusgrupi intervjuud, et kaardistada lugejate ootuseid kohaliku ajalehe sisu maksustamisel. Fookusgruppidega uurisin ka seda, millised olid respondentide reaalelulised praktikad tasuliste lugude ostmisel.

Uurimisküsimustele vastuste saamiseks viisin kõigepealt läbi 9.– 15. novembrini 2015 Virumaa Teataja, Meie Maa ja Tartu Postimehe veebilehel vaatluse ning jälgisin nädala jooksul, millist sisu kohalikud lehed maksustavad ja millised on lugejatele tasuta kättesaadavad, püüdes aru saada

strateegiatest, mida maakonnalehed maksustamisel arvesse võtavad.

Täielikult mittesekkuvad on vaatlused, kus uurija vaadeldavates tegevustes ise ei osale, jälgides keskkonda, inimesi ja protsesse 100% kõrvaltvaatajana. Selline vaatlus on võimalik näiteks fotode või videosalvestiste põhjal, samuti *online*-keskkonnas (Vihalemm, 2014).

Laherand (2008) toob välja, et kui intervjuu abil saame teada, mida inimesed mõtlevad, tunnevad ja usuvad, siis vaatlus annab meile teada, kas inimesed käituvad ka nii, nagu ütlevad (Laherand, 2008).

Vaatluse käigus kogusin kokku iga nädalapäeva lõpus kolmes ajalehes ilmunud artiklid. Virumaa Teataja ja Tartu Postimehe puhul kasutasin andmete kogumiseks Postimees Grupi kuuluvate väljaannete veebikeskkonda [core.pmo.ee](http://core.pmo.ee), millele sain ligi kasutades Postimehe töötaja õiguseid keskkonda pääsemiseks. Meie Maas aga lugesin esilehelt kokku vastaval kuupäeval ilmunud uudised, kontrollides ilmunud artiklite arvu järgmisel päeval veebiväljaande arhiivist.

Samal ajal jälgisin päeva jooksul maakonnalehtede esilehti, et jälgida, mida toimetus ilmunud lugudest veebiväljaande esilehel avaldas. Kui Meie Maas esilehel ilmusid kõik sama päeva kuupäeval ilmunud uudised, siis Virumaa Teataja ja Tartu Postimehe puhul võis täheldada, et kõik lood, mis avaldati veebis ajavahemikul 9. –15. november väljaannete esilehtedel ei avaldunud, küll olid nähtavad veebiväljaande erinevate rubriikide alt, nagu tarbija, kultuur, sport jne.

Vaatluse analüüsis lähtusin eelkõige lugudest, mis olid lugejatele nähtavad ka esilehel, ilma eraldi rubriikidesse sisenemata.

Vaatluse käigus ilmnenuid tähelepanekuid kasutasin peatoimetajate süvaintervjuude küsimuste ette valmistamiseks.

Järgmiseks asusingi peatoimetajatega intervjuusid kokku leppima. Süvaintervjuud Virumaa Teataja ja Tartu Postimehe peatoimetajaga, Meie Maa tegevjuhi ja peatoimetajaga ning ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liikme Margus Metsaga viisin läbi ajavahemikul jaanuar – veebruar 2016. Kõik intervjuud on tehtud silmast silma lehtede toimetustes ning iga intervjuu pikkus on ligikaudu üks tund. Pidasin vajalikuks kasutada süvaintervjuusid standardiseeritud intervjuude asemel, sest kõigil maakonnalehtedel on oma eripärad, näiteks Saaremaa lehel Meie Maa on konkurent, millele tuli intervjuus suurel määral tähelepanu pöörata, sest konkurent Saarte Hääl mängib lugude maksustamisel ja mittemaksustamisel lehes suurt rolli. Samuti on kolmes maakonnalehes eripärad maksustatud ja mitte maksustatud lugude puhul, nagu näiteks see, kas tasulised lood on vastava märgiga tähistatud ning, kas lugeja tasulist lugu avades saab aru, kui pikk on see lugu, mis on maksumüüri taha pandud.

Paralleelselt süvaintervjuude planeerimisega asusin otsima fookusgruppidesse respondente. Fookusgrupi kui andmekogumismeetodi idee pakkus välja sotsioloog Robert Merton (1969) põhjendusega, et interaktsioon grupi liikmete vahel on ühiskonnaelu korraldumise ning indiviidi eneseväljenduseks ja arvamuse kujundamiseks arvamuste kujunemisel loomulik keskkond, samuti on rühmavestlus ise teatav mikromudel ühiskonnas toimuvate interaktsioonide mõtestamisel (Vihalemm, 2014 kaudu).

Eelistasin fookusgruppide intervjuusid ankeetküsitlusele, sest rühmaintervjuu käigus tekkinud diskussioon aitab paremini mõtestada inimeste hoiakuid ja arvamusi ning võib välja tuua uusi ideid ja mõtteid, mis ankeetküsitlus nii hästi ei võimalda.

Fookusgrupi planeerimisel otsustasin kolmes erinevas maakonnas teha rühmaintervjuud mitmes vanuserühmas – 27- kuni 39-aastaste ja 40- kuni 55-aastaste seas. Vanuserühmade moodustamisel on arvestatud alampiiri, et noorsootööseaduse järgi peetakse nooreks 7–26-aastast füüsilist isikut (Riigi Teataja, noorsootöö seadus). Sellelt lähtuvalt otsustasin valimi moodustada alates 27- eluaastast. Vanema vanusegrupi ülepiiri määramisel lähtusin Statistikaameti 2014. aasta andmetele, mille järgi 45–54-aastaste hulgas oli internetikasutajaid 86%, kuid 55–64-aastaste seas 16% võrra vähem ehk 70% (Statistikaamet, 2015). Vanusegrupi määramisel lähtusin seega statistikast, et vanuses 55–64 hakkab interneti kasutamine langema.

Pidasin oluliseks kaasata igast maakonnast kaks vanuserühma eeldusel, et tulemused võivad nooremas ja vanemas vanusegrupis erineda. Samuti pidasin vajalikuks teha fookusgrupe mitmes vanuserühmas, et uuring oleks mitmekesisem ja kajastaks võimalikult paljude inimeste arvamust. Fookusgrupis osalemise eelduseks lisaks määratud vanusevahemikule oli kohaliku väljaande lugemine vähemalt korra nädalas, kokkupuude veebis maksustatud veebiuudistega ja püsiv igakuine sissetulek. Samuti pidasin oluliseks, et iga grupis oleks esindatud nii mehi kui ka naisi ning grupis osalevate inimeste taust oleks erialaselt mitmekesine.

Respondentide leidmiseks kasutasin mitmeid võimalusi. Esialgu tegin veebruari alguses Virumaa Teataja veebilehekülje lugejate leidmiseks Facebooki postituse, kus oli kirjas minu uuringu tutvustus ja selle eesmärgid ning samuti paika pandud Rakvere linnas aega ja koht, millal ja kus plaanin rühmaintervjuud läbi viia. Postituse tegin nädal aega enne, kui plaanisin fookusgrupi respondentidega kokku saada. Palusin seejärel jagada postitust oma sõpradel ja tuttavatel, kes omakorda said jagada seda iseenda tuttavatele, kes elavad Rakveres või Lääne-Virumaal. Lisaks palusin abi Virumaa Teataja peatoimetajalt Aarne Mäelt ja Rakvere linnavalitsuselt, et nad minu

postitust oma sotsiaalmeedia leheküljel jagaksid. Kuigi minu postitust jagati üsna palju ning usun, et tänu Virumaa Teataja peatoimetaja ja Rakvere linnavalitsuse abile jõudis informatsioon ka paljude lugejateni, ilmus minu postkasti ainult üks kiri, kus lugeja teatas, et soovib fookusgrupi intervjuus osaleda.

Tagantjärele analüüsid usun, et värbamine kukkus läbi mitmel põhjusel. Esiteks määrasin kohtumise ajaks nädalavahetuse, mil inimesed soovivad tavaliselt puhata ja pere või sõprade-tuttavatega aega veeta. Olulisem põhjus seisneb ilmselt selles, et inimesed oleks soovinud võibolla personaalsemat lähenemist ja seega jättis postitus neid külmaks.

Kuna minu strateegia sotsiaalmeedia kaudu respondente värvata kukkus läbi, ei proovinud ma enam Saaremaa ega Tartumaa respondentide leidmiseks sotsiaalmeedias värbamist.

Lääne-Virumaa respondentid leidsin viimaks küsides Rakvere linna erinevate ametiasutuste töötajate abi. Samamoodi leidsin respondentid ka Saaremaa mõlemasse vanuserühma.

Tartumaa respondentid aga leidsin sõprade ja tuttavate kaudu, kes omakorda informatsiooni uuringust levitasid.

## **2. 4. Meetodi kriitika**

Käesoleva uurimuse kriitikana võib kõigepealt välja tuua selle, et vaatluseks võetud ajavahemik 9. –15. november, mil jälgisin, mida kolm maakonnalehte veebist maksustavad ja mida mitte, ei näita, et iga nädal võivad olla tulemused sarnased. Iga päev ja nädal on ajalehtede jaoks uudiste suhtes erinev ning maksustamine ja mittemaksustamine võib oleneda paljuski sündmustest – mõned nädalad on uudiste- ja sündmusterikkamad ja vastupidi. Peatoimetajatega tehtud intervjuudes tuli samuti välja, et iga päev ei ilmu uurivaid pikki lugusid ning samuti sõltub aeg-ajalt digitaalsete uudiste maksumüüriga kaitsmine veebitoimetaja käekirjast.

Fookusgrupi intervjuude puhul võib olla aga ohuks, et osalejad grupis mõjutavad teineteise hoiakuid, mistõttu ei pruugi respondentid öelda välja seda, mida nad ise arvavad. Teoreetikud on aga välja toonud, et tõenäoliselt ei moonuta see enamikel juhtudel uuringu tulemusi.

Susmann et al (1991) näiteks kasutasid väikeses grupiintervjuus enne ja pärast fookusgrupi toimumist jäika küsimustikku, et teada saada, kui arutelud muutsid osalejate hoiakuid. Nad leidsid ennustatud "polarisatsiooni" efekti – hoiakud muutusid rohkem äärmuslikumaks pärast rühma arutelu. Selle efekti ulatus oli väike, kuid siiski, kuna see moodustas ainult 4% suhtumise muutuse võib see osutada oluliseks dispersioonianalüüsid, kuid tõenäoliselt ei moonuta suuremat osa

fookusgrupi uuringuid (Morgan, 1996:140 kaudu).

Fookusgrupi analüüsi puuduseks võib samuti välja tuua väikese valimi. Kuues grupis osales kokku 45 inimest, kelle ütluseid ei saa üldistada Saaremaa, Lääne-Virumaa või Tartumaa arvamustena. Põhjapanevate järelduste tegemiseks peaks valim olema kordades suurem. Samuti tuleks ära märkida meetodi kriitikana osade respondentide, eriti Lääne-Virumaa lehelugejate, võimalus vajadusel töö juures maksustatud uudiseid tasuta lugeda, kuna see vähendab täiendavalt motivatsiooni, miks respondendid ei ole nõus tasulisi digitaalseid uudiseid ostma.

### **3. Uuringu tulemused**

Käesolevas peatükis annan ülevaate uurimistulemustest. Esmalt teen lühikese ülevaate vaatlusest, mille tegin 2015. aastal ajavahemikul 09. –15. november. Seejärel annan ülevaate tulemustest, mis tulid välja süvaintervjuudest maakonnalehtede peatoimetajatega. Viimaks toon välja kuue fookusgrupiga tehtud intervjuudest saadud olulisemad tulemused.

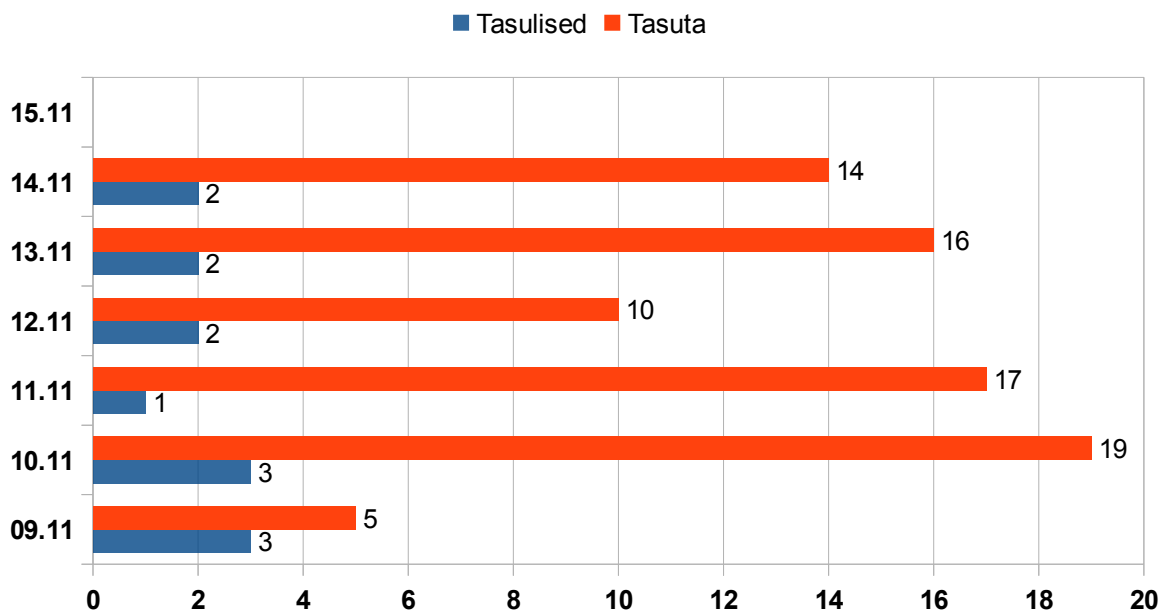
#### **3. 1. Vaatlus**

Ajavahemikul 09.11.15 –15.11.15 jälgisin milliseid lugusid maksustavad Tartu Postimees, Meie Maa ja Virumaa Teataja oma digitaalsetes väljaannetes. Samuti lugesin üle kui palju tasuliste lugude kõrval pakutakse päevas tasuta sisu.

Kõige rohkem ilmus maakonnalehtedest vaadeldaval ajavahemikul uudiseid Virumaa Teatajas – 208 ühikut, millest 132 uudist olid tasulised ja 76 tasuta loetavad. Tartu Postimehes ilmus seevastu 117 ühikut, millest 24 olid tasulised ja 93 ilma maksmata kättesaadavad. Meie Maas ilmus vaadeldaval perioodil kõige vähem ühikuid – 94. Nendest 13 eest tuli lugejal maksta, 81 olid tasuta kättesaadavad.

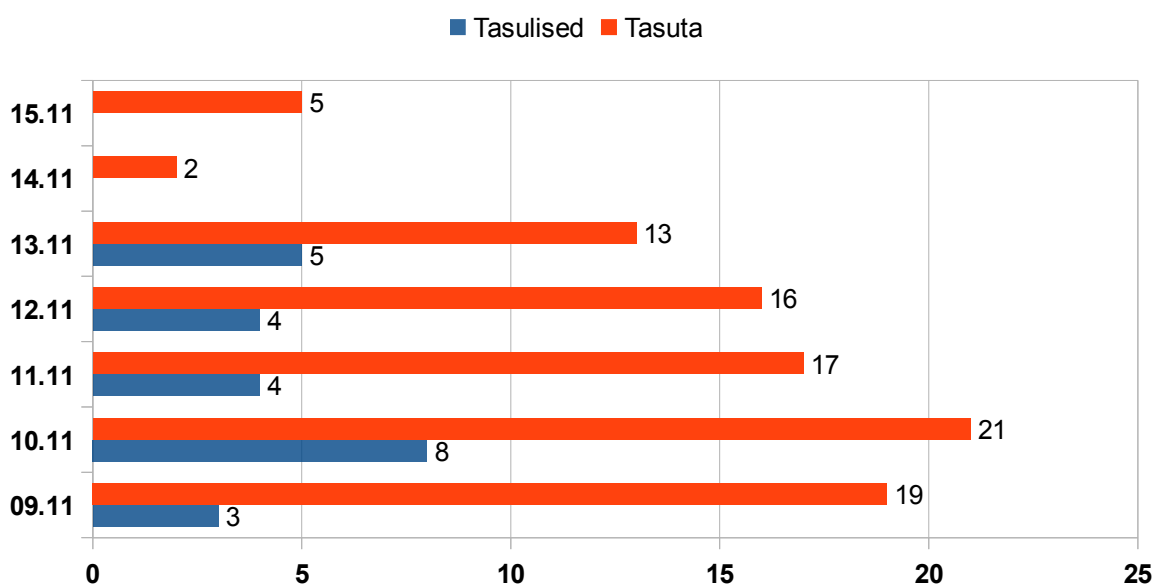
Järgnevad kolm graafikut näitavad täpsemalt, kui palju vaadeldud ajavahemikul oli erinevates väljaannetes tasuta ja tasulist veebisisu:

### Tasulised ja tasuta uudised Meie Maas ajavahemikul 09.11-15.11



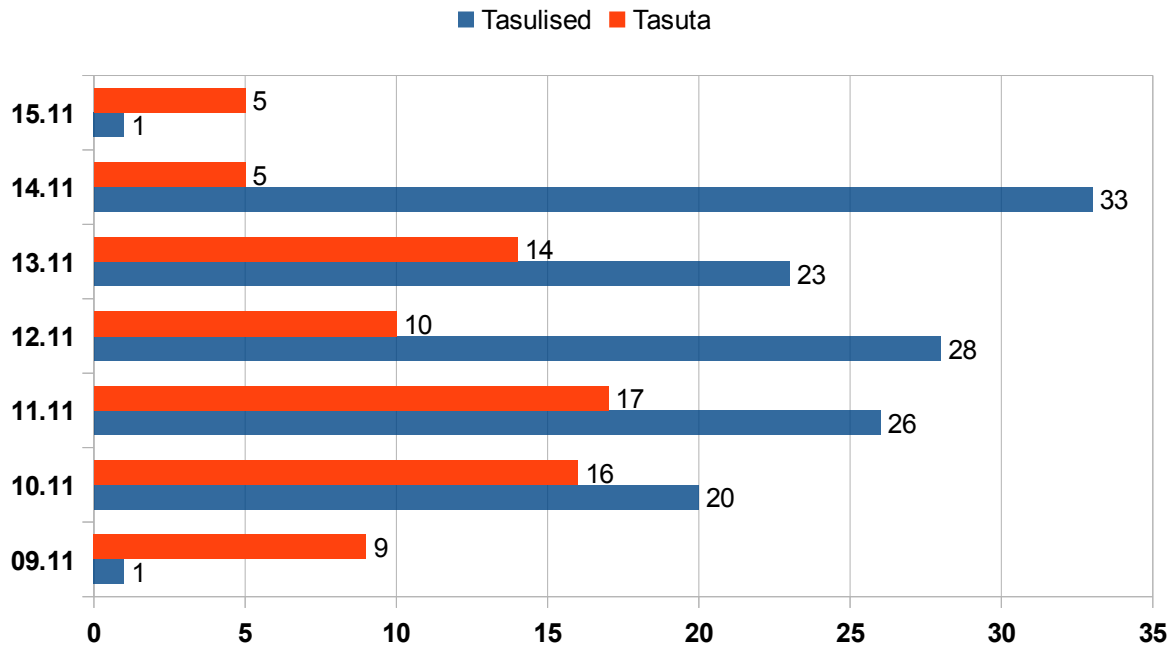
Graafik 1. Tasulistete ja tasuta uudiste arv päevade lõikes maakonnalehes Meie Maa.

### Tasulised ja tasuta uudised Tartu Postimehes ajavahemikul 09.11-15.11



Graafik 2. Tasulistete ja tasuta uudiste arv päevade lõikes ajalehes Tartu Postimees.

## Tasulised ja tasuta uudised Virumaa Teatajas ajavahemikul 9.11-15.11



Graafik 3. Tasuliste ja tasuta uudiste arv päevade lõikes ajalehes Virumaa Teataja.

Järgnevalt esitan kolmes maakonnalehes vaatlusest saadud tulemused.

Tartu Postimehe kõik tasulised veebilood on ilmunud sama päeva paberväljaandes. Tasulisele loole klikkides näeb loo esimest lõiku, mille järel tuleb osta päeva-, kuu-, või aastapilet või siis loobuda lugemisest. Esimesele lõigule järgneb udune tekst, millest võib aimata, kui pikk on lugu, kuid tegelikult see ei peegelda loo pikkust, sest piletit ostes on paljud lood tegelikult palju pikemad. Sellest võib omakorda lugeja saada vale signaali, sest mõne pikema loo puhul ei paista välja, kui suures mahus pärast maksmist veel artiklit lugeda saab.

Kõik tasulised lood, mis ilmusid ajavahemikul 9.11–15.11 Tartu Postimehes, olid tasulised ka kuu aega hiljem kontrollides. Samuti olid artiklite sissejuhatused sarnased nagu ajalehes. Küll aga olid osadel lugudel pealkirjad võrreldes paberväljaandega muudetud, kuid mitte oluliselt.

Tartu Postimehe veebis on maksustatud nii pikemad ja põhjalikumad lood kui ka näiteks arvamused ja pikk intervjuu. Samas on maksustatud ka näiteks lugu sellest, kuidas Riia tänava algusesse soovitakse kahe kaubamaja vahele rajada ülekäigurada (13.11). Samuti on maksustatud lühike lugu sellest, kuidas Masingu kool saab Riia tänavale lisaruumi (09.11).

Nädalavahetusel Tartu Postimehe veebileheküljel (14.–15. novembrini) tasulisi lugusid ei lisatud.



Siinkohal võib järeldada, et Tartu Postimees paneb kõik sama päeva lehes ilmunud lood veebi üles ja nädalavahetuseks ei jäägi paberlehe uudiseid. Veebis on seega vaid need lood, mis ajakirjanikud jõuavad nädalavahetusel lisaks kirjutada.

Võrreldes Virumaa Teataja ja Tartu Postimehega ei ole Meie Maa digitaalses väljaandes maksustatud kõik lood, mis ilmusid sama päeva ajalehes. Meie Maas on keskmiselt päevas 2-3 tasulist lugu. Siinkohal võib arvata, et üks põhjus võib olla selles, et Meie Maal on Saaremaal konkurendiks teine ajaleht Saarte Hääl, mille veebiväljaandes on kõik lood tasuta kättesaadavad. Artiklile klikkides avaneb sarnaselt Tartu Postimehele ainult loo sissejuhatus, mille all on valikud, kuidas saab artiklit osta. Lugejal pole võimalik kujundusest tuvastada, kui pika loo ta pärast ostmist saab, sest pärast sissejuhatust suunatakse lugeja kohe maksma.

Võrreldes Virumaa Teataja ja Tartu Postimehega ilmub Meie Maas vähem tasuta sisu. Kui Tartu Postimehe ilmus 09. –15. novembrini 24 lugu nädalas ja Virumaa Teatajal 132, siis Meie Maas oli nädala jooksul maksustatud lugusid 13 (Vt graafikuid 1, 2 ,3).

Tasuliste lugude hulgas on Meie Maas muuhulgas pehmed lood sellest, kuidas Koguväs peeti isadepäeva (10.11). Samuti uudis sellest, kuidas ühes gümnaasiumis otsiti festivali jaoks lauljaid (14.11). Maksustatud on ka lugu sellest, kuidas Kuressaares ühe ristmiku ehitusega on paigaldatud küll liiklusmärgid, kuid autojuhid sõidavad autojuhid seal meelevaldselt mööda (11.11). Viimane on informatsioon, mille lugemata jätmise võib tähendada seda, et inimesed rikuvad rohkem liiklusreegleid.

Erinevalt Tartu Postimehest võis Meie Maa veebiväljaannet jälgides märgata, et üks tasuline lugu muutus mõne aja jooksul tasuta loetavaks. Näiteks 9. novembril ilmus lugu parvlaevast Ionas, mis oli 10. novembri paberväljaande lugu (10.11). Kui esmaspäeva õhtul oli uudis veebis tasuline, võisid seda kõik järgneval päeval lugeda tasuta.

Meie Maa ilmub kuus korda nädalas. Kuna leht ilmub ka laupäeval, võib samal päeval leida veebist ka tasulist sisu. Lisaks mõned tasuta lood. Vaadeldud ajaperioodil ei ilmunud Meie Maa veebiversioonis pühapäeval mitte ühtegi lugu.

Virumaa Teatajas saab sarnaselt Tartu Postimehe ja Meie Maaga näha südaösel kõiki järgneva päeva lugusid, mis on sama kuupäeva paberväljaandes. Kuna need on paberlehe lood, siis on need südaösel kõik tasulised.

Päeva jooksul lisab toimetuse esilehele samu lugusid, mis on südaösel nähtavad digilehe rubriigis „täna leht“. Suurem osa lugudest on seal tasulised ehk tabalukuga tähistatud. Virumaa Teataja on

vaatluselustest maakonnalehtedest ainuke, millel on enne uudisele klikkimist näha, millised lood on tasulised ja millised mitte. Tartu Postimehes oli plussmärgi süsteem, mis eristas tasulised lood tasuta lugudest, kuid kaotas selle vahetult pärast tasulisele sisule üleminekut kiiresti ära.

10. novembril on tasuline Virumaa Teatajas näiteks ka päevapilt, mida esileheküljel näeb küll väikselt, kuid loole klikkides küsitakse raha. Selgub, et tasulises loos on kokku kolm lühikest lauset. Päevapildiks on kujutatud isadepäeva fotojahi võitnud foto, kust kujutatakse isa, kes tõstab oma väikest tütar õhku. Päev hiljem aga võib leida veebilehelt mardipäeva kujutava päevapildi, mis on veebilehel tasuta nähtav. Nädalaid hiljem, kui jälgisin Virumaa Teataja veebilehte, võis näha ka seda, et galeriid olid tabaga kaitstud ehk neid saab näha vaid makstes.

Sama päeva väljaandes on ka lugu „Poisikesed üritasid mobiilimasti ronida” (10.11), mis on tasuline, kuid uudise sisu on järgnev: *laupäeva hommikul askeldas Rakveres Piiri tänaval mobiilimasti juures kolm poissi ja vähemalt üks neist proovis masti otsa ronida. Kohale kutsuti nii politsei kui ka päästjad. Poisid olid päästjate saabudes juba ära jooksnud.*

13. novembril ilmus tasulisena aga uudis „Kõrgemäel murti sisse suvilasse” (13.11), mille tasuline sisu on järgmine: *kõrgemäe külas murti sisse suvilasse ja kõrvalhoonesse, varastati malmkamin, akutrell, tolmuimeja ja teisi esemeid. Kahju on selgitamisel.*

Eelnevale sarnaseid näiteid on Virumaa Teataja veebilehel veelgi ning igapäevaselt tundub tavaline, et kaitstakse kahe- või ühelõigulisi uudiseid, mille hulgas on ka pressiteated. Aeg-ajalt kaitstakse ka õnnetusjuhtumeid, nagu tulekahjud ja liiklusõnnetused, millest üleriigilistes päevalehtedes räägitakse niikuinii.

Erinevalt Meie Maast ja Tartu Postimehes võib Virumaa Teataja puhul täheldada, et toimetus küsib raha sisu eest, millele ei ole antud lisandväärtust. Tulekahjude ja õnnetusjuhtumite puhul on teatavasti sama informatsioon kättesaadav ka teistes kanalites, mistõttu pole auditorium nõus selle informatsiooni eest nagunii maksma.

9. –15. novembrini võis Virumaa Teataja veebiväljaandes näha samuti tasuta lugusid, mis on sissejuhatus pikemale leheloole. 14. novembril ilmus näiteks lugu „Vennad kümnevõistlejad on sarnased kui kaks tilka vett” (14.11), mis on üsna mahukas uudis. Samal päeval aga ilmub veebilehele sama lugu näiliselt tasuta kättesaadavana, kuid tegelikult on see sissejuhatus pikale loole ning loo lõpus on viide „loe pikemalt siit”.

Kuna Virumaa Teatajas ilmub tasulist sisu palju, on tasuta lugusid (välja arvatud esmaspäev ja pühapäev, kui paberlehte ei ilmu) maksustatud sisust oluliselt vähem. Erinevalt Meie Maast ja Tartu Postimehest on Virumaa Teataja veebiversioonis nädalavahetusel (eriti laupäeval) palju rohkem

valikut ja pikki lugusid, kuigi väga suur osa artiklitest on tasulised. Vaatlusalusel perioodil oli laupäeval lugusid vastavalt 33 ja 5 (Vt graafik 3).

Mis puutub Virumaa Teataja tasuliste lugude ostmisse, siis üksikute lugude ühelauseline sissejuhatus oli küll esilehel olemas, kuid loole peale klõpsates ei näe pilti ega teksti, vaid tuleb koha maksma asuda. Lugejale ei anta sarnaselt Meie Maaga kujundusega märku, kui pikk on maksustatud uudis.

Lood, mis ilmusid vaatlusalusel perioodil tasulisena, olid ka kuu aega hiljem tasulised.

### 3.2. Peatoimetajate intervjuude analüüs

Kuigi nädalase vaatluse põhjal ajavahemikul 9. –15. novembrini kerkisid esile mitmed tähelepanekud tasulise sisu osas, on peatoimetajate intervjuude eesmärgiks välja selgitada, kuidas otsustavad ajalehtede peatoimetajad/omanikud, millist sisu maksustada ja millist mitte. Samuti uurin intervjuudega, milliseid strateegiad kasutatakse, et tasulisi lugusid lugejatele paremini müüa ning kas need strateegiad ka toimivad.

#### Maksustamisega alustamise põhjused

Sarnaselt muu maailmaga hakkas ka Eestis 1990ndate lõpus ja 21. sajandi alguses üha rohkem ajalehti kolima internetti, kaasa arvatud maakonnalehed. Kuna kodudesse lisandus rohkem arvuteid, hakkasid inimesed ajakirjanduslikke väljaandeid lugema rohkem veebist, mille sisu oli lugejatele pikka aega tasuta.

*„Kogu maailma ajakirjandus kahetseb seda väga sügavalt tagantjäre, sest ei saadud aru sellest, et kui veebis hakati prindi sisu tasuta jagama, viis see kogu maailma prindi allakäigule. Seesama otsus ja seesama hetk tol korral. See oli selles mõttes vale otsus.“* (Margus Mets, ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liige ja Postimees Grupi juhatuse liige)

Margus Mets rääkis, et esimesi veebilahendusi hakkas AS Ühinenud Ajalehed pakkuma umbes 15 aastat tagasi, kuid siis pandi veebikeskkonda ainult teatud osa lehelugusid, mõned lood pandi ka nädal aega hiljem. Margus Metsa sõnul aga saadi peagi aru, et kui raadio on uudise ära öelnud või näiteks uudisteagentuur, kuid ajalehed hoiavad maakonnalehe uudist kinni, siis see ei toimi. Samuti mõeldi nendele inimestele, kes hakkasid rohkem välismaal tööl käima või teises maakonnas, sest nemad tahtsid samuti oma kodukoha lehte lugeda. Kuna uude paika elama asunud inimesed lehte ei tellinud, tekkis neil võimalus kohalikke uudised lugeda digitaalselt. Margus Metsa sõnul tuli sellest lähtuvalt mudel, et sama päeva paberlehe uudised lähevad ka veebi üles, sest mujal töötavatele inimestele ei soovitud kodukandi uudiseid alles nädal aega hiljem edastada.

ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liikme Margus Metsa sõnul otsus paberlehe sisu internetis tasuta jagada tehti seetõttu, et lehetegijad arvasid, et veebireklaam on midagi nii müstilist, mis tasub kõik kulud ära. Kuna tol korral tuli Metsa sõnul 90% tuludest trükimeedias reklaamist (samuti Ameerikas ja Euroopas, ärilehtedest kõnelemata), maakonnalehtedes aga kaks kolmandikku reklaamist ning

üks kolmandik tellijatelt, arvati, et reklaam kasvab selliselt edasi ja laieneb ka veebile.

1990ndate lõpus ja sajandivahetusel hakkasid maailmas aga levima tasuta ajalehed, näiteks Metro ja 20 minutit, mis kuulusid meediagrupile Schibsted ning levisid Hispaaniani välja. Margus Metsa sõnul hakatigi mõtlema, et nüüd inimene ei peagi maksma tulevikus, ei paberlehe ega veebi eest, sest reklaam maksab kõik kulud kinni. See majandusmudel kukkus kokku. Esialgu paberlehtedes ja samamoodi *online*'s, sest ajakirjandusliku sisu tootmine on niivõrd kallis, et seda ei saa Margus Metsa kinnitusele jagada mitte mingit moodi tasuta.

Saaremaa üks maakonnalehtedest Meie Maa oli kohalikest lehtedest teadaolevalt esimene, kes pani oma veebilehel osa paberlehe lugusid maksumüüri taha. Tasulisele veebisisule mindi üle 2011. aasta lõpust ja seda Eesti Päevalehe ja Eesti Ekspressi eeskujul. Meie Maa väljaandjaks on Saaremaa Raadio OÜ, kes annab välja ka Hiiumaa maakonnalehte Hiiu Leht, mis läks veebis tasulisele sisule üle Meie Maast paar aastat hiljem.

Meie Maa tegevjuht Priit Rauniste toob intervjuus välja, et peamine põhjus tasulisele veebisisule üle minnes oli see, et väärtustada oma tellijaid, et kui tänaval näed tuttavat inimest ja küsid, kas ta Meie Maad tellib, poleks väidet, et ei telli, kuna veebis on nagunii kõik tasuta. See oli tasulisele veebisisule üle minnes Priit Rauniste sõnul Meie Maa peamine motivatsioon, et võtta inimestelt ära argument, et pole põhjust tellida, kuna veebis on kõik tasuta.

AS Ühinenud Ajalehed, kuhu kuuluvad maakonnalehed Virumaa Teataja, Pärnu Postimees, Sakala, Järva Teataja ja Valgamaalane, läks tasulisele veebisisule üle kolm aastat tagasi. Maksumüür võeti üle Norra kohaliku lehe Fædrelandsvennen eeskujul ning viis maakonnalehti hakkasid pakkuma tabalukkudel põhinevat maksustamise süsteemi.

Maksumüüri taha Virumaa Teatajas kõiki lugusid ei pandud, vaid suurem osa. Virumaa Teataja peatoimetaja Aarne Mäe sõnul oli eesmärgiks kaitsta tellijaid ja lugejaid ning ühtlasi kutsuda inimesi üles ennast veebis kasutajaks registreerima, sest need, kes tellivad ajalehte saavad parooliga veebiväljaandesse samuti siseneda. Keskööl ilmuvad kõik järgneva päeva paberloo artiklid veebi, mida tellija näeb avatuna.

ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liige Margus Mets toob siinkohal välja, et tellija maksab ajalehe sisu eest, kuid vahend lehe lugemiseks valitakse ise, olgu selleks siis paberleht, lauaarvuti, mobiiltelefon või tahvelarvuti.

Postimees läks tasulisele veebisisule üle 2014. aasta sügisel, samal ajal hakkas veebis tasulist isu pakkuma maakonnaleht Tartu Postimees. Kuigi praegune peatoimetaja tollel ajal veel Tartu Postimehes ei töötanud ega otsuse sünni juures ei olnud, leiab Tartu Postimehe peatoimetaja Tiina Reinart, et see samm oli vajalik, et paberlehe lugejaid kaitsta.

*„See otsus oli küpsenud pikalt ja küpses ka teistel lehtedel tükk aega, kes järjepanu tasuliseks läksid. Ajalugu on näidanud, et kõik on selle sammu astunud. Midagi pidi ju tegema paberlehe originaalse sisu kaitsmiseks. Me saame ju kõik aru, et kui jagada oma sisu internetis tasuta laiali, siis mingil hetkel ei ole paberlehel üldse mõtet.“* (Tiina Reinart, Tartu Postimehe peatoimetaja)

Virumaa Teataja peatoimetaja lisas, et kuna lehetellijaid pidevalt väheneb, sai tellijatele luua maksumüüri lisamisega eelise ja inimesed, kes lehte ei telli, ei saa suuremale osale Virumaa Teataja sisust ligi.

### **Paberlehe väärtustamine ja veebikeskkond kui lisatöö**

Originaalse, tööd ja vaeva näinud sisu maksustamise otsus oli peatoimetajate hinnangul paratamatu ja elektrooniline ajalehe sisu on tuleviku pöördumatu protsess.

Nii Meie Maa tegevjuht kui ka Virumaa Teataja ja Tartu Postimehe peatoimetaja toovad intervjuudes välja, et veebis pakutab sisu ei tohi petta nende lugejate õigusi, kes sama sisu eest paberlehte tellides maksavad.

Nii Virumaa Teatajas, Tartu Postimehes kui ka Meie Maas (küll minimaalselt) kirjutatakse igapäevaselt veebi lisaks paberlehes ilmunud lugudele uudiseid juurde, et oleks lugejatele pidevalt voogu, mida jälgida.

Kuigi suurem osa Tartu Postimehe veebilehel ilmunud lugudest on tasuta, ei välista Tiina Reinart varianti, et maksumüüri võib lisada ka lugudele, mis on ainult veebi jaoks tehtud ning paberlehes üldse ei ilmugi. Kuigi Tartu Postimehe peatoimetajal ei ole siamaani väga palju näiteid selliste uudiste kohta, kus oleks ainult veebis ilmunud lugusid maksustatud, arvab peatoimetaja, et need lood peavad olema siis kindlasti mahukad ja sisaldama interaktiivseid materjale või suuri videolugusid. Siit tuleb omakorda välja, et veebi jaoks lisandväärtusega uudistega väga vaeva ei nähta.

Aarne Mäe aga arvab, et ideaalne oleks, kui veebi ja paberlehe jaoks kirjutatakse erinevad uudised, kuid see toob ajakirjanikele rohkem tööd. Aarne Mäe tõi näite ka sellest, kuidas Rakvere bussidesse

ilmusid 1. veebruarist validaatorid ning paberlehe jaoks tehti uudis, mis hiljem oli digilehes tasuline. Uudises olid reisijate muljeid uuest süsteemist kui ka bussijahi kommentaar, mida tema süsteemist arvab ja palju reisijad validaatorite kohta küsivad. Vahetult samal päeval aga tehti tasuta uudis sellest, et uus süsteem on käima läinud, millele oli lisatud video, kuidas validaatorid töötavad, et sellest oleks inimestele kasu.

Kuigi ideaalis võiksid reporterid kirjutada paberlehte ja veebi eraldi uudised, on Aarne Mäe sõnul seda töötajatelt siiski raske nõuda. Seega võib Virumaa Teataja peatoimetaja arvamusest järeldada, et veebist ei ole saanud veel eraldi meediumit ning sinna pole aega väga paljud eraldi sisu toota.

*„See, mis on digilehes on üks lugu, järgmise päeva lehes aga peaks olema lisakommentaar ja midagi veel juures. Homse paberlehe loo saab siis võtta uuesti digilehte ja paned sinna juurde veel pilte ja lisa. Ideaalis peaks olema nii, aga ajakirjanikud on ka erinevad, üks ei saa aru ja teine ei viitsi, et kaks erinevat asja tuleb kahe erineva kanali jaoks teha.“* (Aarne Mäe, Virumaa Teataja peatoimetaja)

Tartu Postimehe peatoimetaja Tiina Reinart toob veebis lugude maksustamise teema kokkuvõtteks välja, et tegelikult on lehetegijad tasuta ja tasulise veebisisuga kahe pooluse vahel, sest kui paberlehe tellija avab hommikul värsket ajalehte ja näeb, et suurem osa uudistest, mis seal edastatakse, on eelneval päeval või samal päeval veebis tasuta kättesaadavad, tunneb ta end petetuna, sest on maksnud sama sisu eest raha.

Lehetegijate ütlustest tuleb seega välja, et praegu mõeldakse veebisisu maksustamisel eelkõige paberlehe tellijale, mitte digitaalset väljaannet eelistavale lugejale, kellele jaoks saaks luua *online*-lugudele lisaväärtuseid. Seevastu erinevatest uuringutest, mille tõin välja ka magistritöö teoreetilises osas, selgub, et veebilugejad tegelikult ootavad maksustatud uudistelt lisandväärtust, sest ei ole nõus maksma sama sisu eest, mis oli varem tasuta kättesaadav. Uuringutest, mis on tehtud erinevate ajakirjandusväljaannetega pärast veebis maksumüüri kasutuselevõtmist, selgub samuti, et väljaanded ei ole oma veebiplatvormides ära kasutanud omadusi, mida pakub *online*-ajakirjandus – multimeedialisus, hüpertextuaalsus ja interaktiivsus.

### 3.2.1. Tegurid, mis mõjutavad veebisisu maksustamise strateegiat ja praktikat

ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liige Margus Mets rääkis, et Ühinenud Ajalehtede viies lehes on tasuta veebis uudised, mis on avalik informatsioon ja on mis põhiliselt pressiteadete põhjal koostatud. Erandkorras avatakse suuri lugusid näiteks traagiliste õnnetuse korral, nagu 2014. aasta Viljandi koolitulistamine, mille puhul otsustati kollektiivselt, et kõik uudised tuleb lugejatele anda tasuta. Margus Mets kinnitas, et igale toimetusele on antud maksustamise või mittemaksustamise puhul lahtised käed, kuid kogu paberlehe sisu ja ajakirjanike tööd tasuta veebis ära anda ei saa, arvestades sealjuures seda, et maakonnalehtedel on veebireklaami tulu osa imeväike.

Kõige kolme lehe puhul toimitakse tasuliste lugudega natukene erinevalt. Lääne-Virumaa maakonnaleht Virumaa Teataja nimetab oma veebiväljaannet digileheks ja sealt leiab suurema osa veebisistust tasulisena. Lugejatele on peatoimetaja Aarne Mäe sõnul tasuta kättesaadavad pressiteated kui ka näiteks operatiivsed uudised, mida on kiiresti vaja kõikidel teada.

*„Kui on oma inimese looming või töö, on see kinni. Kui aga sissetulnud uudis, siis see on lahtine. See on kirvereegel, kuid samas, kui on uudis, mida on vaja kiirelt lugejatele teada anda, nagu veeavarii või on elekter ära, siis need teeme küll lahti, et inimesed saaksid kohe reageerida.“*  
(Aarne Mäe, Virumaa Teataja peatoimetaja).

Erinevalt Meie Maast ja Tartu Postimehest jääb Virumaa Teataja veebilehte külastades veel silma, et teatud osa galeriisid, videoid ja piltuudiseid on tasulised. Aarne Mäe toob välja, et videod, piltuudised ja galeriid on vahel tasulised ja vahel tasuta. Näiteks, kui lisatakse veebi galerii, kus sajad lapsed esinevad, siis on see Aarne Mäe kinnituse tasuta kättesaadav, et kõik lapsevanemad ja sugulased saaksid vaadata. Sama olukord on näiteks 1. klassi astujate nimekirjaga.

Maksustamine ja mittemaksustamine oleneb Virumaa Teatajas paljuski ka veebitoimetaja käekirjast ning on tavaliselt kõhutunde küsimus. Kindlat reeglit alati Virumaa Teataja peatoimetaja sõnul ei ole ning otsustamine, mille eest küsida raha ja mille eest mitte, on kollektiivne ja oleneb teinekord ka tundeist, kuidas parasjagu õige peaks olema.

Siinkohal tuleb välja, et kuigi Virumaa Teataja peatoimetaja Aarne Mäe ütles intervjuus, et toimetuse kirvereegliks on oma ajalehe enda loominguga maksustamine, ei kehti see reegel siiski iga kord ja annab mõista, et kindlat süsteemi maksustamisel ei ole ning päevade ja nädalate lõikes võib välja tulla erinevusi.



*„Samas täna ma ütlen nii ja järgmine nädal on võibolla naa. Kogu aeg see asi muutub ka. Videode puhul oleneb see ka sellest, kuidas parasjagu tunnetus on.“* (Arne Mäe, Virumaa Teataja peatoimetaja)

Tartu Postimehes on reeglina tasulised iga paberlehe külje kõige suuremad lood. Samuti on tasulised eksklusiivsed arvamused. Galeriid ja videouudised on enamjaolt tasuta.

Kui juhtub, et mõni uudis on eelmisel päeval, küll võibolla lühemas vormis, inimestele avalikult teada, sõltub maksustamine Tartu Postimehe peatoimetaja Tiina Reinarti kinnitusel sellest, kas neil on toimetusse jõudnud veel olulist informatsiooni, mis pole avalikult teada. Sellisel juhul pannakse uudis veebis maksumüüri taha. Seevastu on Tartu Postimehes päevi, kus paberlehekülgede põhilood ei ole veebis tasulised, sest need on eelneval päeval kõigile olnud veebikeskkonnas tasuta kättesaadavad. Mõnda lugu kajastatakse küll üsna suures mahus, mis on lugejatele niivõrd tähtis, aga kui see on eelmisel päeval olnud kättesaadav, siis pole Tiina Reinarti arvates maksustamisel mõtet.

Lisaks ei panda Tartu maakonnalehe veebiväljaandes tasuliseks lugusid, mis paberlehes ilmunud väiksemal pinnal. Need on enamasti suurel määral eelmise päeva uudised ja viit-kuut lõiku veebis ei maksustata.

Päeva jooksul ilmunud lugudest on Tartu maakonnalehes ülekaalus tasuta lood. Tartu Postimehe peatoimetaja peab seda väga oluliseks, sest portaali mõte ongi selles, et kiirelt ja jooksvalt lugejatele informatsiooni edastada. Kui lugeja teaks, et suurem osa *online*-lugudest on tasulised, arvab Reinart, et see peletaks lugejaid eemale, sest inimene ei hakka nende lehele minema, kui ta teab, et seal on ainult tasuline materjal.

*„Ma ei tea kindlalt, aga ma arvan, et teadmine, et kõik on tasuline, see võib vähendada sellele veebilehele tulekut. Minu jaoks on väikeste ühikute tasuliseks panek arusaamatu.“* (Tiina Reinart, Tartu Postimehe peatoimetaja)

Tartu Postimehe peatoimetaja arvates pole mõtet kaitsta päevauudseid, sest need on nuginii teada ja eelmisel päeval raadios kuulnud, telekast vaadatud ja portaalidest loetud. Kaitsta tuleks tema sõnul aga uurivaid ja pikki lehelugusid.

*„Ilmselgelt tuleks kaitsta suuri ja uurivaid lugusid. See on täiesti selge. See on ajakirjaniku suur töö, pikka aega võtnud töö, suurt vaeva nõudnud töö ja see on alati eksklusiivne materjal. See pole*

*materjal, mis oli eelmine päev mujalt kuskilt hangitud. Kuskilt mujalt pole lugejal võimalik ka seda saada.*“ (Tiina Reinart, Tartu Postimehe peatoimetaja)

Vaatlusaluses perioodil 9.–15. novembrini jäi silma, et 13. novembril ilmus Tartu Postimehes tasuline lugu „Uus vöötrada Riia-Turu ristmikule tuleb mugava autoliikluse arvelt“ (13.11), mis mõjutab paljusid liiklejaid ning seega peaks olema lugu, mille vastu paljud lugejad võiksid huvi tunda. Tiina Reinart kommenteeris, et varasematel päevadel temale teadaolevalt pole uue vöötraja uudis kuskil mujal kajastust saanud ega seda polnud võimalik kuskilt leida. Samuti oleneb see valik, millised lood veebis lugejatele tasulised on, paljuski sellest, kui suurel pinnal neid ajalehes kajastatakse. Samuti tõdeb Reinart intervjuus, et uudiseid, mis puudutavad uue vöötraja ehitust, ei peaks tema arvates tegelikult olema maksumüüri taga.

*„/.../ tegelikult see piir ongi väga küsitav /.../ minu sügavas veendumuses sellist laadi uudislööd ei peaks olema tasulised jah. Loomulikult leiab valikutest juhuslikkust ja nii nädala kaupa jälgides ongi selliseid küsitavusi.*“ (Tiina Reinart, Tartu Postimehe peatoimetaja)

Samas tuleb Tiina Reinarti sõnul mõelda ka nendele inimestele, kes veebis Tartu Postimeest ilmselt ei loe, kuid kes soovivad siiski saada kätte igapäevased päevauudised, mida tuleb paberlehes suuremas mahus kajastada.

Kuigi Tartu Postimehes maksustatakse üldjuhu uurivaid ja pikki lugusid, mille kallal on vaeva nähtud, avatakse Tartu Postimehe peatoimetaja sõnul lugejatele erandlikult veebis näiteks uudiseid, mis on küll nõudnud palju ajakirjanike ning kujundajate tööaega, kuid on siiski lugejate jaoks eluliselt tähtsad teemad, millest peaks teavitama.

Tiina Reinart tõi näite, kui Tartus oli tulekul uus bussipiletisüsteem, mille kajastamise alla pani toimetus palju ressursi nii reporterite kui ka kujundajate poolt, et uuest süsteemist anda selge ülevaade. See oli toimetuses töömahukas protsess, aga kui see oleks pandud maksumüüri taha, poleks see Reinarti sõnul jõudnud võibolla võimalikult paljude inimesteni. Sama näite tõi Reinart veel Tartu kesklinna üldplaneeringu kohta, mis oli samuti töömahukas protsess – joonistati kaarte, toodi välja vaidluspunkte ja erinevaid selgitusi.

Tiina Reinarti arutles, et võibolla vale otsus nii suurt tööd ja vaeva näinud uudised tasuta ära anda ja sellega peaks hoopis raha teenima ning ilmselt otsus, et üldplaneeringuga seotud või uuele bussisüsteemile ülemineku artiklid tasuta kättesaadavaks teha, ei saaks võibolla Postimehe peakorteris heakskiitu.

### 3.2.2. Konkurents kui sisu maksustamist mõjutav tegur

Meie Maa situatsiooni teeb võrreldes Tartu Postimehe ja Virumaa Teatajaga erinevaks ja keerulisemaks, et Saaremaal on kaks päevalehte, millest üks oma sisu veebis ei maksusta. Lisaks Meie Maale annab samas maakonnas ajalehte välja väljaanne Saarte Hää, mida finantseerib Saaremaa ärimees Vjatšeslav Leedo. Mõlemad väljaanded toodavad aastas sadades tuhandetes eurodes kahjunit. Konkurendi olemasolu teeb Meie Maa jaoks kindlasti veebist maksustamise võrreldes kahe teise vaadeldava maakonnalehega keerulisemaks, sest pole välistatud, et konkurent samal päeval sarnast lugu järele ei tee või vastupidi. Seega tuleb Meie Maal veelgi hoolikamalt kaaluda, mida maksustada ja mida mitte, sest väiksem kogukond ei paku igapäevaselt või -nädalaselt niivõrd palju eksklusiivseid uudiseid, et mõlemad ajalehed saaksid lugejatele pakkuda erinevat sisu. Lisaks peab kohalik leht kirjutama uudistest, mis on saarlaste jaoks tähtsad ja uudised kahes lehes paratamatult kattuvad. Tartu Postimees ja Virumaa Teataja on võrreldes Meie Maa seega soodsamas situatsioonis, sest ei pea uudiseid maksustades mõtlema konkurendile.

Meie Maa tegevjuht Priit Rauniste ja peatoimetaja Veiko Visnapuu toovad välja sarnaselt Virumaa Teataja ja Tartu Postimehega, et veebis maksustatakse sisu, mis on nõudnud ajakirjanikke tööd ja vaeva, kuid peab sealjuures olema unikaalne, kurioosne või konfliktne. Sealjuures aga tuleb Rauniste sõnul jälgida hoolega, mida teeb konkurent ning reeglina lood, mis kahel lehel kattuvad, Meie Maas tasulised ei ole. Aega-ajalt on Meie Maas nende sõnul kehv päev ja sellisel juhul võibolla on maksustatakse ainult üks lugu. Lihtsa positiivse sõnumiga lugejaid ostma ei meelitata ja seega peabki oleme tasulistel lugudel suurem sisu, mis tekitaks lugejates huvi.

*„Unikaalsus on kõige tähtsam. Kui teame, et pressiteatega tuleb midagi sisse ja see läheb igale poole, siis pole mõtet üldse punnitada ja see tasuliseks panna. Kui ise aga leiame uudise ja allikas tuleb räägib seda ainult meile, siis teame, et selle eest võib raha küsida ja seda mujal pole. See on kõige tähtsam.“* (Priit Rauniste, Meie Maa tegevjuht)

Visnapuu tõi välja, et kui näiteks saarlane avastas ainulaadse kala ja püüdis kinni, või kui näiteks 3-aastane laps tuiab talvel paljajalu üksinda mööda Kuressaare linna ringi, siis neid lugusid maksustatakse. Visnapuu sõnul kurioosumeid müüakse ning lugu, mis rääkis sellest, kuidas mudailane kõndis üksi linnas paljajalu ringi, osteti veebis üle saja korra.

Konkurendi tõttu ei panda Meie Maas kõiki lehelugusid maksumüüri taha, vaid päevas 2-3, sest muidu antakse konkurendile eelis ja tõmmatakse veebis liiklust liiga palju maha. Lugejatele on tasuta ka arvamused.

Rauniste ja Visnapuu rääkisid, et lugude maksustamisel kaalutakse hoolega, kas see on piisavalt eksklusiivne ja ega konkurent pole sama uudist üles korjanud – kui eeldatakse, mis teises lehes on, siis maksumüüri ei panda. Reeglina nende sõnul aga väga sageli ei juhtu, et konkurent lugusid üksteisele järele teeks või vastupidi. Pealegi saab sellest lugeja kohe aru.

*„Ilmselt see käib ka natukene ego pihta, kui hakkaks helistama samadele inimestele ja teeks sama loo. Kui täna tegi Saarte Hääle ühe uudise ära, siis me järgmiseks päevaks üritame seda mitte teha. Teeme võibolla kolm päeva hiljem hoopis teise nurga alt. See pole hea toon ja teine leht samamoodi ei sörgi meie järel sama asjaga.“* (Priit Rauniste, Meie Maa tegevjuht)

9. –15. novembrini maakonnalehtedes vaatlust tehes jäi silma, et 9. novembri õhtul ilmus Meie Maa veebiväljaandes lugu „UUS! Venelased hoiatavad: külm ja tuul panevad Ionasele põnts“ (10.11). Lugu ilmus 10. novembri Meie Maa paberväljaandes, kuid sama lugu oli pandud eelneva päeva õhtul tasulisena veebi. 10. novembril oli sama lugu aga veebis tasuta.

Meie Maa peatoimetaja Veiko Visnapuu ütles, et teinekord lastakse lugejatele olulisi asju veebis vabaks, kuid seda tehakse harva, sest pidevalt mahukaid lugusid lehes ei ilmu. 9. novembri loo puhul tõi ta eraldi välja, et praamidega seotud uudiseid on Meie Maa lugejatele veebis tasulised, millega vihjas taas konkurendile Saarte Häälele, mida rahastab Vjatšeslav Leedo, kes on Saaremaa laevakompanii omanik.

*„Mida me anname aga tasuta, on praamiuudised, sest need puudutavad igat saarlast, kasvõi praamide ära viimine. Kuna teine leht blokeeris seda informatsiooni, teatud põhjustel, siis pidasime ebaeetiliseks selle pealt teenida. Me olime sellel ajal ainuke kanal, mis andis infot selle kohta, mis toimub praamidega ehk need viiakse ära.“* (Veiko Visnapuu, Meie Maa peatoimetaja)

Visnapuu ütlusest tuleb selgelt välja kahe Saaremaa maakonnalehe omavaheline konkurent, mille läbi püüab Meie Maa teatud võtetega selle asemel, et lugejaid Saarte Häälele kaotada, neid enda poole jälle tagasi võita. Kuigi praamiuudised on kindlasti informatsioon, mida saarlased soovivad teada, kajastatakse neid uudised tegelikult ka üleriigilistes väljaannetes ja on viimasel ajal üha

aktuaalsem teema seoses Tallina Sadama tulekuga saartevahelistele liinidele. Siinkohal võib järeldada, et praamiuudised on eelkõige tasuta seepärast, et konkurendi ärihuve silmas pidades lugejaskonda võita.

Kui Tartu Postimehe peatoimetaja Tiina Reinart rääkis, et väljaanne avab erandkorras mahukaid ja ajakirjanike tööd ja vaeva näinud uudiseid lugejatele, kui need mõjutavad näiteks oluliselt tartlaste igapäevaelu, siis Saaremaa lehetegijad peavad tasuliste lugude avamisel arvestama taas konkurendi tegevusega. Meie Maa tegevjuht Priit Rauniste ja peatoimetaja Veiko Visnapuu tõidki välja, et erandkorras avatakse tasulisi lugusid eelkõige siis, kui Saarte Hää! teeb sarnasel teemal, mis neil juba veebis olemas on, kas sama või jätku-uudise.

Nad tõid välja näiteks maavanema vastuvõtule kutsutute nimekirja, mida hommikul müüdi 2-3 tundi tasulisena, aga kui konkurent sama informatsiooni üles pani, võeti Meie Maas samuti maksumüür ära.

Priit Rauniste kommenteeris olukorda, kus konkurent Saarte Hää! pakub valdavalt oma sisu veebis tasuta, kuid nendel on olulisemad lood maksumüüri taga sellega, et kuna Meie Maa on suures kahjumis, ei saa konkurendi pärast oma viimasest rahast ka loobuda. Konkurents on kahe lehe vahel Priit Rauniste kinnitusel igal pool, näiteks kasvõi selles, et Meie Maa küsib matusekuulutuse eest rohkem raha kui Saarte Hää!. Meie Maa tegevjuht ütles, et hoidma peab aga odavat hinda, aga samas üritatakse midagi teenida, sest muidu oleks kahjum täiesti väljakannatamatu.

Priit Rauniste arutles ka selle üle, kuidas konkurentsituatsioonis, kus ühes maakonnas ilmub kaks päevalehte, tuleb küll hoida hinda võimalikult madalal, aga võrreldes näiteks teiste maakonnalehtedega, mis ilmuvad korra või paar nädalas, on Meie Maa konkurentsi tõttu tunduvalt kehvemas olukorras ja küsib tellijatelt palju vähem raha, kui tegelikult võiks. See laieneb Meie Maa peatoimetaja sõnul samuti veebile, kus peab sisu eest raha küsides tegema samuti järeleandmisi.

*„Rapla Sõnumid teeb ühe lehe nädalas ja võtab aastas 85 eurot. Meie aga teeme kuus korda nädalas ning maksame kuus korda postiljonile iga nädal ja saame 70 eurot. Nii suured käärid on seal. Lääne Elu teeb kolm korda nädalas lehte ja küsib hoopis rohkem raha kui meie. See ongi see konkurents. Ma ei tea, kaua see käib, aga väga kaua on juba käinud. See on see paratamatus ja laieneb kõik veebile.“* (Priit Rauniste, Meie Maa tegevjuht)

Kokkuvõtvalt võib siinkohal välja tuua, et kuigi toimetusele on antud vabadus, mida tasuliseks panna ja mida mitte, tuleb näiteks Tartu Postimehes välja, et kui alluda suurele meediaväljaandele, ollakse siiski suuremast väljaandest sõltuvad ja mõtlema peab sellele, kuidas ettevõttele raha ja kasu teenida. Samas on risk majanduslikus mõttes jälle väiksem, võrreldes näiteks Meie Maa olukorras, kui arvestama peab konkurendiga ja ei olda suure meediaorganisatsiooni osa.

### **Konkurents refereerimise kaudu**

Kui maakonnalehe tasuline uudis äratav huvi ka üle-eestilistes väljaannetes nagu Postimees, Õhtuleht või Delfi, ja näiteks eelpool väljatoodud kanalid refereerivad maakonnalehe uudist, siis maksumüüri eemaldamine sõltub maakonnalehtede peatoimetajate sõnul paljuski sellest, kui palju teised väljaanded nende lugusid refereerivad ning tunnistavad, et kuigi refereerida võib ühe lõigu ulatuses, kiputakse siiski seda unustama.

Tartu Postimehe peatoimetaja rääkis, kuidas ta võitles Delfiga, kui suri Tartu kunstikoguja Matti Milius ja Delfi kirjutas uudise Tartu Postimehe pealt peaaegu sõna-sõnalt maha. Lisaks oli uudises ka fakte, mida teine väljaanne ei saanud sellel hetkel teada. Kuigi tegemist oli tasuta veebiuudisega, tuli Reinarti sõnul siiski sekkuda.

Kuna suurem osa suuremaid ja tähtsamaid lugusid saab teistes väljaannetes samuti varem või hiljem kajastuse, tuleb maksumüüri kaotamisel Tiina Reinarti arvates iga loo puhul maksustamist eraldi analüüsida. Kui üks või teine väljaanne on kirjutatud suures mahus maha, saab sekkuda. Seevastu, kui kirjutatud on sama uudis ja ise allikatega räägitud, pole Tartu Postimehe peatoimetaja hinnangul midagi teha, sest ajakirjanike loomingu ei saa tasuta ära nada.

Priit Rauniste tõdes samuti, et sageli refereerivad teised väljaandeid nende lugusid liiga palju ning Meie Maa peab märkuse tegema, sest ei ole järgitud mahtu, mida on viisakas teisest väljaandest võtta. Kui mõni teine väljaanne on suurema osa uudisest oma portaalis avaldanud, tuleb Meie Maa tegevjuhi sõnul paluda refereerijal lugu lühemaks teha või võetakse maksumüür Meie Maa veebilehelt ära, sest kui näiteks üleriigiline väljaanne on suures mahus refereerinud, ei ole mitte keegi selle eest enam nõus raha välja käima.

Virumaa Teataja peatoimetaja Aarne Mäe tõi samuti välja, et teised väljaanded peaksid refereerimisel mõtlema reeglitele, et suures mahus ei või teise väljaande pealt maha kirjutada. Aarne Mäe sõnul mõeldakse siiski juhul, kui mõni teine väljaanne nende lugu refereerib, lehetellijale ning uudis jäetakse veebis pigem tasuliseks.

Aarne Mäe ütles intervjuus, et tasuta on lehes lood, mille puhul on teada, et neid kajastavad ka teised väljaanded, näiteks raskeid õnnetusi kajastavad nagoonii Õhtuleht ja teised suuremad

väljaanded. Kui Virumaa Teataja Teataja aga saab uudisele lisakommentaare, kaalutakse varianti, et lisaalugu maksumüüri taha panna, sest loole on tekkinud lisaväärtus.

Mäe sõnul on ebakõla aga Postimehega (koos kuulutakse Postimees Gruppi), kui viimane kopeerib oma esilehele nende loo ja paneb selle tasuta kättesaadavaks, kuigi Virumaa Teatajal veebilehel on samal ajal sama uudis tasuline, sest soovitakse eelistada tellijat, kes sisu eest maksab. Selliseid näiteid leiab peaaegu iga nädal ning Virumaa Teataja jätab uudised enamikel juhtudel tellijatele mõeldes siiski tasulisena.

Tiina Reinarti lisas veel, kui olulisemaid teemasid ja näiteks traagilisi õnnetusi kajastab terve Eesti meedia, siis näiteks mõne muu sündmuse maksustamisel oleneb paljuski ka see, kas teised väljaanded seda samuti kajastavad ja kui konkurenti pole, siis miks mitte uudise eest raha küsida.

Järgnev tabel annab kokkuvõtva ülevaate, mida tõid lehetegijad intervjuudes välja, millist sisu maksustatakse, millist mitte ning mis on maksustamist mõjutavad tegurid:

	<b>Millist sisu veebis maksustatakse</b>	<b>Milline sisu on veebis tasuta</b>	<b>Maksustamist mõjutavad olulisemad tegurid</b>
<b>Meie Maa</b>	Konfliktised, eksklusiivsed ja kurioossed uudised arhiiv	pressiteated arvamused operatiivsed uudised*** videod/galeriid praamidega seotud uudised	paberlehe tellijate väärtustamine ajakirjaniku töö ja vaev unikaalsus eksklusiivsus konkurents teise maakonnalehega konkurents refereerimisel
<b>Tartu Postimees</b>	paberlehe külgede pikemad lood uurivad ja pikad artiklid eksklusiivsed arvamused	pressiteated operatiivsed uudised päevauudised elulised tähtsad teemad*** suurem osa galeriisid ja videoid	paberlehe tellijate väärtustamine uudise maht üldsuse ülekaalukas huvi ajakirjaniku töö ja vaev uudise kättesaadavus eelmisel päeval eksklusiivsus raadios ja televisiooni kajastus

			konkurents refereerimisel
<b>Virumaa Teataja</b>	Toimetuse enda looming videod, galeriid osaliselt piltuudiseid	pressiteated *** avalik infor- matsioon*** operatiivsed uudised*** videod/galeriid, mis puudutavad paljusid inimesi osaliselt piltuudised	paberlehe tellijate väärtustamine ajakirjaniku töö ja vaev üldsuse ülekaalukas huvi kõhutunne veebitoimetaja käekiri

**Tabel 7.** Kolme maakonnalehe lehetegijate intervjuudest välja tulnud olulisemad tähelepanekud, mida maakonnalehed maksustavad ja mitte mitte ning millistest teguritest eelkõige maksustamisel arvestatakse. Kolme tärniga \*\*\* on märgitud peatoimetajate intervjuudest välja tulnud vastuolu võrreldes praktikaga, mis ilmnas nädalase vaatluse käigus.

Peatoimetaja ütluste puhul võib kokkuvõtvalt välja tuua, et väga kindlalt paikapandud süsteemi lugude maksustamisel ja mittemaksustamisel pole, sest näiteks Virumaa Teataja ütluste põhjal on uudiste maksustamisel roll samuti nii kõhutundel kui ka veebitoimetaja käekirjal.

Küll aga kõigi kolme maakonnalehe lehetegijate ütlustest selgus, et oluliseks peetakse paberlehe tellija väärtustamist, et ei tekiks olukorda, kus lehetellija avastab veebist uudiseid lugedes, et kõik, mille eest on raha välja käidud, on *online*'s tasuta kättesaadav.

Maksustamine sõltub paljuski kolmes maakonnalehes sellest, millised lood on paberlehes ilmunud, sest igapäevaselt ei ilmu pikki, analüütilisi ja uurivaid lugusid. Maksustamisel toovad peatoimetajad veel välja unikaalsust, konfliktsust ja eksklusiivust.

Kolme lehetegija üldine seisukoht on, et ajakirjaniku tööd ja vaeva näinud lood võib maksumüüri taha panna, pressiteadetega sissetulnud uudised jäetakse lugejale avatuna, sest need pole toimetuse enda looming. Siinkohal ilmnas vastuolu Virumaa Teatajas, kus peatoimetaja Aarne Mäe tõi välja, et toimetuse kirvereegliks on see, et pressiteateid ei maksustata. Vaatluse käigus selgus, et ajavahemikul 09.11.15 –15.11.15 ilmus Virumaa Teataja esilehel samuti uudiseid, mis olid, kas pressiteadetest koostatud või operatiivne informatsioon. Seda täheldasid samuti intervjuudes Lääne-Virumaa fookusgruppide respondendid, milles tuleb juttu magistr töö tulemuste teisest poolest. Samuti ilmus vaatalusalusel perioodil Tartu Postimehes uudis uue vöötraja rajamisest, mis oli veebis tasuline. Kuigi peatoimetaja Tiina Reinart tõi välja, et üldsusele huvipakkuvad uudised on Tartu Postimehe veebis tasuta, tunnistas ta, et nädalate lõikes võib sarnaseid näiteid leida, sest



igapäevaselt ei ilmu ajalehe külgedel piisavalt palju pikki ja uurivamaid lugusid.

Intervjuudest tuli välja, et aeg-ajalt tehakse maksumüüri seadmisel erandeid lugude puhul, mida lugejal on kindlalt vaja teada, nagu uue bussipiletisüsteemi käima lükkamine või kommunaaluudiste edastamine, millest sõltub lehelugejate igapäevane elu. Samuti üleriigiliste traagiliste sündmuse puhul, nagu Eesti esimene koolitulistamine Viljandis.

Saare maakonna ajalehe Meie Maa tasuliste lugude maksustamisel mängib suurt rolli aga konkurent Saarte Hääl, kelle tegevust tuleb jälgida. Aeg-ajalt vabastatakse maksumüüri tagant lugusid, mida konkurent samuti kajastab ning seega ei saa kindlalt välja tuua lugusid, mida maksustatakse välja arvatud juhul, kui Meie Maa teab, et kahest lehest nemad on ainukesed, kellele on informatsioon laekunud. Meie Maa puhul võib välja tuua veel arhiivi maksustamine ehk see, mis on täna lugejaile veebis tasuta, on reeglina kuu aja pärast tasuline.

### **Milliseid maakonnalehe uudiseid inimesed ostavad**

Järgnevalt toon välja lehetegijate ütluste põhjal, milliseid uudiseid on lugejad maakonnalehtede tasulisest veebikeskkonnast ostnud.

Seda, kui palju maakonnalehtedes tasulisi artikleid täpselt näiteks igakuiselt ostetakse, ei soovi kolme maakonnalehe peatoimetajad numbriliselt täpsemalt avaldada, küll aga toob ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liige Margus Mets välja, et Virumaa Teataja, Järva Teataja, Pärnu Postimehe, Valgamaalse ja Sakala peale kokku ostetakse kuus ligi tuhat päevapiletit, mis jagunevad viie maakonnalehe peale umbes võrdselt. Seda pole Margus Metsa hinnangul küll palju, kuid on stabiilne ja pole kasvanud. See on omakorda aga ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liikme sõnul ajalehtedele mõttekoht, et miks need numbrid pole kasvanud, arvestades seda, et paberlehe üksikmüük viimastel aastatel kogu aeg langeb.

Üldiselt öeldes ostetakse Margus Metsa kinnitusel viiest lehest tasulisi veebilugusid, kui midagi on juhtunud, näiteks liiklusõnnetused või uputused, mille kohta soovitakse täiendavat informatsiooni. Margus Mets ütles, et neid inimesi on üksikuid, kes vaatavad lihtsalt, mis tänases lehes on ja ostavad loo. Seda, miks ostetakse, nähakse tema sõnul konkreetselt teatud uudiste pealt ja ühest traagilisest sündmusest Margus Metsa arvates päevas piisab, et inimene ostab päevapileti.

Ta kommenteeris olukorda, kui õnnetusi kajastavad ka üleriigilised väljaanded, kust saab uudise sisu enamasti tasuta, et maakonnalehtedest saab siiski rohkem, kui ainult tekst, mis on pressiteatega sisse tulnud, sest reporterid on kohapeal käinud ja maksumüüri taha saab panna informatsiooni, mis

teistes väljaannetes pole läbi käinud.

*„Sa ei saa näiteks fotosid kätte või videoid. Saad pressiteate kätte, et seal toimus see ja see asi, hukkus üks ja teine. See on informatsioon, mis saadetakse laiali absoluutselt igale poole. Kui soovid aga siulist lugu või täpsemat uudist, siis pead selle eest ikkagi maksma.“* (Margus Mets, ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liige)

Meie Maa tegevjuht Priit Rauniste tõi aga välja, et lugude ostmise veebis on väga erinev ning mõnda lugu võib osta paar inimest, mõnda teist aga üle saja. Teistest uudistest, mis veebis ostetakse, eristub Meie Maas aasta horoskoop, mis Priit Rauniste sõnul on 3-4 aastat veebis ostmise rekordeid purustanud.

Viimase aja eredaima näitena lisaks eelmainitud loole, kus kolmeaastane poiss kõndis Kuressaares linnas üksi paljajalu ringi, tõi Priit Rauniste välja 18. detsembril ilmunud loo „Šokk ja pisarad: politseireid rikkus KG õpilaste jõulupeo“, mis oli noortega seotud teema, kus politsei lõpetas peo, sest alaealised olid purjus. Lugu tegi Meie Maa tegevjuhi kinnitusel horoskoobi taseme ja seda osteti rohkem kui sada korda. Siinkohal leiab Priit Rauniste, et veebilugejad nõus raha välja käima, kui on teema, mis puudutab paljusid või on skandaalne.

Erinevalt Ühinenud Ajalehtede viiest maakonnalehest ja Tartu Postimehes on Saaremaa maakonna ajalehe Meie Maa eripäraks veebis arhiivi maksustamine. Need uudised, mis on tänase sisuga Meie Maa veebis tasuta, muutuvad reeglina kuu aja pärast tasuliseks. Arhiivi ostetakse Meie Maas igapäevaselt. Tegevjuhi Priit Rauniste arvates on arhiivi müügiga tehtud inimeste jaoks valik, kas saab kodus või kontoris istudes kiiresti osta 40 eurosendi eest lugu või läheb lugeja raamatukogusse, kust leiab aastate taguse loo tasuta.

*„See on igäihe enda otsus, aga ma ei näe mingit põhjust, miks peaks arhiivi tasuta ära andma. Kui inimesel on kõrgendatud huvi meie lehes mõne artikli otsimise vastu, siis see raha käiakse välja ja see pole takistus.“* (Priit Rauniste, Meie Maa tegevjuht).

Kuna Tartu Postimehel on üleriigilise Postimehega ühine platvorm ja veebist uudise ostmisel eraldi statistikat, mida toimetustele edasi saadetakse ei tehta, on peatoimetaja Tiina Reinarti sõnul raske öelda, milliseid lugusid maakonnalehest ostetakse ja tõdeb, et pole seda informatsiooni Postimehe peakorterist eraldi küsinud. Tiina Reinart ütles veel, et kuna Postimehest saab osta päevapileteid, mitte uudiseid artikli kaupa, on keeruline eristada, et tasuline uudis osteti Tartu Postimehest. Siinkohal võib välja tuua, et Meie Maa tegevjuht ja ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liige Margus

Mets teadsid välja tuua, millise sisu eest lugejad on nõus raha välja käima ning oskavad selle põhjal võibolla järeldada, milline sisu veebilugejale võiks peale minna. Tartu Postimehes on toimetuses küll mõeldud, milline sisu tuleks maksumüüri taha panna, aga kui neil ei ole statistilist ülevaadet, siis on raske tegelikult hinnata, milline informatsioon päriselt auditooriumile peale läheb, et sellele vastavalt oma strateegia ümber teha või samaks jätta. Virumaa Teataja küll on kursis, millist sisu lugejad veebist ostavad, kuid lähtub siiski printsiibist, et tasuline on üldjuhul toimetuse enda looming, mitte väljastpoolt tulnud uudised, nagu näiteks pressiteated. Sellest võib järeldada omakorda, et ajalehed küll kaitsevad oma loomingut, kuid analüüs selles osas, milliste konkreetsete maksustatud lugude eest on auditoorium tegelikult nõus raha välja käima, on puudulik. Kuigi tasulise veebisisuga ajalehed väga palju ei teeni, võib maakonnalehtede peatoimetajate ja tegevjuhi ütlustest siiski järeldada, et kolmest ajalehest on Meie Maa strateegiad, milliseid lugusid veebis maksustada, Virumaa Teatajast ja Tartu Postimehest natukene rohkem läbi mõeldud.

### **Tasulise loo märgistatus ja arusaam loo pikkusest**

Kui Postimees ja Tartu Postimees hakkasid 2014. aasta sügist maksustama oma veebilugusid, oli esialgu lugejatele punase plussmärgi kujul artikli juures näha, kui avatakse tasuline lugu. Peagi aga kaotati tasulistel lugudel plussmärk ära ja nüüd näeb alles artiklit avades, kas tegemist on tasulise või tasuta looga.

Kuigi Tartu Postimehe peatoimetajat Tiina Reinartit ei ole selle debati juures olnud, ei näe ta märgi kaotamisel probleemi, sest lugeja harjub muutustega kiiresti ja teab veebilehele minnes, et võib kokku pörgata maksumüüriaga.

Viiel maakonnalehel, mis kuuluvad ASi Ühinenud Ajalehed, on erinevalt Tartu Postimehest ja Meie Maast siiani tasuliste lugude juures kinnine tabaluku märk, mis on aga plaanis ära muuta. Kui praegu erinevalt Tartu Postimehest juhatatakse Virumaa Teataja veebilugeja tasulisele uudisele klikkides kohe maksma, ilma et näeks pilti, sissejuhatust ega umbkaudu seda, kui pikk on lugu, siis peagi minnakse ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liikme Margus Metsa kinnitusel üle sarnasele platvormile nagu on Postimehes.

*„Tartu Postimees sarnaneb rohkem oma mudeliga Postimehega. Praegu on Ühinenud Ajalehtedel eraldi süsteem, kuna olime erinevad firmad. Aprillis tuleb meil üks süsteem. Kõik nüansid pole veel otsustatud, mis moodi see maksmine täpselt hakkab olema, seda keskkonda alles tehakse. Hägustamine ja tabalukkude kaotamine on omavahel kokku lepitud.“* (Margus Mets, ASi Ühinenud

Ajalehed nõukogu liige)

Margus Mets selgitas, et viies lehes maksumüüri seadmisega ja kinniste tabalukkudega sooviti esilagu märku anda, et tasuta ei saa, vaid saab raha eest. Seetõttu olid tabalukud esimesel etapil tema sõnul väga head. Metsa sõnul on aga välja tulnud, et kui maksumüür on väga kõrge, ei lähe inimene sealt üle ja seega peaks Metsa arvates olema maksumüür kuidagi pehmemalt tehtud ja psühholoogiliselt madalam, et lugeja saaks natukene ka lugu lugeda, mitte avastada kohe kinnine tabalukk, mis võib ära ehmatada.

Lugeja võibki Metsa arvates veebilehel kinniseid tabalukke nähes mõelda, et kui kõikidel lugudel on tabalukud ees, siis pole mõistlik veebilehele üldse tulla. Metsa sõnul ei jõua lehelugeja seega informatsioonini, kuidas tellijaks saada või kuidas lugu päevapiletiga osta saab.

Meie Maa tegevjuht Priit Rauniste ütleb vastuseks küsimusele, miks pole tasulised lood veebis tähistatud, et maakonnalehe veebikeskkond vana ja karjub juba ammu uuenduste järele. Kuigi Rauniste toob välja, et veebis peaksid olema tasulised lood tähistatud, hakkab ta kahtlema, kui saab teada, et Ühinenud Ajalehtede viis lehte plaanivad tabalukud ära kaotada.

*„Ausalt öeldes ma mõtlesin, et peaks olema, aga kui Postimees ja Ühinenud Ajalehed muudavad tagasi, siis järelikult polegi seda mõtet proovida ega juurutada.“* (Priit Rauniste, Meie Maa tegevjuht)

Meie Maa tegevjuhi ütlusest võib järeldada, et kuigi lehetegijad pooldaksid oma veendumustes tasuliste lugude tähistamist kindla märgi või tähisega, tundub kasulikum kaasa minna siiski sellega, mida on rakendanud nii teised maakonnalehed kui ka üleriigilised väljaanded, mis võib tunduda majanduslikult kasulikum.

Rauniste sõnul on plaanis sisse tuua praegusest süsteemist erinevalt pärast artikli sissejuhatust teksti hägustamine. Rauniste arvab, et hägustamise süsteem on parem ja lugejate suhtes aus, sest lugejal on võimalus artikli maht ära hinnata, mis on abiks artikli ostmisel või mitteostmisel.

Kuigi Virumaa Teataja ja neli teist maakonnalehte lähevad peagi üle platvormile, mis kaotab tabalukud ja näitab umbkaudu lugejale hägustatud tekstiga, kui pikk on lugu, on praegu ainsana maakonnalehtedes kasutusel hägustamise süsteem Tartu Postimehes. See aga ei näita täpselt, kui pikk on lugu. Kuna Tiina Reinarti seisukoht on see, et viielõigulist lugu ei peaks nagunii

maksumüüri taha panema, kui see pole just midagi väga eksklusiivset, ei näe ta probleemi, et lugeja ei tea artiklit ostes, kui pikk lugu ostetakse.

### 3.2.3. Strateegiad tasuliste artiklite müümiseks

Kui paberlehes on lugudele ette antud mahud, mis seab piiranguid, siis *online*-keskkond annab võimaluse kirjutada pikemalt, muuta pealkirju, lisada rohkem pilte, videoid ning interaktiivseid materjale, mis annavad lugejale loost terviklikuma pildi. Nii nagu üleriigilised väljaanded, kasutavad maakonnalehed järjest rohkem võimalusi, kuidas veebis oma lugusid paremini lugejatele esile tõsta. Kuigi näiteks pealkirju muudetakse ka tasuta veebiuudistel, tehakse seda samuti tasulistel lugudel, et neid paremini veebis müüa.

Selles alapeatükis annangi ülevaate strateegiatest, mida lehetegijad peavad oluliseks tasulise sisu müümisel kui ka uudiste loetavuse kasutamiseks. Näiteks muudetakse vastavalt loetavusele uudiste pealkirju ja kirjutatakse lühem maksustamata versioon mõnest pikemast artiklist. Lisaks tõstetakse uudiseid esile sotsiaalmeedias kui ka täiendatakse interaktiivsete materjalidega.

Tartu Postimehe peatoimetaja Tiina Reinart toob välja, et kuigi pealkiri on paberlehe loos oluline, on *online*-lugejal veebilehele minnes kirju pilt ees, kus ta teeb valikuid, mille külge ennast haakida. Selleks, et lugeja tähelepanu saada, tuleb mängida sageli pealkirjadega, sest paberlehes töötab lugu teistmoodi. Seal saab lugeja korraga tervikpildi, kus on pildid, graafikud, väljavõtted, tsitaadid, millega saab loost parema ülevaate.

*„Veebis saab tuua võibolla selgemalt välja intriigi, olulised osalised selles loos ning panna lisatekste juurde, et vaata siit või sealt edasi /.../ kõik muudavad veebilehel paberlugude pealkirju. See on tihti nii ja täiesti loogiline. Võibolla on halvasti öeldud, et paberlehes võib nii-öelda pealkiri stiilis „kivid ja leib“ töötada, aga veebis ta kindlasti tööta. Lihtsalt nii ongi.“* (Tiina Reinart, Tartu Postimehe peatoimetaja)

Kuigi sageli muudetakse veebis lugude pealkirju, on Reinarti sõnul lugusid, mille esile tõstmiseks ei peagi palju vaeva nägema ning piisab ainult sellest, et tõsta esilehele ning teema iseenesest töötab. Ta tõi välja 22. jaanuaril Tartu Postimehes ilmunud uudise „Beebiga ujuma minek lõppes siruli põrandal“, kus Reinarti arvates on kõik öeldud ja teema pakub huvi, eriti pärast 17. jaanuaril Postimehes ilmunud uudist „Kaheksakuune imik sai kaubanduskeskuses koljutrauma“, mis räägib, kuidas kaheksakuune laps sai koljutrauma, kui ema kaubanduskeskuse libedal põrandal libastus.

*„Põhimõtteliselt selline asi töötab nagunii ja seal ei ole vaja midagi muuta. Mõnikord on loos väga selge teema, mis inimesi huvitab, aga see võibolla pealkirjast ei tule nii selgelt välja. Pealkiri ongi, kas „kivid ja leib“ stiilis või liiga napp. See on see, mille puhul sa pead muutuma ja ütlema, mida see lugeja siit teada saab ja millised ootused selle loos suhtes võiksid olla.“ (Tiina Reinart, Tartu Postimehe peatoimetaja)*

Aarne Mäe rääkis, et enne pealkirjade muutmist jälgitakse veebis, kas klikid tulevad või ei tule. Kui ei tule, siis saab Virumaa Teataja peatoimetaja sõnul uudisel muuta sissejuhatust, pealkirja ning panna võibolla teise pildi.

Virumaa Teataja kogemusel pealkirja muutes on pilt teine.

*„Pealkirjaga saab alati mängida ja seda muuta. Seal on igasugused variandid, et paned pealkirja suuremalt või teed teist värvi. Lisad veel kõrvale gallupi, et lugejad saavad kaasa mõelda. Lisada saab ka galeriisid või panna punase tooniga alapealkirju loole, et täiendatud või lisatud selle või selle ütlusega..“ (Aarne Mäe, Virumaa Teataja peatoimetaja)*

Aeg-ajalt on Aarne Mäe sõnul oht, et pealkirjade muutumisel mängitakse üle ja tegelikult polegi lugu nii traagiline, kui see välja mängiti.

Tiina Reinart arvates aga pealkirja muutumisega ei tohiks liiale minna ja see ei tohiks olla eksitav. Natukene võib tema sõnul vinti peale keerata, kuid lugejat petta ei tohi, vaid tekitada tuleb uudishimu ja ootusi, mida tegelikult ka täidetakse. Tartu Postimehe peatoimetaja usub, et kui lugejat mõned korrad eksitava pealkirjaga petta, teeb lugeja sellest omad järeldused ning õpib sellest kogemusest.

ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liige Margus Mets nõustub Tartu Postimehe ja Virumaa Teataja peatoimetajate ütlustega, et pealkiri määrab kõik. Kuigi uudis võib olla hea, aga kui sellel on üksluine ja lugu mitte avav pealkiri, siis lugeja ei pruugi seda lugu veebis avastada. Ajalehtede veebiväljaannetes on pealkirjadega eksperimenteerimine andnud Metsa sõnul samuti kinnitust, et pealkiri on väga oluline ja peaaegu 90% loo vaadatavusest oleneb sellest, kas pealkiri avab loo sisu või mitte.

*„Me oleme teinud ka selliseid eksperimente, et oleme loo pealkirja Postimehe avaküljel ja ka maakonnalehtede avakülgedel muutnud ja toonud ta uuesti esile. Esialgu oleme pannud ühe*

*pealkirja ja vaadanud, et see ei toimi ning siis ümber teinud. Kuna näeme pidevalt külastatavust, siis juhtubki see, et muudad pealkirja ära ja inimesed sööstavad seda lugu lugema.“ (Margus Mets, ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liige)*

Margus Metsa arvates kipub pealkirjade muutmisel olla oht, et kui kirjutada ülipõnev pealkiri ja loos midagi ei ole, saab lugeja varsti aru, et teda petetakse ja ei ole mõtet nendele pealkirjadele klikkida.

Kuigi mõned väljaanded kasutavad Aarne Mäe sõnul pealkirjades hüüatusi nagu „Ohhoo!“ ja „Vau!“ kui ka pealkirjades numbreid, nagu kümme soovitus, millegi saavutamiseks, siis Virumaa Teatajas pole seda eriti katsetatud. Küll on aeg-ajalt kasutatud pealkirjades saavutuste esiletõstmiseks ülivõrret, nagu näiteks „Super. Elina Born sai neli auhinda“.

Aeg-ajalt tehakse Virumaa Teataja tasulistele lugudele veebi tasuta lühem lugu ehk meelitaja, mille eesmärgiks on huvi äratamine. Loo lõpust aga leiab lingi tekstiga „pikemalt loe edasi siit“, mis juhatab lugeja tavaliselt tasulise loo peale. Aarne Mäe küll ei tea, kui tihti lugejad sealt edasi lähevad ja loo ostavad, kuid selle süsteemi saab lehes teha. Järgmise päeva paberlugudele teeb meelitajaid ka Tartu Postimees, kuid erinevalt Virumaa Teatajast, pole artikli lõpus viidet lingiga tasulisele loole, vaid artikli lõppu kirjutatakse, et pikemalt saab edasi lugeda järgmise päeva Tartu Postimehest.

Kuigi seni pole Tartu Postimehes ja Virumaa Teatajas reportereid eraldi koolitatud, kuidas veebis paremini lugusid esile tõsta, et need lugejatele oleks atraktiivsemad, ütles Virumaa Teataja peatoimetaja, et nende toimetuses räägitakse sellest pidevalt. Aarne Mäe aga usub, et reporterid peaksid ise sellest aru saama, millal on vaja loos midagi muuta.

*„Jooksvalt muudame ka pealkirju, lisame alapealkirju ja tsitaate või vahetame pilte, kui näeme, et uudis ei tööta. Samas on eraldi koolitus hea mõte, aga põhimõtteliselt peaks veebitoimetaja kõhutunne selle siiski ise ära tabama.“ (Aarne Mäe, Virumaa Teataja peatoimetaja)*

Aarne Mäe selgitas, et toimetustes on kohati see loominguline protsess, millal lugusid veebi paisata. Kindlasti tuleb kiiresti üles panna avarii või õnnetus, sest traagiliste juhtumite puhul reageerivad kohe ka teised väljaanded.

Virumaa Teataja peatoimetaja rääkis veel, et kõiki paremaid lugusid, mis samal päeval on samuti paberlehes ilmunud, pole kohe mõtet korruga veebi üles panna ja toimetuses mõeldakse sellisel juhul, millal oleks lõunaajal hea aeg, mil lugusid esilehele tõsta. Mäe tõi näite, et aeg-ajalt mõeldakse aegadele, millal Postimees võiks Virumaa Teataja lugude vastu huvi tunda ja need Postimehe esikülje voogu tõsta.

*„Kui Postimehes vahetub kell 15 veebitoimetaja, siis mõtleme ka, et äkki uus veebitoimetaja võtab meie loo ja tõstab suure Postimehe esilehele. Hommikune veebitoimetaja aga võibolla ei võta.“*  
(Aarne Mäe, Virumaa Teataja peatoimetaja)

Aasta algusest kuuluvad Ühinenud Ajalehtede viis maakonnalehte Postimees Gruppi ja seetõttu tehakse Aarne Mäe kinnitusele rohkem omavahel koostööd ja praegu enam oma lugusid Postimehele niipalju kui varem reklaamima ei pea. Küll aga teatud sündmuste puhul oleneb paljuski sellest, kas maakonnalehe reporterid lähevad mõne teemaga edasi, mis saab üleriigilist tähelepanu. Kui maakonnaleht edasi teemaga ei tegele, saadab Aarne Mäe sõnul Postimees oma inimesed maakonda sündmuseid kajastama

Meie Maas tegeleb pealkirjade muutmise ja lugude esiletõstmisega peatoimetaja Veiko Visnapuu, lisades pealkirja suurte tähtedega sõnu või lauseid nagu „USKUMATU“, „RAPUTAV UUDIS“, „AINULT MEIE MAAS“, millele lisatakse hüüumärk lõppu. Vahel tehakse ka õrritajaid ja huvitekitajaid, kuid peamine, kuidas lugusid paremini veebis esile tõsta, on sarnaselt Virumaa Teatajale ja Tartu Postimehele pealkirjade muutmise.

*„Selliseid pilgutõmbajaid teeme küll, just suurte tähtedega pealkirju täiendusi teeme nagu Postimees ja Delfi teevad, et oleks pealkirjad löövamad ja kutsuvad.“* (Veiko Visnapuu, Meie Maa peatoimetaja)

Olulisemaid uudised jagatakse ka väljaande Facebooki lehel, kus lisatakse loole veel midagi täiendavalt juurde lisaks sellele, mis on veebis nähtav. Näiteks tuuakse veel eraldi lõik loo seest välja. Visnapuu sõnul antakse lugudele ka hinnanguid.

*„Jagame neid lugusid ka Facebookis. Seal töötab see ka /.../ Lead'i saab seal eraldi välja tuua ja postitusse saab veel midagi lisada. Seal anname omaltpoolt juurde mõne hinnangulise asja. Näiteks mõne skandaali puhul hinnang alati töötab.“* (Veiko Visnapuu, Meie Maa peatoimetaja)



Iga tasulise loo puhul Meie Maas aga ülevõimendatud pealkirju ei tehta ning aeg-ajalt tuuakse pealkirjadega esile positiivseid uudiseid, mis on veebis kõigile vabalt kättesaadavad. Näiteks Meie Maa peatoimetaja ja tegevjuhiga intervjuu toimumise päeval, 5. veebruaril ilmus paberlehe esiküljel Saaremaa väikeettevõtjatest uudis „Ülivõimas: Maria Kaljuste ja Muhu Pagarid Eesti parimad! Palju õnne!“, mis räägib sellest, kuidas Tallinna ettevõtlusfoorumi pidulikul auhinnagalal tunnustati 2015. aasta parimaid ettevõtjaid, kelle seas oli ka kaks saarlast.

Kuigi Veiko Visnapuu kinnitusel on paberlehe esikülje lugu üldjuhul maksumüüri taga, siis eelmainitud loo puhul raha ei küsitud, sest on positiivne uudis ja selle kohta tuli eelneval õhtul ka pressiteade, mistõttu eeldati, et sellest kirjutab ka konkurent Saarte Hää. Järgmisel päeval selgus, et konkurendile oli see lugu märkamata jäänud.

Visnapuu rääkis veel, et Facebooki tõstetakse iga päev kella 18 –19 ajal „UUS!“-märgiga esile oma järgmise päeva paberlehe rosinaid, et lugejaid oleks ka õhtusel ajal.

*„Mina tahaks nii, et iga päev tuleks järgmise päeva rosin eelmisel õhtul üles ja üldjoontes tasuliselt ning lugeja saab veebis esimese löigu. See on meie suund. Üldiselt üritame seda teha, kui on väga hea lugu, et see hakkaks juba eelmisel õhtul tööle. See on siiani väga hästi töötanud ja järgmisel päeval toob veel lugejaid.“* (Veiko Visnapuu, Meie Maa peatoimetaja)

Tartu Postimehe ja Virumaa Teataja peatoimetajad tõdevad samuti, et sotsiaalmeedias lugude esiletõstmine on üks strateegia, kuidas uudised suuremat tähelepanu saaksid. Virumaa Teataja peatoimetaja Aarne Mäe sõnul lisatakse Facebooki iga päev uudised, mille seas on nii tasulisi kui ka tasuta lugusid. Virumaa Teataja Facebooki lehele lisatakse lugude juurde veel täiendavaid viiteid uudise seest, mida saab muidu tasuliste lugude korral ainult lehetellija lugeda.

Tiina Reinart usub, et lugusid Facebooki paisates tuleks eelnevalt aga natukene läbi mõelda, mis seal töötavad ja mis mitte. Näiteks on ta aru saanud, et sotsiaalmeediasse on mõtet ühest küljest üles panna lugusid, mis on nagunii veebis hästi populaarsed.

*„Mingisugused sellised asjad, enamasti noorte asjad, hakkavad seal oma elu elama. Samuti söögikohtade lood. Selle kaudu hakkab ka meie Facebooki lehekülje loetavus kasvama. Vahel olen vaadanud Facebooki ja vaadanud, mis hakkab juhtuma. Hakkabki mõne loo puhul üsna kiiresti*

*loetavus kasvama. See on võimalus jah.*“ (Tiina Reinart, Tartu Postimehe peatoimetaja)

Reinarti sõnul oleneb lugude Facebooki lisamisel väga palju kellaeg. Näiteks Reinarti arvates hommikul ei ole mõtet Facebooki postitust teha, küll aga õhtupoolik ja õhtu on väga head ajad.

Peatoimetajate intervjuudest selgus veel, et reeglina uudise juhtlõiku kolmes uuritavad maakonnalehes ümber ei tehta. Meie Maa tegevjuhi Priit Rauniste arvates koht, millele võiks mõelda, aga kuna see nõuab eraldi aega ja tööd, ei jõuta sellega ressursside vähesuse tõttu tegeleda. Priit Rauniste viitab siinkohal jälle ajalehe suurele kahjumile, mistõttu pole võimalik kedagi juurde palgata.

*„See on juba meie nii-öelda konkurentsituatsiooni küsimus rohkem, et teised lehed ikka suudavad nina vee peal hoida, siis nad saavad väikest kasumit või vähemalt nulli, aga me oleme suures kahjumis.*“ (Priit Rauniste, Meie Maa tegevjuht)

Kuigi Priit Rauniste sõnul saaks pealkirja ja sissejuhatuse juurde lisada meelitustekste stiilis „loe edasi ja saad teada üht, teist ja kolmandat või kui kurioosne oli see lavastus“, siis praktikas ajakirjanikud ei viitsi seda välja mõelda.

Tiina Reinart rääkis, et Tartu Postimehes *lead*'i üldiselt ei muudeta ning leiab, et see ei mängi tasulise loo ostmisel väga suurt rolli, sest peamine on illustreeriv materjal ja lõvv pealkiri.

*„Tegelikult minu meelest on seda öelnud ka Postimees Plussi inimesed. Nende kogemus näitab, et see ei muuda oluliselt loetavust, kui seda ümber kirjutades seisad võibolla lausa kõrvade peal. Tegelikult töötab ikka pealkiri või pilt, mis köidab.*“ (Tiina Reinart, Tartu Postimehe peatoimetaja)

Arenguruumi koht on Tiina Reinarti sõnul seal, et veebilugudele teha rohkem videoid ning lisada näiteks interaktiivseid elemente. Seda peaks tegema tema arvates palju rohkem kui siiaaani. Kui näiteks jääb mõne loo puhul üle pilte, mida pole paberlehes saanud näidata, püütakse Tartu Postimehe veebilehele neid juurde lisada. See on Tartu Postimehe peatoimetaja kinnituseel töö, millele tuleb veebi arendamisel järjest rohkem panustada.

Kuidas olemasolevas süsteemis veel paremini lugusid esile tõsta, ei oska Meie Maa tegevjuht Priit Rauniste öelda. Kuigi tegevjuht on teistelt lehetegijatelt kuulnud, et galeriid ja videod müüvad hästi

ja inimesed on nõus nende eest maksma, pole Meie Maa veebiväljaandes praegu ei galerii ega videode maksustamise võimalust. Galeriid paneb Meie Maa sotsiaalmeediasse, kuna veebiplatvorm on niivõrd vana ja ei võimalda sinna galeriisid lisada. Kuigi maakonnalehe veebilehel leiab aeg-ajalt videoid, siis neid ei saa samuti maksustada, sest videoid saab vaadata läbi Youtube'i kanali ja kui panna Youtube'i otsingusse Meie Maa, leiab sealt kõik need videod tasuta.

*„Pole mõtet lolliks minna, et panna need videod tasuliseks. See on ka üks meie arengutest kindlasti, et saaks oma videod maksumüüri taha. See peaks ka ilmselt meid aitama. Peamegi uue keskkonna tegema ja need võimalused juurde panema.“* (Priit Rauniste, Meie Maa tegevjuht)

Rauniste loodab, et peagi veebis võimalused suurenevad, sest plaanis on Meie Maa veebi arendamine, milleks tuleb küll mõne teise väljaandega koostööd teha, sest üksi ei suudeta kindlasti korralikku veebikeskkonda arendada, nagu on näiteks Ühinenud Ajalehtede viiel maakonnalehel või Postimehel. Tegevjuht ei tea kindlalt, millal Meie Maa uue veebiplatvormi saab, aga loodab, kuid ideaalis soovitakse tegeleda sellega juba käesoleva aasta lõpus.

Praegune situatsioon pole Priit Rauniste sõnul nõudnud lisaks paberlehe lugudele aktiivselt veebiuudiste tegemist, sest konkurent samuti ei tee seda. Edaspidised ajalehe ning veebi arendamise plaanid sõltuvad Rauniste hinnangul just paljuski konkurentsi tingimustest. Kui Saarte Hääle peaks ära kaduma või Meie Maa tegevuse lõpetama, on situatsioon Saaremaa ajalehtedes teistsugune ning tuleks kõike muuta. Kui konkurenti Saarte Hääle poleks, võiks Rauniste arvates panna kasvõi 80% veebisisust maksumüüri taha.

*„Meie Maa toodab aastas umbes 180 000 eurot kahjumit, kuid me ei saa igavesti peale maksta. Lugejad praegu võivad konkurentsi tõttu, aga lehetegijatel on väga väärtus.“* (Priit Rauniste, Meie Maa tegevjuht)

Meie Maa liigub aga jätkuvalt tegevjuhi Priit Rauniste kinnitusel suunas, et tasuta ajalehe sisu ära ei anta. Konkurent ei anna samuti kõike oma ajalehesisust ära, vaid aeg-ajalt on mõnest loost veebi tehtud lühiversioon, mille all on kommentaar, et pikemat lugu saab lugeda Saarte Hääle paberlehest. Kuigi konkurent pole veebis lugudele maksumüüri veel pannud, arvab Rauniste, et küll teine leht ka selle ära teeb või paneb oma väljaande hoopis kinni, sest igavesti ei saa oma toodangut tasuta ära anda.

## **Maksustatud veebiuudised kui raha teenimise võimalus**

Meie Maa tegevjuht Priit Rauniste on kindel, et lugejad hakkavad tulevikus veebisisu eest maksma. Rauniste arvab, et kuna maksustatud veebisisu on inimeste jaoks uus, ei maksa paljud lugejad kindlasti põhimõtte pärast, sest võivad mõelda, et veebiuudised peavad olema tasuta ja neile tundub ebareaalne, et internetis avaldatud sisu eest peab maksma.

Priit Rauniste rääkis veel, et kuigi paberlehe originaalse sisu kaitsemine on Meie Maa jaoks kõige olulisem, on teiseks eesmärgiks tulevikus natukene raha teenida. Meie Maa tegevjuht usub, et ilmselt pole mõtet mingil ajal üldse paberlehte trükkida ja kõik sisu kolibki ainult veebis, sest praegused noored ei hakka ilmselt tulevikus paberlehte tellima.

Natukene raha on Tartu Postimehe peatoimetaja Tiina Reinarti arvates kindlasti võimalik tasuta sisuga teenida, kuid tema sõnul pole sellega veel keegi rikkaks saanud. Siinkohal toob Tiina Reinart välja, et kui kõik uudised panna veebis tasuliseks, ei jõua kohalikus keskkonnas kuigi kaugele. Sellisel juhul teeb Tartu Postimehe peatoimetaja sõnul sama asja lihtsalt keegi teine, sest tema arvates teadmine, et veebilehel on kõik või suurem osa tasuline, võib lehelugeja minema peletada. Nagu näitasid vaatluse käigus saadud tulemused (Vt graafik 2), siis Tartu Postimehes on päeva jooksul ilmunud lugudest suurem osa tasuta, mis on enamjaolt päevauudised. Reinart peab seda väga oluliseks, sest lugeja jaoks teadmine, et veebilehel on palju tasuta sisu, võib kutsuda rohkem lugema.

Aarne Mäe toob samuti välja, et tasuliste artiklitega veebis palju ei teeni, kuid saab vältida võimalikult vähe kaotamist. Kui Lääne-Virumaal tasuta lehte ei oleks, tuleks teeks seda Mäe hinnangul keegi teine. Sealjuures toob Virumaa Teataja peatoimetaja välja sõltumatus, mis on lehetegemisel oluline – kui lehelugejad soovivad saada ausat ja kallutamata uudist, tuleb selle eest ka maksta.

### **3.3. Fookusgrupi intervjuude tulemused**

Eelnevas peatükis tõin välja nii maksustamist mõjutavad tegurid kui ka kolme lehetegija strateegiad, kuidas tasulisi lugusid lugejatele paremini müüa, näiteks kasutades pealkirjade muutmist, õrritajaid ehk lühemat kokkuvõtvat teksti viitega tasulisele loole kui ka lisatekstide kasutamist. Selle peatüki esimeses alapeatükis annan kõigepealt ülevaate, kas ja kuidas kohaliku ajalehe lugejad saavad nendest strateegiatest aru ning kuidas need strateegiad lugejatele mõjuvad.

#### **3.3.1 Strateegiate mõju lugejatele**

Kui Virumaa Teataja ja Tartu Postimehe peatoimetaja töid intervjuudes välja, et veebiuudistel sageli muudetakse pealkirju, kui nähakse, et klikid ei tule, siis Meie Maa peatoimetaja rääkis, et huvi tekitamiseks kirjutatakse veebiuudiste pealkirjadesse suurte tähtedega pealkirja täiendusi, millele on tavaliselt hüüumärk lõppu lisatud.

Kuues fookusgrupis osalenud respondentidest tõid kõige enam välja Saaremaa lehelugejad, seda nii nooremas- kui ka vanemas vanusegrupis, et saavad aru strateegiatest, kuidas Meie Maa suurte tähtedega ja hinnanguliste pealkirjadega soovib artiklit lugema ja ostma meelitada.

Lääne-Virumaa maakonnalehe Virumaa Teataja lugejad rääkisid, et on lugemisel kokku puutunud, et pealkiri ja sisu ei pruugi aeg-ajalt kokku minna ning pealkiri on uudisel üle paisutatud. Tartu Postimehe lugejate fookusgruppides täheldati lugema meelitajana aga pealkirjas sõna „vaata“ ning „loe edasi“, mida on märgatud küll pigem üleriigilises Postimehes. Samuti tõid paar vanema vanusegrupi Tartumaa respondenti välja, et on aeg-ajalt tajunud, et tasulise loo juhtlõik on kirjutatud spetsiaalselt selle jaoks, et kutsuda lugejat loo eest tasuma. Siinkohal tuleks märkida, et Tartu Postimehe peatoimetaja rääkis hoopis vastupidist – sissejuhatust üldjuhul veebilugudel ei muudeta. Fookusgrupi intervjuudest selgus, et Tartu Postimehe ja Virumaa Teataja lugejad oskasid välja tuua üksikuid näiteid, kuidas tajutakse, et neid proovitakse rohkem artikli eest ostma meelitada. Küll juhtisid respondendid tähelepanu üleriigilistele lehtede ja tabloidide pealkirjadele, mille puhul tajutakse strateegiaid, kuidas lugema ja ostma meelitada.

Saaremaa fookusgruppide respondendid tõid intervjuus välja Meie Maa suurte tähtedega pealkirjad ja mitte üheski Saare maakonna lugejate fookusgrupis polnud inimest, kellele see poleks need pealkirjad silma jäänud.

Kuigi Meie Maa peatoimetaja arvates on suurte tähtedega sõnad pealkirjas võte, kuidas paremini

lugema ja artiklit ostma meelitada, oli respondentide seas inimesi, kellele need pealkirjad on vastumeelsed ja neid, kes ütlesid, et trükitähtedega pealkirjad pigem tõukavad artiklist eemale ja suured tähed pealkirjas tekitavad aeg-ajalt tunde, et lugeja peale karjutakse. Samuti toodi välja, et suurte tähtedega sõnad pealkirjas on sisaldavad aeg-ajalt hinnanguid. Hinnangute lisamine lugude pealkirjadesse tõi välja intervjuus ka Meie Maa peatoimetaja, kelle sõnul hinnangute tootmine lugudesse mõjutab uudise loetavust. Meie Maa peatoimetaja Veiko Visnapuu tõi välja näiteks, et kui mõni konfliktsem või kurioosne uudis väljaande Facebooki lehele lisada ning kommentaarina lisada toimetuse poolne hinnang, siis see tõstab oluliselt loetavust.

**N54\_S:** *Meie Maa need pealkirjad tahavad sellist intriigi üles kiskuda ja võivad kurjaks minna. Mulle see ei meeldi. Ma ei tea, võibolla tahetakse mingit kollast arendada.*

**N40\_S:** *Et müüb pealkirjas, mida jaburama asja sa sinna paned. Klikid müüvad. See on mul juba see trots, et ma pigem juba, et ma ei taha lugeda ja ei anna seda klikki ka sulle.*

**M40\_Sn:** *Tekibki küsimus, et miks ajakirjandust üldse vaja on, kui pealkiri algab suurte tähtedega pealkirjadega „ÕÕVASTAV VAATEPILT“ ja kolm hüüumärki. Enne, kui sisusse jõuab tungida, on juba hinnang kõigile asjadele antud.*

**N36\_S:** *Trükitähtedega pealkirjad. Ära karju mu peale, ütlen ma siis.*

Kui valdavalt töid nii Saaremaa noorema kui ka vanema vanusegrupi osalejad välja, et suurte tähtedega pealkirjad neid häirivad, sest on agressiivsed ja sildistavad, oli fookusgrupi nooremas vanuserühmas inimesi, kellel on suurte tähtedega pealkirjast ükskõik, sest uudiste lugemisel keskendutakse pigem teemale, mis lugejaid huvitab.

**N40\_Sn:** *Ma üldiselt ei lase ennast sellistest asjadest häirida. Ma vaatan, kui teema mind huvitab, siis ma loen, olgu selle ees siis „uus“, „vana“, „õõvastav“.*

**M38\_S:** *Mul on umbes sama teema, sõltuvalt teemast. Need suured tähed, on nad või mitte, siis need ei häiri. Need absoluutselt ei pane mind rohkem klikkima.*

**N32\_S:** *Mind ennast need ei häiri.*

Respondent (N30\_S) arvas, et suurtähtede kasutamine oleks õigustatud, kui kajastatakse näiteks katastroofi, mille eest inimesi trükitähtedega pealkirjadega hoiatatakse. Näiteks üleujutuste eest, mitte aga skandaalide ja konfliktide esile tõstmiseks. Fookusgrupi intervjuus toodi veel välja, et kui trükitähti igapäevaselt pealkirjade esiletõstmiseks kasutada, võivad hiljem jääda märkamata sündmused, mille puhul tuleks erakorraliselt Saaremaa elanikel reageerida.

**N36\_S:** *Ma saan aru, et kui tulebki mingi selline hästi erakorraline asi, siis ei torgata nende suurte tähtedega pealkirjadega enam silma, sest seda on ülekasutatud.*

**N32\_S:** *Tekivad ootused ja siis vaatadki, et tegelikult ei ole mitte midagi.*

Kui Saaremaa fookusgruppides osalejatele meenusid eelkõige trükitähed ja erinevad hüüatused, nagu „pommuudis“ ja „skandaal“ uudiste pealkirjades, millega respondentide sõnul tehakse sageli uudis suuremaks kui see on sisult, siis Virumaa Teataja lugejad on täheldanud, et kui on tööl saanud kasutada Lääne-Virumaa maakonnalehele tasuta ligipääsu, on ette tulnud, et avavad uudise, millele on pandud intrigeeriv pealkiri, kuid uudise täismahus lugemiseks on selgunud, et sisu ei vasta ootustele, mida pealkiri lugejatele andis. Fookusgrupis osalenud respondendid tõdesid, et kui peaksid tasulise artikli eest ise maksma, oleks see pettumus.

**N27\_LV:** *Vahel on nii, et teed lahti ja vaatad, et on tasuline, siis avastad, et mingit uudist polegi. Ma arvan, et see oleks päris suur pettumus, kui ma maksaks selle eest ja teen lahti ning midagi polegi.*

**M34\_LV:** *See on kaval nipp, et pealkirjad pannakse sellised hästi atraktiivsed ja intrigeerivad ja see pealkiri ei pruugi sageli vastata sellele sisule.*

**M53\_LV:** */.../Sisu on teinekord väga tagasihoidlik, aga pealkiri on midagi muud.*

*Seda on suhteliselt sageli. Inimene, kes ainult pealkirja loeb, mõtlebki, et elu on nii jube ja kole.*

**N40\_LV:** *Mul on olnud ka samamoodi, et hästi intrigeeriv pealkiri ja siis ma olen saanud sinna sisse, aga seal uudist polegi. Lihtsalt pealkiri on ja pilt. Kui ma oleks nüüd ostnud selle.*

Üks Lääne-Virumaa noorema vanusegrupi respondent (N40\_LV) meenutas, kuidas oli kunagi lugenud Virumaa Teatajast lugu, mille pealkiri andis mõista, et tütar põhjustas emale piinavaid kannatusi. „*Seal oli väikese tüdruku pilt, mingi 5-aastane tüdruk, ja siis mõtlesingi, et issand jumal, mida ta võis teha.*“

Respondendi sõnul oli artikli sisu tegelikult selles, et Lääne-Virumaal sündinud Eesti venelasest emal sündis laps Venemaal ja ema nägi vaeva, et lapsele Eesti kodakondsus saada, millele lapsel oli sünnijärgselt õigus. Pealkiri mõjus respondentile aga tema sõnul nii, et väike tüdruk on emale halba teinud.

Lääne-Virumaa vanema vanusegrupi respondent (N42\_LV) meenutas Virumaa Teatajas ilmunud lugu raamatukogus tegutsevast perverdist, kus artiklile oli pandud intrigeeriv pealkiri ja seega hakkasid lapsevanemad muretsema, samuti hakkasid üle Eesti inimesed raamatukogusse helistama. Artikli sisu oli respondendi sõnul aga tegelikult see, et raamatukogust leiti raamatu vahelt alasti mehe pilt, kuhu mees oli oma kontaktandmed jätnud. „*Seal pealkirjas olid aga väga kaugeleulatuvad järeldused.*“

Respondent (N40\_LV) lisas veel, et tal tekib pealkirjade intrigeerivamaks tegemisega küsimus, kas ajakirjanduse kvaliteet ei kannata, et kui pealkirju panna ainult sellepärast, et inimesed klikiksid ja ainult pealkirja pärast ainult loo ostaksid. Lääne-Virumaa fookusgrupi respondendid arvasid, et lugeja õpib ja kaua lugejat petta ei saa.

Tartu fookusgruppide respondendid tõdesid, et intrigeerivaid pealkirju kasutab üldjuhul üleriigiline Postimees, kaasa arvatud teised üle Eesti levivad väljaanded. Respondendid tõid veel välja, et kuna Tartu Postimees on üleriigilise ajalehe osa veebis, mille veebilehe kujundus on sarnane, ei saada aeg-ajalt aru, kas loetakse Postimeest või maakonnalehte, sest Tartu teemasid kajastab ka üleriigiline väljaanne. Postimehes on respondendid kogenud, et aeg-ajalt on pealkiri suurem kui on sisu, mis omavahel kokku ei lähe. Samuti tajus üks nooremas vanusegrupis osalenud respondent, et üleriigilises lehes kasutatakse strateegiana, kuidas lugema meelitada, pealkirjas sõna „vaata“, mis respondendi sõnul küll aeg-ajalt töötab ja kutsub lugema.

Tartumaa vanemas vanusegrupis toodi aga välja, et aeg-ajalt tasuliste lugude puhul tuleb ette, kaasa arvatud maakonnalehes, et pealkiri ja juhtlõik toovad valdavalt loo tuuma välja ning pikemalt lugedes öeldakse terves uudises sama asja ülejäänud artikli jooksul korduvalt uuesti. Lugejad ütlesid, et tunnevad ennast sellisel juhul petetuna, eriti, kui küsitakse raha.

Kuigi Tartu Postimehe peatoimetaja Tiina Reinart tõi intervjuus välja, et üldjuhul uudiste *lead*'i Tartu Postimehe toimetuses ei muudeta, oli respondentide seas neid, kes on lugedes tajunud, et uudise sissejuhatus on kirjutatud võimalikult põnevaks.

**M40\_T:** *Ma olen tähele pannud, et kui lugu häguseks läheb, et esimene lõik, loed selle läbi ja see on intrigeeriv. See sissejuhatus on niimoodi, et sa tahaks sealt edasi lugeda, sest siis läheb just põnevaks.*

**M45\_T:** *Arvad, et nii on kohe mõeldud?*

**N45\_T:** *Minule tundub, et algus on tehtud intrigeerivaks ja esimesed kaks rida on põnevad.*

Kokkuvõttes võib fookusgruppide intervjuudes välja toodud tähelepanekutest järeldada, et lugejad on tajunud peatoimetajate ütlustest välja toodud strateegiaid. Peamiselt on täheldatud pealkirjades intriigi välja toomist, mille tõid peamiselt välja Lääne-Virumaa ja Saaremaa respondendid, kelle arvates pingutavad toimetused aeg-ajalt pealkirjade muutmise liiga palju, mistõttu pealkiri ei vasta sisule, sest uudis on suuremaks ja skandaalsemaks tehtud, mis ei pruugi vasta artikli tegelikule sisule. Respondendid tõid välja, et see võib saada määravaks artikli ostmisel, sest kui lugeja ostabki uudise, mille pealkiri annab lootust millelegi muule ning tunneb ennast petetuna, siis teist korda tõenäoliselt uudist ei osteta.

Kuigi kolm Saaremaa noorema vanusegrupi respondenti tõid välja, et loevad uudiseid teema pärast, mis neid huvitab ja nende jaoks pole oluline, kas pealkirjas on suured tähed või mitte, võib teiste osalejate ütluste põhjal järeldada, et strateegiatesse suhtutakse pigem skeptiliselt.



Kõige enam tajusid strateegiaid, kuidas inimesi rohkem artiklit lugema ja ostma meelitada Saaremaa maakonnalehe Meie Maa lehelugejad. Seda võib pidada mõistetavaks, sest trükitähed ja hüüumärgid pealkirjas torkavad rohkem silma ja jäävad lugejatele paremini meelde kui näiteks Virumaa Teataja ja Tartu Postimehe veebis muudetud pealkirjad, mille puhul lugejad ei pruugi alati tajuda, et pealkiri on veebilugeja jaoks atraktiivsemaks tehtud.

Virumaa Teataja lugejad tõid välja, et on kokku puutunud lugudega, kus pealkiri ja sisu ei lähe kokku. Siinkohal tuleks märkida, et Virumaa Teataja peatoimetajaga tehtud intervjuust selgus samuti, et aeg-ajalt on oht, et pealkirjade muutumisel selgub hiljem, et lugu pole nii traagiline kui see esialgu välja mängiti.

Kui Tartu Postimehe peatoimetaja tõi intervjuus välja, et uudiste juhtlõiku üldjuhul ei muudeta, sest loetavus sellest ei kasva, tõid Tartumaa fookusgruppide respondendid välja, et intrigeerivate pealkirjade asemel on tajutud pigem, et uudise avalause on püütud toimetuses teha atraktiivsemaks, et lugeja sooviks edasi lugeda. Siinkohal võib välja tuua, et võib juhtuda, et lugejad tajuvad strateegiaid ka seal, kus neid tegelikult ei ole.

Tartu Postimehe, Meie Maa ja Virumaa Teataja veebiväljaandes on tasulised lood märgitud vastava märgistusega ainult nendest viimasel, kus tasuta ja tasulisi artikleid saab eristada kinniste või lahtiste tabalukkudega. Maksustatud uudise puhul saab artikli pikkuse umbes ära hinnata ainult Tartu Postimehes, kust maksustatud lugu muutub pärast juhtlõiku hägustatud tekstiks.

Saaremaa ja Tartumaa fookusgruppide üksikud respondendid nägid strateegiat, kuidas tasuliste lugude peal rohkem klikitakse ka seal, et maksustatud lood pole tasuta lugudest eristatavad. Üldjuhul pidasid tasuliste lugude märgistamist oluliseks üksikud respondendid, sest vaatamata tasulisele sisule loetakse niipalju, kui saadakse ja teadmine, et veebilehel on tasulised lood, respondentide lugemisharjumisi ei mõjuta.

Olulisemaks aga peeti arusaamist, kui pikk on uudis, mis on maksustatud, kuna see teeks lugejate jaoks ostmise või mitteostmise lihtsamaks – paarilõigulist uudist lugejad ei ostaks. Sama arvas intervjuus Meie Maa tegevjuht Priit Rauniste, kes ütles, et maksustatud sisu hägustamine veebis teeks lugejate jaoks valiku kergemaks.

**M32\_LV:** *Sa ostad muidu nagu põrsast kotis, et ei tea, mis saad selle eest /.../Mina ei tea, see info ikka peaks olema. Samas, kui lähed poodi ja sa ei tea, kui palju mingid asjad maksavad ja kassas saad alles teada. Sa ei viitsi selle korviga minna tagasi.*

**N32\_S:** /.../minu meelest nii on küll olnud, et tegelikult lugu pole ollagi ja võib ollagi sama pikk kui lead. Keegi, kes on ostnud, siis on kommentaarides pahandanud, et seal pole lugu ollagi. Kui on näha, et väga pikk asi on tulemas, siis suhtuks teistmoodi küll.

**M40\_T:** Loomulikult, kui sa midagi ostad, pead teadma, kui palju sa saad selle eest.

**M36\_T:** See on lihtsalt mingi pilt seal. Protsent oleks parem, kui hägune tekst. Kui on pool olemas ja pool tuleb järele, siis on pettumus.

Kui Saaremaa ja Tartumaa respondentidest arvasid peaaegu kõik, et tasuliste lugude puhul peaks olema aru saada, kui pikk on maksustatud lugu, siis Lääne-Virumaa fookusgrupi respondentidest ütlesid paljud, et nende jaoks on see ükskõik. Ilmselt võib üheks põhjuseks pidada seda, et Lääne-Virumaal respondendid said võimalusel Virumaa Teataja artikleid veebist tasuta ligipääsu tõttu lugeda ja neil ei teki maakonnalehte lugedes väga tihti olukorda, kus artiklid, mida lugeda soovitakse, on maksumüüri taga.

### 3.3.2. Kohaliku lehelugeja kogemus tasulise loo ostmisel

Merilin Sarapuu 2014. aastal kaitstud bakalaureusetööst „Internetikasutajate valmisolek digitaalse sisu eest tasumiseks“ tuli välja, et lugejad hindavad veebiuudise eest maksmisel eelkõige värskust ja samuti kvaliteeti ehk tasustatud uudiselt oodati paremat ajakirjanduslikku tööd, sealhulgas toodi esile kontrollitud fakte, arvamuste ja faktide lahusust ning tasakaalustatud infot. Kõige mõjukamaks tasumata jätmise põhjuseks osutus Sarapuu töös sarnase informatsiooni kättesaadavus muudest allikatest, mistõttu pole lugejatel motivatsiooni uudise eest maksta (Sarapuu, 2014).

Samuti ilmnes Sarapuu tööst, et maksustatud veebiuudise eest tasumine on seoses eelneva kogemusega tasulise uudise eest maksmisel ja samuti vanusega. Sarapuu tööst tuli välja, et nooremase vanusegruppi 26–36 kuulunud inimesed olid rohkem valmis tasulise veebiuudise eest maksta (Sarapuu, 2014).

Fookusgruppides osalenud respondendid Tartumaalt, Lääne-Virumaalt ja Saaremaalt tõdesid kõik, et veebis kohalikke uudiseid lugedes tuleb iganädalaselt ette, et pörgatakse maksumüüri vastu või avastatakse, et loetakse tasulist lugu. Kuigi maksumüüri puututakse sageli kokku oli uuringus osalenud respondentide seas üksikuid, kes olid veebist tasulise kohaliku uudise ostnud. Kolme maakonna fookusgruppides ei olnud ainult Lääne-Virumaa vanemas vanusegrupis lehelugejaid, kes oleksid veebist maksustatud uudise ostnud.

Lisaks kohalikule uudisele olid osad respondendid ostnud tasulise loo Eesti Päevalehest, Maalehest või Eesti Ekspressist. Respondentide seas oli samuti inimesi, kes ühekordse pileti asemel olid otsustanud pikemaajalisema lehe- või digitellimuse kasuks.

Põhjused, miks olid respondendid otsustanud kohalikust väljaandest tasulise loo osta, olid sarnased – uudis oli seotud lähedase ja tuttavaga või tööalaselt ning erialaselt vajalik. Respondentide seas oli ka neid, kes olid küll artikli veebist ostnud või proovinud osta, kuid ei mäleta täpsemalt, millest artikkel rääkis. Tasulise veebiuudise ostmine ja selle seotus lähedaste või tööga tuleb välja ka Merilin Sarapuu (2014) bakalaureusetööst, millest selgus samuti, et üks oluline väärtus tasuta ja tasuliste digitaalse sisu puhul on personaalne side, mis on seotud kodukoha, enda või lähedastega seotud informatsiooni ja tööga seotud informatsiooniga (Sarapuu, 2014).

Kohaliku uudise ostnud maakonnalehe lugejate seas oli neid, kes olid pärast artikli ostu pettunud kui ka neid, kes said tasulisest loost kätte informatsiooni, mida oodati ja vajati.

Virumaa Teataja ja Meie Maa lugejad, kes on kohaliku uudise ostnud ja pettunud rääkisid, et artikkel osteti siis, kui väljaanded läksid veebis tasuliseks. Virumaa Teataja lugeja ostis loo, sest seal räägiti respondendi sõbrannast, Meie Maa tasulise veebiloo ostja ei mäletanud täpselt, millest lugu rääkis ja miks ost sooritati. Kuna mõlemad lugejad väitsid, et lugu ei vastanud nende ootustele, tõdeti, et see sai määravaks, miks edaspidi kohalikust lehest tasulisi lugusid rohkem ei ostetud.

**N27\_LV:** *.../ minu ühte sõbrannat puudutav, tuttavat puudutav teema ja tegin lahti ning vaatasin ka, et polnud nagu midagi .../ Mina mäletan, et see oli pettumus. See jäi meelde .../ Ei olnudki mingit lugu nagu. See oli lühike ja ma arvan, et oligi see keiss, et alguses oli juba kõik öeldud ja ma ei saanud rohkem mingit informatsiooni, kui maksin selle raha ära. Ootasin midagi enam.*

**N40\_S:** *Meie Maa artikkel oli kuidagi tööga seotud, ma arvan, et mingil põhjusel .../ arvan, et see polnud üldse skandaalne lugu, aga ma ei mäleta. See oli üsna algusaegadel, kui see süsteem tuli, siis mõtlesin, et vaatangi, mis seal kirjutatakse. Aga mäletan, et emotsioon oli see, et pähh, pole üldse see.*

Virumaa Teataja lehelugeja mõtles pärast ostu sooritamist, et tasulist lugu oleks saanud lugeda ka tuttava käest paroole või artiklit küsides. Nüüd, kui teadmine tasuliste artiklite teemal on suurem, on respondent arvamusel, et kui kunagi peaks tekkima vajadus tasulist lugu lugeda, kaalub ta varianti, et küsida tuttava tellija käest, kas oleks võimalik artikkel saata või kasutada paroole.

Saaremaa respondent, kes oli tasulise loos ostnud, tõi samuti välja, et kuigi mõne artikli puhul võib tekkida huvi, mis on selle sisu, aga esimene kogemus artikli ostmisega oli pettumus, sest informatsiooni, mida oodati, ei saadud, leiab huvipakkuva loo lugemiseks ka teisi võimalusi, näiteks lugeda tööol paberlehte.

Kui Virumaa Teataja ja Meie Maa kaks lehelugejad pettusid uudise ostmisel, sest artikkel ei vastanud ootustele, siis Tartu Postimehe veebiartikli üks ostja (N52\_T) meenutas, et soovis lugu osta, maksis raha, kuid uudist lugeda ei saanud. Selle asemel, et probleemi põhjuseid otsima hakata, otsustas kohaliku lehe lugeja artikli ja tehingu ära unustada ning edaspidi tasulist lugu mitte osta.

**N52\_T:** *.../ maksin ja ma ei saanud lugeda. Mina ei saanud aru, miks ma ei saa lugeda, kui olen enda arvates kaks eurot maksnud. Mõtlesin seejärel, et hakkan jälgi ajama, aga mõtlesin, et ahh, tühja see 2 eurot ja ei viitsi seda jälge ajada, et hakkan Postimehesse helistama .../ Nüüd ma ei üritagi tasulist lugu osta ja ei viitsi enam.*

Tartumaa noorema fookusgrupi respondent (M36\_T) ostis loo, mis ilmus küll üleriigilise Postimehe paberlehes. Kuna lugu oli seotud Tartus elanud inimesega, oli sama lugu lisatud ka Tartu Postimehe veebiväljaandesse. Uudis oli respondendi lähedasest inimesest ning artikli ostmise vastu oli isiklik huvi. Kuigi respondentide seas oli inimesi, kes kaalusid sama artikli ostmist, saadi tasuline lugu kätte teiste kanalite kaudu.

**2N27\_T:** Kirjutasin ühele sõbrannale siis, et kas tal on see artikkel. See lugu oli hästi oluline ja selle puhul mõtlesin, et ma ostan selle, aga siis küsisin sõbrannalt enne, kellel oli see olemas.

**M36\_T:** Mina ostsin ka sama loo /.../ Selle loo puhul oli isiklik huvi.

**N27\_T:** Mina sain seda lugu kuidagi teistmoodi lugeda, et kellelgi oli kuskil.

Respondent (M36\_T) tõi välja, et on Postimehest varem samuti tasulise loo ostnud, kuid ei mäleta, kas artikkel ilmus üleriigilises lehes või maakonnalehes. Respondendi sõnul oli see tema jaoks tööalaselt oluline lugu, mille sisu vastas ka ootusele. Pärast artikli ostmist saatis respondent sama uudise veel kahele sõbrale, kes keelduvad tasuliste veebilugude eest maksmast. Respondent tõdes, et on nõus pikemaid lugusid ostma ja see pole tema jaoks probleem, kui päeva- või kuupilet pole liiga kulukas.

**M36\_T:** Täiesti tujust sõltuvalt olen ostnud ka tasulisi artikleid, kui ma ei viitsi mujalt otsida ja tundub huvitav asi ka, mis see siis on /.../ Ma arvan, et kui ühel hetkel lähevad lehed üha rohkem tasuliseks, siis mis seal ikka, aga maksa peab, kui see tellimus pole viiskümmend eurot kuus.

Saaremaa noorema vanusegrupi fookusgrupi intervjuus osales aga lehelugeja, kellel on tekkinud vajadus mõne vanema uudise järele, mis hoolimata sellest, et võis uudise ilmumise päeval olla tasuta, muutus tasuliseks. Meie Maa tegevjuht Priit Rauniste tõi intervjuus samuti välja, et ajaleht maksustab veebis arhiivi ja oste sooritatakse igapäevaselt.

Meie Maast arhiivi ostnud respondent rääkis, et vajadus tasulist artiklit osta tekkis tööalaselt, et viia end kurssi varasemalt kajastatud temaga. Tollel hetkel pidas respondent aja kokku hoidmiseks otstarbekaks uudised kiiresti veebist osta, kui minna raamatukogusse, et aastate tagune ajaleht välja otsida. Artiklist sai lugeja ka informatsiooni, mida otsis ja ootas ning seega ei välista respondent, et kui edaspidi peaks artikli ostmiseks vajadus tulema, siis teeb seda veel.

**M40\_Sn:** Ohh, mis selle informatsiooni hind on, kes seda ikka oskab öelda. Vahepeal on hindamatu ja vahepeal hakkab ka kolmest sendist kahju /.../ Ma sain ilmselt selle informatsiooni kätte, vähemalt ei mäleta suurt pettumust, et ma ütleks, et ma enam kunagi ei telli.

## Tasuliste artiklite ostmine muudest väljaannetest

Kuigi respondentide seas oli käputäis neid, kes on kunagi kohalikust lehest tasulise veebiartikli ostnud, ei olnud nende respondentide hulk oluliselt suurem, kes olid mõnest teisest ajakirjandusväljaandest tasulise loo ostnud. Põhjused artikli ostmiseks olid maakonnalehest artikli ostmisega sarnased – uudised olid tööalaselt ning isiklikult vajalikud või seotud lähedaste inimestega. Erandina võib välja tuua Maalehest aasta horoskoobi ostmise, mille oli paar Saaremaa fookusgrupi vanema vanusegrupi respondentid ostnud.

Mitte ükski respondent, kes olid tasulise loo ostnud üleriigilisest väljaandest, ei öelnud, et pidi ostus pettuma. Sisu vastas nende ootustele.

**M45\_T:** *Mina olen ostnud Eesti Päevalehest /.../ ma pole saanud ainult infokildu, vaid mul on kõik olemas /.../pigem olin rahul jah, sest see oli päris pikk artikkel mitme erineva osaga /.../selline A4 või rohkemgi, siis ei saa seal nii palju kedrata, et pealkiri ütleb kõik ära.*

**N28\_T:** */.../lugu oli Eesti Ekspressis/.../Ma kindlasti ei saanud sealt 100% seda, mis ma tahtsin, aga ma ei mäleta suurt pettumust ka, muidu mul oleks vist meeles konkreetne artikkel.*

**N58\_S:** *Maalehest/.../ Otsisin ja vaatasin ja sain selle kätte, mis ma tahtsin.*

Fookusgrupi respondentide seas oli ka inimesi, kes enne Saaremaale, Lääne-Virumaale või Tartumaale kolimist on elanud, õppinud või töötanud mõnes teises Eesti maakonnas. Mõned respondentid Saaremaa ja Tartumaa fookusgruppidest tõid välja, et pärast kolimist loetakse ja tuntakse endiselt huvi, mis endises elukohas toimub. Kuigi endises elukohas toimunu vastu on huvi, tõdesid osad fookusgrupis osalenud inimesed, et maksustatud lugude tõttu jääb informatsioon saamata või leitakse teisi lahendusi, kuidas teave huvipakkuva artikli kohta saada.

**2N27\_T:** *Mina olen Viljandist pärit ja kui olen Viljandi lehte Sakalat tahtnud lugeda, siis vaatan, et esimesed kaks on seal võibolla tasuta, kuid ülejäänud on kõik tasulised. Seal on tõesti olnud paar asja, mida olen tahtnud lugeda, aga maksumüüri tõttu pole näinud mõtet ja küsin parem kodustelt, mis toimub.*

**M42\_LV:** *Olen Viljandimaal elanud ja vahest tahaks Sakalat vahepeal lugeda, aga ma ei pääse ligi sellele lihtsalt.*

**M48\_S:** */.../elasin Paides ja lugesin Järva Teatajat. Kui ma Saaremaale tuln, siis ma alguses kogu aeg lugesin Järva Teatajat. Kui ta läks tasuliseks, siis ma pole seal enam käinud.*

**M40\_Sn:** *Ma loen võimalusel teisi maakonnalehti ka, mitte küll fanaatiliselt /.../Mul on tekkinud Sakalas selline olukord, et näpp juba läheb peale, aga ei viitsi seal hakata mingit paketti tegema. Oleks see samamoodi nagu Meie Maas, siis ma võibolla isegi ostaks sealt aeg-ajalt artikleid. Seal on ikka lood põhjalikumad.*

**N36\_S:** *Mina olen nõus, mina loen ka Sakalat /.../ teoreetiliselt, kas ma sellisel tasemel sisu eest nagu seal, oleks nõus siin maksuma, kui meil oleks üks leht, selle puhul ütleksin, et pigem jah.*

Paides elanud respondent tõdes, et kuigi esilagu olid tal Järva Teataja paroolid, millega sai veebist vabalt kõike lugeda, aga kuna teisi paroole, mida meeles pidada on palju, peab ta otstarbekamaks minna Järva maakonna infoportaalile jarva.ee, kust saab vajalikud uudised enda jaoks teada.

Tartumaa nooremas vanusegrupis osalenud respondent aga arvas, et kui kodukoha lehes Sakalas oleks uudis, mis oleks väga oluline, mida mujalt teada ei saaks, kaaluks ta võibolla ostmist.

Viljandis sündinud Saaremaa noorema vanusegrupi respondent rääkis, et eraldi Sakala eest ei maksa, sest tal on elektrooniline juurdepääs lehe sisule. Huvitav on ka respondendi väide, et kui Saaremaal oleks ainult üks maakonnaleht, mille sisu oleks sarnane nagu Viljandimaa maakonnalehel, ei välistaks, et oleks nõus tasulise sisu eest aeg-ajalt veebis maksma.

Fookusgruppide intervjuudest tuli veel välja, et paljud respondendid ei ole küll konkreetset artiklit või päevapiletit ostnud, küll aga on tellitud endale paketi, mis annab võimaluse väljaandeid pikemajalisemalt ja võimalusel nii digitaalselt kui ka paber kandjal lugeda. Respondentide valikute seas oli enamasti Eesti Päevalehe, Eesti Ekspressi ja Maalehe tellimus. Üks Tartumaa respondent tellib aeg-ajalt Postimeest, millega tuleb kaasa Tartu Postimees ja üks Saaremaa fookusgrupis osalenud respondent tellib Viljandimaa maakonnalehte Sakala.

Kokkuvõttes võib viies fookusgrupis osalenud respondentide ütluste põhjal öelda, et veebist tasulise loo ostmise põhjused on peamiselt seotud töö, respondentide erialaga või lähedast puudutanud teemaga, vähem aga meelelahutusega, nagu Maalehest aasta horoskoobi ostmine.

Kuigi respondentide seas oli paar inimest, kes pidid pärast tasulise veebiuudise ostu pettuma, võib väita, et suurem osa fookusgruppides osalenud inimesi, kes oli tasulise uudise veebist ostnud, said ostetud artiklist ka seda informatsiooni, mida ootasid. Üheks põhjuseks võib pidada seda, et tasuline veebiuudis andis respondentidele tööalaselt või eraeluliselt informatsiooni või uusi teadmisi, mida sai tuttavatega jagada.

Fookusgrupi intervjuudest tuli välja, et pigem olid rohkem pettunud respondendid, kes olid tasulise uudise ostnud kohalikust lehest, sest uudis ei vastanud ootustele või ühel juhul ei saanud respondent uudist peale tasumist üldse lugeda. See avaldas omakorda negatiivselt mõju edaspidi tasulise uudise ostmisele.

### 3.3.3. Kohalike lehelugejate valmisolek tasuliste lugude eest maksta

Fookusgrupi intervjuu käigus viisin osalejate seas läbi ülesande, milles tuli respondentidel 20 kohaliku uudise seast, kus oli 10 tasuta ja 10 tasulist lugu, ära märkida 10, mida nad valikust eelkõige loeksid.

Kuigi suurema osa respondentide valikute seas olid vähemalt pooled artiklitest tasulised (Vt. Lisad), väitsid enamik osalejaid kindlalt, et pole nõus ühegi loo eest maksuma ja pigem loobuksid lugemisest või otsiksid informatsiooni mujalt. Ühe Tartumaa ja ühe Saaremaa fookusgrupi osaleja sõnul oli valikus lugu, mis neid paelus, kuid arvasid, et päriselt ostmise situatsioonis olles siiski raha välja ei käiks. Üks Lääne-Virumaa respondent aga kaalutles ühe artikli puhul, et kui see oleks tema tuttavaga seotud, mõtleks ta võibolla ostmisele.

**N40\_S:** *Mul oli ainuke lugu, mis mind paelus, aga ma ikka ei ostnud seda. Ma tean, et see Maire lugu „Maire Sillavee sööb kultuurileiba – juba 35 aastat,, seal lehes oli, aga ma ikka ei ostnud seda /.../Ma lugesin selle väikese jupi ainult, rohkem ma edasi ei läinud.*

**N42\_LV:** *Võibolla see uudis, et „Riho Hütt naasis palverännakult”, et kui siin oleks tegemist näiteks minu klassiõega ja mul on tõesti tohutu huvi, siis ma maksaks.*

**N27\_T:** *Ma maksaksin vist selle loo eest „Maailmale tiir peale. Mootorrattaga“. Täitsa kohe loeks seda.*

**M36\_T:** *Nendel oli blogi ka tegelikult, kust saab tasuta lugeda.*

**N27\_T:** *Siis ma ei maksa selle eest, vaid lähen ja loen blogi.*

Üks respondent ütles, et loeks Tartu Postimehes ilmunud uudist ümber maailma rännanud mootorratturitest, kuid kuuldes teiselt respondendilt, et sama informatsiooni saab rändurite blogist lugeda, mõtles ta ümber. Seega oli respondendil raske öelda, kui oleks sama lugu veebis näinud, kas ta oleks päriselt selle artikli ostnud, sest ei teadnud enne teise osaleja ütlust, et võib saada blogist sama informatsiooni.

Saaremaa fookusgrupis osaleja aga mäletas, et oli uudisega „Maire Sillavee sööb kultuurileiba – juba 35 aastat,, selle ilmumise ajal Meie Maa veebis kokku puutunud ja artikkel pakkus huvi, kuid sellest hoolimata rohkem kui pealkiri ja *lead*’i ei lugenud. Respondent arvas, et kuna ta ei ole raha artikli eest välja käinud ega paberlehest sama lugu otsinud, siis järelikult polnud lugu tema jaoks piisavalt oluline.

Suurem osa respondentidest tõid välja, et ülesandes, kus neil tuli valida 10 uudist, mida nad eelkõige etteantud valikust loeksid, polnud ühtegi uudist, mille lugemiseta nad hakkama ei saaks ja seega võiksid nee vabalt lugemata jääda. Respondendid ei välistanud ka võimalust, et võibolla



saaksid uudised, mis nende valikust olid tasulised kätte ka muude kanalite kaudu – näiteks teisest ajakirjandusväljaandest, otsiksid välja paberlehe või läheksid linna koduleheküljele.

**M36\_T:** *././sellised lihtsad argised uudised, mis linnas toimub, on tasulised ja siis ma võibolla lähen seda otsima kuskilt mujalt, mitte ajakirjaniku sulest, vaid mingit fakti Tartu linnavalitsuse lehelt ././Näiteks uus vöötrada ja sellised asjad, mis on kummalisel kombel põnev, mis toimub, aga selle eraldi artikli eest maksta hakata ei tahaks.*

**M32\_LV:** *Vabalt võiks lugemata jääda, ei juhtuks midagi.*

**M34\_LV:** *Ei raatsiks küll ühegi uudise eest maksta ././ See Kunda linnapea lugu, oleks saanud kellelegi helistada.*

**N58\_S:** *Kui midagi põnevat on, siis küll ma selle lehe üles otsin.*

**N38\_S:** *Need pole nii olulised uudised, et nende eest oleks nõus konkreetselt maksta ja seda enam, et vajadusel saab tööjuures ka lehte lugeda.*

**M45\_T:** *Üks teema on siin täiesti isiklik. Siin on ühes artiklis juttu tuttavatest inimestest, siis võibolla võiks seda arutada, aga põhimõtte jah.*

**M49\_T:** *Need teemad, mille juurde ma selle numbri kirjutasin, siis see info tuleb mulle nii või naa mingil hetkel kätte.*

Mõned respondendid tõid veel välja, et 20 artiklist oli 10 huvipakkuvat uudist raske leida ning üksikud respondendid märkisid töölehele vähem kui 10 artiklit, mis neile huvi pakkusid.

Lääne-Virumaa, Saaremaa ja Tartumaa lehelugejate hulgas oli kõige enam neid respondente, kes arvasid, et neile piisab pealkirja ja artikli avalõigu lugemisest, et teada saada, millest artikkel räägib. Fookusgrupis osalenud kolme maakonna suurem osa respondente, kellel töö pole võimaldanud paroolidega tasuta ligipääsu, tõdesid samuti, et iganädalaselt maakonnalehe uudiseid veebist lugedes ja maksmüüri vastu põrgates piirduakse väga tihti selle informatsiooniga, mida annab pealkiri, pilt ja *lead*. Kuna fookusgruppides oli üksikuid respondente, kes olid kohaliku uudise eest maksnud, tõdeti, et maksumüüri tõttu jääb uudis teadmata või loodetakse, et informatsioon jõuab muude kanalite kaudu.

### **Maksustatud veebiuudise ostmist mõjutavad tegurid**

Kõigepealt tooksin välja, et võrreldes Lääne-Virumaa ja Tartumaa lugejatega on Saaremaa lehelugejate motivatsioon tasulisi lugusid veebist osta kindlasti väiksem, sest Saaremaal on kaks maakonnalehte, millest üks veebisisu ei maksusta, kuid näiteks pikemaid lugusid veebis alati vabalt kättesaadavaks ei tee, vaid soovib uudise lõpus pikemalt lugeda Saarte Hääle paberlehest. Saaremaa respondentidest paljud ütlesidki, et juhul, kui Meie Maa veebilehel avatakse lugu, mis on

tasuline, minnakse konkureeriva väljaande Saarte Hääle veebilehele, kust otsitakse sarnase sisuga uudist.

Kuigi kahe Saaremaa maakonnalehe uudised üks-ühele ei kattu, ütlesid Saaremaa fookusgruppide respondendid, et kuigi Meie Maa veebilehel tuleb sageli ette, et klikitakse tasulisele veebiloole, loetakse mõlema Saaremaa ajalehe veebiväljaannet. Respondentide sõnul saab Saaremaa teisest maakonnalehest päevakajalised uudised ja tähtsamad teemad samuti teada.

**N32\_S:** */.../Kui konkureeriv teine leht on aga olemas, siis see juba katab need uudised nii hästi ära. Muidugi on lugusid, mis on pikemad persoonilood ja mida mujalt ei saa, aga päevakajalised teemad on teises lehes ka /.../ Vahel ongi nii, et kui näed mõnda uudist, mis isegi huvitab, siis ongi see, et kusagil ma ikka seda paberlehte näen ju, kas tööjuures või nädalavahetusel lähen vanematele külla.*

**N54\_S:** *Hommiikul on ikka esimene asi lehed internetist üle vaadata ja vaadata, mis seal kirjutatakse. Mida saan lugeda, loen läbi, mida mitte, siis jätan kõrva taha.*

Saaremaa fookusgruppides osalenud respondendid arvasid, et saarlaste motivatsioon maakonnalehest uudist osta, ükskõik, kui hästi tiiser on kirjutatud ja lisatud suurtähed, on minimaalne, arvestades seda, et maakonnas on veel teine päevaleht, mis olulisemaid uudised oma veebiväljaandes samuti kajastab. Üldiselt usuvad Saaremaa fookusgruppide respondendid, et teistes maakondades, kus on üks kohalik väljaanne, mille sisu on tasuline, võib motivatsioon tasulist veebiartiklit osta olla suurem. Saaremaa respondendid arvasid, et väikeses kogukonnas näiteks eakas inimene niikuinii uudist veebist ei osta. Mõned respondendid tõid veel välja, et hakkavad alles siis maksta uudiste eest, mida neil on ilmtingimata vaja, kui ajakirjandus on täielikult internetis ja paberkandjal pole võimalik uudiseid kätte saada. Paar respondenti olid kindlad, et kui veebisisu oleks ainult tasuline, loeksid nad maakonna uudised väga harva.

Kui Saaremaa kohalike lehelugejate motivatsiooni tasulisi uudiseid osta mõjutab oluliselt olukord, kus maakonnas on kaks päevalehte, siis Lääne-Virumaa fookusgruppide respondentide puhul peab välja tooma respondentide võimaluse vajadusel tööl paroolidega ligipääsu Virumaa Teataja veebisisule. See teeb kindlasti nende motivatsiooni veebist tasulist lugu osta väikemaks kui näiteks Saaremaa või Tartumaa enamikel respondentidel, kelle töö ei võimalda maakonnalehe sisule tasuta juurdepääsu.

Küll on aga Lääne-Virumaa respondendid selle võrra teadlikumad, milline sisu on maksumüüri taga ja kas selle eest ilma tasuta ligipääsuta ollakse valmis maksma, sest Virumaa Teataja veebilugusid lugedes on uudise päises kirjas, milline lugu on tasuline ja milline mitte.

Lääne-Virumaa fookusgrupis osalenud respondentidest mitmed tõdesid, et kui maakonnalehe tasulise sisu eest peaks ise maksma, jääks väga palju informatsiooni nende jaoks saamata. Samuti tõdeti, et enne, kui paroole tasulisele sisule ei olnud, ei oldud samuti valmis maksma.

Peamine põhjus, mille kõigi kolme maakonna respondentid välja tõid, miks ei ole nad valmis tasulise veebisisu eest maksma, lisaks eelmainitud põhjustele, nagu konkureeriv teine maakonnaleht või võimalus tööl veebiuudiseid paroolidega tasuta lugeda, oli peamiselt argument, et operatiivseid, eluks vajalikke uudiseid saab vajadusel ka teiste kanalite kaudu, nagu üleriigilised ajalehed või asutuste kodulehed. Tartumaa respondentid tõid mitu korda ühe võimalusena Tartu linnavalitsuse lehe, Lääne-Virumaa respondentid aga erinevate valdade kodulehed, mis üldjuhul edastavad valla olulisemaid uudiseid, mida igal elanikul oleks vaja teada.

**N45\_T:** *Kui see on linna puudutav teema, siis lähen Tartu linna kodulehele. Ma teen seda üsna regulaarselt ja käin Tartu linna koduleheküljel üsna sageli vaatamas, mis toimub.*

**N52\_LV:** *Kes oma valla asjadest väga huvitatud on, see käib ka oma valla kodulehel /.../ Minu vallal on olemas. Ma lähen originaalehele tapa.ee ning mulle tulevad need uudised, millest korjatakse tasulisse veebi ka Virumaa Teatajas.*

**M49\_T:** */.../ ma saan ilmselt enamiku infost, mis mind väga huvitab, kätte ka tasuta kanaleid pidi.*

Üks Tartumaa respondent (M49\_T) meenutas olukorda, kui Tartu Postimehes ilmus aprillikuu alguses uudis jõekohvikutest, milles eest oleks olnud nõus välja käima euro või kaks. Kuna see oli uudislugu, otsustas respondent siiski raha mitte välja käia, arvestades asjaolu, et jõekohvikute uudis polnud midagi sellist, mille pidi samal päeval teada saama. Respondent sai informatsiooni viimaks tuttavalt.

Teised respondentid rääkisid samuti, et kui uudis tundub nende jaoks eluliselt vajalik, kuid on tasuline, saab näiteks uurida selle kohta sõpradelt või tuttavatelt, kes annavad vajadusel uudise kohta informatsiooni.

Variantidena toodi veel välja googeldamine või otsida näiteks informatsiooni Facebooki uudise kommentaaridest, kui info on lugeja sotsiaalmeedia seinal. Paar Tartu Postimehe lugejat tõid välja, et kui uudistes kajastatakse tasulisena lugu, mis on tartlaste jaoks oluline, tuleb sama teema kohta veel kindlasti uudiseid ja väikestest infokildudest saab lõpuks pildi kokku.

Üks Tartumaa respondent tõi veel välja, et teab ajakirjanikke, mitte küll maakonnalehtedes töötavaid, kes riputavad oma uudiseid üles blogidesse ja annavad sotsiaalmeedias teada, et veebipäevikust saab tasuta lugeda.

**M45\_T:** *On ka autoreid, kes sama artikli panevad oma blogisse üles, öeldes, et avaldasin artikli, aga see on tasuline, kuid panen blogisse tasuta kättesaadavaks ja lugege seda sealt /.../Ma tean vähemalt 3-4 sellist juhtumit.*

Tartumaa fookusgrupis osalejad tõid alternatiivina veel välja kohvikusse minemise, kust saab vajadusel paberlehte lugeda. Samuti leidsid mõned respondendid Tartumaalt ja Lääne-Virumaalt, et kui artikkel tõesti huvi pakub, kuid veebiuudise eest ei olda nõus maksma, leitakse aeg, et külastada raamatukogu. Üks Tartumaa respondent (M52\_T) rääkis, et välja, et on kasutanud raamatukogu näiteks hommikul, kuid paberlehe lood pole veebi veel üles pandud, kuid soovib siiski mõnda konkreetset lugu lugeda, mis on sama päeva paberlehes ilmunud.

Need respondendid, kes saavad vajadusel tööl paberlehte lugeda, tõdesid, et ei lähe paberlehte siiski väga sageli otsima ja lepivad veebilehel pealkirja ja paarilausealise tutvustusega. Paljud respondendid ütlesidki, et peavad pealkirjas ja juhtlõigis välja toodud informatsiooni piisavaks, sest saavad sageli artikli tähtsaima informatsiooni sealt kätte ja edasi lugemiseks pole vajadust.

**M40\_Sn:** *Sellest pealkirjast ja paarist lausest saad sisuliselt selle uudise mõtte teada /.../ Väga harva, kui Meie Maa lood täispikkuses on informatiivsemad kui päises.*

**N38\_S:** *Need pole nii olulised uudised, et nende eest oleks nõus konkreetselt maksma ja seda enam, et vajadusel saab tööjuures ka lehte lugeda.*

**M31\_T:** *Mina aeg-ajalt ikka vaatan, kui palju saab lugeda, kas üks lõik või rohkem. Võtan nii palju kui saan. Kui edasi ei tohi lugeda, siis ma ei loe, aga vähemalt ma olen lugenud. Vahepeal info esimestes lõikudes on piisav informatsioon, mis on klikki väärt.*

**M40\_T:** *Näed selle pealkirja ära ja siis esitad linnavalitsusele teabenõude ja saad selle info palju täpsemalt ja põhjalikumalt /.../*

**N40\_S:** *Mõtlen, et igal tööpäeval võin sinna veebilehele minna, aga tasulist sealt ei osta mitte ühtegi. Ma loen ainult pealkirjad ära, mitte midagi pole teha.*

Respondentide sõnul ei ole neil rahast kahju, kuid olukorra, mil soovitakse mõnda põnevamat lugu lugeda saab lahendada, kui teatakse kedagi tuttavat, kes tellib ajalehte. See variant tuli jutuks iga maakonna fookusgruppides. Üks Saaremaa respondent meenutas, kuidas läks nädalavahetusel naabri juurde värsket ajalehte küsima, sest Meie Maa veebiväljaandes küsiti ühe tema jaoks olulise uudise eest raha.

**M48\_S:** *Kui olid Lääne-Saare vallas uue vallavanema valimisega seotud uudised, siis laupäevases Meie Maas oli lugu ja ma ei saanud netist lugeda ja läksin naabrinnaise juurde ning ütlesin, et anna mulle tänane Meie Maa.*

Osad respondendid lisasid veel, et nende vanematel käib samuti kohalik maakonnaleht ja mõne olulisema uudise korral saab vanemate käest lehte lugemiseks küsida.

Lisaks tõid saarlased välja, et Saaremaa uudiseid kajastab infoportaal saarlane.ee, millest saab samuti tähtsamad teemad kätte. Lääne-Virumaa respondendid ütlesid veel, et loevad aeg-ajalt ettevõtja Oleg Grossi rahastatavat Lääne-Virumaa tasuta nädalalehe Kuulutaja, mida saab lugeda nii veebist kui ka paberandjal. Kuigi nädalalehest ei saa operatiivseid uudiseid, arvasid respondendid, et nädala uudiste kokkuvõtte saab sealt kindlasti kätte.

Siinkohal tooksin välja, et Tartumaal levib lisaks Tartu Postimehele veel nädalaleht Tartu Ekspress. Respondendid aga Tartumaa nädalalehte alternatiivina, kust kohalikke uudiseid lugeda, välja ei toonud.

Erinevalt Tartumaast ja Lääne-Virumaal saab Saare maakonna lehelugejate ühe alternatiivina, kust informatsiooni kohalike uudiste kohta saada, tuua Saaremaal, Hiiumaal ja osaliselt Läänemaal leviva regionaalse raadiojaama Kadi raadio, mis lisaks muusikaprogrammile kajastab veel erinevaid jutusaateid ning saarte uudiseid. Üks respondent (N55\_S) rääkiski, et kuulab väga palju Kadi raadiot, kus kajastatakse igapäevaselt uudiseid, millest kirjutatakse Saaremaa mõlemas maakonnalehes. See on ka üks põhjustest, miks respondendi sõnul ei ole ta nõus tasulist artiklit ostma, kuna raadio katab olulisemad päevauudised.

Lääne-Virumaa vanema vanusegrupi respondentide seas oli samuti neid inimesi, kes leidsid, et raadiost ja televiisorit saab samuti olulisemad uudised teada. Kuigi Lääne-Virumaal ei ole kohalikku raadiot nagu Saaremaal, mis kohalikke uudiseid igapäevaselt edastaks, tõi üks respondent (N52\_LV) näitena välja veel Järvamaa, mille eeliseks võib pidada samuti kohalikku raadiot Kesk-Eesti Tre Raadio (endine Raadio Kuma), mis edastab kohalikele elanikele maakonna uudiseid.

Eelnevate näidete puhul võib välja tuua, et respondentide põhjused, miks nad ei ole nõus veebiuudiste eest maksma on pigem põhimõttelised – sarnase sisuga informatsioon on mujalt hangitav ning pealkirja ja juhtlõiku lugedes võib uudise tuuma sageli teada saada.

Lääne-Virumaa ja Saaremaa respondendid juhtisid tähelepanu samuti kohaliku uudise väärtusele ja sisu kvaliteedile. Respondendid arvasid, et oleksid vajadusel valmis ostma artikleid pigem üleriigilistest väljaannetest, sest leiavad, et seal on uudise väärtus teine ja sisul suurem mõju.

Saaremaa lehelugejad kommenteerisid, et kui oleksid nõus maakonnalehe uudise eest ise maksma, siis peaks respondentide sõnul olema eeldus, et ajakirjanik on lugeja eest suurem töö ise ära teinud – küsitletud mitmeid inimesi, võrrelnud seisukohti ja ehitanud uudise üles nii, et lugeja ei peaks liiga palju ise mõtlema. Sellel põhjusel ei pannud osad Saaremaa lehelugejad ülesandes, kus tuli järjestada huvipakkuvad artiklid, eelistatud lugudeks neid, mille puhul eeldasid, et pealkiri ei taga kvaliteeti loo sisus.

**M40\_Sn:** *Ma ei pannud huvitavaks looks „Piimasektori visadus väärrib monumenti“, sest iseenesest teema on huvitav – piima tootmine ja kogu majandus ning see sektor tervikuna, aga ma olen ette veendunud, et see lugu on selline poolik. Selline intervjuu, et tehnoloog on tore mees ja pakendajad naised on ka tublid ja paneme edasi. Sellist lugu aga ei ole mõtet lugeda.*

**M34\_LV:** *Mis on maakonna tasandil, siis tasustamine võibolla ei ole väga mõistlik, aga just need üleriigilised päevalehed, kus ka selle uudise väärtus on teine, kui sisul on suurem mõju kui uudisel. Siis võibolla isegi ostaks.*

**N40\_LV:** *Ekspressi artikli eest võibolla oledki valmis maksta. Mul on olnud ka samamoodi, et hästi intrigeeriv pealkiri ja siis ma olen saanud sinna sisse, aga seal uudist polegi /.../ Neid uudiseid tuleb nii palju, et see kohalik uudis ei ole sellise väärtusega. Tead seda taset, ütleme nii.*

Saaremaa maakonnalehe lugejad usuvad, et situatsioonis, kus maakonnas on kaks päevalehte, võib sisu kvaliteet kannatada, sest väljaanded võistlevad omavahel, kes saab esimesena loo avaldatud, ükskõik, kui pealiskaudne või kui toores see on. Lugejad saavad konkurentsi situatsioonis aru, kuid usuvad, et seetõttu kannatab nii infoallikas kui ka lugeja, kes võib saada tasakaalustamata ja poolvalmis uudiseid.

Maakondade lõikes töid Virumaa Teataja lugejad ainsana välja, et pole aru saanud loogikast, mida kohalik maakonnaleht veebis maksustab ja mida mitte. Lugejad on muuhulgas märganud, et tasulised on veebis lood, mis on pressiteadetega sisse tulnud ja toimetuse poolt natukene muudetud. Pressiteate maksustamise töid muuhulgas välja ka respondendid, kes on ise teate välja saatnud ning hiljem avastanud, et teadet on minimaalselt muudetud ja siiski maksumüüri taha pandud.

Respondendid märkasid ebakõla samuti ülesandes, kus neil tuli fookusgrupi intervjuu ülesandes valida 20 uudise hulgast 10, mis neid kõige enam kõnetavad. Respondendid näiteks ei saanud aru, miks üks kriminaalne uudis on maksumüüri taga, kuid teine tasuta kättesaadav.

**M53\_LV:** *Siin on uudis „korterinaabrit pussitanud mees saadeti trellide taha“ ja on tasuline, kuid uudis „vargad käisid suvilas ja kõrvalhoones“ on tasuta.*

**M46\_LV:** *Kui üks kuritegevuse liik on tasuta ja teine tasuline, siis see on tõestus sellele, et pole loogikat. Et, kuidas juhtub ja kuidas tuju on?*

Samuti töid respondendid välja, et on korduvalt märganud, et aeg-ajalt uudised, mis Virumaa Teatajas on tasulised, on Postimehe veebis tasuta kättesaadavad. Sama ebakõla tõi intervjuus välja ka Virumaa Teataja peatoimetaja Arne Mäe, kelle sõnul põhimõtteliselt ei anta oma sisu tasuta ära, sest see oleks paberlehe tellijate suhtes ebaõiglane.

Mõned respondendid arvasid, et loogika puudumine võib olla samuti üks põhjustest, miks ei olda nõus tasulise veebiuudise eest maksma, sest lugejad ei saa aru, miks on mõni tasuliselt kättesaadav uudis parem kui mõni teine tasuta uudis.

**M32\_LV:** *Siin on mingi süsteem, aga loogikat, uudiseloogikat, seda ei ole. Üks natukene huvitavam uudis on võibolla tasuta, teine, mis nii väga ei ole, on tasuline, siis ma kindlalt ei osta seda.*

**M53\_LV:** *See ongi see, et pole nagu loogikat /.../Teinekord on jälle mõni asi tasuta, mis võiks olla tasuline. Loogika puudub, ma ei tea, mis tunde järgi või viitsimise järgi seda tehakse.*

**M34\_LV:** *Üks süsteem on see, et need on kindlasti tasulised, mis tulevad järgmisel päeval lehte.*

**N34\_LV:** *Kõige vahvamad on need uudised, mis on luku all, mis on saadetud välja pressiteatega ja toimetatud natukene ümber ja luku alla pandud. Ise pole selleks absoluutselt midagi tehtud. Ma saan aru, et seal on tõesti mingi mahlakas reportaaž, mis on luku alla, aga see, et ajakirjanikuna pole selleks midagi panustanud ja selle pealt teenida tahad, see tekitab mingil määral trotsi.*

Lääne-Virumaa respondendid töid veel välja, et maksmise peale võiks mõelda juhul, kui artikkel, mis ostetakse, oleks kasulik ja annaks uusi ja olulisi teadmisi, mida saaks veel edasi rakendada.

Samuti pikemate ning põhjalike reportaažide ja artiklite korral.

Respondendid leiavad, et peamiselt ilmub maakonnalehes aga informatsioon, mida inimestele soovitakse edasi anda. Teisalt saavad lugejad ka aru, et maakonna leht ilmub tihti ja igasse lehte uurivaid ja sisulisi artikleid on raske leida.

**M32\_LV:** *Aga kui on info, mida ei ole mujal, siis ma leian küll, et selle eest võib natukene ka maksta, et teada saada. Sellist uudist aga annab ikka kohata, kui reaalsusesse tagasi tulla. Ma arvan, et me saame ju kõik aru, miks see tasuline on, et raha on vaja teenida. See pole küsimus ja see oleneb kindlasti inimesest ka. Võibolla ma olen lihtsalt kitsi, et ei raatsi maksta. Mõnel teisel on võibolla teised põhjused.*

Noorema vanusegrupi üks respondent (M31\_T) arvas teemat kokku võttes, et lugejad ei ole uudiste eest nõus nii Eestis kui ka välismaal harjunud veel maksma, sest pikka aega oli kõik vabalt kättesaadav ja praegu tundub süsteem veel liialt uus.

**M31\_T:** */.../Elasime 15 aastat nagu tasuta uudistega, järsku aga küsitakse raha. Oota, mis mõttes? Enne oli kõik ju kättesaadav, nagu läheks linnavalitsuse kodulehele. Me ei mõelnud, et see on firma, mis tahab kasumit teenida.“*

## **Paberleht versus veebiartikkel**

Kuigi kolme maakonna respondendid tõid tasuliste uudiste kättesaamiseks välja mitmeid variante, on üheks põhjuseks paberlehe eelistamine, miks ei ole lugejad nõus tasulise veebiloo eest maksma. Kui lugeja leiab informatsiooni, mida teda väga huvitab ja otsustab selle eest raha välja käia, eelistatakse pigem paberlehte. Respondente, kes tõid välja, et eelistavad veebist ostmisele paberlehte oli kõigis kolmes maakonnas ja seda nii nooremates kui ka vanemates vanusegruppides.

**N34\_LV:** *./.../kui mul neid paroole pole käepärast, olen ostnud paberlehte selle asemel, et aktiveerida seda digikoodi. Pigem lähed ostad poest lehe siis.*

**M27\_T:** *Mulle meeldib paberleht ja paberist lugeda tunduvalt rohkem. Kui ma olen otsustanud, et seda ma tahan kindlasti lugeda ja olen nõus selle eest maksma, siis pigem ostan selle paberlehe.*

**M49\_T:** *./.../Kui tundub, et on huvitav, siis ma leian selle aja ja raha, et osta paberleht ./.../*

**N44\_S:** *Kui on vajadus mingi artikli järele, siis võin õhtul kauplusest möödaminnes lehe kaasa haarata.*

Kuigi tunduks loogiline, et nooremad inimesed eelistavad pigem lugeda ajalehti veebis, sest suurema osa elust on neil olnud internet ja arvuti olemas, siis Tartumaa nooremas vanusegrupis tõdesid kõik peale ühe respondendi, et eelistavad selle asemel, et veebis tasulise loo eest maksta, osta paberleht poest või kioskist. Üks respondent (N28\_T) tõi näite, et kui tal on paberleht käes võib ta lugeda ja süveneda isegi lugudesse, millele ta veebis ei klikiks: *./.../ma võin lugeda ja süveneda ja lugeda kasvõi seda, kuidas Sõpruse sild näeb kohutav välja. Kui ma näen sama uudist internetis, siis tõenäosus, et ma sinna vajutan on nullilähedane ja see läheb nii kiiresti mööda.*“

Kui veebist tasulise kohaliku uudise ostnud respondendid tõid välja, et ostsid uudise, kuna see oli seotud töö või lähedastega, tuli respondentide ütlustest, kes eelistasid veebiartikli asemel paberlehe ostmist samuti välja, et paberlehe ostmise põhjus oli seotud lähedase või iseendaga.

Kui veebist ostetud lugu jääb lugejale alles ainult siis, kui artikkel spetsiaalselt iseenda jaoks salvestada, siis paberlehte saab lugeja lihtsamalt endale mälestuseks hoida. Respondendid, kes eelistasid tasulise veebiartikli asemele paberlehe ostmist tõidki välja, et eelistasid paberit, et vajadusel see iseenda jaoks alles hoida. Samuti ei pea paberlehte ilmtingimata 24 tunni jooksul läbi lugema.

Üks respondent (N28\_T) rääkis, et märtsis ilmus Tartus Postimehes tema vanaemaga intervjuu, mis oli veebis tasuline. Selle asemel, et lugu veebist osta, ostis ta paberlehe.



Tartumaa noorema vanusegrupi teine respondent (N27\_T) tõi sarnaselt grupikaaslasega välja, et on ostnud ajalehe siis, kui on olnud mõne hea sõbra või tuttavaga pikem lugu koos fotodega.

Tartumaa vanema vanusegrupi respondent (M52\_T) rääkis samuti, kuidas ühes üleriigilises väljaandes ilmust temast lugu, mida soovis sõprade ja tuttavatega jagada. Selle asemel, et veebist lugu osta ja saata see sõpradele, otsustas respondent minna R-kioskisse ja osta paberlehe, mille andis ka sõpradele ja tuttavatele lugemiseks. Kokkuvõttes tõdes respondent samuti, et ostaks veebiartikli asemel paberlehe, et seda lugeda ka hiljem kui 24 tunni jooksul.

Lääne-Virumaa fookusgruppides osalenud kaks respondenti juhtisid ka tähelepanu asjaolule, et päevapiletiga või näiteks kuu tellimusega saab ligipääsu ainult teatud perioodiks, aga kui hiljem soovitakse sama artiklit taas lugeda, peab selle eest jälle maksma, mis on lugeja seisukohast ebaõiglane. Paberleht aga seevastu jääb alles ning vajadusel saab seda sõbra või naabriga jagada.

## **Muud põhjused**

Tartumaa vanema vanusegrupi ja Lääne-Virumaa noorema vanusegrupi fookusgrupis osalenud lehelugejate seas tekkis diskussiooni käigus küsimus seoses reklaamidega. Respondendid arvasid, et kui nad on otsustanud veebiartikli või kuutellimuse eest digilehes maksta, peaks ostjatel olema eelis ja artiklid saadakse reklaamivabalt.

**M40\_T:** */.../ Seal oleks kaks varianti – kas ma olen tellija ja saan ilma reklaamita või maksan koos reklaamiga ja on tasuta. Aga kaks nahka koorida minu eest /.../ See on ikka topelt koorimine selles suhtes.*

**M34\_LV:** *Eriti, kui lähed telefoni äpiga lugema /.../ kui kogemata vajutad valesse kohta, siis viskab reklaami ja ütleb, et oota viis sekundit. See ei lähe ära, vajutad valesti ja siis viskab Honda Civicu ette. See on küll jama, siis ma pigem loobun tõesti /.../ Sellele väikesele ristile võibolla ei saa näpuga pihta ka ja siis liigud juba Honda lehele. See nii häirib mind.*

**N40\_LV:** *Ma räägingi, et miks me siis üldse maksame, kui tuleb Honda Civic.*

Tartumaa respondent (M40\_T) pakkus välja, et veebiväljaanded võiksid kasutada sarnast süsteemi nagu Youtube, kus videolõiku saab küll tasuta vaadata ja kuulata, kuid aeg-ajalt tuleb vaadata reklaami, et video lõpuni vaadata. Respondendi arvates saaks näiteks Postimees sama süsteemi kasutada veebilugude peal – lugejad, kes soovivad artiklit tasuta lugeda saavad reklaami ja veebilugude eest tasunud lugejad reklaami ei saa.

Reklaamide filtreerimiseks ja veebilehtedelt blokeerimiseks saab kasutada laiendust Adblocker. Näiteks Delfi hakkas hiljuti hoiatama oma lugejaid, et reklaami blokeerija blokeerib lisaks

reklaamile ka uudisteportaali sisu, mis on siiaaani piirdunud küll ainult hoiatusega. Tartumaa respondent (M31\_T) tõi aga näite, et Prantsusmaa ühes suuremas ajalehes blokeerib Adblocker lehe sisu ja seda ei saagi lugeda. Respondendi arvates võib Eesti meedia nüüd samuti näha selles ohtu, et reklaami kaudu saadakse Adblocker'i tõttu vähem raha.

## **Maksmise lihtsus**

Üksikud respondendid tõid aruteludes välja, et ei osta või pole veebist tasulist lugu ostnud sellepärast, et see on nende jaoks kulukas. Pigem toodi välja, et paberlehte osta on usaldusväärsem, mugavam või ei ole aega ega motivatsiooni mõelda, kuidas maksta ja mitu sammu peab selleks tegema, et uudist lugeda saaks. Palju respondendid olid seisukohal, et kui süsteem võimalikult kiiresti, lihtsalt ja arusaadavalt ei toimi, loobutakse kiiresti.

**N40\_LV:** *Lõppkokkuvõttes on see ka, et sa lähed sinna pank ja teed ülekande. Ma kujutan ette, et see pole päris kahe nupuga tehtav. Võtab ühesõnaga aega.*

**N28\_T:** *Kui mingi asi internetis minu jaoks ei toimi ühe klikiga, siis tõenäoliselt ma jätan selle pooleli /.../Kui mul vahepeal jookseb mingi asi kokku, siis ilmselt ma uuesti maksta ei proovi.*

**M49\_T:** */.../Tõepoolest see protseduur, et pead mingisuguse üsna mõttetu summa maksuma. Asi pole rahas, vaid protseduuris, et ma ei viitsi selle euro pärast hakata seal hullult klõpsima ja vaatama, kas ikka läheb läbi või mitte.*

**N42\_LV:** */.../Selleks, et mingisugune artikkel läbi lugeda pead klikkima veel kusagil või toppima oma ID-kaardi ja toksima midagi veel sisse. Ma küll ei tea, kuidas see protseduur on, aga ei viitsiks ette võtta seda, selleks peab see olema minu jaoks ikka väga vajalik.*

**N40\_S:** *Mul on ka juhtunud seda, et lähed mingi artikli peale ja suunab kohe maksmisele. Vahest ongi nii, et pealkirjast kohe suunab maksmisele. Ma ei viitsi, siis peab aega olema.*

Fookusgrupi intervjuudest tuli selgelt välja, et respondendid üksikuid artikleid või päevapileteid üldjuhul ei ostaks, vaid huvi korral tellitakse väljaanne kuuks või pikemaks ajaks. Intervjuudes toodi mitmel korral ka välja, et väikeste summade tasumiseks ei vaevuta internetipanka minema. Kui respondentidel peaks olema vajadus konkreetse artikli järele, olid eelistused, kuidas soovitakse tasulise loo eest maksta, erinevad. Osalejad tõid välja, et paljuski sõltub maksmise viis sellest, kas viibitakse tööl, kodus või väljas.

Kuna enamiku fookusgruppides jaoks on arvuti igapäevane töövahend, siis peeti mugavaks artiklite eest maksta pangalingiga, nagu Postimehes või Eesti Päevalahes, sest ID-kaart on tööl pidevalt sees ja selle kaudu saab toimingut kiirelt ja lihtsalt ära teha. Nooremates vanusegruppides oli võrreldes vanema vanusegrupiga rohkem neid respondente, kes tõid välja Mobiili ID kaudu tasumise, kui tekib eelistus mobiilist uudiseid lugeda.

Tartumaa üks respondent (M49\_T) ütles, et eelistaks hoopis mikromakseid, et konkreetsele artiklile klikkimise eest läheks pangaarvelt näiteks viis senti maha. Kasutajaks registreerimine ja paroolidega toimetamine on tema jaoks aga ebamugav.

Tartumaa respondentide seas oli samuti inimesi, kes ütlesid, et kui satuvad tasulise artikli peale ja ID-kaarti ja selle lugejat pole parasjagu käepärast, siis tõenäoliselt ei hakata neid ka otsima.

**M36\_T:** *Kui ma peaks arvuti taha minema ja ID-kaarti kuskile toppima hakkama, siis ma küll ei viitsiks ühtegi asja osta. Kui telefoniga ära teha, siis väga hull ei ole, kuigi võiks olla veelgi lihtsam.*

**N40\_T:** *Helistamine mingile numbrile oleks vast lihtsam. Alati pole seda ID-kaardi lugejat ka, et minna panka ja maksta.*

**2N27\_T:** *Hästi palju oleneb sellest, mis tuju mul on. Kui on halb tuju, siis ma ei viitsi oma pangakoode või ID-kaarti otsida. Mobiili ID-d mul pole. Aga ma ei viitsi asju otsima minna, sest ma tean, et need on mul kuskil sahtlis ja see on liiga kaugel.*

Tartumaa nooremas vanusegrupis osales samuti üks Prantsusmaalt Tartusse elama tulnud respondent. Erinevalt teistest osalejatest tunnistas ta, et on kodumaal harjunud keeruliste süsteemidega ja tema jaoks on Eestis IT-lahendused ja võimalused väga lihtsad. Prantslane ei osanud seega pakkuda mugavamaid võimalusi, kuidas veebiartiklite ostmine oleks lugeja jaoks lihtsam, et ei saaks artiklite ostmisel takistuseks.

**M31\_T:** *Kõik siin Eestis tundub niigi lihtne /.../Minu jaoks juba isegi panga kaudu, ja isegi see, et pean panema mitu koodi järjest lihtne asi. Prantsusmaal me maksame pangakaardi kaudu, deebetkaardiga /.../See on minu jaoks imelik asi, et kuidas midagi ostes, annab kohe lingi pangale, et ühendad lehe ja panga omavahel.*

Suurem osa respondente aga pidas oluliseks, et maksmise viis oleks käepärane, mis oleks lihtne ja igal pool sarnane, et lugeja ei peaks mõtlema, kuidas ühes või teises kohas maksta peaks.

Alternatiivina pangalingile ja Mobiili ID-le pakuti Tartumaa vanemas vanusegrupis veel välja võimaluse QR-koodi kaudu artikkel avada või süsteemi, mis saadab iga kuu lõpus arve vastavalt sellele, kui palju on tasulisi lugusid loetud.

### 3.3.4. Erinevused vanusegrupiti ja maakonniti

Väga suuri erinevusi respondentide arvamustes, miks ollakse või ei olda nõus tasuliste artiklite eest maksta, kolmes maakonna erinevates vanusegruppides üldiselt esile ei tulnud. Erinevused maakonniti tulid üldjuhul sellest, et Saaremaal on kaks maakonnalehte, mille töid peaaegu kõik respondentid, nii nooremas kui vanemas vanuserühmas, argumendiks, miks neil pole motivatsiooni tasuliste lugude eest maksta. Samuti on erinevalt Lääne-Virumaast ja Tartumaast Saaremaal regionaalne raadio, mis edastab päeva jooksul maakonna uudiseid. Üksikud respondentid töid intervjuudest ka välja, et päevauudised saab kätte kohalikust raadiost.

Maakondlikest erinevustest võib veel välja tuua, et kuigi Saaremaa ja Lääne-Virumaa fookusgrupid on mõlemad tehtud erinevate ametiasutuste töötajatega, oli Lääne-Virumaa respondentidel maakonnalehe veebisisule vajadusel tasuta juurdepääs, Saaremaa respondentidel seda ei olnud. Tausta juurdepääs oli kindlasti üks põhjustest, miks Lääne-Virumaa respondentid polnud nõus lisaks väljatoodud argumentidele, et maakonnalehe sisu pole piisavalt kvaliteete ja eluks vajalikke uudiseid saadakse vajadusel teiste kanalite kaudu, tasuliste lugude eest maksta. Kahe teise maakonna respondentidel valdavalt tasuta ligipääsu tasulisele veebisisule küll polnud, kuid respondentid oli seisukohal, et pole nõus tasuliste lugude eest siiski maksta. Seega võib järeldada, et Lääne-Virumaa respondentide arvamused ei oleks ilmselt väga palju erinenud, kui neil poleks tööl olnud Virumaa Teataja tasulistele veebilugudele ligipääsu.

Lääne-Virumaa fookusgrupis osalenud lehelugejad töid veel korduvalt välja, et maakonnalehe uudis pole piisavalt väärtuslik ega sisukas, et selle eest maksta. Teistes maakondade respondentid mainisid seda vähem. Siinkohal võib põhjus olla tasuta ligipääsus Virumaa Teataja sisule, mistõttu on respondentid teistest maakonnalehtede respondentidest teadlikumad, milline sisu on maksumüüri taga.

Kõige vähem juhtisid sisu kvaliteedile tähelepanu Tartu Postimehe respondentid. Üheks põhjuseks võib olla Tartu Postimehe veebilehe kujunduse sarnasus üleriigilisele Postimehele, mistõttu ei eristata kogu aeg, kas loetakse maakonnalehte või üleriigilist väljaannet. Tartumaa vanema vanusegrupi respondentid töidki intervjuus välja, et aeg-ajalt on raske eristada, kas loetakse veebist maakonnalehte või suure Postimehe uudiseid, sest viimane kajastab lehes ka Tartu teemasid.

Üks teema, mis tõstati ainult Tartumaa gruppides oli muusika ja filmide eest tasumine. Tartumaa nooremas vanusegrupis töid respondentid välja, et on nõus maksta sarjade ja filmide vaatamise eest igakuist tasu Netflix'i eest.

Kaks respondenti rääkisid, et maksavad ja on maksnud muusika kuulamiseks iTunes'i ja Sportify eest. Respondentide arvates on ajakirjandusliku sisu eest maksmata jätmise küsimus ka iseendale, et miks ollakse igakuiselt nõus tasuma muusika eest, kuid mitte ajalehe sisu eest. Siinkohal jõudsid respondendid arvamusele, et põhjus on eelkõige selles, et Netflix ja Spotify kasutamine aitab kokku koguda ainult selle materjali, mis on oluline, samas kui iga päev ajalehe eest makstes saadakse sisu, millest jäetakse võibolla suurem osa lugemata.

**M36\_T:** *.../ muusika eest ma olen nõus maksma, olgu siis iTunes või Spotify. Netflix'i eest ma maksan. Miks ma siis uudiste eest ei ole nõus maksma.*

**N27\_T:** *See on nii huvitav, sest mina maksan ka Spotify eest .../ Võibolla seal on see ka, et Spotify või iTunes'i puhul valid ise, mis sul sealt tuleb. Teed oma playlistid ja oma asjad kujundad ja saad kogu aeg informatsiooni, mis sulle meeldib.*

**M36\_T:** *Kogu uudisvoost, nagu tänasest valikustki, oli viiest edasi nii, et võib pigem lugemata jätta.*

**N27\_T:** *Kui mingi asi endale reaalselt paberkujul tellida, siis peaks see olema midagi spetsiifilist. Ma ei telliks endale Postimeest, sest see on nii laiali valguv ja sealt läheb minu jaoks nii palju kaduma. Küll aga telliks ma mõne ajakirja, mis oleks minu huviga seotud .../spetsiifiliste asjade eest oleks nõus maksma, et enamik, mis seal on, on see, mida tahad. Muidu läheb raisku nii palju lugusid.*

Tartumaa vanemas vanusegrupis ei tõstatunud teema muusika või filmide eest maksamisega, küll aga töid paar respondenti samuti välja, et eelistaksid üksikute artiklite ostmisele süsteemi, mis koguks kokku artiklid, mida ise valitakse ja saaksid iga kuu lõpus arve või maksaksid ette – kui raha ära kasutatakse, laetakse raha ettemaksuks uuesti.

**M40\_T:** *.../Kuumakse, kus ma saan kõike lugeda, mida ma ise valin. Mina ei hakka veebiartikli eest eraldi mitte eluseeski maksma .../See võib nii ka olla, et oled sinna sisse loginud ja kui oled sisse loginud, siis saad ühe nupuvajutusega selle artikli. Sulle tehakse võibolla kord kuus koondarve. Login sisse oma kontoga ja vajutan seal ning lähebki see 10 senti maha .*

**M52\_T:** *.../Maksan mingi raha ja siis vaatan, mida tahan, kuna tahan ja kui palju tahan. Mitte nii, et mingi asi kuskilt hüppab vastu ja tuleb mingite linkidega jamama, teadmata, kui turvalised need on.*

**N45\_T:** *Mina olen Nihilisti lugeja ka. Mulle meeldib, et seal on artiklite all, et kui meeldis, siis osta mulle kohv. Väga sümpaatne, et kui meeldis, ostad kohvi. Maksad niipalju, kui arvad, et võiks.*

Kuigi Saaremaa ja Lääne-Virumaa fookusgruppides ei toonud respondendid ise välja võimalust, et oleksid nõus maksma ainult nende artiklite eest, mis on ainult ise kuu jooksul valinud, on see tagantjärele analüüsid küsimus, mida oleks soovinud eraldi respondentide käest küsida.

Fookusgrupi analüüsi kokku võttes tooksin välja, et enne lehelugejate intervjuude tegemist arvasin, et nooremad inimesed on nõus veebist tasulisi artikleid rohkem ostma kui vanemad inimesed, sest

terve nende täiskasvanud eluea on arvuti ja internet nende jaoks kogu aeg kättesaadavad olnud. Fookusgrupi intervjuudest tuli välja, et nii see siiski pole. Tartu noorema vanusegrupi enamik respondente väitis, et eelistavad veebist artikli ostmisele paberlehte. Kuigi teiste maakondade respondendid rääkisid fookusgrupi intervjuus samuti, et kui konkreetset artiklit soovitakse lugeda, leitakse see aeg ja raha, et ajaleht osta, oli Tartumaa nooremas vanusegrupis paberlehe eelistajad kõik peale ühe respondendi. Viimane tõdes, et kui artikkel huvitab, soovib seda kiiresti lugeda ning vajadusel on valmis tasuliste veebilugude eest maksma.

Intervjuudest tuli välja mitmeid põhjuseid, miks ei olda tasuliste veebilugude eest nõus maksma, nagu näiteks sarnaste uudiste kättesaadavus mujalt, uudise tegelik vajalikkus, maksmine võtab aega või paberlehe eelistamine ning samuti selle kättesaadavus, kas raamatukogust, kohvikust või töölt. Sarnaseid põhjuseid tõid välja nii noorema kui ka vanema vanusegrupi osalejad. Kuigi olulisi erinevusi vanusegrupiti välja tuua ei saa, on minu arvates selle oluliseks põhjuseks eelkõige see, mida tõid lugejad samuti välja, et lehelugejatel oli pikka aega võimalus lugeda veebist enamike uudiseid täiesti tasuta, mistõttu on lugejate jaoks arusaamatu ja harjumatu, et uudiste eest, mida sai varem lugeda tasuta, tuleb nüüd raha välja käia. See olukord võib lugejate jaoks tunduda harjumatu ja võibolla on raske mõista, et internetis oleva sisu eest tuleb maksta ja reklaami ei too meedia organisatsioonidele piisavalt tulu, mis maksaks kinni personalikulud, arvestades sealjuures paberlehtede tiraažide langust.

Fookusgruppides osalesid respondente, kes tõid veel välja, et informatsiooni hulk, mida igapäevaselt edastavad erinevad meediakanalid, on tohutult suur ja tasuta alternatiive on piisavalt palju. See oli samuti nii vanemas kui ka nooremas fookusgrupis argument, miks pole vajadust tasulise veebisisu eest maksta.

## 4. Järeldused ja diskussioon

Järgnevalt toon käesoleva magistritöö seisukohast olulisemad tulemused, mis tulid välja nii vaatlusest, süvaintervjuudest kui fookusgrupi intervjuudest. Esitan uurimistöö järeldused uurimisküsimuste kaupa.

### 4.1. Järeldused

**Milline on sisu, mida kohalikud ajalehed maksustavad ja mille järgi otsustakse millist sisu maksustada ja millist mitte?**

Peatoimetaja ütluste puhul võib kokkuvõtvalt välja tuua, et tegelikult väga kindlat paikapandud süsteemi lugude maksustamise ja mittemaksustamisel pole, sest maksustamisel on roll ka kõhutundel, veebitoimetaja käekirjal kui ka sellel, millised lood on paberlehes ilmunud, sest igapäevaselt ei ilmu pikki, analüütilisi ja uurivaid lugusid.

Maksustamisel toovad peatoimetajad küll välja unikaalsust, konfliktisust ja erakorralisust.

Samuti on kolme lehetegija üldine seisukoht, et ajakirjaniku tööd ja vaeva näinud lugusid võib maksumüüri kaitsta, pressiteadetega sissetulnud uudised jäetakse lugejale avatuna, sest need pole ajakirjanike enda looming. Aeg-ajalt tehakse maksumüüri seadmisel erandeid lugude puhul, mida lugejal on kindlasti vaja teada, nagu uue bussipiletisüsteemi käima lükkamine või kommunaaludiste edastamine, millest sõltub lehelugejate igapäevane elu. Samuti üleriigiliste traagiliste sündmuse puhul nagu Eesti esimene koolitulistamine Viljandis.

Saare maakonna ajalehe Meie Maa tasuliste lugude maksustamisel mängib suurt rolli aga konkurent, kelle tegevust tuleb jälgida. Aeg-ajalt vabastatakse maksumüüri tagant lugusid, mida konkurent samuti kajastab ning seega ei saa kindlalt välja tuua lugusid, mida maksustatakse välja arvatud juhul, kui Meie Maa teab, et kahest lehest nemad on ainuke, kellele on informatsioon laekunud. Meie Maa puhul võib välja tuua veel arhiivi maksustamine ehk see, mis on täna lugejaile veebis tasuta, on reeglina kuu aja pärast tasuline.

**Millistel juhtudel avatakse tasulised lood hiljem lugejatele?**

Kolme uuritud lehe puhul toimitakse tasulisena „müüdüd“ lugude tasuta kättesaadavaks tegemisel erinevalt. Saaremaa maakonnalehe Meie Maa puhul oleneb lugude maksumüüri alt vabastamine

taas paljuski sellest, mida teeb konkureeriv väljaanne Saarte Hää. Reeglina, kui konkurent kirjutab sarnastel teemadel, pakub Meie Maa samuti samal informatsioonil põhinevat materjali tasuta, sest Saaremaa kohalik lehelugeja külastab mõlema ajalehe veebiväljaannet.

Meie Maa peatoimetaja Veiko Visnapuu tõi intervjuus veel välja, et teinekord lastakse lugejatele olulisi asju veebis kõigile tasuta kättesaadavaks, kuid seda tehakse harva, sest pidevalt mahukaid lugusid lehes ei ilmu.

Kui Meie Maas määrab tasuliste lugude avamise suurel määral konkurendi Saarte Hääle tegevus, siis Tartu Postimehes avatakse lugejatele erandlikult veebis näiteks lugusid, mis on küll võtnud palju ajakirjanike ning kujundajate tööaega, kuid on siiski lugejate jaoks eluliselt tähtsad, millest peaks teavitama, nagu uus bussipiletisüsteem ja kesklinna üldplaneering.

Kui maakonnalehe tasuline uudis äratub huvi ka üle-eestilistes väljaannetes nagu Postimees, Õhtuleht või Delfi, ja näiteks eelpool väljatoodud kanalid refereerivad maakonnalehe uudist, siis seetõttu maksumüüri tagant vabastamine sõltub maakonnalehtede peatoimetajate sõnul paljuski sellest, kui palju teised väljaanded nende lugu refereerivad. Mitmetel juhtudel tõdesid peatoimetajad, et on tasulised uudised maksumüürist vabastanud, kui mõni üleriigiline väljaanne kirjutab samal teemal. Erandiks on üldjuhul Virumaa Teataja, kes mõtleb eelkõige lehelugejate huvidele ning hoiab maksumüüri taga toimetuse originaaloomingut isegi siis, kui üleriigiline Postimees, kellega kuulutakse ühte firmasse, Virumaa Teataja lood Postimehe esilehele tõstab, pakkudes täpselt sama sisu tasuta.

### **Milliseid strateegiaid kasutavad kohalikud lehetegijad, kuidas veebis tasulisi lugusid müüa?**

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et kuna paberleht töötab lehelugeja jaoks koos kogu komplektiga veebiuudisest erinevalt, muudetakse *online*-meedias väga palju lugude pealkirju, mida teevad peamiselt peatoimetajad. Kui lehetegijad näevad, et klikid ei tule, muudetakse pealkirja või lisatakse lugudele täiendusi, mis peatoimetaja kinnitusel ka töötavad. Nii nagu ütles intervjuus ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu esimees Margus Mets, siis 90% loetavusest määravad artiklite pealkirjad, mis küll ei tohi olla eksitavad.

Nii Meie Maa kui ka Virumaa Teataja peatoimetajad tõid välja, et mõne sündmuse esiletõstmiseks kasutatakse ka ülivõrdeid ja pealkirjades suurtähti. Tartu Postimehes seda üldjuhul ei tehta.

Veel tuli välja, et artikli juhtlõiku kolmes vaatlusaluses maakonnalehes väga ei muudeta. Selle põhjuseks on nii ressursside vähesus või ei nähta sellel mõtet, kuna see ei tõsta loetavust. Virumaa Teataja puhul ei mängiks sissejuhatuse muutmine ka lugude ostmisel erilist rolli, sest väljaande



veebilehel mõnele loole klikkides ei näe lugeja mitte midagi muud peale keskkonna, mis kustub teda maksma või Virumaa Teatajat tellima. Esilehel on *lead* nähtav üksikutel lugudel. Seega muudetud ja täiendatud juhtlõiku näeks lugeja üldjuhul alles siis, kui on loo ostnud.

Intervjuudest tuleb veel välja, et Meie Maa pöörab Virumaa Teatajast ja Tartu Postimehest oluliselt rohkem tähelepanu sotsiaalmeediale, et oma lugusid paremini müüa. Facebookis jagatakse eelneva päeva õhtul järgneva päeva paberlehe kõige paremat uudist, millele lisatakse veel täiendavaid kommentaare, sageli ka omapoolseid hinnanguid. Selle strateegiaga on artikli müügiaeg pikem ja suurendab peatoimetaja Veiko Visnapuu sõnul loetavust.

Virumaa Teatajas tehakse lugudele samuti meelitajaid. Olulisemate paberlehelugude esiletõstmiseks tehakse paarilõigulised tasuta lood, mis meelitavad sama artikli lõpus vajutama viitele, mis juhatab lugeja edasi täispikale artiklile, mille eest küsitakse reeglina raha.

Vaatluse käigus tuli välja, et järgneva päeva paberlehelugudele teeb lühemaid ja meelitavaid tekste aeg-ajalt ka Tartu Postimees, mis kutsub lühema kokkuvõtva looga artikli lõpus järgmisel päeval Tartu Postimehe paberväljaandest pikemalt edasi lugema.

### **Millisel juhul on kohalikul lehelugejal motivatsioon kohaliku ajalehesisu eest maksta ja millisel juhul mitte. Miks?**

Fookusgrupi uuringutest tuli välja, et üldjuhul kohalikud lehelugejad ei ole nõus maksma ei kohaliku ega üleriigilise veebiuudise eest, sest enamasti leiavad informatsiooni, mis on maksustatud, ka mujalt. Teatavasti Saaremaal on kaks maakonnalehte, millest üks oma veebisisu ei maksusta. Saaremaa fookusgruppide respondentide jaoks on kaks konkurenti aga eeliseks ning kui saarlased leiavad Meie Maast tasulise loo, minnakse seda teisest maakonnalehest otsima.

Lääne-Virumaa, Saaremaa ja Tartumaa lehelugejate hulgas oli kõige enam neid respondente, kes arvasid, et neile piisab pealkirja ja artikli avalõigu lugemisest, et teada saada, millest artikkel räägib.

Fookusgrupis osalenud kolme maakonna suurem osa respondente, kellel töö pole võimaldanud paroolidega tasuta ligipääsu, tõdesid samuti, et iganädalaselt maakonnalehe uudiseid veebist lugedes ja maksumüüri vastu põrgates piirduakse väga tihti selle informatsiooniga, mida annab pealkiri, pilt ja juhtlõik. Maksumüüri tõttu jääb uudis respondentide ütluste põhjal ka teadmata või loodetakse, et informatsioon jõuab muude kanalite kaudu.

Lisaks tõid respondendid välja, et üks alternatiiv, kust kohalikke uudiseid otsida on üleriigilised väljaanded, mis kajastavad lühemalt samuti maakonnalehtede tähtsamaid uudiseid.

Fookusgrupi intervjuudest tuli selgelt välja, et respondendid üksikuid artikleid või päevapileiteid üldjuhul ei ostaks, vaid huvi korral tellitakse väljaanne kuuks või pikemaks ajaks. Kui on huvi mõne üksiku loo vastu, eelistatakse pigem osta paberleht.

Intervjuudes toodi mitmel korral ka välja, et väikeste summade tasumiseks ei vaevuta internetipanka minema. Samuti tuli uuringust välja, et isegi, kui uudis tundub põnev, ei vaevuta maksumüüriaga kokku puutudes süvenema, kuidas artiklit osta ja seega on lihtsam uudisest loobuda. Maakondade lõikes tõid Virumaa Teataja lugejad ainsana välja, et pole aru saanud loogikast, mida kohalik maakonnaleht veebis maksustab ja mida mitte. Respondendid arvasid, et loogika puudumine võib olla samuti üks põhjustest, miks ei olda nõus tasulise veebiuudise eest maksma, sest lugejad ei saa aru, miks on mõni tasuliselt kättesaadav uudis parem kui mõni teine tasuta uudis.

### **Millise kohaliku ajalehesisu eest on kohalikud lugejad maksnud ja miks?**

Fookusgruppides osalenud respondentidest olid kohaliku ajalehesisu eest veebis maksnud üksikud. Oluliselt rohkem polnud respondentide seas inimesi, kes olid tasulise loo ostnud mõnest üleriigilisest väljaandest.

Põhjused, miks olid respondendid otsustanud kohalikust väljaandest tasulise loo osta, olid kolmes maakonnas sarnased: uudis oli seotud lähedase ja tuttavaga või tööalaselt ning erialaselt vajalik. Respondentide seas olid ka neid, kes olid küll artikli veebist ostnud või proovinud osta, kuid ei mäleta täpsemalt, millest artikkel rääkis.

Meie Maas ühel respondentil tekkis vajadus näiteks tasulist artiklit osta tööalaselt, et viia end kurssi varasemalt kajastatud teemaga. Respondent pidas aja kokku hoidmiseks otstarbekaks uudised kiiresti veebist osta kui minna raamatukogusse, et aastate tagune ajaleht välja otsida.

Virumaa Teataja lugeja ostis loo, sest seal räägiti respondendi sõbrannast, Meie Maa tasulise veebiloo teine ostja aga ei mäletanud täpselt, millest lugu rääkis ja miks ost sooritati. Kuna mõlemad lugejad väitsid, et lugu ei vastanud nende ootustele, siis tõdeti, et see sai määravaks, miks edaspidi kohalikust lehest tasulisi lugusid rohkem ei ostetud.

Kohaliku uudise ostnud maakonnalehe lugejate seas oli kokkuvõttes nii neid, kes olid pärast artikli ostu pettunud kui ka neid, kes said tasulisest loost kätte informatsiooni, mida oodati ja vajati. Osad respondendid ei välistanud, et vajadusel on valmis tasulist artiklit veel ostma.

## 4.2. Diskussioon

Magistritöö eesmärgiks oli kaardistada praktikad maakonnalehtede veebilugude maksustamisel, analüüsida strateegiaid, mille alusel langetavad lehetegijad otsuse, millist sisu maksustada ning uurida, millised on auditooriumi hoiakud ja kogemused maksustatud veebisisu tarbimisel.

Antud teemat pani mind uurima eelkõige isiklik huvi, sest vahetult pärast seda, kui paljud Eesti päevalehed ja erinevad maakonnalehed on võtnud kasutusele maksumüürid, tekkis küsimus, mille alusel ajalehtedes otsustatakse, millist sisu maksustada ja millist mitte, sest erinevaid ajalehti lugedes ja analüüsid ei ilmnenud selgelt loogikat, kuna paljud väljaanded maksustavad samuti informatsiooni, mida saab paari hiireklikiga leida tõenäoliselt teistest allikatest tasuta.

Uuringu tulemustest selgus, et ajalehtede peatoimetajad peavad veebiuudiste maksustamisel väga oluliseks paberlehe tellija väärtustamist, sest viimane käib informatsiooni eest välja igakuiselt raha. Seega oleks lehetegijate sõnul tellijate suhtes ebaaus, kui sama sisu, mille eest üks inimene maksab, saab teine lugeja tasuta. Lehetegijate huve silmas pidades võib seda otsust pidada mõistetavaks, seda valdavalt paberlehtede tiraažid iga-aastaselt langevad ja miks peaks pikemas perspektiivis keegi ajalehte tellima, kui veebis on kõik tasuta kättesaadav?

Viimase viie aasta jooksul on järjest rohkem ajalehti oma veebikeskkonnas võtnud kasutusele maksumüüri, et valdavalt oma originaalset sisu kaitsta. Ajalehtede peatoimetajad on sealjuures unustanud ära aga ühe asja. Nimelt, ajalehtede omanikud ja peatoimetajad maksustavad veebisisu, mida varem said lugejad tasuta, kuid ei näe oluliselt vaeva, et anda sellele sisule olulist lisaväärtust, et lugejad sooviksid selle eest päriselt maksta, mitte ei läheks sarnast informatsiooni kuskilt mujalt otsima. Kolme maakonnalehe peatoimetajatega tehtud intervjuudest jäi kõlama peamiselt, et ajakirjaniku tööd ja vaeva näinud loomingut ei saa tasuta ära anda, kuid seda, mida pakutakse lisaks *online*-lugejale, kes peab tasuma sama sisu eest, mis varem oli tasuta, välja ei tulnud. Tundub, et ajalehetegijad on otsustanud, et üks osa veebisisust on maksumüüri all ja kui klikid ei tule, siis muudetakse ainult uudise pealkirja ja küll siis lugejad ostavad. Tegelikult on see, et enamikel juhtudel ei osteta.

Käesolev uurimus võttis vaatluse alla küll ainult maakonnalehed, mille puhul võib motivatsioon tasulisi lugusid osta olla väiksem, sest kogukond ei ole nii suur ning nagu respondendid fookusgrupi intervjuudes ütlesid, et enamiku informatsioonist, mis huvitab, saab kätte ka tasuta kanalite kaudu, mille all mõned respondendid mõtlesid sõpru ja tuttavaid, viidates väikesele kogukonnale. Samas tuli intervjuudest välja, et lugejate motivatsioon pole suurem üleriigiliste uudiste ostmisel.

Uuringust tuli välja, et tasulise uudise eest maksmine või mitte maksmise põhjused ei erine üldjuhul

vanusegrupiti. Võib aimata, et nooremad inimesed on aktiivsemad interneti kasutajad ja kohanevad paremini muutuva keskkonnaga, mis võiks olla eelduseks kohanemiseks ka tasuliste veebiuudistega. Käesoleva uuringu põhjal see välja aga ei tulnud ning noorema vanusegrupi respondendid oli sarnaselt vanema vanusegrupi respondentidega tasuliste uudiste osas kriitiliselt meelestatud ja leiavad piisavalt alternatiive uudiste hankimiseks, sest informatsiooni hulk praegusel ajal on meeletu.

Ühest küljest võib arvata, et lugejad ei ole veel valmis tasulist veebisisu ostma, sest on levinud arusaam, et internetist peab informatsiooni tasuta saama. Teisest küljest, kui ajalehtede toimetajad soovivad, et lugejad hakkavad maksustatud sisu ostma, tuleks väärtustada rohkem veebilugejat ning pakkuda maksumüüri taga uudiseid, mille läbilugemisel lugeja tunneks, et tema peale on mõeldud. Praeguses olukorras tundub, et kui veebiuudis lugejat piisavalt ei kõneta, siis lugeja võibolla ei hakkagi süvenema, kuidas tasulist uudist osta, vaid pigem loobub ning läheb sarnast uudist teisest väljaandest otsima või unustab selle lihtsalt ära.

## Kokkuvõte

Magistritöö „Tasuline veebisisu maakonnalehtedes: strateegiad, praktikad ja lugejate kogemused ning ootused“ eesmärgiks oli teada saada, millist sisu maksustavad kolm maakonnalehte (Meie Maa, Tartu Postimees ja Virumaa Teataja) oma veebiväljaandes ning millised on peatoimetajate strateegiad nende valikute taga. Oluline osa uuringust keskendus ajalehetegijate intervjuude analüüsile ning 45 kohaliku lehelugeja kogemusele maksustatud veebisisuga ning nende motivatsioonile kohaliku ajalehesisu eest maksta.

Uuringute läbiviimiseks tegin esialgu kõigi kolme maakonnalehe veebikeskkonnas vaatluse, milles jälgisin nädala jooksul, millist sisu kohalikud lehed maksustavad ja millist mitte. Seejärel viisin kolme maakonnalehe ajalehetegijatega ning ASi Ühinenud Ajalehed nõukogu liikmega läbi süvaintervjuud, milles uurisin, mille alusel otsustakse maakonnalehtedes, millist sisu maksustatakse ning kuidas tasulist veebisisu lugejatele proovitakse müüa. Viimaks viisin Saaremaal, Tartumaal ja Lääne-Virumaal läbi kahes erinevas vanusegrupis läbi kokku kuus fookusgrupi intervjuud, et teada saada, kuidas kohalikud lugejad maksustatud veebisisu vastu võtavad.

Uuringutest tuli välja, et kolmes maakonnalehes toimitakse maksustamisel natukene erinevalt. Kui valdavalt töid peatoimetajad välja, et veebis on maksumüüri taga enamasti paberlehes ilmunud lood, siis Saaremaa maakonnaleht Meie Maa arvestab lugude maksustamisel veel väga suurel määral konkurendi, teise Saaremaa maakonnalehe Saarte Häälega, mis uudiseid veebikeskkonnas ei maksusta. Seega peab Meie Maa Tartu Postimehest ja Virumaa Teatajast palju rohkem analüüsima, mida maksustada ja kas uudised, millest kirjutatakse on piisavalt eksklusiivsed, et konkurent samast teemast ei kirjuta. Konkurendi olemasolu on ka oluline põhjus, mida töid fookusgrupi respondendid välja, miks ei olda nõus veebiuudiste eest maksta.

Kõige rohkem on tasulist sisu Virumaa Teataja veebilehel. Kuigi väljaande peatoimetaja töi välja, et reeglina maksustab toimetuse originaalloomingut ja tasuta on operatiivsed uudised ja pressiteated, siis praktikas ilmnes vastuolu. Vaatlusalusel perioodil võis märgata, et Virumaa Teataja veebilehel olid maksustatud samuti uudised, mis olid, kas politsei ööpäeva informatsioon või avalik teave.

Uuringust selgus veel, et ajalehtede peatoimetajad arvestavad eelkõige paberlehe lugejatega ning *online*-uudistele lisaväärtusi väga palju ei loo, kuigi leidsid, et seda võiks palju rohkem teha. Peamiseks põhjuseks toodi ressursi puudus. Küll aga muudetakse ja täiendatakse veebis uudiste pealkirju, et neid lugejatele atraktiivsemaks muuta, mis lehetegijate sõnul mõjutab loetavust.

Magistritöö tulemuste põhjal võib välja tuua, et kohalike lugejate motivatsioon tasuliste uudiste ostmisel on väga madal. Üksikud respondendid olid kohalikke maksustatud uudiseid ostnud ja põhjuseks oli enamasti uudise seos sõprade ja tuttavate või tööga. Respondentide seas oli nii neid lehelugejaid, kes olid maksmisel pettunud, sest uudis ei vastanud ootustele kui ka inimesi, kelle jaoks oli sisu ootuspärane ning ei välistanud, et tulevikus on vajadusel valmis tasulise veebisisu eest maksma.

Peamised põhjused, miks ei ole kohalikud lehelugejad nõus tasulise veebisisu eest maksma olid sarnaste uudiste kättesaadavus muudest allikatest, kohalik uudis pole piisavalt väärtuslik, paberlehe ostmise eelistamine ning võimalus tööl või raamatukogus perioodikat lugeda. Lisaks leidsid mitmed respondendid, et kui maksmine ei käi paari hiireklikiga, siis nad pigem loobuvad.

Uuringu tulemusi kokku võttes võib välja tuua, et olukorras, kus üha rohkem veebiväljaandeid oma sisu maksustab, kuid lugejad otsivad jätkuvalt alternatiive, kuidas uudiseid saaks tasuta lugeda, tuleks meediaväljaannete omanikel või peatoimetajatel rohkem analüüsida, mida maksumüüriega kaitsta ja mida mitte. Lisaks mõelda, kuidas luua *online*-uudistele lisaväärtuseid, et lugejad võiksid kaaluda maksmist. Selge on see, et päevauudiseid leiavad lugejad ka teiste kanalite kaudu, kuid leiab, et maksustatud uudiste ostmise senist kogemust analüüsides leiaksid lehetegijad teemasid, mille vastu lugejad tunnevad suuremat huvi ning saavad maksustamisel ja kirjutamisel oluliselt arvestada.

## Summary

The master thesis „Paywalls in local newspapers: strategies, practices and audience’s expectations“ examine three Estonian local newspapers – Saare county newspaper *Meie Maa*, Tartu county newspaper *Tartu Postimees* and Lääne-Viru county newspaper *Virumaa Teataja*.

In study I used three qualitative methods – text analysis, in-depth interviews and focus group interviews to analyze the content behind the paywall of free newspapers. The aim was to find out what content is being charged for, what are the strategies behind the decisions of pricing the content and what is the audience willing to pay for. Most important part of the study is focused on the interviews with the newspapers chief editors and the experiences and expectations of local newspaper audience.

Newspapers chief editors emphasized that most important reason charging for online content is to protect subscribers, who’re willing to pay for the news and it’s not fear to share free online content, when the others are paying for it.

The general rule which affects the charging of the newspapers’ content is: all content which comes outside is free and the original content in behind the paywall. But it’s not actually a strict rule and the results of the study indicate that there is a contradiction between the practice and strategy and some of the paywalls are selected randomly. For example, there was an inconsistency in the newspaper *Virumaa Teataja*, which in practice asks actually money for content, which is for example a press release or an operative information.

The chief editors also find that exclusive and special content also affects charging.

There is next one important factor in one local newspaper *Meie Maa* – competition between two local newspaper, which affect significantly, which content is free and which one behind the paywall. This is also one important reason why local newspaper readers decide not to pay for local content.

The reason why audience is ever willing to pay for online news is almost linked to friends or it was important for their daily work.

The results of the quantitative analyses suggest that respondents’ perception that news are easily available from the internet and free alternatives are available online and that may be the biggest barrier to implementing a paid news model. The other most important factors why the local newspapers audience are not willing to pay for online news is the reasons that local news are not valuable enough, they rather buy print than online content and also some of them have free access

to online-content at work. Some of the respondents also felt that if the payment did not go to a couple of clicks, then they would rather give up.

It seems that the newspapers chief editors have decided that one part of the online content is behind the paywall and if the clicks does not come, they will only change the title of the news and then hope that readers are then willing to pay for it. But they actually don't.

In conclusion, the newspaper industry needs a better understanding of the user's decision-making. If that was clearer, newspapers would have a better position to implement informed online business strategies, including content-charging strategies.



## Kasutatud kirjandus

Brandstetter, B. ja Schmalhofer, J. (2014). Paid Content. *Journalism Practice*, 8:5, 499-507, doi:10.1080/17512786.2014.895519

Chyi, H., I. (2012). Paying for What? How Much? And Why (Not)? Predictors of Paying Intent for Multiplatform Newspapers. *The International Journal on Media Management*, 14: 227–250.

Collins, R. (2011). Content online and the end of public media? The UK, a canary in the coal mine? *Media, Culture & Society* 33(8): 1202–1219.

Cook, J-E. & Attari, S-Z. (2012). *Paying for What Was Free: Lessons from the New York Times Paywall*.

Goyanes, M. (2015). The Value of Proximity: Examining the Willingness to Pay for Online Local News. *International Journal of Communication* (19328036). 2015, Vol. 9, p1505-1522. 18p.

Graybeal, G. M., & Hayes, J. L. (2011). A modified news micropayment model for newspapers on the social web. *International Journal on Media Management*, 13(2), 129–148

Herbert, J. ja Thurman, N. (2007). Paid content strategies for news websites: An empirical study of British newspapers' online business models. *Journalism Practice*, 1:2, 208-226.

Himma-Kadakas, M. & Kõuts, R. (2015). Media and communication. Open Access journal. *Who is willing to pay for online journalistic content?*

Kvalheim, N. (2013). News Behind the Wall An Analysis of the Relationship Between the Implementation of a Paywall and News Values.

Laherand, M-L. (2008). Kvalitatiivne uurimisviis. Võrguteavik. Tallinn

Lang, J. (2015). Nišiväljaande veebilugejate maksmisvalmidust mõjutavad tegurid ja ärimudelite võimalused kasumi teenimiseks Äripäeva näitel. Ühiskonnateaduste instituut.

Mings, S. M., & White, P. B. (2000). Profiting from online news: The search for viable business models.

Morgan, D. L. (1996). Focus Groups. *Annual Review of Sociology*, 22, 129–152.

Myllylahti M. (2013) , Digital Journalism: Newspaper Paywalls—The Hype And The Reality, *Digital Journalism* .

Noorsootöö seadus (2010). Riigi Teataja. URL, <https://www.riigiteataja.ee/akt/NTS>, (kasutatud mai 2016)

Perez-Latre, F. (2007). The paradigm shift in advertising and its meaning for advertising-supported media. *Journal of Media Business Studies*, 4(1), 41–49.

Ruuda, L. (2014). Ajakirjandusliku sisu müük internetis: maailma teooria ja Eesti praktika. Bakalaureusetöö. Tartu ülikool, ühiskonnateaduste instituut.

Sang, Y. (2012). A study of college students' attitudes toward a paid news content system *Southwestern Mass Communication Journal*. 2012, Vol. 27 Issue 3, p1-30. 30p.

Sarapuu, M. (2014). Internetikasutajate valmisolek digitaalse sisu eest tasumiseks. Bakalaureusetöö. Tartu ülikool, ühiskonnateaduste instituut.

Sjøvaag, H. (2015). Introducing the Paywall. *Journalism Practice*, 1-21.

Spivak, C. (2011). Pay to play. *American Journalism Review*. Spring 2011, Vol. 33 Issue 1, p34-39. 5p.

Statistikaamet (2015). Interneti kasutamine 65-74-aastaste seas. Eesti statistika kvartalikirj 3/2015.

Toomet, V. (2011). Eesti Päevaleht astub sammu tulevikku 2011. *Eesti Päevaleht* 12. mai. URL, <http://epl.delfi.ee/news/eesti/eesti-paevaleht-astub-sammu-tulevikku?id=51296976> (kasutatud mai 2016)

Vara-Miguel, San Martin, Diaz-Espina. (2014). Paid news vs free news: evolution of the WSJ.com business model from a content perspective (2010-2012)

Vihalemm, T. (2014). Fookusgrupi intervjuu. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodeoloogia õpibaas*. URL, <http://samm.ut.ee/fookusgrupi-intervjuu> (kasutatud mai 2016)

Vihalemm, T. (2014). Vaatlus. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodeoloogia õpibaas*. URL, <http://samm.ut.ee/vaatlus> (kasutatud mai 2016)

## Kasutatud allikad

1. Maksimov, A. (2015). Venelased hoiatavad: külm ja tuul panevad Ionasele põntsu. Meie Maa, 10. november.
2. Rauniste, V. (2015). Piimasektori visadus väärrib monumenti. Meie Maa, 11. november.
3. Jakson, A. (2015). Volikogu esimeest ähvardab rahatrahv. Meie Maa, 10. november.
4. Jakson, A. (2015). Linn tahab uuest aastast kaotada arendusosakonna. Meie Maa, 12. november.
5. Osa, S. (2015). Ametikooli tudeng käis Barcelonas õpipoisiks. Meie Maa, 12. november.
6. Talzi, P. (2015). Näljased metssead tegid Lõmala kandis puhta töö. Meie Maa, 13. november.
7. Tooming, S. (2015). Orissaares algasid Võluhääle otsingud. Meie Maa, 14. november.
8. Tooming, S. (2015). Rautsi talu värvilised viljad pealinna tipprestoranides. Meie Maa, 13. november.
9. MEIE MAA TV: Restoran Maisi avamine tõi kaasa palju külalisi ja melu (2015). Meie Maa, 14. november.
10. Kallas, E. (2015). Maire Sillavee sööb kultuurileiba – juba 35 aastat. Meie Maa, 14. november.
11. Salong, H. (2015). Kas teil päevapraadi on? Meie Maa, 9. november.
12. Talzi, P. (2015). SÜG-i erilised õpilased. Meie Maa, 9. november.
13. Vapper, I. (2015). Saaremaa osaleb koolinoorte äriideede konkursil. Meie Maa, 13. november.
14. Tooming, S. (2015). Keskerakonna Saaremaa piirkond kandidaati ei esitanud. Meie Maa, 12. november.
15. Salong, H. (2015). Uus kunstmuru saab peatselt maha. Meie Maa, 10. november.
16. Vapper, I. (2015). Saatkond soovib saarlastega tihedamat koostööd. Meie Maa, 11. november.
17. Osa, S. (2015). Loomahotellis käib elu täie hooga. Meie Maa, 9. november.
18. Talzi, P. (2015). Endisele piimakombinaadi klubile uus hing sisse. Meie Maa, 12. november.
19. Jakson, A. (2015). Autojuhid eiravad Slupi ristmiku ajutisi liiklusmärke. Meie Maa, 11. november.
20. Tooming, S. (2015). Maakonna hülgejahi load realiseerimata. Meie Maa, 11. november.
21. Saar, J. (2015). Linnaametnik: Sõpruse sild näeb kohutav välja. Tartu Postimees, 13. november.
22. Jõgi, A. (2015). Sandra Liiv: olen vahel nutnud ja mõelnud, miks on maailm ebaõiglane. Tartu Postimees, 12. november.
23. Kohler, V. (2015). Turu linn jagas pagulaskogemusi. Tartu Postimees, 10. november.
24. Kula, K. (2015). Maailmale tiir peale mootorrattaga. Tartu Postimees, 12. november.
25. Kula, K. (2015). Tartumaalt pääses Ajujahil paremate hulka 16 ideed. Tartu Postimees, 11. november.

26. Saar, J. (2015). Uus vöötrada Riia -Turu ristmikule tuleb mugava autoliikluse arvelt. Tartu Postimees, 13. november.
27. Butikaite, M. (2015). Uus Teater astub publikule üha lähemale. Tartu Postimees, 13. november.
28. Jõgi, A. (2015). Eesti noored audioloogid kutsuvad kõrvu hoidma. Tartu Postimees, 12. november.
29. Olmaru, J. (2015). Rock püüab järgmist võitu euroliigas. Tartu Postimees, 10. november.
30. Irja Alakivi: Emajõelinnu parkide kaitseks (2015). Tartu Postimees, 10. november.
31. Jõgi, A. (2015). Kolm Tartu noort pürivad tulevikus talendiks. Tartu Postimees, 13. november.
32. Saar, J. (2015). Madruse tänava segaduse ohver saab nime tagasi. Tartu Postimees, 12. november.
33. Olmaru, J. (2015). Juht jättis peatuses istunud reisija maha. Tartu Postimees, 12. november.
34. Pintson, M-L. (2015). Ühiskatsed sunnivad õpilast paremini otsustama. Tartu Postimees, 9. november.
35. Olmaru, J. (2015). Teeremont kolib Elva lähistel viaduktile. Tartu Postimees, 9. november.
36. Hanson, R. (2015). Pargi hotelli kunstiteostest jäi oksjonil osa müümata. Tartu Postimees, 9. november.
37. Saar, J. (2015). Karuplatsile kerkib ärimaja. Tartu Postimees, 10. november.
38. Riigi otsus pani linna eelarvet kärpima (2015). Tartu Postimees, 10. november.
39. Teder, M. (2015). Pealtnägija viis auto alla jäänud jalakäija haiglasse. Tartu Postimees, 11. november.
40. Kohler, V. (2015). Tänapäeva Kristjan Jaagud hakkavad rändama juba gümnasistidena. Tartu Postimees, 11. november.
41. Vao pagulaskeskuse süütajat pole endiselt teada ja uurimine jätkub (2015). Virumaa Teataja, 12. november.
42. Kortarinaabrit pussitanud mees saadeti trellide taha (2015). Virumaa Teataja, 10. november.
43. Tules kodu kaotanu kõrvalist abi ei vaja (2015). Virumaa Teataja, 11. november.
44. Ehrlich, K. (2015). Töötervishoiupäev keskendub töökiusamisega seotud probleemidele. Virumaa Teataja, 11. november.
45. VKG kahjum ulatub tänavu 7 miljoni euroni (2015). Virumaa Teataja, 11. november.
46. Ehrlich, K. (2015). Viru pataljoni ajateenijaid alustasid Javelini-õpet. Virumaa Teataja, 10. november.
47. Veski, K. (2015). Kunda linnapea konkurss ei kujunenud farsiks. Virumaa Teataja, 12. november.
48. Pulver, A. (2015). Koerakaka ja vanad veljed viisid konkursil edasi. Virumaa Teataja, 13. november.
49. Eesti koolilaste põhioskused on väga head. Virumaa Teataja, 14. november.
50. Riho Hütt naasis palverännakult: "Kohati oli tuul nii kõva, et andis jalgadega teest kinni hoida" (2015). Virumaa Teataja, 14. november.
51. Rahvas saab taas otsustada: igaüks võib aasta tegu valida (2015). Virumaa Teataja, 11. november.
52. Lääne-Virumaa koolid saadavad Robotexile üle 30 roboti (2015). Virumaa Teataja, 12. november.
53. Viita-Neuhaus, A. (2015). Teaduslik katsepüük Kadrina paisjärvel päädis kuuekilose haugiga, Virumaa Teataja, 12. november.
54. Täna astub Rakvere teatris lavale "Must prints" (2015). Virumaa Teataja, 13. november.
55. Ehrlich, K. & Liiva, V. (2015). Parimad hoidised selguvad juba sellel reedel. Virumaa Teataja, 13. november.
56. Klaas, E. (2015). Vargad käisid suvilas ja kõrvalhoones. Virumaa Teataja, 12. november.
57. Haljala gümnaasiumi juures muutus liikluskorraldus (2015). Virumaa Teataja, 11. november.

58. Raudla, Merly. (2015). Reinis Strupovic tuleb Tarvasse tagasi. Virumaa Teataja, 11. november.
59. Ehrlich, K. (2015). Põllumees ehitab vanast sigalast omale viljahoidla. Virumaa Teataja, 11. november.
60. Raudla, Merly. (2015). Kolm päeva + 14 sportlast = 17 medalit. Virumaa Teataja, 10. november.
61. Laasner, E. (2015). Masingu kool saab lisaruumi. Tartu Postimees, 9. november.
62. Talzi, P. (2015). Isadepäev Koguva moodi. Meie Maa, 10. november.
63. Tooming, S. (2015). Orissaares algasid Võluhääle otsingud. Meie Maa, 14. november.
64. Poisikesed üritasid mobiilimasti ronida (2015). Virumaa Teataja, 10. november.
65. Kõrgemäel murti sisse suvilasse (2015). Virumaa Teataja, 13. november.
66. Raudla, Merly. (2015). Vennad kümnevõistlejad on sarnased kui kaks tilka vett. Virumaa Teataja, 14. november.

## Lisad

### Lisa 1. Fookusgrupi intervjuu kava

Eesmärk	Küsimused/ülesanne	Aeg
Sooendus	1. Enda ja fookusgrupi intervjuu tutvustus ja uuringu eesmärgist rääkimine.  2. Soojendusküsimus: Mida te arvate sellest, et üha rohkem ajakirjandusväljaandeid, sealhulgas maakonnalehed, maksustab oma sisu veebis?	u. 15 minuti
Välja selgitada põhjused, miks ollakse nõus tasulise loo eest maksuma.	1) Paljud Teist on kunagi maksnud, et veebis mõnda kohalikku uudist lugeda?  2) Miks olete otsustanud veebis tasulise loo eest maksta?  3) Millised olid tasulise loo osas teie ootused ja kas need täideti?	u. 10 minutit
Uurida, kui palju eelistatakse lugeda veebiväljaandes tasulisi lugusid.	Annan osalejatele paberi, kus on juhuslikus järjekorras 50 Virumaa Teatajas/Meie Maas/Tartu Postimehes viimase kahe nädala jooksul ilmunud artiklit koos sissejuhatusega, millest pooled on tasulised ja pooled tasuta (valikud juhuslikult). Palun osalejatel järjestada 10 lugu, mida nad sealt eelkõige sooviksid lugeda.	u. 10 minutit
Uurin osalejatelt, kui palju nende valitud lugudest on tasulised.	Annan osalejatele lehe, kus on kirjas, millised nendest lugudest on tasulised ja millised tasuta, et nad saaksid võrrelda ja märkida ära, kui paljud valitud lugudest olid tasulised ja paljud	u. 5 minutit

	<p>tasuta.</p> <p>1) Kui nüüd näete, millised Teid huvitavad lood on tasulised, siis kui paljud Teid oleksid nõus maksma, et neid lugeda? Palun märkige need lood plussmärgiga.</p>	
<p>Teada saada, miks pole lugejad nõus kohaliku uudise eest maksma.</p>	<p>1) Palju tuleb ette olukordi, kui soovite veebis lugeda kohalikku uudist, kuid selle eest küsitakse raha?</p> <p>2) Kui te pole nõus selle eest maksma, siis miks?</p> <p>3) Kui te pole nõus maksma, kuidas leiate võimaluse teid huvitavat artiklit lugeda?</p>	<p>u. 20 minutit</p>
<p>Strateegiatest, kuidas ostma meelitatakse (meelitajad, muudetud pealkirjad ja pealkirjade täiendused) aru saamine.</p>	<p>1) Milliseid võtteid olete tajunud, et teid kui lugejat soovitakse artiklit ostma meelitada?</p> <p>2) Kuidas need võtted teie kui lugeja jaoks toimivad?</p> <p>3) Olete kunagi mõne loo seetõttu ostnud?</p>	<p>u. 10 minutit</p>
<p>Hinna ja kujunduse roll lugejate jaoks</p>	<p>1) Millist maksmisviisi eelistate?</p> <p>2) Kas maksustatud loo puhul peaks olema aru saada, kui pikk on artikkel?</p> <p>3) Kui oluliseks peate maksmisel lihtsust ja hinda?</p> <p>4) Kas tasulised lood peaksid olema vastava märgistusega (kinnine tabalukk või kirjaga „tasuline lugu“) tähistatud?</p>	<p>u. 7 minutit</p>
<p><b>Lõppsõna</b></p>	<p>Küsin, kas osalejad soovivad</p>	<p>u. 5 minutit</p>

	veel midagi lisada. Tänan intervjuus osalemise eest.	
--	--	--



## Lisa 2. Fookusgrupi ülesande tulemused

### Tartumaa fookusgrupi ülesande tulemused

	TASULINE VÕI TASUTA	N27	2N 27	M27	N28	M3 1	M3 6	N4 0	M4 0	N4 5	M4 5	M4 9	N5 2	M52
1. Linnaametnik: Sõpruse sild näeb kohutav välja	TASUTA	8				8			1			10		
2. Sandra Liiv: olen vahel nutnud ja mõelnud, miks on maailm ebaõiglane	TASUTA	6	1	10	2		3	9	8	4			3	
3. Turu linn jagas pagulaskogemusi	TASULINE	3			1		2	5			6	9	2	1
4. Maailmale tiir peale mootorrattaga	TASULINE	1	3		7	6	4	8		6	5			2
5. Tartumaalt pääses Ajujahil paremate hulka 16 ideed	TASUTA	7		3			10	2				7		
6. Uus vöötrada Riia -Turu ristmikule tuleb mugava autoliikluse arvelt	TASULINE			2		3			2	7	7	5		
7. Uus Teater astub publikule üha lähemale	TASULINE	4	6	8	3	10	1	3	7	1	1	4	1	6
8. Eesti noored audioloogid kutsuvad kõrvu hoidma	TASULINE	2	8	9	10		9	6	5			8		8
9. Rock püüab järgmist võitu euroliigas	TASULINE		2			5						6		7
10. Irja Alakivi: Emajõelinna parkide	TASULINE		7	1	4	1	7	10	9	5	2	2	9	

<b>kaitseks (arvamuslugu)</b>														
<b>11. Kolm Tartu noort pürivad tulevikus talendiks</b>	<b>TASUTA</b>	9						7				3		
<b>12. Madruse tänava segaduse ohver saab nime tagasi</b>	<b>TASUTA</b>					9			6		8			3
<b>13. Juht jättis peatuses istunud reisija maha</b>	<b>TASULINE</b>				9								6	10
<b>14. Ühiskatsed sunnivad õpilast paremini otsustama</b>	<b>TASUTA</b>		4	4	6	7		1		2	3			4
<b>15. Teeremont kolib Elva lähistel viaduktile</b>	<b>TASUTA</b>								10					
<b>16. Pargi hotelli kunstiteostest jäi oksjonil osa müümata</b>	<b>TASUTA</b>		5				8		3	10			8	
<b>17. Karuplatsile kerkib ärimaja</b>	<b>TASULINE</b>			7		2	6	4	4	9	10	1	10	9

<b>18. Riigi otsus pani linna eelarvet kärpima</b>	<b>TASUTA</b>	5	10	5	8	4					3	9			
<b>19. Pealtnägija viis auto alla jäänud jalakäija haiglasse</b>	<b>TASUTA</b>	10					5							4	5
<b>20. Tänapäeva Kristjan Jaagud hakkavad rändama juba gümnaasistidena</b>	<b>TASULINE</b>		9	6	5						8	4		5	
<b>Kokku</b>	<b>TASULINE/TASUTA</b>	4/6	6/4	6/4	7/3	6/4	6/4	6/4	5/5	6/4	7/3	7/3	6/4	7/3	

#### Meie Maa fookusgrupi ülesande tulemused

	<b>TASULINE VÕI TASUTA</b>	N 30	N 32	N 36	M 38	N3 8	N 40 _n	M 40 _n	N 42 _n	N4 0	N4 3	M 48	N 52	N 54	N5 5	M 55	N 58
<b>1. Venelased hoiatavad: külm ja tuul panevad Ionasele põntsu</b>	<b>TASUTA</b>		1		10		7	8	10			8	2	3	7	7	
<b>2. Piimasektori visadus väärrib monumenti</b>	<b>TASUTA</b>								4		9		4		8	6	
<b>3. Volikogu esimeest ähvardab rahatrahv</b>	<b>TASULINE</b>	3	10		7	6	9				3	1		5	2		6
<b>4. Linn tahab uuest aastast kaotada</b>	<b>TASULINE</b>	1	2	1		1	1	10	6		4	2		4	1		1

<b>arendusosakonna</b>																	
<b>5. Ametikooli tudeng käis Barcelonas õpipoisiks</b>	TASUTA		5	6			4		2							5	2
<b>6. Näljased metssead tegid Lõmala kandis puhta töö</b>	TASULINE		8		6	2		1			10	3	5	10	6	8	9
<b>7. Orissaares algasid Võluhääle otsingud</b>	TASULINE								7								
<b>8. Rautsi talu värvilised viljad pealinna tipprestoranides</b>	TASULINE		6		5			4				5	1	2	9		
<b>9. MEIE MAA TV: Restoran Maisi avamine tõi kaasa palju külalisi ja melu</b>	TASUTA	5			4	7				3	2			8		9	
<b>10. Maire Sillavee sööb kultuurileiba – juba 35 aastat</b>	TASULINE								3	1	1	4				4	7
<b>11. Kas teil päevapraadi on?</b>	TASULINE		9					2			8	9					
<b>12. SÜG-i erilised õpilased</b>	TASUTA	2	7	4			2		5				6				3
<b>13. Saaremaa osaleb koolinoorte äriideede konkursil</b>	TASULINE						3	3	1				7	6	10	3	5
<b>14. Keskerakonna Saaremaa piirkond kandidaati ei esitanud</b>	TASUTA					3	5	8			5	10					10
<b>15. Uus kunstmuru saab peatselt maha</b>	TASUTA	4	4	3	3		8	9	8								
<b>16. Saatkond soovib saarlastega</b>	TASUTA			2	8			7	9				8			10	4

<b>tihedamat koostööd</b>																	
<b>17. Loomahotellis käib elu täie hooga</b>	<b>TASULINE</b>				9	4	10				6	6		7	4		
18. Endisele piimakombinaadi klubile uus hing sisse	<b>TASUTA</b>			5	1			6		2		7	9				8
19. Autojuhid eiravad Slupi ristmiku ajutisi liiklusmärke	<b>TASULINE</b>		3		2	5	6				7		3	1	3	1	
20. Maakonna hülgejahi load realiseerimata	<b>TASUTA</b>							5							5	2	
<b>KOKKU</b>	<b>TASULINE/TASUTA</b>	2/ 3	6/ 4	1/ 5	5/ 5	5/5	5/ 5	5/5	4/ 6	1/2	7/3	7/ 3	4/ 6	7/ 2	7/3	4/6	5/ 5

## Virumaa Teataja fookusgrupi ülesande tulemused

	<b>TASUTA VÕI TASULINE</b>	N27	N28	M32	N32	N34	M34	N40	N42	M42	M46	N49	N50	N52	M53	N54	N55
<b>1. Vao pagulaskeskuse süütajad pole endiselt teada ja uurimine jätkub</b>	<b>TASUTA</b>					2	9	5					2		5		8
<b>2. Kortarinaabrit pussitanud mees saadeti trellide taha</b>	<b>TASULINE</b>		9	6									8		9		
<b>3. Tules kodu kaotanu kõrvalist abi ei vaja</b>	<b>TASUTA</b>			9	8	3	5										
<b>4. Töötervishoiupäev keskendub töökiusamisega seotud probleemidele</b>	<b>TASUTA</b>	6	5					4	7	10		9	1	5		6	4
<b>5. VKG kahjum ulatub tänavu 7 miljoni euroni</b>	<b>TASULINE</b>		10	2	9	5		10		7	7		7		1	5	
<b>6. Viru pataljoni ajateenijaid alustasid Javelini-õpet</b>	<b>TASUTA</b>			4		6			6	4							

<b>7. Kunda linnapea konkurss ei kujunenud farsiks</b>	<b>TASULINE</b>	1			7	1	3	7		5	6	10	3	7	2	1	5
<b>8. Koerakaka ja vanad veljed viisid konkursil edasi</b>	<b>TASULINE</b>	2			4	8	10	3	9			3	9				
<b>9. Eesti koolilaste põhioskused on väga head</b>	<b>TASULINE</b>	7	7	8	2		2	2	5	6	5	2	4	1	3	2	9
<b>10. Riho Hütt naasis palverännakult: "Kohati oli tuul nii kõva, et andis jalgadega teest kinni hoida"</b>	<b>TASULINE</b>	4			3	4	8	6	2		4	4	10	9	6		6
<b>11. Rahvas saab taas otsustada: igaüks võib aasta tegu valida</b>	<b>TASUTA</b>	3	2	5	1		1	8	8		8	7	5	2	8	4	3
<b>12. Lääne-Virumaa koolid saavad Robotexile üle 30 roboti</b>	<b>TASUTA</b>	5	4	10	5	9	4	1	3	8	9	5		3	4	3	2
<b>13. Teaduslik katsepüük Kadrina paisjärvel päädis kuuekilose haugiga</b>	<b>TASULINE</b>		8	3						1	3				10	8	
<b>14. Täna astub Rakvere teatris lavale "Must</b>	<b>TASUTA</b>				6		7	9	4			8	6	4		9	1

<b>prints"</b>																	
<b>15. Parimad hoidised selguvad juba sellel reedel</b>	<b>TASUTA</b>		6		10											10	
<b>16. Vargad käisid suvilas ja kõrvalhoones</b>	<b>TASUTA</b>	9		7											7		10

<b>17. Kolm päeva + 14 sportlast = 17 medalit</b>	<b>TASULINE</b>		3			10			1	9	10	6		10			7
<b>18. Haljala gümnaasiumi juures muutus liikluskorraldus</b>	<b>TASULINE</b>	8								3		1		6			
<b>19. Reinis Strupovic tuleb Tarvasse tagasi</b>	<b>TASUTA</b>		1	1			6				2						
<b>20. Põllumees ehitab vanast sigalast omale viljahoidla</b>	<b>TASULINE</b>	10				7			10	2	1			8		7	
<b>KOKKU</b>	<b>TASULINE/ TASUTA</b>	6/4	5/5	4/6	5/5	6/4	4/6	5/5	5/5	7/3	7/3	6/4	6/4	6/4	6/4	5/5	4/6



## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Kertu Kula

Sünnikuupäev: 19.07.1990

1. Annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Tasuline veebisisu maakonnalehtedes: strateegiad, praktikad ja lugejate kogemused ning ootused”, mille juhendaja on Marju-Himma Kadakas
  - 1.1. Reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
  - 1.2. Üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. Olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus 31.05.2016