

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Taavi Audo

**Kuni kuue-aastase tööstaažiga erialase kõrgharidusega ajakirjanike
rolli ja autonoomia tunnetus**

Bakalaureusetöö

Juhendajad: Signe Ivask, PhD

Marten Juurik, MA

Tartu 2019

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	5
1.1. Ajakirjaniku ja ajakirjanduse rollide muutumine	5
1.2. Ajakirjaniku autonoomia ja sellega kaasnevad tegurid	6
1.3. Erinevad uudisväärtused ning nende juurde tekkimine	8
1.4. Konvergens ja muutused toimetuse töös	9
1.5. Ajakirjaniku oskustepagas	11
1.6. Ülevaade Eesti suurematest meediakontsernidest	12
1.7. Uurimisküsimused	14
2. MEETOD JA VALIM.....	15
2.1. Valim	15
2.2. Meetod	16
3. TULEMUSED.....	19
3.1. Ajakirjanike rollide tajumine	19
3.2. Ajakirjaniku autonoomsus ülesannete täitmisel	23
3.3. Ülikooliaja ootuste vastavus reaalse olukorraga tööl	27
3.3a. Ajakirjaniku oskustepagas ning selle loomine.....	31
4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	34
4.1. Järeldused.....	34
4.2. Diskussioon.....	39
4.3. Meetodi kriitika.....	43
KOKKUVÕTE	44
SUMMARY	45
KASUTATUD KIRJANDUS	47
LISA 1. UURINGUKAVA	53

SISSEJUHATUS

Ajakirjaniku rolli tunnetus on ajas muutuv nähtus, mis muutub olenevalt ajakirjaniku tööstaažist, eest, meediumist ja ka valitsevatest kultuurilisest ning poliitilisest olukorrast (Einmann, 2010). Lisaks on ajakirjaniku roll läbi aastate muutunud üha arenevate tehnoloogia võimalustega ning nendega käsikäes muutuvate tarbija käitumismustrite tõttu. Ajakirjandust pole mõtet teha, kui sisu, mis peaks hoidma auditooriumi kursis maailma toimuvaga, ei jõua lugejani.

Meediakontsernide huviks on pidev suur lugejaskond, kes tarbib nende toodetud sisu. Sisuga käsikäes käib ka müüdnud reklaam, mis on tänapäeva meediakontsernidele põhiline tuluallikas.

Ühtlasi on sotsiaalmeedia muutnud meediamaastiku igapäevatööd. Kõige suurem muudatus ajakirjanike jaoks on see, et igal inimesel on võimalik olla sisutootja ja jõuda enda auditooriumini. Varasemalt olid selleks ainuti tavapäraseid meediumid (televisoor, raadio, paberleht). Nüüd on võimalik kõigil inimestel, kellel on ligipääs internetti, toota sisu ning mida kvaliteetsem või konfliktsem on lugu, seda viraalsemaks see läheb. Seega on tekkinud meediakontsernidele tuhandeid, kui mitte miljoneid konkurente juurde. Informatsiooni ja sisu tekib tarbijate silme ette niivõrd palju ning see, kes suudab seda teha põnevamalt, kõnetavamalt ja kvantitatiivselt rohkem, jääb rohkem silma.

Kui ideaalses maailmas peaks olema ajakirjanduse roll olla valvekoer, siis nüüd räägitakse ustavast perekoerast, kes vajadusel kaitseb oma inimesi pahatahtlikkuse eest, kuid enamjaolt on tema funktsiooniks meelt lahutada (Agarwal ja Barthel, 2013). Seega peab toimetuses töötav ajakirjanik mitte kirjutama puhtalt uudiseid, vaid tihtipeale tootma kindla arvu sisuühikuid päevas (Leheste, 2012; Himma-Kadakas, 2018). Kõike seda selleks, et püsida pildis ning konkurentsisis. Näiteks Eesti suurematel erarahastusega meediakontsernidel on kõigil vähemalt 20 erinevat alarubriiki. Eriline on kindlasti ERR, kuna nendel ei ilmu paberlehte, kuid sellegipoolest on nad tegevad online-ajakirjanduses. Kuigi neil ei ole reklaamihuvide mängus, peavad nad auditooriumini jõudma ja hoidma enda usaldusväärset ning Eesti riigi huvides töötava entiteedi kuvandit.

Tänapäeva toimetuste töö on mõjutatud sensatsioonilisusest ja infohulgast, millega seoses võivad olla muutunud ajakirjaniku roll ja nende ootused tööandjale (Himma-Kadakas, 2018). Ootustele vastavus on see, mis tingib inimese rahulolu kindlas situatsioonis ja annab talle olukorra üle kontrolli. Ajakirjaniku töö on muutunud punktini, kus tal võib tekkida teadmatus, mida ta tegema

peab, sest auditoorium soovib ühte sisu, meediakontserni omanik soovib enda majanduslikest huvidest lähtuvalt teist ning ülikoolis õpetatakse kolmandat sorti lähenemist (Ivask, 2019).

Ma uurisin, millisena ajakirjanduse kõrgharidusega (või kohe kõrgharidust omandamas) ajakirjanikud, kes on enda erialaselt töötanud kuni kuus aastat, tajuvad enda töös online-ajakirjanduse ja trükimeedia omavahelist sidustamist ehk konvergeerumist ning mõjutust auditooriumi tagasisidest. Seda on vaja uurida, kuna ajakirjanike läbipõlemine on üha relevantsem ja sellele tuleb leida põhjendusi väärtuste ning ootuste tasandilt. Enne ülikooli astumist tekivad väga üldised ootused ajakirjaniku tööle ning õpingute jooksul mõjutavad seda õppejõud ning sisu, mis neile edasi antakse.

Materjali kogumiseks tegin Tartu Ülikooli ajakirjanduse eriala lõpetajatega (ja lähikuudel lõpetajatega), kes praktiseerivad ajakirjandust, semistruktureeritud intervjuud. Kuna uuritavad on hiljuti käinud ülikoolis ning pole liiga pikk aeg möödunud ka ülikooli astumisest, on võimalik uurida tänapäeva noorte ajakirjandusse suhtumist ja ootuseid ning võrrelda neid päris olukorraga. Tulemused näitavad, kuidas on sensatsioonilisuse mõjutus sisule muutnud ajakirjanike tööd toimetuses ja rolli ühiskonnas. Teiseks, tuleb välja, kas Tartu Ülikooli ajakirjanduse eriala õppekava sisu on piisavalt ettevalmistav ning ei loo valesid eelarvamusi ajakirjaniku töö kohta.

Minu töö koosneb teema püstitamisest sissejuhatuses. Järgnevalt loon teooria peatükis teoreetilise raamistuse uuringule. Sellele järgneb meetodi ja valimi peatükk, kus põhjendan miks ma valisin uuringu läbiviimiseks konkreetse valimi, semistruktureeritud intervjuu ning kvalitatiivse tekstianalüüsi. Järgneb tulemuste peatükk, kus toon esile intervjuudest saadud tulemused, raamistades neid suuremate teemadena, lähtudes uurimisküsimustest. Sellele järgneb järelduste ja diskussiooni peatükk, kus vastan püstitatud uurimisküsimustele ning diskuteerin teemade üle, mis jäävad minu töös vastamata. Selles peatükis juurdlen ka selle üle, kuidas on võimalik minu töös kajastunud tulemuste ja järelduste pinnalt edasi minna. Töö sisuline pool lõppeb nii eestikeelse kui ka ingliskeelse kokkuvõttega.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

1.1. Ajakirjaniku ja ajakirjanduse rollide muutumine

Alapeatükiga illustreerin, kuidas läbi aja on ajakirjanduse ja ajakirjaniku roll muutunud. Selle tarbeks toon esile ka erinevaid rolli käsitlusi, mis aitab minu töös märgata rolli arengut ning kas tänapäeval kehtib sama roll või on see muutunud.

Ajakirjandus oli algul poliitiliste tegevuste kommenteerimine, analüüsimine, debatid ja arvamuste kujundamine ning on muutunud põhiliselt neutraalsete, aktuaalsete ja faktiliste uudiste loomiseks (Chalaby, 1996; Elliott, 1978; Hampton, 2004; Örnebring, 2007; Schudson, 1978; Wiener, 1988). Selline muutus oli tingitud ajakirjanduse institutsioonilistest muudatustest: kommerts- ja reklaamibaasil rahastatud massimeedia tekitas suurema nõudmise uudiste kajastamise järele, mis lõi võimaluse standardiseerida ajakirjanduse sisu ning sellega tekitada reporteri, kui professionaali ameti (Lee, 1976; Smythe, 1980).

Muutus ka tegelik funktsionaalne ajakirjanike roll ja töökorraldus: „vana“ funktsionaalne roll, mida seostati toimetaja ja kommentaatoriga, hääbus ning hakkas eksisteerima koos „uue“ rolliga, mida seostati peamiselt uudiste kogumise ja raporteerimisega. Varasemalt oli ajakirjandus põhiliselt teiste loodud materjalide organiseerimine ning päeval juhtunu kommenteerimine, tihtipeale parteilisest vaatevinklist. Uuemas kontseptsioonis on ajakirjandus enamjaolt materjalide iseseisev kogumine ning presenteerimine auditooriumile kättesaadaval ja kiirel moel. (King ja Plunkett, 2004; Örnebring, 2007)

Traditsioonilise ajakirjanduse rollide uurimisel on tulnud esile neli põhilist meedia funktsiooni: levitaja, tõlgendaja, vastanduja ja populismi mobiliseerija (Weaver jt, 2007). Ajakirjanikud, kes näevad meedia kui levitaja funktsiooni, tajuvad auditooriumi kui küpse ja suutlikutena, kes ajavad taga enda isiklike huviseid ning valivad uudiseid uudisväärtuslike kriteeriumite järgi (Donsbach, 2008). Tõlgendav funktsioon väärtustab valitsuse väidete uurimist ning keeruliste sotsiaalsete probleemide tõlgendamist (Agarwal ja Barthel, 2013). Vastanduv funktsioon hõlmab endas skeptilisust valitsuse ning kõikide eraettevõtete vastu. Populismi mobiliseerija funktsioon rõhutab kultuuriliste huvide loomist, sõnavõtte võimaldamist ning poliitilise agenda loomist (Cassidy, 2005). Vähesed ajakirjanikud seostavad end ainult ühe rolliga, vaid pigem suhestuvad nad vähemalt kahe rolliga (Agarwal ja Barthel, 2013).

Nii nagu on ajakirjaniku ja ajakirjanduse roll ajas muutunud, on muutunud ka ajakirjaniku igapäevane otsustusprotsess, mille tulemusel võib olla mõjutatud ajakirjaniku autonoomia. Autonoomia on oluline, kuna see tagab töötaja rahulolu ja isiklike väärtuste eest seismise ning kui seda mõjutada tulenevalt organisatsioonipoolsest survest, võib see põhjustada töölt lahkumist või lausa eriala vahetamist. Rääkimata isiklikust vaimsest heaolust.

1.2. Ajakirjaniku autonoomia ja sellega kaasnevad tegurid

Autonoomia alapeatükiga kirjeldan, kuidas on varasemate uuringute põhjal mõjutatud ajakirjaniku autonoomia ning kuidas see mõjutab ajakirjanikku ja ajakirjandust üldiselt. Ühtlasi toon välja mis võib takistada ajakirjanikke enda autonoomia eest seismisel ja miks on üldse oluline, et ajakirjanik kui professionaalse ameti täitja oleks autonoomne.

Organisatsiooni struktuuri ja töökultuuri muutumine loob väljakutseid ajakirjanduslikule autonoomiale (Hanitzsch jt, 2010; Hanitzsch ja Mellado, 2011; Mohd, 2011; Singer, 2006; van Weezel, 2009). Poliitilisi ja majanduslikke mõjutusi on rutiinse ajakirjandusliku töö juures raskem märgata, kuna nende olulisus on varjatud organisatsiooniliste ja protseduuriliste mõjutuste taha, millel on tugevam mõju ajakirjanike igapäeva tööle (Hanitzsch jt, 2010: 17).

Reklaamimine on oluline majanduslik faktor ajalehe tootmises ning surve reklaamiosakonnalt võib ohustada ajakirjanike autonoomiat (Harro-Loit ja Lauk, 2016). Ajakirjanike jaoks võib mõnes situatsioonis tunduda reklaamiosakonnaga koostöö vältimatu, mis on märk ajakirjanduse ja turunduse vahelise piiri hägustumisest (Baerug ja Harro-Loit, 2012; Harro-Loit ja Saks, 2006).

Tööturul valitsev ebakindlus võib hoida ajakirjanikke tagasi enda autonoomia kaitsmisel ja väärtustamisel (Harro-Loit ja Lauk, 2016). Töökoha säilitamine võib olla tähtsam kui autonoomia juhul kui majanduslik olukord on ebastabiilne (Harro-Loit ja Lauk, 2016).

Meediamajades valitsev majanduslangus ning tehnoloogiline revolutsioon on süvitsi mõjutanud ajakirjanduslikku ekspertiisi ja kutsealaseid väärtuseid. Meediakontsernid vähendavad kulusid ajakirjanike palgal hoidmise arvelt ning konvergeerunud toimetuses tõuseb märgatavalt ajakirjanike töö koormus. Staažikamad ja vanemad ajakirjanikud, kellel on kõrge tööeetika, on vaevaliselt kohandanud enda ekspertiisi toimetuses, kus toimub pidev tehnoloogiliste arengute implementeerimine. Töötempo on tõusev ning vanemad ajakirjanikud põlevad kiiremini läbi kui nende nooremad kolleegid. Võimalused, et konkureerida noorema tööjõuga, on piiratud, kuna

noored ja vähese kogemusega ajakirjanikud on valmis töötama madalama palga eest ning nende jaoks ei ole niivõrd oluline kindla töökoha olemasolu. (Harro-Loit ja Lauk, 2016)

Igapäevane uudiste tootmine pideva ajalise surve all ei võimalda ajakirjanikel analüüsida, kas nende tehtud töö on korrelatsioonis nende silmis hea ajakirjandusega (Harro-Loit ja Lauk, 2016). Tulemusena tehakse enda töös kompromisse ilma, et keegi märkaks heast ajakirjandustavast kõrvale kaldumist (ibid.). Ajakirjanike jaoks on konvergeerunud toimetustes oluline leida skandaalseid uudiseid ning omistada teistele uudistele skandaalile omaseid tunnuseid (Waisbord, 2004: 16). Skandaali otsimine on vajalik meediakontsernile, kuna oluline on püüda lugejate tähelepanu, et majanduslikult sellest kasu lõigata. Skandaal võib tekkida uudisloost, mis toob päevavalgele kellegi saladuse või konfliktse olukorra. See võimaldab lool saavutada laia kõlapinna ning aeg-ajalt võib skandaal tingida reaalseid muutuseid (töökoha muutus, õigussüsteemis vastutusele võtmine). Skandaaliga käsikäes käib sensatsioonilisuse püüdmine. Sensatsioonilisus kujutab endast tähelepanu tekitavate lugude või keele kasutust faktilise täpsuse arvelt, et äratada avalikkuses teema vastu huvi või elevust (Oxford Dictionaries, i.a). Sel viisil lähtub meedia enda töös tugevalt isiklikele hinnangutele, kus rünnatakse otseselt näiteks poliitilisi entiteete, läbi mille langeb nende vastu usaldus masside seas (Mutz 2007; Mutz ja Reeves 2005). Seega on ajakirjanduslikule autonoomiale suurteks väljakutseteks majanduslik olukord ja infotehnoloogiline revolutsioon meediakontsernides (Deuze, 2005; Gans, 2003; Mellado ja Humanes, 2012; Singer, 2007).

Autonoomia on oluline osa professionaalse ajakirjanduse kultuurist, mis paneb piiri kodanliku ajakirjanduse ja professionaalse ajakirjanduse vahele (Harro-Loit ja Lauk, 2016). Kodanlikud ajakirjanikud kasutavad samu tehnoloogilisi võimalusi nagu professionaalsed ajakirjanikud ning neil on võimalik panustada igapäeva uudistesse ja ühiskonna informeeritusse (Bowman ja Willis, 2003; Glasser, 2000; Nip, 2006; Rosen 2000). Blogijate kui kodanikkonna kriitilise arvamuse esindajate võimuses on hoolikalt jälgida ja vajadusel parandada peavoolu meedias kajastatavat (Cooper, 2006). Kodanliku ajakirjanduse potentsiaali on nähtud kui ohtu professionaalsele ajakirjandusele, kuna tänapäeval on võimalik kõigil hakata ajakirjanikeks (Chang, 2005: 930).

Uuringutest on tulnud välja kodanliku ajakirjanduse võimetus pakkuda kvaliteetset informatsiooni (Franklin, 2008). Efektivse demokraatia kindlustamine vajab kõrgetasemeliste ja teadlike professionaalsete ajakirjanike olemasolu, kes suudavad valida, toota ja töödelda usaldusväärset informatsiooni (Harro-Loit ja Lauk, 2016). Usaldusväärse informatsiooni ja allikate ning

oskusliku reklaami vahel on selged erinevused, kuid mõlemad on tänapäeval esitatud ajakirjanduslikus formaadis (Harro-Loit ja Lauk, 2016).

Ajalooliselt on ajakirjanikke, kes on omandanud väljaõppe läbi akadeemiliste programmide ja praktikate, peetud professionaalseteks valvekoorteks, kes töötavad demokraatliku ühiskonna huvides, edendades vajalikel teemadel diskussiooni (Agarwal ja Barthel, 2013). Nende seotus traditsiooniliste uudiste organisatsioonidega peaks toimima kinnituseks, et nad pooldavad laialt aktsepteeritud protseduure ja eetikaid, mis võimaldavad tuua lugejateni usaldusväärset informatsiooni (Gans, 2003).

Pikalt on vaieldud selle üle, kas ülikool, kus keskendutakse teooriale ja kriitilisele mõtlemisele, on õige koht, kus õpetada ajakirjandust, mille kohta tihti arvatakse, et parem on omandada eriala läbi praktilise kogemuse (Carey, 2000; Mensing, 2010; Reese, 1999). Selles bakalaureusetöös tuleb esile, mil määral on Tartu Ülikooli õpingud panustanud eriala omandamisse ning mil määral praktiline kogemus.

Ametlikud koolitused tihtipeale aitavad defineerida ametit ning läbi selle tekib ühtne arusaam sellest, millised peaksid olema professionaalse töö praktikad (Agarwal ja Barthel, 2013). Tavapäraselt jagunevad need kolmeks (Hallin ja Mancini, 2004): a) autonoomia tööprotsessi üle; b) kindlad professionaalsed normid, eetikakoodeks, eneseteadlik identiteet ning takistused vähikutele töökeskkonda sisenemisel (Collins, 1990); c) avalikkuse teenistuses olemine.

1.3. Erinevad uudisväärtused ning nende juurde tekkimine

Ajakirjanik enda igapäeva töös läheneb loo tegemisel nii isiklikest tõekspidamistest kui ka professionaalina uudisväärtuslikest kriteeriumitest. Uudisväärtuslikud kriteeriumid on mingis mõttes mall ajakirjaniku jaoks, mis aitab kaasa tema igapäevastele otsustusprotsessidele. Kui tema silmis uudise kriteeriumid lähevad vastuollu hea ajakirjandusega, ei võimalda see säilitada autonoomiat tema enda tööprotsessi üle ning mõjutab otseselt ajakirjanikku, kui professionaalse ameti kohusetäitjat.

Hennoste (2001) järgi on ajakirjanduse seitse uudisväärtust mõjucus, ebatavalisus, prominentsus, konfliktus, lähedus, värskus ja päevakajalisus. Harcup ja O'Neill (2001) uudisväärtused lähtuvad sarnastest, kuid ka teistsugustest omadustest, kus kirjutis peab rahuldama vähemalt ühe järgnevast kümnest tingimusest, et see avaldataks: 1) eliidi jõud: lood, mis puudutavad mõjukaid indiviide,

organisatsioone või institutsioone; 2) kuulsus: lood, kus kirjutatakse inimestest, kes juba on kuulsad; 3) meelelahutus: sisu, mis puudutab seksi, meelelahutusäri, inimlikke huve, loomi, draamat või pakub võimalust nautida huumorit, põnevaid pilte või kentsakaid pealkirju; 4) üllatus: lood, kus on üllatusmoment või kontrast; 5) halvad uudised: lood, kus on dominantseid negatiivse kõlaga sõnumid, nagu leidub tihtipeale konfliktis või tragöödiates; 6) head uudised: lood, kus on dominantseks jooneks positiivsed sõnumid, mis tihtipeale puudutavad päästmisi ja tervenemisi; 7) mõjukus: lood, mis tunduvad piisavalt paljusid inimesi mõjutavat või keda potentsiaalselt teema huvitab; 8) relevantsus: lood, mis kirjeldavad probleeme, gruppe ja riike, keda auditoorium peab relevantseks; 9) järellugu: lood teemadel, mis on juba varasemalt leidnud kajastust; 10) meediakontserni agenda: lood, mis edendavad uudiste tootjate enda agendat. Autorid (Harcup ja O'Neill) vaatasid 2017. aastal enda uudisväärtustele uuesti otsa ning uurisid nende ajakohasust. Nende arvates on tekkinud juurde uusi uudisväärtuseid, kuid enamus vanadest endiselt kehtib. Uudisväärtused, millega nad täiendaksid eelnevat nimekirja, on:

- 1) eksklusiivsus: lood, mida on võimalik ühel meediakontsernil eelisjärjekorras teiste suhtes teha (sh uuringute põhjal tehtud lood);
- 2) konflikt: lood, mis hõlmavad kas endas konflikti või kajastavad toimunud konflikti, nagu vastuolulised olukorrad, vaidlused, streigid ja sõjandus;
- 3) audiovisuaalne sisu: lood, millel on tabavad pildid, video, heli või ka infograafikud, mis illustreerivad artiklit;
- 4) jagatavus: lood, mis arvatavasti tekitavad sotsiaalmeedias huvi ning mida inimesed jagaksid ja kommenteeriks (Harcup ja O'Neil, 2017).

Seega on lähenemisi mitmeid ning aja jooksul võivad muutuda uudisväärtused, millest lähtutakse teemade valikus ja lugude avaldamises. See tekitab küsimuse, kas muutuvad uudisväärtuslikud kriteeriumid on kooskõlas ajakirjaniku silmis hea ajakirjandusega või lähtutakse uute kriteeriumitega hoopis toimetuse majanduslikest huvidest läbi mille võib langeda ajakirjanduse kvaliteet.

1.4. Konvergennts ja muutused toimetuse töös

Konvergeerunud toimetusest ning selle mõjust ajakirjandusele tuleb käsitleda koos autonoomia ning rolli identifitseerimisega, kuna tegemist on mõjutajaga, mis on otseselt muutnud ajakirjanike

igapäeva praktikaid. Ühtlasi aitab alapeatükk tuua esile senist olukorda konvergeerunud toimetustes, mida saan võrrelda enda töös hetke olukorraga ja kas üldse enam tajutakse konvergentsi mõjusid.

Meediakontsernid on pikalt näidanud üles huvi paremini mõista auditooriumi ja läbi selle luua nendele eelistatud sisu. Lugejaküsitluste põhjal on trükimeedia teinud enda toodete suhtes suuri muudatusi (Barnhurst, 1994). Näüd, kui sarnane protsess toimub online-ajakirjanduses, on see palju kiirem ning detailsem (Agarwal ja Barthel, 2013). Ajakirjanikud saavad kohest tagasisidet enda toodetud lugudele ning kasutavad seda, et valida edaspidi lugusid, mida kajastada ja millise nurga alt (Agarwal ja Barthel, 2013).

Ühtlasi on konvergeerunud toimetuses selleks rohkem võimalusi kui varem. Erinevatesse meediumitesse sisu tootmisoskus on suur eeldus, et töötada konvergeerunud toimetuses (Spyridou jt, 2013). Selline paindlikkus on nii kasulik kui ka kahjulik töötades veebiväljaandes – sarnaselt nagu on professionaalne nõue suhelda auditooriumiga, kes võib mõnikord anda väärtuslikke infokilde, kuid samal ajal võivad olla ebaviisakad (Agarwal ja Barthel, 2013).

Ajakirjanikud saavad peale verbaalsete sõnumite tagasisidet ka arvutisüsteemide kaudu. Veebianalüütika programmid monitoorivad lugude hetke populaarsust veebis (Tandoc, 2015). Sel moel on auditooriumipoolne tagasiside kiirem, automaatsem, ülevaatlikum ja avalikum, kuna populaarsed lood on uudisteportaalides kõrgematel kohtadel (Lee ja Tandoc, 2017). See mõjutab otseselt, kuidas toimib uudiste produktsiooni protsess, kuna ajakirjanikul on võimalik jälgida ja paremini mõista, millised lood auditooriumile rohkem huvi pakuvad (Tandoc, 2014). Toimetuste koosolekutel arutatakse, millised teemad on ka sotsiaalmeedias populaarsed ning nende seast valitakse välja teemad, millest auditoorium võib huvituda (Tandoc ja Vos, 2016). Tänu veebimeedia andmetele on võimalik hinnata ajakirjaniku töö tulemuslikkust ja edukust nende igapäevatöös (Lee ja Tandoc, 2017). Paljud uudiste organisatsioonid on implementeerinud klikkide põhjal raha teenimise ning maksavad rohkem ajakirjanikele, kelle lood ületavad ettemääratud arvu vaatamisi (Fischer, 2014).

Veebiväljaannetele saadaval olev väiksem reklaamist tulenev käive muudab online-ajakirjanikud kaubanduslikust survest sõltuvaks (Cohen, 2002), mis vähendab ajakirjanduse usaldusväarsust (Yang ja Oliver, 2004). Samuti tänu väiksemale käivele ning vajadusele pidevalt avaldada lugusid, on töötempo ja maht kasvanud märgiliselt, samal ajal vähendades toimetuse poolset kontrolli (Boczkowski ja De Santos, 2007; Cassidy, 2005; Klinenberg, 2005; Quandt, 2008).

Ajakirjanikud kogevad majanduslikust olukorrast tingitud survet nende igapäeva töös meediakontsernis, mis on kaudne ja süsteemist tulenev mõjutaja (Reich ja Hanitzsch, 2013). Erarahastusega meediakontsernid väärtustavad samuti sisu usaldusväarsust, kuid nende jaoks on reklaami ostjate usaldus esmatähtis ning auditooriumi vaadatakse kui kliente, kellele sisu müüakse (Harro-Loit ja Lauk, 2016).

Toimetused peavad jälgima auditooriumi käitumismustreid, et püsida majanduslikult jätkusuutlikud (Lee ja Tandoc, 2017). Mida rohkem majanduslikku kasu saavad ajakirjanikud ja meediaväljaanne, seda enam on toimetus valmis valima lugusid veebianalüütika põhjal (Vu, 2013).

1.5. Ajakirjaniku oskustepagas

Ajakirjanikud, kes töötavad konvergeerunud toimetuses, peavad taluma kõrget stressi ning kartust, mis on tekkinud survest omada mitmekülgset oskuste pagasit (Deuze ja Bardoel, 2001; Aviles ja Leon, 2002). Konvergeerunud toimetuses frustrerib ajakirjanikke lisakohustuste ning uute pingete teke, mis mõjutab nende igapäevast ajakasutust, kuna see piirab nende autonoomiat ja võimet toota kvaliteetset ajakirjandust (Klinenberg, 2005: 51). Seega tuleb sellises toimetuses omada rohkem oskuseid ning kulutada aega sisu tootmisele mitmesse meediumisse (Deuze, 2008). See ei mõjuta vaid uudiste produktsiooni protsessi, vaid ka ajakirjanike üldiseid rolle ning omab potentsiaalseid kahjusid professionaalsele autonoomiale (Örnebring ja Mellado, 2018).

Reporterite oskusteks võib nimetada kirjutamis-, intervjuerimisoskuseid ning uurimise tehnikaid ja võimet iseseisvalt töötada. Neid võib nimetada väljal töötava reporterite tööriistakastiks. Ühtlasi on need oskused sarnased traditsioonilise uudiste otsija omadega, kes käib välitöödel, et saada informatsiooni ja peab olema funktsionaalselt iseseisvam, kuna viibib toimetusest eemal. Teine oskuste pagas on seotud töötlemise ja toimetamisega ning koosneb toimetamisest, multimeedia produtseerimisoskusest, disaini ja kujundusoskusest ning organiseerimisest (Himma-Kadakas, 2018). Sellised oskused iseloomustavad tüüpilist „kontori reporterit“. Selline ajakirjanik tegeleb rohkem teiste poolt kirjutatu protsessimise ja esitlemisega ning omab organiseerivat rolli. Selline oskuste pagas representeerib „vana“ ajakirjanduse funktsiooni. (Örnebring ja Mellado, 2018)

Online-ajakirjanduse professionaalseid rutiine peetakse märkimisväärselt erinevaks traditsioonilise trükimeedia omadest. Uudiseid tuleb toota palju kiiremini kui paberlehte ja eetrisse, mis kehtib nii sündmusjärgsete käikude kajastamisel kui ka tavapärase lugude korral (Deuze, 2004; Klinenberg, 2005; Quandt, 2008). Selleks, et osaliselt kohaneda online-ajakirjanduse rutiinidega, töötavad ajakirjanikud iseseisvalt (Singer, 2004) ning suurem osa

materjali kogumisest toimub internetis (O’Sullivan ja Heinonen, 2008; Salwen, 2005). Lisaks sõltub nende tootmine platvormist, mis tihti peale nõuab neil nii teksti, videot või muid multimeedial põhinevaid materjale vastavalt loo olemusele (Mitchelstein and Boczkowski, 2009; Singer, 2004). Internet võimaldab ajakirjanikel jõuda rohkemate allikateni. Tavalisem on võimalik jagada uut informatsiooni läbi sotsiaalmeedia kanalite, tekitades ajakirjanikele ligipääsu mitte-ametlikele allikatele, kellel tavaliselt puudub ligipääs traditsioonilisse ajakirjandusse (Agarwal ja Abel, 2011).

Suures osas tunnevad ajakirjanikud ennast mugavalt kasutades tehnoloogiat ning nad näevad, et nende töö kvaliteet tõuseb, kui osata neid hästi kasutada, kuigi on märgatav mure treenituse ja aja puuduse osas, et üldse kujuneksid välja vajalikud oskused. Samuti näevad paljud ajakirjanikud uute sotsiaalmeedia tehnoloogiliste lahenduste väärtust. (Ekdale, Harmsen, Singer ja Tully, 2015)

Sotsiaalmeedia on piisavalt lihtne, et seda kasutada enda loodud sisu leviku jälgimiseks ning võimaldab katsetada erinevat sisu. Seda kogemust on võimalik ära kasutada toimetustes, et toota auditooriumile meelepärast sisu. (Lasorsa jt, 2012)

Toimetustes esineb muresid seoses lugude kvaliteediga, ajalise surve ning puuduliku väljaõppega üha keerulisemate tehnoloogiate pealetungil (Fenton, 2010). Sotsiaalmeedia kaudu on võimalik ajakirjanikel kiiresti hankida erakorraliste teemade kohta informatsiooni (Weaver, Beam, Brownlee, Voakes ja Wilhoit, 2007), et võidelda igapäevase ajasurve vastu. Kuigi algul oli sotsiaalmeedia kanalite vastu skeptiline suhtumine, siis näiteks Twitteri tulekul olid ajakirjanikud need, kes panustasid kanali levikusse, kui nad rõhutasid, et seda platvormi saab kasutada ühiskondliku teadlikkuse tõstmiseks ning kommerts- ja igapäevaeesmärkide saavutamiseks (Arceneaux ja Weiss, 2010). Ajakirjanike seas on nüüdseks levinud komme kasutada sotsiaalmeediat, kuid tuleb pöörata tähelepanu sellele, kuidas ühildub sisu kvaliteet professionaalse ajakirjanduse normidega (Ekdale, Harmsen, Singer ja Tully, 2015).

1.6. Ülevaade Eesti suurematest meediakontsernidest

Uurin oma bakalaureusetöös ajakirjanikke viiest Eestis tegutsevast meediakontsernist. Nendeks on Ekspress Meedia, Postimees Grupp, Geenius Meedia, Eesti Rahvusringhääling ja Bonnier. Järgnevas peatükis toon välja nende üldise struktuurse olemuse, et luua konteksti läbiviidud uuringule.

Ekspress Meedia on Eesti meediakontsern, kuhu kuuluvad eeskätt Eesti Ekspress, Maaleht, Maakodu, Eesti Päevaleht, laupäevaleht LP, Delfi. Delfi on uudisteportaal ja Eesti Päevaleht ajaleht, millel on ühine toimetus. Eraldi osakonnad selles toimetuses on Eesti Päevalehel, laupäevalehel LP, Delfil, audiovisuaalsel osakonnal, Ärilehel, Kasulikul, välisuudistel, arvamusrubriigil, kultuuri rubriigil, Spordil, Fortel, Naistekal, Kroonikal, sotsiaalmeedial, teemaveebide ja prindieride osakonnal. Eraldi toimetus on Vene Delfil, Eesti Ekspressil, Maalehel ja Maakodul. Kontsernis on kokku 12 teemaveebi ning 4 ajalehte (Eesti Päevaleht, Eesti Ekspress, LP, Maaleht) ja 6 ajakirja (Kroonika, Maakodu, Eesti Naine, Anne & Stiil, PERE ja KODU, Tervis PLUSS), mis on olemas nii paberväljaande vormis kui ka veebis. Absoluutselt kõikidel ajalehtedel ja ajakirjadel on nii paberväljaanne kui ka veebiportaal, nii et paberväljaande sisu on võimalik leida internetist. Teisalt kõik veebimeedia sisu ei leia kajastust paberväljaannetes. Kontsernil puudub küll enda hallatav televisioonikanal, kuid nad loovad aktiivselt audiovisuaalset sisu enda loodud Delfi TV-s. Samuti puudub kontsernil raadiokanal. Ekspress Meedia on esindatud online-ajakirjanduses, paberväljaannetes ja audiovisuaalse sisuga.

Postimees Grupp on Baltikumis tegutsev meediakontsern. Enda töös keskendun Postimees Grupi halduses olevatele institutsioonidele, mis tegutsevad Eesti meediamaaastikul. Kontserni kuulub 7 ajalehte (Postimees, Tartu Postimees, Pärnu Postimees, Sakala, Virumaa Teataja, Järva Teataja, Lõuna-Eesti Postimees), 2 ajakirja (60+, Maa Elu), 4 telekanalit (Kanal 2, Kanal 11, Kanal 12, MyHits) ja 3 raadiokanalit (Kuku, Elmar, MyHits). Absoluutselt kõikidel ajalehtedel ja ajakirjadel on nii paberväljaanne kui ka veebiportaal, nii et paberväljaande sisu on võimalik leida internetist. Teisalt kõik veebimeedia sisu ei leia kajastust paberväljaannetes. Võrreldes Ekspress Meediaga on Postimees Grupil oma raadio- ja televisioonikanalid.

Eesti Rahvusringhääling on Eesti riigi poolt rahastatud meediakontsern. Kontserni kuulub 3 televisioonikanalit (ETV, ETV2, ETV+) ja 5 raadiokanalit (Vikerraadio, Raadio 2, Klassikaraadio, Raadio 4, Raadio Tallinn) ning nende hallatav online-uudisteportaal (ERR). Paberväljaanded Eesti Rahvusringhäälingul puuduvad. Kõige tugevamini on nad esindatud raadiokanalite näol ning suur rõhk läheb ka televisioonile.

Geenius Meedia on Eesti meediakontsern, kuhu kuuluvad Geenius, Autogeenius, Diktor, Rahageenius portaalid. Neil puuduvad televisiooni-, raadiokanalid ning paberväljaanded. Sellegipoolest on nende halduses taskuhäälingud, mis on raadioga hübriidid, kuna saated lähevad eetrisse Kuku raadios, kuid taskuhäälinguna esitatakse need Geeniuuse leheküljel.

Ajaleht Äripäev kuulub Rootsi meediakontserni Bonnier'i alla. Lisaks ajalehele annab AS Äripäev välja erinevaid lisasid ning venekeelset nädalalehte Delovõje Vedomosti, arstide ajalehte Meditsiiniuudised ning kuukirja RP. Äripäeva veebilehel on 6 erinevat rubriiki. Lisaks teeb kontsern enda raadiot ja haldab äri- ja ärile mõeldud veebilehekülgi. Ühtlasi on nad loonud enda infootsingu keskkonna, mis keskendub konkreetseid valdkondi puudutavale infole.

1.7. Uurimisküsimused

1. Millisena noored ajakirjanikud oma rolli tajuvad?

Küsimusega tahan jõuda arusaamani, millisena hiljuti ülikooli lõpetanud noored ajakirjanikud näevad enda töö rolli ühiskonnas. Lisaks võimaldab see teema vastata küsimusele, et millisena tajuvad ajakirjanikud ajakirjanduse rolli tänapäeva ühiskonnas. Sel moel saan nende käest hinnanguid hetke olukorrale ja milliseid tundeid see neis tekitab.

2. Kuivõrd autonoomne on noor ajakirjanik oma rolli täitmisel?

Peaaegu seda uurimisküsimust üheks tähtsaimaks, kuna ajakirjandusmaastikul valitseb ebakindlust ning ajakirjanikud võivad olla sunnitud lähtuma enda töös uudisväärtustest ja isiklikest väärtustest, mida nad ise ilmselgelt heaks ei kiidaks. Meediakontserni majanduslikud huvid dikteerivad üha rohkem sisuloomet ning keskendutakse aina rohkem efektiivsele sisu tootmisele (võimalikult vähe ressursi, võimalikult palju erinevat sisu).

3. Kuivõrd kattusid tudengi ootused erialasele tööle reaalsusega?

Ootuste ja reaalsuse tasandi võrdlusega on võimalik tõmmata jooni noore ajakirjaniku väljaõppe reaalsuskohasusega. Tuleb välja, millisena ajakirjanik kujutas ette enda elukutset ning kas vastavusega seotud emotsioon on piisavalt tugev, et see mõjutaks tema karjäärivalikuid edaspidi.

a. Milliseid oskuseid peab ajakirjanik omama ja kuidas ta neid omandas?

Oskuste alaplokiga on soov käsitleda täpsemalt ajakirjaniku ettevalmistusi õpingute käigus erialaseks tööks. Konvergeerunud toimetuses töötamiseks on erinevaid oskuste nõudeid juurde tekkinud ning jääb õhku küsimus, kust ja mil moel peaksid ajakirjanikud raadios, trükimeedias, veebiväljaandes ja televisioonis need endale omandama. Ühtlasi, kas sellega võib kaasneda märgatav tõus karjääriredelil või halvemal juhul töökohast ilma jäämine.

2. MEETOD JA VALIM

2.1. Valim

Otsustasin enda valimisse võtta noored (kuni 6-aastase tööstaažiga ajakirjanikud), kes on omandanud või omandamas bakalaureuse- või magistrikraadi ajakirjanduses. Valimis tasakaalu saavutamiseks võtsin viiest meediakontsernist (ERR, Postimees Grupp, Ekspress Grupp, Geenius, Bonnier) ajakirjanikud ning ühe vabakutselise, et tekiks ülevaade, mida on võimalik laiendada Eesti ajakirjandusmaastikule.

Selline valim on relevantne, kuna on hägustunud ootused ajakirjaniku tööülesannete suhtes ning seda teemat on võimalik uurida äsja õppest tulnud ajakirjanike kaudu, kes on enda eriala praktiseerinud kuni kuus aastat. Nende käest saab uurida, millised ootused olid neil enne tööle asumist ning kuidas näeb välja reaalsus. Uurimusega saab informatsiooni sellest, kas ja kuidas konvergeerunud toimetuses töötamine on mõjutanud nende igapäevaelu ja kas on tekkinud moraalseid kahjusid isiklikul tasandil. Lisaks tuleb välja, kui autonoomne saab olla ajakirjanik, kui ta tööle asub ning mida ta saab või ei saa vajadusel ette võtta olukorra muutmiseks.

Kuna uuritavad on hiljuti lõpetanud või lõpetamas ülikooli ning pole liiga pikk aeg möödunud ka ülikooli astumisest, mis on ka põhjus, et määravaks sai kuni kuus aastat kogemust, on võimalik uurida tänapäeva noorte ajakirjandusse suhtumist ja ootuseid erialasele tööle ning võrrelda neid päris olukorraga. Tulemused näitavad, kas ja kuidas on online-veebile omased võtted-nõudmised muutnud ajakirjanike tunnetust oma rollist. Teiseks, tuleb välja, kas Tartu Ülikooli ajakirjanduse eriala õppekava sisu on valimi arvates piisavalt ettevalmistav ning millest nende hinnangul puudu jääb.

Tegemist on otstarbekuse alusel moodustatud valimiga (strateegiline valim). Kuna käsitlen spetsiifilist teemat, selgitasin välja inimesed, kes minu uuringu jaoks on relevantssed. Kuigi see meetod pole hea kvantitatiivses analüüsis, siis sobib see hästi materjali kogumiseks kvalitatiivse analüüsi korral. (Lagerspetz, 2017)

Tabel 1. Valimi koosseis

TÄHISTUS	MEEDIAKONTSERN	MEEDIUM
J1	Postimees Grupp	Paberleht ja online
J2	Geenius Meedia	Online
J3	Bonnier	Paberleht ja online
J4	Ekspress Grupp	Online
J5	ERR	Televisioon
J6	Vabakutseline	Televisioon, paberleht ja online
J7	ERR	Raadio ja televisioon
J8	Postimees Grupp	Paberleht ja online

2.2. Meetod

2.2.1. Semistruktureeritud intervjuu

Otsustasin kasutada semistruktureeritud intervjuud, kuna see andmekogumismeetod võimaldab mul saada ülevaate, millisest vaatevinklist näevad olukorda uuritavad (Laherand, 2008: 29).

Tänu intervjuu semistruktureeritusele sain olla neid läbiviies paindlikum ning juhtida tähelepanu esile kerkinud teemadele (Lagerspetz, 2017). Kuigi intervjuu jaoks valmistasin ette kava, siis sain olenevalt intervjuust muuta intervjuu käiku. See võimaldas mul vajadusel täpsustada intervjuueeritava väljatoodud väiteid ning sain hoiduda intervjuu ajal teemast-teemasse hüppamist. Kui intervjuu käigus vastatakse intervjuu kava järgi mõnele muule küsimusele, võimaldab see mul neid välja jätta ja olla paindlik. (Laherand, 2008: 179)

Intervjuud on individuaalintervjuud, kuna on oluline iga inimese eelnev kogemus ja sel moel on võimalik neil oma sõnadega väljendada arvamust (Kalmus jt, 2015). Fookusgrupi puhul võib tekkida olukord, kus intervjuueeritav ei võta sõna, kuna arvamus millega ta nõustub, on juba väljatoodud (Lagerspetz, 2017). Individuaalintervjuu hoiab samuti seda ohtu ära. Lisaks on valimis erinevate meediakontsernide esindajad, mistõttu oli oluline luua võimalus intervjuueeritavate anonümiseerimiseks (Lagerspetz, 2017).

Intervjuu kava loomisel lähtusin uurimisküsimustest (vt. LISA 1.). Suuremate teemade avamiseks tekitasin erinevaid alateemasid, läbi mille oli võimalik vastata uurimisküsimustele. Sel moel oli mul võimalik kasutada kvalitatiivset tekstianalüüsi, et jõuda tulemusteni.

Intervjuud viisin läbi ajavahemikus detsember 2018 – aprill 2019 kaheksa ajakirjanikuga. Igaühega sain eraldi kokku ning asukoha valikul lähtusin sellest, et intervjuueeritav saaks end ilma kõrvaliste segajateta avada. Salvestasin kõik intervjuud ning üritan tagada kõigile anonüümsuse, et säiliks töörahu.

2.2.2. Kvalitatiivne tekstianalüüs

Läbiviidud intervjuude analüüsimiseks kasutasin kvalitatiivset sisuanalüüsi. Sel moel sain uurida transkriptsioonide sisu ja tähendusi (Laherand, 2008). Ühtlasi võimaldas see mul pöörata tähelepanu varjatud sisule, vihjetele (ibid.). Lisaks on oluline käsitleda teksti kui tervikut, mida on selle meetodiga võimalik teha (Lagerspetz, 2017). Sel moel on võimalik tuua välja loogilisi seoseid ja mustreid, mis analüüsi käigus tulevad ilmseks.

Kvalitatiivse tekstianalüüsiga on võimalik eristada olulist ebaolulisest analüüsi käigus. Samuti huvitas mind uurimise läbiviimisel teksti latentne sisu, mida ei saa tihtipeale välja lugeda sõnadest ja sümbolitest. Analüüsides intervjuueeritava argumentatsiooni ja temapoolseid fakte on tarvis rohkem, kui üksikuid teksti osi. (Lagerspetz, 2017)

Ühe suurema kaaluga faktor, miks otsustasin kasutada kvalitatiivset tekstianalüüsi, on see, et uuringut alustades polnud selge, mida võib respondent vastata. Seega pidin olema avatud uutele ja ootamatutele vastustele, mis vastasel juhul võivad märkamata jääda. Tänu sellele sain luua analüüsi täpsemad kategooriad alles pärast esmast tekstide ülevaadet. (Lagerspetz, 2017)

Tänu sellele meetodile oli võimalik tuua välja unikaalseid nähtusid, mis on ühtlasi kvalitatiivse tekstianalüüsi üheks tugevuseks (Kalmus jt, 2015). Teisalt on selle meetodi nõrgaks küljeks see, et ei ole võimalik tekste võrrelda võrdsetel alustel. Teine oht on „õngitsemine“, mille kohaselt pöörab uurija tähelepanu analüüsis vaid nendele osadele, mis kinnitavad tema hüpoteese. Selle vea vältimiseks olen loonud uuringukava tulenevalt uurimisküsimustest ning olen hoidnud intervjuueeritavate arvu piisavalt väikse, et hoiduda pinnapealsest analüüsist (Lagerspetz, 2017).

Analüüsiks moodustasin värvidega koodipuud ning otsisin vastuseid püstitatud uurimisküsimustele. Sel moel sain käsitleda uuritavaid tekste kui tervikut ning pöörata tähelepanu latentsele sisule (Lagerspetz, 2017).

3. TULEMUSED

Tulemuste peatükis annan ülevaate tulemustest, milleni jõudsin pärast kaheksat semistruktureeritud intervjuud ajakirjanikega. Tulemuste ilmestamiseks toon välja ka tsitaate, mida lühendasin märgistusega „/.../“. Kõigepealt toon välja ajakirjanike rolli tajumise, kus kirjeldatakse head ajakirjandust ning ka ajakirjaniku rolli ja selle kohaldumist Eestis. Teises peatükis toon välja, millistest väärtustest ajakirjanikud lähtuvad enda töös ning kuidas nad on mõjutatud majanduslikust survest. Ühtlasi toon esile ajakirjanike sõnaõiguse toimetuse sees läbi nende otsustusvõime üle enda tööprotsessides. Viimases peatükis võrdlen ajakirjaniku ootuseid enda tööle reaalsusega ning kuidas see võib tema hinnangul mõjutada tema edaspidiseid karjäärivalikuid. Viimases peatükis toon välja ka oskuste alaploki, mis toob esile oskused, mida ajakirjanikud tunnevad, et neil peavad olema olema. Antud peatükis annan samuti ülevaate sellest, kuidas ajakirjanikud oskused omandasid.

3.1. Ajakirjanike rollide tajumine

3.1.1. Hea ajakirjandus

Selleks, et kaardistada ajakirjanduse omadused, mis peaksid kirjeldama intervjuueeritavate silmis kvaliteeti, palusin neil tuua välja omadusi ning olukordi, mis defineerivad head ajakirjandust. Tulemusena toodi välja, et ajakirjandus peab olema tasakaalus (J2, J3, J7), kõnetav (J3, J5, J7) ning ka meelelahutuslik (J3, J5, J7). Ühtlasi toodi esile ka objektiivsust (J3, J4), sõltumatust (J2), mitmekülgust (J2, J4) ja läbipaistvust (J1).

J8: *„See, mis ei lähtugi kellegi ärielistest huvidest, vaid vaid toob välja mingisugused seaduseaugud või noh, toob välja probleemid, mida ei ole käsitletud, millest ei ole räägitud, toob tähelepanu asjadele, millele on vaja tähelepanu tuua.“*

Ühtlasi peeti oluliseks, et ajakirjandus täidaks ka harivat rolli. Harimist läbi faktide ja lihtsustamise. Selle olulisust nägid intervjuueeritavad (J1, J3, J7, J8), kes tegelevad oma töös rohkem ka sotsiaalsete teemadega. Seda enam rõhutati, et ajakirjandus peaks põhinema faktidel ning kui harida, siis kindlasti mitte inimese eest ära otsustada.

J1: *„Paljud inimesed ei pruugi päris täpselt mõista, kuidas ja mida seal tehakse või kuidas ja mismoodi mingi asi neid võib mõjutama hakata. Siis ma näen, et see on oluline, et ajakirjandus aitaks seda läbi töötada, et nagu nad ei pea otseselt nagu ette söötma, et "sa*

pead arvama nii ja nii", vaid pigem nagu "näed, siin on need võimalikud asjad, mis võivad juhtuda", et ise otsusta."

J1 tõi ka välja, et ajakirjandus peaks avaldama infot avalikkuse teenistuses. Seda väidet esineb ka Eesti olukorra kirjeldustes peatükis 3.1.3., kuid ajakirjanduse kvaliteedi defineerimiseks seda reeglina ei kasutatud. Osalt kattub mõte ajakirjanduse õpetava rolliga.

J1: „Kuna ajakirjandus on demokraatia alustala ja demokraatia tähendab seda, et informeeritud inimesed teevad, informeeritud teadlikud inimesed, teevad teadlikke otsuseid. Siis ajakirjandusel on kindlasti väga suur roll selles.“

Ühtlasi nägid intervjuueeritavad (J1, J7, J8), et ajakirjandus peaks suutma paremini ennetada halbu olukordi ning mängima suuremat rolli selles, et tuua esile ühiskonnad esinevad ohukohad.

Üldiselt põhjendati just harimise ja analüüsimise olulisuse tõusu infokülluse tõttu. Samas näevad ajakirjanikud meelelahutuse olulisust ka heas ajakirjanduses.

3.1.2. Ajakirjaniku roll ühiskonnas

Lisaks ajakirjanduse rollile oli soov saada kirjeldust ka ajakirjaniku rollile ning lähenemisele läbi mille on võimalik täita ajakirjanduse rolli. Suhtumise osas toodi välja, et ajakirjanik peab olema skeptiline (J1, J2, J8), kriitiline (J1, J3, J6, J8), samas ka neutraalne (J5).

Eraldi toodi välja ka erapooletust, et ajakirjanik ei mõjutaks oma mõtetega loodavat sisu. Samas nenditi, et see on pea võimatu ülesanne, kuid selle poole tuleks püüelda ning vajadusel toimetuses välja tuua kohad, kus võib esineda huvide konflikt. J2 taunis ka konkreetse ajakirjaniku käitumist, kui ta kasutas omakasupüüdliselt ajakirjaniku rolli ära.

*J2: „Näiteks kasvõi see kuradi Postimehe **** [ajakirjanik], ta on tige sellepärast et olla tige. Teades teda väga hästi, siis ma olen kuulnud, kuidas ta ärkas hommikul üles, mõtles, et kurat täna võiks ****[ministrile] ära keerata lihtsalt kuidagi. Siis ta läks tööle ja ta tegi seda. Lihtsalt sellepärast, et noh, teha seda.“*

Intervjuueeritavad tõid välja, et ajakirjaniku roll on olla valvekoer ning ellu viia neljanda võimu täitmist. Ühtlasi nägid ajakirjanikud (J1, J4, J5), et informatsiooni vahendamine, kontrollimine ja analüüs on üha enam oluline.

J5: „*Et jah, üks külg on see, et sa lihtsalt nagu hoiad inimesi kursis sellega, et mis toimub. Lihtsalt internet on võtnud selle töö ära, et selles mõttes, et mida aeg edasi läheb, seda rohkem on vaja seda analüütilist poolt, seda laiendamise poolt juurde. Võib-olla tänapäeval see analüüsi pool on olulisem kui uudiste vahendamise pool.*“

Lisaks tõi üks intervjuueeritav (J7) välja, et hea ajakirjanik peaks oskama juhtida debatti moel, et see ei keerleks sisutühjade loosungite ütlemises, vaid et ajakirjanik suunaks debatti moel, et tuleks välja ka reaalne sisu või selle puudumine.

Kui intervjuude käigus püstitasin teema sotsiaalsete probleemide tõlgendamise ja valitsuse väidete kontrollimise ümber, nähti seda olulise teemana. Nende hinnangul peabki ajakirjanik olema see, kes tegeleb keeruliste teemadega ning proovib neid lihtsustada ja seletada auditooriumi jaoks.

Ühtlasi selgus intervjuudest, et vastajad pole suurel määral enda jaoks lahti mõtestanud ajakirjanduse rolli kultuuriteemade kajastamisel. Need, kes olid võtnud kindlama seisukoha, nägid, et see on oluline, kuna seal kasutatakse maksumaksja raha ning tegemist on ühtlasi ka seadusest tuleneva kohustusega. Välja kujunenud hinnang oli raadio- ja televisiooniga tegelenud ajakirjanikel.

J6: „*Spordiajakirjanikud oleks võinud juba ammuilma välja nuhkida, et Eesti sportlased on dopingut kasutanud, aga väga ei ole seni selliseid lugusid nagu tulnud. /.../ Uurivat ajakirjandust, kindlasti võiks olla kultuuri- ja spordivaldkonnas ka.*“

Toodi välja ka ajakirjaniku kui ameti olulisus, kus rõhutati, et head ajakirjandust on võimalik teha ajakirjanikul, kes on ainuti pühendunud ajakirjandusele. Läbi selle on võimalik hoida ära huvide konflikti ning lähtuda väärtustest, mis moodustavad hea ajakirjanduse. Oluline koht on tema argumentatsioonis ka objektiivsusel.

3.1.3. Eesti ajakirjanduse olukord

Kui intervjuueeritavad mõtisklesid üldise ajakirjanduse ja ajakirjaniku rolli peale, siis nad tõid esile ka suuresti Eesti olukorda ning juhtumeid. Selleks, et roll oleks selgelt defineeritud ilma Eesti eripäradeta, pühendan järgmise teemaploki just Eesti olukorra kohta väljatoodule.

Intervjuueeritavad nägid, et olenevalt olukorrast esineb Eestis nii head kui ka halba ajakirjandust. Näiteks nähakse, et läbi probleemsete teemade esile toomise hakatakse nendega tegelema. Just nähti olulisena, et kui teha lugusid, siis nendest võiks välja tulla mingi otsene kasu. Nähakse ka, et professionaalse ajakirjanduse poole tuleb pidevalt püüelda, eriti noortel.

J6: „*Pealtnägija minu meelest alalõpmata alustab oma saadet selliselt, et eelmise nädala lugude põhjal algatati seal kaks kriminaalasja, kolm seadusemuudatust. Seda nüüd ikka ette tuleb.*“

Negatiivsena toodi välja, et ajakirjandus näeb konfliktisuses liialt kaalukat uudisväärtust. Konfliktised lood kujutavad endast tihti tagajärje kajastamist, kuid intervjueeritavad (J7, J1) näevad, et tegeleda tuleks rohkem ennetamisega. Ennetamisega läbi positiivsete kajastuste tegemist, läbi mille on võimalik ära hoida, et inimene saab kannatada läbi ajakirjandusliku kajastuse.

J7: „*/.../ siis õppealajuhataja ütles mulle peale seda intervjuud, et miks ajakirjandus kunagi ei räägi headest asjadest, et miks te tulete siis, kui nagu asjad on jõudnud juba nii kaugele.*“

Lisaks toodi välja, et ajakirjandus peab võimaldama sõnavõtte. Selle teemaga põimis ennast ka poliitiline kajastus. Üldiselt nähti, et erinevad arvamused on tere-tulnud, aga poliitiliste avalduste ilmnemisel peab rõhuma tasakaalule, et kui saab üks sõna, siis juba kõik ja teine äärmus on, et mitte keegi ei saa sõna. Üks intervjueeritav nägi sõnavõttude võimaldamise puudulikkuses ohtu kogu meediasfäärile.

J6: „*See on kindlasti halb, et ühe erakonna jaoks on nagu ühed ühed meediakanali ja teiste erakondade jaoks teised meediakanalid, et see on nagu kehvasti. Täna sel päeval EKRE loob täiesti selgelt nagu oma oma meediasfääri ja see on ka halb. /.../ See on väga-väga halb just ühiskonna mõttes.*“

Samas arvati, et valitsuse ja poliitikute vastu kõrgendatud kriitika on asjakohane ning karmim peaks olema ka erasektori vastu. Ühtlasi nähti, et erasektori suhtes ongi keerulisem kriitiline olla, kuna neil ei lasu kohustust meediaga suhelda ning neid nähakse ka majanduse vedajatena.

Lisaks tõi ajakirjanik (J1) esile meediumist tuleneva kvaliteedimärgise. Tema arvates tingib paberlehe piiratud ruum selle, et inimesed näevad rohkem lugudega vaeva. Vastupidiselt online-meediaga, kuhu saab lisada informatsiooni ööpäevaringselt, olenemata mahust. Seega on tema hinnangul meediumist tulenevalt kvaliteedi vahe reaalne.

3.2. Ajakirjaniku autonoomsus ülesannete täitmisel

3.2.1 Väärtused, millest tuleb ajakirjanikul lähtuda

Intervjuude käigus kerkisid esile erinevad uudisväärtused, mida ajakirjanikud peavad silmas, kui nad valivad teemade vahel, millest teha lugu või mitte. Nad kirjeldasid nende silmis reaalsel olukorda, mitte väärtuseid, läbi mille oleks võimalik luua ainult head ajakirjandust. Nende mainimiste najal moodustasin pingerea selle järgi, kui mitu korda mingit uudisväärtust mainiti. Kui intervjuueeritavad juhtusid ise hinnangut uudisväärtuse kaalukusele andma, siis oli alati esimesel kohal „konfliktsus“.

Uudisväärtuste pingerida:

- 1) Aktuaalsus ja päevakajalisus (J8, J7, J5, J3, J2);
- 2) Konflikt (J8, J7, J4, J1);
- 3) Klikitavus/huvitav (J7, J5, J2, J1);
- 4) Ennast kõnetab/huvitab (J8, J7, J3);
- 5) Emotsionaalne ja geograafiline lähedus (J8, J7, J4);
- 6) Kannataja (J8, J7);
- 7) Erakordsus (J7, J1);
- 8) Mõju (J2, J4);
- 9) Pilt (J4);
- 10) Meelelahutus (J2);
- 11) Emotsionaalsus (J2);
- 12) Prominent (J1);
- 13) Kas lugu läheb väljaande põhimõtete ja eesmärgiga kokku (J2).

Kuigi tulemused näitasid, et hea ajakirjandus on kolme intervjuueeritava hinnangul ka meelelahutuslik, siis ainult üks neist tõi välja, et seda tuleb käsitleda kui uudisväärtust. Teised põimisid uudisväärtuse „huvitav“ kokku meelelahutusliku sisuga.

Ühtlasi tuli välja, et toimetused ei ole tihti enda jaoks suuresti uudisväärtuseid määratlenud, reeglina üks kuni kaks, millest lähtutakse enda teemade valikul.

3.2.2. Auditooriumi tagasiside mõju

Intervjuudes esines lugeja, vaataja või kuulaja tagasiside põhjal ajakirjandusliku sisu loomise protsessis otsuste langetamist. Palju töid intervjueeritavad esile *click-bait* märksõna, millega sümboliseeriti seda, kui mitu lugejat suvatseb lugeda, vaadata, kuulata ajakirjanduslikku lugu.

Lugejate arvud on kvantitatiivne meetod toimetusele, et saada tagasisidet loo edukusest ning kasumlikkusest.

J8: *„Me saame klikkide pealt preemiat /.../ aga preemiad on hästi ebastabiilsed ja üks kuu sa võid olla nulliringis ja teine kuu võid sa saada näiteks sada eurot, aga noh, seal nagu sa ei saa kunagi sellega arvestada, et seda tööd tegelikult ei tasustata. Et see on see kõige suurem valukoht siin toimetuses tegelikult.“*

Sel moel on toimetus loonud olukorra, kus ajakirjanik ise tunneb, et ta peab kirjutama pealkirja moel, mis meelitab auditooriumi ligi. Kuigi preemia maksmine lugemiste pealt eksisteerib ainult ühes meediakontsernis, siis ka mujal tundsid ajakirjanikud, et neil on teada, mis auditooriumile meeldib ning see võimaldab neil pealkirju sõnastada viisil, mille tulemusel auditoorium otsustab lugu lugeda, vaadata või kuulata.

J2: *„Kõikidel on vaja klikid kätte saada, isegi kui sa oled ERR kes ei pea teenima otseselt raha, sa pead ikkagi näitama, et see on nagu mingisuguse mastaabiga, /.../ et see ei ole nagu raha tuulde viskamine. Samamoodi nagu interneti puhul, sul on vaja reklaami klientidele näidata, et „näe, vaata, siin loetakse“. /.../ Ühelt poolt sa oled sõltuv oma lugejale, kes nagu eeldab, et sa teed mingit asja mingit kindlat moodi, muidu ta läheb ära. Teiselt poolt sa oled oma siis nagu reklaami klientidele sõltuv või siis ERR-i puhul sa oled nagu riigile sõltuv.“*

Kuigi J2 tõi välja, et auditooriumil on juba tekkinud kindlad ootused. J4 näeb, et kuigi ta teab suhteliselt täpselt, mida lugeja soovib lugeda ja mil moel, siis on tema auditooriumi käitumisharjumuse kujunemisele kaasa aidanud ka ta ise.

Käsitleti ka *click-bait* pealkirju ning tuli esile, et need ei ole ilmtingimata valed. Ajakirjanikud tunnevad, et kui pealkirjas ei ole otsest valesõnaid ja kui uudise sisu on hea, siis on pealkirjale kollase ajakirjanduse omaduse lisamine õigustatud ning kohati ka õige. Nad näevad, et sisu kvaliteet on korrelatsioonis pealkirja sõnastuse ekstreemsusega.

Samas nägid kõik, et kui lugu on ühiskonnas teemana oluline, siis ei mängi rolli auditooriumi reaktsioon. Intervjueeritavad tundsid, et sellistel puhkudel peabki ajakirjandust ise teemat hoidma

üleval, olenemata lugeja-, vaataja-, kuulajanumbritest. Vajalik liiklus teenitakse siis muude lugude pealt.

J4: „*A la Danske Bank. Seda ei loeta, no absoluutselt ei loeta, aga Danske pangast peab kirjutama nagu sest, et selline on rahapesu on käinud, millest nagu mõistus ei käi ülegi nagu tavalistel inimestel. Et sellest peab lihtsalt kirjutama*“

Kuigi teema tundub olevat rohkem veebiajakirjanduse-keskne, siis ka raadio- ja televisiooni ajakirjanikud tundsid, et kuulaja ja vaataja tagasiside on oluline. Tagasiside ei ole lihtsalt niivõrd otsene ja keeruline on teha selle najalt muudatusi enda tööprotsessides. Raadio uudistesaares on pea võimatu saada kuulaja tagasisidet, kuna raadioklipp on lühike (reegline 5 minutit) ning selle pealt kuulaja käitumisviiside kohta järeldusi teha ei ole asjakohane. Televisioonis on vaataja arvu tagasiside konkreetsem. Kui ajakirjaniku lugu läheb eetrisse on kohe näha, kas muudetakse kanalit või tuleb vaatajaid juurde. Samas ajakirjanikud nentisid, et mõjutajaid siin kohal on väga palju, aga selle pealt võib järelduse teha, kui toimub auditooriumi hulgas suurem kõikumine.

J5: „*Kutsusime ****[poliitiku] saatesse, ta rääkis seal enda minevikust, kuidas ta on kunstnik olnud ja mis iganes. Vaatasin pärast reitingut ja reaalselt 8000 inimest pani ära, kui ta tuli, ja pani tagasi kui ta lõppes. Kui minu loo alguses paneb 4000 inimest ära, siis ma nutan õhtul patja, päriselt.*“

Kuigi statistika on ajakirjanikel käeulatuses, siis töid intervjuueeritavad esile, et nad proovivad selle ära kasutamisest majanduslikes huvides hoiduda ning keskenduda kvaliteetse ajakirjanduse tegemisele. Ajakirjanikel on hea teadmine, kuidas tuua sisse lugejaid, kuid see on teadlik valik, et sellest hoiduda.

J1: „*Et see reaalsus tahab mingis mõttes ajakirjanduses nagu ära kaduda, et sa otsidki võib-olla rohkem seda sensatsiooni või klikke, et sa nagu näed nii hästi läbi, et mis inimestele peale läheb, et mis tõmbab nagu palju lugejaid. Aga ma arvan, et sellele, ma ise küll suudan sellele ahvatlusele nagu vastu panna ja pigem kirjutan sellest, mis on inimestele vajalik.*“

J1 täheldab, et auditooriumile meeldivad sensatsiooni või *click-bait* asju sisaldavad lood, kuna nad pöörduvad meedia poole üha enam selleks, et leida sealt meelelahutust ja peletada igavust. Sellepärast on tekkinud olukorra ära kasutamine ajakirjanikele ahvatlev, kuna sellest võib mõnel puhul sõltuda otseselt nende palk. Samas on näha taolise nurga alt auditooriumi huvi äratamises probleeme.

3.2.3. Ajakirjaniku ülesanded

Ajakirjanikud hindasid enda nime alt loodud ajakirjanduslikku sisu enamjaolt enda valitud teemadeks. Ülejäänud on tulnud toimetuse poolt. Lisaks joonistus välja, et kui ajakirjanik töötab rollis, kus tuleb kajastada rohkem väiksema piirkonna teemasid, siis on võimalik pea kõik enda välja pakutud teemad ellu viia ning toimetuse sisend on üsna väike.

Kui intervjuude käigus tuli ajakirjanikel tuua esile ülesandeid, mis neile ei meeldi ja neid defineerivaid omadusi, oli kõige populaarsemaks vastuseks toimetuse poolt antud teema, mis ajakirjanikku ennast ei huvita, kuid ta näeb selle ära tegemise olulisust. Selleks, et taoliste teemadega tegelema ei peaks, nägid pea pooled ajakirjanikud lahendust tugevama teema pakkumises.

J1: *„Aga see ongi nagu endale ka ülesanne, et ma ei taha, et ma muutuksin /.../ ajakirjanikuks, kellel ei ole oma teemasid, oma valdkonda ja kes teeb nii-öelda kõike. Ma lihtsalt püüan teha ennast asendamatuks ja vajalikuks sellega, et mul on kogu aeg oma teemad, oma valdkond ja toon teemasid lauale.“*

Ebameeldivate ülesannetena toodi välja just selliseid ülesandeid, mis sekkusid ajakirjaniku enda päeva plaanidesse ning mis põhjustasid tähelepanu jagamist. Näiteks tuleb raadios olla asendajaks televisiooni uudistes, kui vastav inimene on puudu ning see tähendab ajamahukaid vangerdusi kogu päevas (J7). Lisaks toodi esile ka veebiajakirjanduse tegemine trükimeedia kõrvalt (J8).

Intervjuueeritavad nentisid, et ebameeldivaid ülesandeid tuleb teha tahes-tahtmata ning tihti on need piasasjad, mida on lihtsam ära teha, kui kellelegi teisele edasi lükata. J8 nägi lahendust suviste praktikantide näol, kellele saab sellised ülesanded anda. Samas ei tunne keegi, et neil ei ole võimalust toimetuse-siseselt oma arvamust avaldada, kui nad tunnevad selleks vajadust.

Kui esineb olukordi, mis ei sobi ajakirjanikule moraalsete väärtuste tasandilt märgiliselt, siis esines intervjuudes ka valmisolekut konkreetsest teemast keeldumiseks (J1) või töölt lahkumiseks (J8).

J7: *„Annelinnas oli kunagi paar aastat tagasi üks juhtum ja siis ma läksin sellest lugu tegema ja, ja ma tundsin ennast hästi halvasti, sest see puudutas lapsi, see puudutas nende vanemaid, nende eraelu. Toimetaja ütles, et see on oluline, sa pead sellest tegema, see on nagu noh, konflikt ja, et see läheb lendu ja mis iganes ja siis ma läksin sinna siis rääkisime seal õppealajuhatajaga, noh, me tegime selle intervjuu ära, see oli väga valus. Noh, tema nuttis, mina nutsin peale seda intervjuud, sest see tõesti oli noh, puudutas lapsi ja oli selline hästi tundlik teema.“*

Kui tuli toimetuse poolt intervjuueeritava jaoks teemasid, mis neile ei meeldi või ei istu, siis tunti, et neil on võimalus enda arvamust avaldada ja ülesandest keelduda. Selliseid olukordi esines pigem harva, kus reaalselt keelduti, pigem nähti, et lihtsam on ülesannet täita. Ühel intervjuueeritaval esines olukord, mille kordumisel ta ülesandest keelduks. Ülesanne oli eesmärgiga reklaamida enda kontserni. Sama ajakirjanik nentis, et vanem kolleeg on talle öelnud, et ajakirjaniku enda teha on töökultuuri kujundamine selliseks, et ei peaks ärielistel eesmärkidel kirjutama.

J8: „*Noh, mind hullult häirib see, kui on mingisugune traagiline õnnetus olnud, /.../ ja siis hakatakse neid inimesi/.../ selliseid küsimusi küsima [küsitlema], siis ma hästi ärritun ja see on asi, mida mina ei ole nõus tegema. Kui mulle öeldaks, siis ma keelduks ja [kui] mul kästakse teha, siis ma ilmselt läheks lahkumisavaldusega. Ma ei saa, lihtsalt minu südametunnistus ei luba.*“

Lisaks töid ajakirjanikud (J2, J4) esile jätkukajastuste tegemise ja üritustel käimise. Jätkukajastuste puhul tundus kogu töö tegemine justkui kellegi teise tarbeks, kui see on teema, mis on mingi teise ajakirjaniku poolt tõstatatud. Üritustel käimine ei tundunud J2 jaoks aja otstarbeka kasutusena, kuna reeglina saadetakse pärast üritust välja pressiteade, mille najalt uudis teha on palju efektiivsem.

3.3. Ülikooliaja ootuste vastavus reaalse olukorraga tööl

3.3.1. Ajakirjanduses töötamise kujutelm enne tööle asumist

Kaalukaks argumendiks, miks üldse intervjuueeritavad otsustasid ajakirjanduse kui eriala poole vaadata, oli tunne, et läbi selle professioni on võimalik ühiskonnas toimuvale kaasa aidata. Samas toodi välja ka glamuurset poolt, mida tunti, et võiks sellise tegevusega kaasas käia, kuid lükati ümber kuulsuseiha olemasolu.

J2: „*Eks ikka siuke hollivuudlik, et käin ja murran suuri teemasid ja lammutan. Tekitan ühiskonnas mingisugust diskussiooni ja kujutan, üritan ka inimeste arvamust kujundada mingite oluliste teemade kaudu ja toon asju kapist välja, mis tahaksid kappi peitu jääda. Ühesõnaga ikka midagi suurt muuta.*“

Ülikooli ajal loodi intervjuueeritavates nägemust sellest, milline taustatöö tuleb teha enne loo realiseerumist (avaldamist). Kohati tunti, et uudise kirjutamise lähenemine on väga teoreetiline ning ei paku põnevust (J3).

J3: „*Andrus Kivirähh, kes ütles, et ta käis ajakirjandust õppimas /.../ ja siis ma mõtlesin, et ta on kirjanik üldse mitte ajakirjanik. Aga ka niisuguse laia silmaringi ja, ja tark mees on ju ja siis et et järelkult nagu selline ajakirjanduslik mõtlemine on niisugune ühiskonnakriitiline teadlik, oled koguaeg kursis. Ja see võib sillutada tee ükskõik mis muule alale elus.*“

Ühtlasi valmistati juba kooli ajal ajakirjanikke ette, et inimsuhted on olulised (J8) ning, et alati on võimalik kolleegidele toetuda (J8, J7). Samal ajal ahvatles professioni valikul ka vabadus, et ajakirjanik võib kirjutada oma valitud mitmekülgetel teemadel. Just teemade mitmekesisus on loonud ka tunnetuse, et ajakirjanduses töötamine on pidevalt hariv profession, läbi mille on võimalik ennast kurssi viia maailmas toimuvaga.

3.3.2. Reaalne olukord ajakirjanduses

Ajakirjanikud tõid välja, et neil on oma töös võimalik jääda reaalselt ka sõltumatuks, olenemata kontserni ärihuvidest. Selle osas oli lähenemisi erinevaid ning nähti ka, et see ongi üks uudisväärtus (kontserni huvi). Kuid pigem tunti vabadust sel moel, et ajakirjanik ei tunne ennast teadlikult töökeskkonnas majanduslikult survestatuna ja talle on jäänud alles õigus kajastada selliseid teemasid, mida ta peab õigeks.

Intervjueeritavad rõhutasid ka mitmekesisust kui omadust, mis iseloomustab reaalsust. Nende hinnangul ei ole ükski päev samasugune, isegi kui suur osa päevast möödub telefoni kõnesid tehes. Lisaks rutiini vähesusele toodi esile ka valdkondade mitmekesisus. Samal ajal leiti ka täpselt vastupidist, tuues välja, et töö on palju rutiinsem oodatust, kuid seda esines just ajakirjanike seas, kes tegelesid ka online-ajakirjandusega.

J4: „*Mingi aja tagant hakkavad situatsioonid korduma. Et sul on /.../ krimilood, kõik hakkavad muster korduma, lihtsalt tegelased selles vahetuvad. Tähendab praegu kajastame koalitsioonikõnelusi. Koalitsioonikõnelused on tegelikult iga nelja aasta tagant, lihtsalt tegelased vahetuvad ja teemad*“

Rutiinsete ülesannete näidetena toodigi otseselt välja uudisnuppude loomist ehk nende arvates vähemoluliste lugudega tegelemist. Samal ajal nähakse, et see ongi kõrvaltöö, mida tuleb teha tähtsamate lugude kirjutamise vahelt. J2 nägi, et selline ajakirjaniku töö peabki olema.

Intervjueeritavad tõid välja, et ajakirjanduses on lihtne reegleid murda, mis panustab loovusesse. Ühtlasi võimaldab loovus käsitleda teemasid, mille on välja pakkunud toimetused, endale meeldival

moel, valides lähenemisenurga ise ning selliseid lugusid on võimalik lugeda enda lugudeks (J4). Nähti ka, et ülikoolist saadud teadmised on piisavalt üldised, mille najalt on võimalik lugusid kirjutada. Mitte otseselt neid järgides, vaid vastavalt olukorrale kohaldades.

J8: *„Ma arvasin, et see töö on nagu kuidagi ametlikum selles suhtes, et mulle tundus see hästi kuidagi kõrgel ja kaugel ja kättesaamatu ja selline tõsine töö, mida teevad tõsised inimesed ja raskelt rügedes, kuigi tegelikult on siin hästi palju lõbusat ja hästi palju sellist, et noh, vaatame jooksvalt, mis saama hakkab, sest kunagi ei tea ette.“*

Reaalsest töö tempost ei saanud ülevaadet J7 ja J8. Ühtlasi nähti, et tulenevalt töö kiireloomulisusest on ka sisu hästi pealiskaudne (J7). Kuid radioajakirjanik tõi välja, et tema ootused olid enda valitud meediumi osas paigas, kui mitte parem, ning töö loomult ei ole niivõrd tempokas võrreldes online-ajakirjandusega (J7). Valulikum osa, mis tulenes tempost, oli fakt, et J7 ei leidnud aega, et küsida toimetusest alguses ka nõu, et kuidas uus töötaja enda tööülesandeid paremini täita saaks.

J7: *„Ma mäletan oma esimesi tööpäevi, kui ma olin siin, mul oli vaja kella kolmeks teha raadiolugu, /.../ ma läksin sinna [uudise toimumispaika] kohale tegin kaks intervjuud, tulin tagasi ja mõtlesin, et mis ma siis nüüd edasi teen. Ja ma olingi nagu, ühesõnaga, upud või ujud, eks ju. Et sind visati lihtsalt vette, sinu asi on nüüd nagu välja mõelda, et kuidas sa siis selle olukorraga hakkama saad.“*

Ühtlasi oli intervjuueeritavate ootuseks ühiskonda muutva töö tegemine ning nähti (J2, J4, J5, J6), et seda on võimalik ajakirjandusega teha. Kuid nenditi (J2) ka, et see, kui võrd on võimalik luua sellist ajakirjanduslikku sisu, mis muudaks maailmas toimuvat võib sõltuda loo valmistamiseks ette nähtud ajast.

Nähti ka, et reaalsuses tulebki pühendada palju aega ettevalmistusfaasis, kus ajakirjanik viib end teemaga kurssi ning üritab paika panna loo fookust. Siia sisse toodi ka intervjuudeks ettevalmistus. Ühtlasi toodi välja ka ettevalmistusest tulenevalt, et kui selle jaoks pole piisavalt aega, muutub kajastus pinnapealseks ning võib jääda ebakvaliteetseks.

Üldiselt, kui ajakirjanikud hindasid ülikoolis tekkinud ootuseid ajakirjaniku tööle reaalsusega, siis läbivaks niidiks muutus see, et kohati vastasid ootused täielikult ning kohati ehmatavalt (J7) mitte. Mõte sellest, et ajakirjanikuna on võimalik koguaeg enda ideid tuua töösse, oli J4 hinnangul vale, kuna töö tempost tingitult ei ole selle jaoks aega ning seda peab tegema oma vabast ajast. Ühtlasi tunti ka, et ajakirjaniku kirjutavaks tööks valmistab ülikool suuresti ette, kuid meediumist lähtudes

pigem trükimeediasse. Veebimeedia-alane väljaõpe puudub täielikult (J4) ning sellesse meediumisse on keeruline kohaldada ülikoolist saadud baastadmisi (J1). Sarnaselt tunti televisiooni- ja raadioajakirjandusega, et selle-alane väljaõpe ei ole piisav praegusel moel. Sellegipoolest nähti, et läbi praktilise käimise ülikooli ajal tekkis parem ettekujutus tööst endast ning kõlama jäi pigem positiivne foon.

J1: „*See ongi väga raske töö, ajamahukas töö. Ta on selline /.../ elustiili töö ehk siis sa ärkad üles, lähed magama enamasti töö mõtetega.*“

Paljuski toodi välja just töösse panustatava aja mahtu, mille optimeerimiseks tuleb osata erinevaid asju piisavalt võimekalt, et võimaldada rohkem aega ettevalmistusfaasi.

3.3.3. Ootuste ja reaalsuse vastavuse mõju karjääri perspektiivile

Intervjuudest tuli ka välja, et ajakirjandust kui tööstust, ei ole ajakirjanikel plaanis lähiajal maha jätta tulenevalt töö ootustele vastamisest. Küll aga toodi välja, et pika-ajaliselt tavaliste uudiste loomine võib olla see, mis sunnib ajakirjanikke eriala vahetama (J2, J5, J7, J8). Seda soovi esines iga meediumi kohta ning enda nägemusena lahendusest nähti, et tuleb liikuda struktuuris kõrgemale. Ehk tavauudiste kirjutamist toodi välja ka kui „sibi“ tööd (J4) ning läbivalt tunti, et sellistest ülesannetest küll peab alustama, kuid see ei ole see, mille jaoks ajakirjandusse tööle tuldi. Põhiliseks probleemiks selle töö puhul toodi esile tempot, milles töötamine ei ole jätkusuutlik.

J8: „*Loogilisem on see, et ma teen seda tööd seal kuskil viisteist- kaksikümmend aastat ja siis otsustan, et „okei, mulle veits aitab sellest [ajakirjandusest] ja lähen kommunikatsiooni natukeseks. Sest noh, nii paljud ajakirjanikud on seda mustrit teinud, et on kuskil 40+ [vanus] kukkunud, nad on teinud seda ligi 20 aastat. Nad tahavad veits puhata ja ma üldse ei kritiseeri neid sellepärast, sest see tempo ongi haige. Ja vahepeal ongi vaja puhata ja, ma ei tea, pereelu elada.*“

Kuigi tempo esines morjendava faktorina, siis ajakirjanike kirg enda tööst tuleneva kasu vastu hoiab intervjuueeritavaid veel meediatööstuses (J1, J3, J6, J7).

3.3a. Ajakirjaniku oskustepagas ning selle loomine

3.3a.1. Ajakirjaniku põhioskused

Palusin intervjueeritavatel tuua välja oskuseid, mida nad kasutavad igapäevaselt enda töös ning ühtlasi tõid nad neid välja ka intervjuu käigus muudes osades. Kõige olulisema oskusena toodi välja internetis töötamise oskus selles mõttes, et ajakirjanikul tuleb osata informatsiooni leida ning dokumendiregistritest avastada olulisi teemasid. Sarnaselt uudisväärtustega, esitan siin kohal ajakirjaniku põhioskuste pagasis olevad oskused, mainimiste järjekorras.

1. Infootsing/dokumendiregister (J1, J2, J5, J6, J7, J8)
2. Kirjutamisoskus (J1, J2, J3, J7, J8)
3. Suhtlemisoskus (J1, J3, J4, J5, J8)
4. Õigekeel (J1, J4, J8)
5. Psühholoogilised baastadmised konflikti lahendamisest (J4, J5, J8)
6. Analüüsimisoskus (J2, J6, J7)
7. Intervjueerimine (J2, J3, J5)
8. Inglise ja vene keele oskus (J4, J8)
9. Ajaplaneerimine (J1, J2)
10. Reklaami- turundamisoskus (J8)
11. Loo jutustamise oskus (J1)
12. Kohanemine uute olukordadega (J3)
13. Koostöö tegemine (J5)
14. Usalduse hoidmine, tekitamine (J1)
15. Meeskonnas töötamine (J2)
16. Monteerimisoskus (J7)
17. Tehnilise poole tundmine (J7)

Siin kohal on oluline välja tuua, et monteerimisoskuse ja tehnilise poole tundmise tõi esile raadios töötav ajakirjanik. Ühtlasi rõhutasid veel meediumipõhiselt intervjueerimist mõlemad – televisiooni ja raadio ajakirjanikud. Reklaami- ja turundamisoskust on võimalik seostada enesekehtestamisega, kuid mitte otseselt. Selle all pidas J8 silmas, kuidas toimetuse koosolekutel aitab see oskus enda välja pakutud teemat kergemini töösse saada.

3.3a.2. Ülikoolist omandatud oskuste piisavus

Intervjuueritavad tõid esile, et Tartu Ülikoolis omandatavad teadmised ajakirjanduse erialal on piisavad, et alustada tööd toimetuses, eriti just trükimeedia suunal. Kui lähtuda oskustest, siis tunti, et eriti kasulik oli aine nimega „Kuulamistreening ja intervjuerimine“, mida kasutavad ajakirjanikud igapäevaselt ning igas meediumis (J2, J4, J5). Ühtlasi nähti, et ülikoolis õpetatud infootsingute oskus ei tundu õpingute ajal oluline, kuid reaalsuses on see üks olulisemaid omandatud oskustest. Lisaks tundis J1, et kool valmistab ajakirjaniku väga hästi ette uudise kirjutamiseks.

Intervjuueritavad tõid välja, et puudu jäi enesekehtestamise oskusest (J8) ning konfliktsetes olukordades käitumisvalikutest (J4). Ühtlasi tunti, et õpetatakse kasutama vanu tehnoloogiaid, millega monterida ja pilti või videot salvestada. Lisaks rõhutati, et peale trükimeedias kasutatavate oskuste käsitletakse televisioonis, raadios või veebimeedias vajalikke oskuseid vähe või absoluutselt mitte (J4).

J8: *„Esimesed pool aastat olid siin toimetuses väga-väga rasked. Ma vahepeal kaalusin lahkumist ka. Väga keeruline oli, sellepärast et ma ei saanud aru täpselt, mida ülemused minust ootavad, mida nad tahavad ja üks asi, mida ülikoolis minu meelest võiks õpetada, mida ma ei saanud, oli see, et kuidas nagu hästi selgelt [ennast] kehtestada.“*

Ajakirjanikud tõid esile ebakindlust selle osas, kui minna tööle muusse meediumisse kui trükimeediasse (J5). Tartu Ülikoolis õpetatakse reporteritööd kolmes osas: trükimeedia, raadio ja televisioon. Intervjuueritavad tundsid, et nendest kolmest osast kõige harivam on trükimeedia osa (J4, J5). Lisaks sooviti põhjalikumat ettevalmistust õigekeele osas (J4).

J4: *„Need oskused, mis mul olid, kui ma ülikoolist välja astusin. Need olid suunatud ainult ühe meediumi poole, mis on pabermeedia või trükimeedia. Trükimeediat mina ei tee. Samamoodi ei tee ma näiteks tele või raadio meediat, mida meile ka normaalselt ei õpetata. Et seega mul olid mingid oskused praktiliselt oskused puudu. Ma olen teoreetiliselt täis tuubitud sotsioloogiliste teadmiste ning uurimustöö koostamise ja mingisuguste politoloogia baasterminoloogiaga, millest mulle pole üldse kasu... nagu null.“*

Noored ajakirjanikud on pidanud omandama ka iseseisvalt oskuseid juurde. Näiteks seda eriti dokumendiregistrite kasutamise osas (J1, J2, J6, J7). Ühtlasi on tuntud, et õppejõududega on loodud selliseid suhteid, mis võimaldavad ka pärast eksmatrikuleerimist pöörduda nende poole, et saada nende käest nõu (J8).

J5: „Alguses ma olin natuke siuke, mitte ei solvunud või pigem võtsin seda nagu natuke isiklikult. Ükskõik, mida ma pakun, mitte miski ei sobi, jne. Aga nüüd ma kuidagi võtan seda pigem tänuväärselt, et väga hea kui keegi targem inimene ütleb, et mis nagu toimiks paremini.“

Intervjueeritavad tundsid, et toimetuses, kus nad töötavad, on kolleege, kelle käest nõu küsida ning eriti tööd alustades suhtutakse nendesse järeleandlikumalt. Mõne puhul tekitas pidev juhendamisevajadus ka frustratsiooni, kuna sellega seoses tekkis endas kahtlemine. Sellise nähtuse puhul õpetas aeg tagasisidet vastu võtma ning seda filtreerima.

4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

4.1. Järeldused

Millisena noored ajakirjanikud oma rolli tajuvad?

Noored ajakirjanikud tajuvad, et nende roll on suuresti kiireloomuline informatsiooni vahendamine ning selle kõrvalt sisukate lugude loomine. Läbi sisukate ja nende silmis kvaliteetsete lugude loomise on võimalik neil täita enda jaoks olulist valvekoera ja avaliku teenistuja rolli. Seega on nende roll olla ustav perekoer (Agarwal ja Barthel, 2013), kes lähtub enda otsustes nii auditooriumi ja meediakontserni tagasisidest kui ka ülikoolis õpetatud ajakirjanduse funktsioonidest (Ivask, 2019). Lugude kvaliteet ja ajakirjanduse rolli täitmine on selges korrelatsioonis ajakirjanikule saadaval oleva ajaga.

Ajakirjanduse algusajast on endiselt oluliseks jäänud analüüsimise ja arvamuste kujundamise osa, millele on lisandunud ajas aktuaalsete ja faktiliste uudiste loomine (Chalaby, 1996; Elliott, 1978; Hampton, 2004; Örnebring, 2007; Schudson, 1978; Wiener, 1988). Lisaks peab ajakirjandus täitma mitut funktsiooni, eriti auditooriumi harivat. Samuti tuleb ajakirjandusel ennetada olukordi, kus võib tekkida kannataja. See kattub tugevasti Agarwali ja Bartheli (2013) nägemusest ajakirjanduse tõlgendava funktsiooniga. Lähtudes traditsioonilise ajakirjanduse rollide uurimisel esile tulnud põhilisest funktsioonidest (Weaver jt, 2007) kehtivad nendest kõik (levitaja, tõlgendaja, vastanduja ja populismi mobiliseeri) tänapäeva ajakirjandusele. Kui Agarwali ja Bartheli (2013) hinnangul suhestuvad ajakirjanikud nendest funktsioonidest vähemalt kahega, siis nüüdseks võib öelda, et nad suhestuvad vähemalt kolmega, kui mitte kõigiga. Kõige vähem peetakse oluliseks ajakirjanduse populismi mobiliseeri funktsiooni, just kultuuriliste huvide loomise nurgast (Cassidy, 2005). Oluline roll ajakirjanduses on auditooriumile informatsiooni presenteerimine kiirel ja kättesaadaval moel (King ja Plunkett, 2004; Örnebring, 2007). Üldiselt peab ajakirjandus peab olema tasakaalukas, kõnetav, objektiivne, sõltumatu, mitmekülgne, läbipaistev ja meelelahutuslik. Kui tuua esile kolm kõige defineerivamat omadust ajakirjanduse rollile, peab ajakirjandus olema hariv (ilma lugeja eest ära otsustamata), analüütiline (infokülluse tõttu) ning meelelahutuslik. Sellegipoolest on ajakirjanduse roll jätkuvalt ajas muutuv, mille tarbeks ongi oluline seda ajas kaardistada, et võimaldada pikas perspektiivis muutuste taga peituvate põhjuste avastamist, mis omakorda võimaldab vajadusel suunda muuta soovitud moel.

Ajakirjanik peab olema skeptiline, kriitiline ja erapooletu. Seda mitte ainult valitsuse ja ettevõtete vastu, vaid ka iseenda tegevuse suhtes, et oleks olemas oskus tuua välja kohad, kus tal esineb

huvide konflikt, läbi mille tuleks ajakirjanikul loo kajastamine üle anda kolleegile. Samuti kehtib endiselt ideaalses maailmas ajakirjanduse rollile valvekoera definitsioon ning neljanda võimu funktsiooni täitmine. Üha olulisem on informatsiooni vahendamine, kontrollimine ja analüüs. Analüütilises pooles on tähtis, et ajakirjanik suudab vaadata väljaöeldud sõnadest sügavamale, et tuua esile reaalne sisu või selle puudumine. Lisaks ei peaks ajakirjanik lähtuma sellest, et saada võimalikult palju klikke, vaid ta peab pidama oluliseks, et probleem saaks õigesti ja asjalikult kajastatud. Ajakirjanik peabki auditooriumile selgitama keerulisi teemasid ja neid lihtsustama, et nende lugude jälgijad saaksid ka reaalselt kasu. Sellest tulenevalt kehtib nii „vana“ kui ka uus“ funktsionaalne roll (King ja Plunkett, 2004; Örnebring, 2007) vähesel määral tänapäeva ajakirjaniku rollile. Ajakirjanik peab oma rollis olema erapooletu, skeptiline, analüütiline, oluliste teemade esile tooja ja informatsiooni kontrollija. Oma töös ei peaks ajakirjanik lähtuma toimetusele saadaval olevast statistikast, vaid sellest, mis on tema hinnangul oluline teema, mida kajastada ja läbi mille teenida avalikkust.

Eestis on ajakirjanikel keeruline täita enda rolli. Kui on takistatud ajakirjaniku rolli täitmine, on veelgi keerulisem tagada ajakirjanikul ajakirjanduse rolli täitmist. Eestis luuakse lugusid, mille tulemusel tuuakse esile probleemsed teemad ja muudetakse üldist olukorda paremaks. Sellegipoolest võiks seda rohkem esineda, kuna suuresti teevad selliseid lugusid hetkel korra nädalas avaldavad toimetused (Eesti Ekspress, Pealtnägija). Erasektori kontsernide toimetustes, kus tegeletakse igapäevaselt uudiste avaldamisega online-s, on ajakirjanduse rolli täitmine puudulik. Samas, kui toimetusel on ka paberväljaanne, ilmuvad seal lood, millele on rohkem aega pühendatud ning on enamjaolt kooskõlas ajakirjanduse rolli täitmisega. Eesti ajakirjanduses lähtutakse liialt konfliktuse uudisväärtuse kriteeriumist, mis tihti peale väljendub tagajärje kajastamises, samal ajal nähakse, et ajakirjanduse roll peaks olema selliste olukordade ennetamine. Lisaks on sõnavõttude võimaldamisega Eestis probleeme, mis on väljendunud kahe erakonna (Keskerakond, Eesti Konservatiivne Rahva Erakond) tegevustes, läbi enda meediasfääri loomise. Ajakirjanikel on keeruline orienteeruda olukorras, kus üks osapool soovib sõna, kuna see eeldab, et ta peab otsustama, kas anda kõigile osapooltele sõna või mitte kellelegi. Vahepealset lahendust ei peaks esinema, kuid tänases olukorras tuleb seda endiselt ette.

Valitsuse ja poliitikute vastu kõrgendatud kriitika on Eestis asjakohane, kuid kriitilisema pilguga peaks jälgima ka erasektorit. Samas erasektori suhtes on keeruline kriitilisem olla, kuna nad ei ole kohustatud meediaga suhtlema, seega nõuab erasektori suhtes kvaliteetsete lugude tegemine rohkem ressursi. Rohkema ressursi kasutamine selliste lugude puhul ei pruugi ennast ära õigustada, ning üldiselt nähakse seda kui toimetusele majanduslikult kahjulikku tegevust. Seega

on ajakirjanikud mõjutatud tugevalt toimetusest, mis tihtipeale hoiab neid tagasi ajakirjaniku rolli täitmisest. Eesti noored ajakirjanikud näevad, et professionaalse ajakirjanduse poole tuleb pidevalt püüelda, kuna seda on hetkel võimalik teha pisteliselt, kohati oma vabast ajast, kuid mitte pidevalt.

Kuivõrd autonoomne on noor ajakirjanik oma rolli täitmisel?

Noor ajakirjanik tunneb ennast autonoomselt enda rolli täitmisel, sest tema arusaam sellest, kuivõrd autonoomne peab ajakirjanik olema, on suuresti kujundatud toimetusest saadud kogemusest. Kuigi nad tunnevad end autonoomsena, siis reaalsuses on toimetusest tulenev majanduslik surve pea igapäevaselt takistavaks faktoriks nende autonoomiale. Toimetuses töötamise tempo ja kiiruga loodud pinnapealsed lood, ei ole noorte ajakirjanike silmis reeglina ajakirjanduse rolli täitmine, kuid neid ülesandeid tuleb täita läbi mille tehakse järeleandmisi autonoomia arvelt.

Ajakirjanikud lähenevad enda lugude kirjutamisel suurel määral toimetuse poolt tulenevast majanduslikust survest, tihtipeale seda endale teadvustamata. Nad peavad kõige olulisemaks uudisväärtuse kriteeriumiks konfliktisust, seda põhjusel, et loos on kannataja, kus tuleb tema eest välja seista ning sellised lood võimaldavad suhteliselt kvaliteetseid lugusid kirjutada, samal ajal tekitades piisavalt suurt jälgijaskonda, et olla toimetuse jaoks majanduslikult kasumlik. **Seega on konfliktisus muutunud ajakirjaniku jaoks kompromissiks kvaliteetse ajakirjanduse ja toimetuse kasumlikkuse osas.** Üha tähtsamaks on muutunud ka meelelahutuslik sisu, mida peetakse nüüd ka hea ajakirjanduse omaduseks, kuigi tegemist on konkreetset teise funktsiooniga, kus soovitakse jälgijaid enda sisu jälgima meelitada ka regulaarsete uudiste kõrvalt. Sellised protsessid on muutunud niivõrd igapäevaseks, et ajakirjanikul on keeruline isegi märgata, kuidas mõjutab majanduslik ja poliitiline olukord tema igapäeva töö protsesse (Hanitzsch jt, 2010: 17).

Samas on ajakirjanikele auditooriumipoolne tagasiside muudetud äärmiselt lihtsasti kättesaadavaks, läbi mille näevad nad, et nende poolt kasutatud aeg loo loomiseks ei ole reeglina korrelatsioonis loo majandusliku tulemuslikkusega toimetusele. See on tekitanud olukorra, kus ajakirjanikud teevad pigem mitu lihtsakoelisemat lugu enne ära ning siis tegelevad enda hinnangul oluliste teemadega. Sellise protsessiga tõestavad nad toimetusele, et neid on majanduslikult kasulik töö hoida. Autonoomsusele aitavad kaasa olukorrad, kus lugu ei too sisse toimetuse jaoks märgiliselt lugejaid, kuid toimetuse on nõus ajakirjanikuga, et teema on oluline ning sellest tulenevalt tehakse jätkulugusid ja käsitletakse teemat, et inimeste olukorda paremaks muuta. Samas tunnevad ajakirjanikud, et nad peavad näiteks pealkirjade kirjutamisel lähtuma *click-bait*

pealkirjadest, et üldse jõuda enda jälgijaskonnani läbi mille on võimalik täita ajakirjanduse rolli. Sarnaselt sõltub isegi avalik-õiguslik ringhääling vaatajate arvust, et õigustada maksumaksja raha kasutamist. Ajakirjanikud sõltuvad lugejate ootusest kvaliteetsele sisule, kuid ka otseselt reklaamimüügi tulust ehk kontserni majanduslikust survest. Toimetused on ise kujundanud auditooriumi käitumisharjumusi selliseks, kus ajakirjanikel tuleb toota sisu, mis ei ole kooskõlas ajakirjanduse rolli täitmisega, kuid selline lähenemine toob sisse tulu nende toimetusele. Seega peab ajakirjanik sellises toimetuses hakkama saama, kuna see on loodud uueks normaalsuseks.

Ajakirjanikel on hea teadmine, kuidas tuua sisse lugejaid, kuid oluliste lugude kirjutamine on teadlik valik, kus püütakse hoiduda selle teadmise kasutamisest. Selline olukord ohustab tugevalt ajakirjaniku autonoomiat, kuid olulisemana tundub töökoha säilitamine. Ajakirjaniku enda autonoomia eest seismine muutub järk-järgult vähem tähtsaks, kuna sellised ülesanded, mis segavad konkreetset autonoomiat tööprotsesside üle, esineb igapäevaselt, mille tõttu tundubki see kui uus normaalsus. Kuid sellega sekkutakse otseselt ajakirjanduse, kui professionaalse töökoha praktikatesse (Hallin ja Mancini, 2004). See tekitab olukorra, kus väljaandes on lihtsam töötada inimestel, kes ei ole kursis professionaalse ajakirjanduse kultuuriga ning temal, kui kodanliku ajakirjanduse esindajal, on lihtsam läbi lüüa. See on ohtlik kogu ajakirjandusele, sest avalikkuse teenistuses ajakirjanduse loomine eeldab kõrgetasemeliste ja haritud professionaalsete ajakirjanike tööpingutusi (Harro-Loit ja Lauk, 2016).

Sellegipoolest on võimalik Eesti noortel ajakirjanikel suures osas kirjutada enda välja pakutud teemadel. Kui ajakirjanik töötab rollis, kus tuleb kajastada rohkem väiksema piirkonna teemasid, siis on võimalik jääda rohkemal määral autonoomseks, kui üle-riigilisi teemasid kajastavas toimetuses. Autonoomiat häirivad enim ülesanded, mis tulevad toimetuse poolt ja ajakirjanik ise ei näe selle teema kajastamisel mõtet, kuid ta näeb olulisena seda, et ta selle loo ära teeks, kuna lugu on toimetusele oluline. Selleks, et sellistes olukordades õigustada enda soovi mitte tegeleda ebameeldiva ülesandega, nähakse lahendust mitte puhta keeldumise näol, vaid toimetusele teema pakkumises, mis peaks olema veelgi tulusam kui pakutud teema. Seega peab ajakirjanik pingutama, et leida pidevalt teemasid, mis oleksid tema silmis kooskõlas nii hea ajakirjandusega kui ka piisavalt huvitav auditooriumile. Ebameeldivate ülesannete suhtes nähakse, et neid peab tegema, et edeneda karjääriredelil ja kindlustada enda töökoht, mida on võimalik ka saavutada enda poolt lauale toodud tugevate teemadega, tõestamaks enda väärtust. Ajalisest survest tulenevalt on keeruline päevast-päeva toota uudiseid, kus ajakirjanik saab analüüsida, kas tema tehtud töö on korrelatsioonis tema silmis hea ajakirjandusega (Harro-Loit ja Lauk, 2016). Toimetuse majanduslikust olukorrast tingitult, vaadatakse auditooriumi pigem kui kliente, kellele

reklaami ostjate sisu müüakse, samal ajal väärtustades usaldusväärse sisu loomist (Harro-Loit ja Lauk, 2016).

Meediumite-ülene sisuloome mõjutab samuti ajakirjanike autonoomiat. Konvergeerunud toimetused on suuresti tekkinud sellepärast, et optimeerida kontserni tootmisprotsesse ning maksimeerida kasumlikkust. Kannatajateks on ajakirjanikud, kes peavad tegema nii veebimeediat, trükimeediat, raadiot ja televisiooni (mitte kõike korraga, vaid reeglina kahte neist). Kuigi ajakirjanikud on valmis mingil määral tegema järeleandmisi enda autonoomia osas, siis on olemas ka punaseid piire, mille peale on nad valmis töölt lahkuma. Praegu on ajakirjanikel väga keeruline jääda üdini autonoomseks, vaid neil tuleb teha järeleandmisi, et toimetuse tööst osa võtta (Klinenberg, 2005: 51).

Kuivõrd kattusid tudengi ootused erialasele tööle reaalsusega?

Ülikoolis omandatu oli tudengite hinnangul piisav, et alustada tööd trükimeedias ent raadio- ja televisiooni puhul jäi ettevalmistus väheseks. Veebimeedia-alane väljaõpe puudus täielikult ning sellesse meediumisse on keeruline kohaldada ülikoolist saadud baasteadmisi. Sellegipoolest nähti, et läbi praktilise käimise ülikooli ajal, tekkis parem ettekujutus tööst endast, nii et ootuste vastavus reaalsusega sõltus suuresti sellest, millisesse toimetusse tudeng praktikale läks.

Üpris hea kujutelm tekkis ka loo tegemisel eeltöö mahust ja intervjuerimisest. See, kui kiire tempo on toimetuses, ei tulnud ülikooli ajal piisavalt esile. Kiire tempo tingib ka lugude pealiskaudsuse, mis mõjutab otseselt ajakirjanduse rolli täitmist.

Tudengi rollist ajakirjandusse tööle minemise hetkel oodati, et tööl tehtuga on võimalik maailma muuta, mis vastas ka tõele. Samas oodati, et töö on palju glamuurse, mis ei olnud reaalsus. Kuigi ajakirjanikud sõnasid, et nende hinnangul on neil võimalik jääda sõltumatuks olenemata toimetuse survest, siis see väljendus selles, et nad võivad ise teemasid välja pakkuda. Samal ajal unustades ära, kuidas nad on mõjutatud jälgijate numbritest. Ajakirjaniku töö mitmekesisuse suhtes olid ootused asjakohased ning töös esines vähesel määral rutiinsust, mida samuti eeldati. Need, kes tegelesid rohkem veebiajakirjandusega, tundsid, et nende töö on oluliselt rutiinsem, kui oli oodata. Samamoodi kehtis ootus, et ajakirjaniku töö suureks osaks on loovus, mis suunab koolis õpitud reegleid aeg-ajalt murdma. Loovust kasutati ka selleks, et aidata kaasa autonoomseks jäämisel, valides ise toimetuse poolt välja pakutud teemale lähenemisnurga.

Kuigi mingil määral ei vastanud ootused reaalsusega, ei ole ajakirjanikel plaanis tööstust lähiajal vahetada. Põhiliselt soovitakse liikuda tavauudisnuppude tegija ametilt edasi positsioonile, kus ajakirjanikul on suurem autonoomia enda tööprotsesside üle ning rohkem aega lugude loomiseks.

Milliseid oskuseid peab ajakirjanik omama ja kust ta neid omandas?

Kõige olulisem oskus on internetis töötamise oskus, kus erilisel olulisel kohal on informatsiooni otsimine ning dokumendiregistritest vajaliku leidmine. Lisaks peab ajakirjanik oskama kirjutada lugusid, suhelda, grammatiliselt korrektselt kirjutada, analüüsida, intervjuuerida, võõrkeelt rääkida, aega planeerida, konfliktsetes olukordades toime tulla, olema kohanemisvõimeline ja tundma erinevaid tehnoloogiaid, et neid enda igapäeva töös kasutada.

Baasoskused, millest piisab, et toimetusse tööle minna, omandas noor ajakirjanik ülikooli õpingute käigus. Sealt edasi tuli ajakirjanikul puudulikud oskused omandada toimetuses töötades. Toimetused on siinkohal olnud toetavad ning juhendanud värsket ajakirjanikku, suurt rolli mängis ka ajakirjaniku enda initsiatiiv ning õppimistahe. Ülikoolist omandatud oskustega tundsid ajakirjanikud, kes läksid tööle muusse meediumisse kui trükimeedia, end ebakindlalt. Lisaks omandas ajakirjanik puuduvaid oskuseid ka iseseisvalt, näiteks dokumendiregistrite kasutamise näol, kuigi seda nähti kui ühe kõige olulisema oskusena.

Vajalik oskustepagas on lai, ning sellega kaasnevad mitmekülgsed ülesanded, mis võtavad ära suure osa igapäevasest ajakasutusest ning läbi selle langeb ajakirjanike võimekus toota kvaliteetset ajakirjandust (Klinenberg, 2005: 51). Seega on oluline omada nii väljal töötava reporteri oskuseid kui ka kontori reporteri oskuseid (Himma-Kadakas, 2018).

4.2 Diskussioon

Hetke olukord on ajakirjanike jaoks keeruline, eriti noortel. Suhtumine on, et algul ongi keerulisem ning tuleb teha uudisnuppe jms, kuna need toovad toimetuse jaoks vajaliku auditooriumipoolse jälgijaskonna ja tulu. See tundub, et on muutunud normaalsuseks. Küsimus on, kas ja mil moel peaks üldse tulema olukorrale muutus? Noorel ajakirjanikul üksi süsteemi muutma hakata on keeruline, kuna toimetus võib lihtsalt otsustada, et töötaja ei täida töölepingut ning töösuhe tuleb lõpetada ja võtta ukse tagant järgmine sobivam kandidaat. See ongi kõige suurem takistus oma sõltumatuse ja autonoomia eest seismisel. Ülesanded, mis sekkuvad autonoomiasse ei ole reeglina

niivõrd ebameeldivad, et see paneks ajakirjaniku töö maha panema, vaid neid on lihtsalt palju. Nendesse suhtutakse kui eraldi juhtumitesse, kuigi suures pildis võib olla sekkumine märkimisväärne. Sellegipoolest on noored ajakirjanikud näidanud üles valmidust töölt lahkuma, kui neid sunnitaks tegema miskit, mis on nende jaoks vastuvõetamatu, kuigi mõni seda taolise olukorra esmasel ilmnemisel veel ei teinud.

Positiivne on see, et alustavate ajakirjanike suhtes on toimetuse liikmed empaatilisel meelestatud. Nad on kohanemisele kaasa aitamisel toeks ning uute kolleegide täpsustavad küsimused on oodatud. Ühtlasi öeldakse ka konkreetselt tagasisidet nii heade kui halbade juhtumite kohta. Sellegipoolest võiks alustav ajakirjanik suhtuda kriitiliselt kogu kohanemisprotsessi. Kohanemisega võib kaasneda palju positiivset, kuid ka negatiivset, mida reeglina ei märgata. Toimetusepoolne tagasiside võib olla suureks toeks, kuid samas ka sekkuv. Selline tagasiside reeglina sümboliseerib normatiivset olukorda või sellele toimetusele iseloomulikku sisu, mis võib olla otseselt mõjutatud auditooriumist saadud tagasisidest. Muidugi on igal toimetusel enda iseärasused, kuid sellegipoolest on neil teada, mida auditoorium neist ootab ja selles tulenevalt toodetakse ka sisu. Ohtlikuks muutub olukord, kui algaja ajakirjanik saab sellisel määral tagasisidet või tuge, kus hakatakse tema eest otsustama. Sel puhul võibki ta omaks võtta olukorra, kus tema eest otsustatakse nii suuremal kui ka väiksemal määral. Ma ei ütle, et see on reaalsus, kuid selline kriitiline suhtumine toimetuse tagasisidesse aitab ajakirjanikul ära tunda enda autonoomiat ohustavaid olukordi.

Lahtiseks jääb küsimus: kui autonoomsed ajakirjanikud üldse soovivad olla? Kui tema eest otsustatakse erineval määral asjad ära, siis langeb talle vähem vastutust. Vastutuse võtmine ajakirjanduses eeldab seda, et sa lood ka enda kui ajakirjaniku kuvandit. Kuvand, mis peaks aitama lugejal otsustada pikas perspektiivis, kas sa kirjutad kvaliteetseid lugusid või tema hinnangul mitte. Enda autonoomia osas järeleandmiste tegemine loob üpris mugava olukorra, eriti alustavatele ajakirjanikele. Seda põhjusel, et siis ei saa teda niivõrd hukka mõista, kui esineb töös eksimusi. See on kaalukas faktor uue töötaja jaoks, et ta ei teeks katseajal vigu. Lepingu alusel võib suuremate eksimuste korral päeva pealt ta enda töökohast ilma jääda. Seega läbi vastutuse ära andmise annab toimetuse võimaluse ajakirjanikul enda jaoks töörahu säilitada. Juhul kui ajakirjaniku majanduslik olukord on ebastabiilne võib olla töökoha säilitamine olulisem kui autonoomia (Harro-Loit ja Lauk, 2016). Kas turvaliseks jäämise tulemusel hakkabki ajakirjanik eelistama mugavust üle autonoomia?

Ajakirjanikud soovivad muuta maailma paremaks kohaks läbi enda tegemiste. Uudisnuppude tegemine, pressiteadete vahendamine on konkreetselt levitaja rolli täitmine (Weaver jt, 2007) „uues“ ajakirjanduses (Chalaby, 1996; Elliott, 1978; Hampton, 2004; Örnebring, 2007; Schudson, 1978; Wiener, 1988), aga see ei ole maailma muutmine. Noored ajakirjanikud tõid välja, et nad pigem liiguks lähiaastatel (hiljemalt) tavaliste uudiste tegemise pealt edasi, kuna see on niivõrd tempokas ja tihti ka pinnapealne töö. Järgmine positsioon tundub nende usutluste pealt alles see, kus nad näevad, et neil on piisavalt aega, et teha kvaliteetset ajakirjandust ehk muuta maailma. Seni nad lepivad tõsiasjaga, et ajakirjanikuna tulebki teha ka mingil määral ebameeldivaid asju. Kas see muutub järgmises ametis? Sellele on võimalik vastus saada juba kogenumatelt ajakirjanikelt.

Toimetused kasutavad ajakirjanikke, et saada kasumit. Samas ajakirjanik vajab platvormi, kus täita enda rolli. Nii nagu konfliktis uudisväärtusena on kompromiss sellises olukorras (kasumlik lugu toimetusele, reeglina sümboliseerib ka ajakirjaniku jaoks head ajakirjandust), siis tunnebki ajakirjanik, et meediakontsernis töötades peab ta tegema kompromisse maailma muutvate ja toimetusele majanduslikult kasulike lugude vahel. Samuti tuli ju esile, et hea ajakirjandus ongi meelelahutuslik. Ehk kinnistub üha enam ustava perekoera roll (Agarwal ja Barthel, 2013).

Tartu Ülikoolis õpetatakse ajakirjanikku täitma enamjaolt ühte konkreetset ajakirjanduse rolli. Selleks rolliks on valvekoera või neljanda võimu täitja. Reaalsus on see, et kuigi vanad uudisväärtused ja roll kehtivad paberil, siis need mõlemad on ajas muutunud ja täienenud. Seega tekib küsimus, kas ja kuidas peaks ülikool kaasajastama enda õppeprogrammi? Loogiline vastus oleks, et bakalaureuseastme õpingud ongi üldisemad ja sellel moel aktsepteeritavad, kui magistriõpingutes oleks võimalik spetsialiseeruda. Magistrantuuris keskendutakse sellele, et õppima tuleksid tudengid, kes on lõpetanud muul erialal bakalaureuseastme õpingud ning nüüd nendest saab enda omandatud eriala ajakirjanik. Selle asemel võiks olla magistrantuuris võimalus õppida enda valitud meediumi kohta detailsemalt ja tänapäevasemalt ning samal ajal tuleks esile ka reaalsus konvergeerunud toimetuses töötamisel. Tartu Ülikoolis keskendutakse põhjalikumalt trükimeedia-alasele ajakirjanduse õppele, kuna läbi selle meediumi on võimalik tuua esile lihtsamalt baasprintsiipe, mida saab mingil määral kohaldada teistele meediumitele. Ülikool võiks tuua audiovisuaalsete meediumite õppe samale tasandile kui trükimeedia oma, kuna tänapäevane ajakirjanik peab hakkama saama mitmel meediumil. Seega võiks Tartu Ülikoolis puudutama rohkem konvergeerunud toimetuse töö eripärasid. Liialt suurt rolli mängib programmis tänapäevase pildi ette manamises üks kohustuslik praktika kogemus.

Sellise ettevalmistusega kaasneb probleem, kuna ülikooli äsja lõpetanud tudeng ei ole piisavalt kursis reaalsusega, kui ta just ei ole aktiivselt käinud ülikooli ajal praktilal, kust saadud kogemus on piisavalt hariv, et kompenseerida õppekavas esinevaid puudujääke. Kui tema ootused konvergeerunud toimetuses töötamise osas ei ole asjakohased, on värskest tööd alustanud ajakirjanikul keerulisem ennast kehtestada ja kaitsta enda autonoomiat (Klinenberg, 2005: 51). Kui ülikoolist tuleb iga aasta selliseid ajakirjanikke juurde, tekib lumepalli efekt. Noor ajakirjanik alustab tööd ja pöördub enda kolleegide poole, kellega ta enim samastub, toe saamiseks. Tema toetusisik võib olla samuti hiljuti praktiseerimist alustanud. Seega nad taasloovad olukorda, kus noored ajakirjanikud on vähem autonoomsed ning nad kohanevad moel, mis on mõjutatud toimetuse majanduslikust survest. Ühtlasi võetakse eeskujuks ka staažikamaid inimesi (mis ei ole ilmingimata halb), aga nemad ei pruugi omada efektiivseid ja mitmekülgseid rutiine (Ivask, 2019), mis on vajalikud konvergeerunud toimetuses hakkama saamiseks. Probleem on, et nad ei teadvusta seda tihtipeale otse koolipingist tulles ning konvergeerunud toimetuse eripärade kohta tuleb põhiline informatsioon mitte koolist, vaid töö juurest, oma iseseisvast õppimiskogemusest.

Ettevalmistus ülikoolis on ajakirjaniku puhul ülioluline. See diferentseerib kodanlikku ajakirjanikku professionaalsest ajakirjanikust, mis on eeldus ajakirjanikule, et ta oskaks valida, toota ja töödelda usaldusväärset informatsiooni (Harro-Loit ja Lauk, 2016) ning läbi selle pakkuda kvaliteetset informatsiooni, mida kodanlik ajakirjandus ei suuda (Franklin, 2008). Ühtlasi peaks olema ajakirjanik, võrreldes teiste erialadega, just see kes on enda töös äärmiselt sõltumatu. Ajakirjanikud ise tõid seda omadust välja ning sõltumatusega üritavad end tihtipeale ehtida ka Eesti meediakontsernid. Siin kohal võidakse ära unustada, et majanduslik surve mõjutab kontserni omanikku, kes omakorda tagasisidestab enda ettevõtte kasumlikkuse najalt konkreetselt toimetuste juhte. Toimetuse juhid viivad ülevalt tulnud sõnumi kõige madalama tasandini välja, kuid seda otseselt sõnastamata. Minu intervjuudes ajakirjanikud küll tõid välja, et nad ei tunne, et keegi otseselt dikteeriks nende tööd tulenevalt majanduslikust survest, kuid samal ajal kirjeldasid nad olukordi, kus on näha, et nad pidid enda valikutes lähtuma sellest, mis on toimetusele kasumlik. Majanduslikke mõjutusi, nagu Hanitzch jt (2010:17) välja tõid, ongi keeruline märgata rutiinse ajakirjandusliku töö juures, kuna need on varjatud organisatsiooniliste ja protseduuriliste mõjutuste taha. Seega sõltumatuse printsiip ning mis seda ajakirjaniku rolli täitmisel võib ohustada, peaks olema ajakirjanikule paremini mõistetav. Siit tõstatub muidugi küsimus, kuidas reageeriksid toimetused, kui nende ajakirjanikud ajaksid iga päev näpuga järke, et nende autonoomiat ja sõltumatust ei ohustataks?

4.3. Meetodi kriitika

Minu valimi moodustamise osas tuleb meele pidada, et esindatud oli 5 kontserni ning 8 ajakirjanikku. Mõnest kontsernist oli rohkem ajakirjanikke kui teistest ning sarnane olukord oli ka meediumitega. Selles suhtes on keeruline üldistada kõikidele noortele ajakirjanikele tõepähe minu tulemusi, kuid teatud määral on reaalne olukord kirjeldatud, kuna iga kontsern ja meedium on esindatud. Töös ei lähtunud ma soolistest ja vanuselistest erinevustest, kuna otsustasin keskenduda ajakirjaniku rollile üldiselt, eristamata rolli ja autonoomia tajumist tulenevalt soost või vanusest. Seda põhjusel, et oleksin pidanud valimit kõvasti suurendama ning minu ajalisest ressursist oleks jäänud puudu. Ühtlasi oleks kerkinud esile oht, et minu analüüs tulenevalt intervjuu kogusest jääb liialt pinnapealseks, läbi mille kannatab kogu bakalaureusetöö.

Silmas peab pidama, et kasutasin andmete kogumiseks semistruktureeritud intervjuusid, mida selles mahus (kaheksa intervjuud) pole ma varem pidanud teadustöö tarbeks tegema. Seega võis minu praktilistest oskustest jääda kohati vajaka, et aidata intervjuueeritavatel end piisavalt avada. Sama kehtib ka kvalitatiivse tekstianalüüsi kasutamisele. See on minu esimene teadustöö sellises mahus ning kvalitatiivse tekstianalüüsiga tulemusteni jõudmine oli minu jaoks esmakordne. Seega on oht, et minu tulemustes võib olla jäänud miskit märkamata. Minu kogemust silmas pidades usun, et suutsin välja tuua kõige olulisemad leiud ning nende najalt teha järeldusi.

KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärk oli kaardistada hetke olukord Eesti ajakirjanduses noorte ajakirjanike jaoks, lähtudes nende enda rolli ja autonoomia tajumisest. Ühtlasi uurisin ka olukorra põhjustanud tagamaid ning ülikooli õpingutest saadud teadmiste mõju nende igapäeva tööle. Andmete kogumiseks viisin läbi kaheksa semistruktureeritud intervjuu ajakirjanikega, kellel on kuni kuue aastane tööstaaž ja ta on lõpetanud või lähikuudel lõpetamas Tartu Ülikooli ajakirjanduse eriala õpinguid.

Kogutud andmeid analüüsisin kvalitatiivse tekstianalüüsiga, mille tulemused näitasid, et noored ajakirjanikud küll enda sõnul näevad end valvekoera ja neljanda võimu rolli täitmas, kuid tugevalt on sisse toodud ka meelelahutuse aspekt. Kuigi nende mõtteline roll on valvekoerast tulenev, siis reaalsus on, et nad täidavad ustava perekoera rolli. Autonoomia osas tunnevad nad end küll üldjoontes hästi, kuid ähmaseks on jäänud autonoomiasse sekkumise tajumine, kuna seda esineb pea igapäevaselt rutiinsetes ülesannetes, mistõttu ei panda seda niivõrd pahaks, vaid võetakse kui normaalsust. Lisaks nägid noored ajakirjanikud, et ülikoolist saadud ettevalmistused panid suurel määral asjakohased ootused nende jaoks paika, kuid esines ka erinevusi tulenevalt konvergeerunud toimetuses töötamisest ning meediumite erisusest.

Käesolev töö küll toob esile noorte ajakirjanike olukorra tajumise, kuid seda ei saa laiendada kogu Eesti meediamaastikule, ainult nendele, kes tulevad ülikoolist ja alustavad tööd toimetuses. Ühtlasi tõstatus küsimus, kas vähekokogenud ajakirjanikud üldse soovivad olla autonoomsed või teeksid nad pigem järeleandmisi selle osas, et säilitada endale majanduslik sissetulek ning karjääriredeli kindlam olemasolu. Lisaks on võimalik edasi uurida, kas konvergeerunud toimetuses on üldse võimalik tagada ajakirjaniku kui professionaalse ameti autonoomia. Võib-olla ongi ajakirjandus tänapäeval alati kellestki osaliselt sõltuv ning see on uus normaalsus. Seega on teemasid mitmeid, mida saab selles tööst tulenevalt edasi uurida.

Täna enda juhendajaid Signe Ivaskit (PhD) ja Marten Juurikut (MA), kes olid minu mõttekaaslased ja mõttesuunajad, et saavutada püstitatud eesmäärke. Nende panus võimaldas mul teha realselt iseseisvalt tööd ning nende juhendamine ei olnud pelgalt minu küsimustele vastamine. Nad jagasid enda kogemusi, mille abil tundsin, et mul on olemas vajalikud vahendid bakalaureusetöö kirjutamiseks.

SUMMARY

The perception of a journalist's role and autonomy amongst journalists with higher education and up to six years of working experience

This thesis consists of four main chapters. The first chapter gives an overview of theoretical and empirical information of which I set the basis for my thesis. That is followed by the method and sample chapter. The third chapter brings forth all of the results I was able to reach through my research. The overview of the results and discussions stemming from them are brought up in the fourth chapter.

The aim of this Bachelor's thesis was to map the current situation working in the Estonian media stations for young journalists, based on their own perception of their role and autonomy. At the same time, I also studied the impact of university studies to their daily work. For the collection of data, I conducted eight semistructured interviews with journalists who have a maximum of six years of service and have completed or will finish their studies at the University of Tartu in the coming months.

Based on my collected empirical and theoretical standpoints, I posed three main research questions:

1. How do young journalists perceive their role?
2. How autonomous is a young journalist in fulfilling his/her role?
3. How did expectations as a student overlap with reality for professional work?
 - a) What skills does a journalist have and how did he/she acquire them?

The collected texts were analyzed using qualitative text analysis. Resulting in young journalists describing in their own words, that they see themselves in the role of watchdog and fourth power, but the aspect of entertainment has also strongly intertwined into those roles. Even if they felt that they are watchdogs, from their descriptions it was able to conclude, that they are fulfilling the role of a faithful family dog. As far as autonomy is concerned, they generally feel that it isn't threatened, but the perception of interference in autonomy remains vague as it occurs almost daily in routine tasks according to their examples of situations. They do not identify most of the situations distressing enough for their autonomy but take it as a normal part of working as a journalist. In addition, young journalists saw that preparations from the university largely matched their expectations, but there were also differences regarding working in a converged editorial and on different mediums.

Although this work highlights the perception of the situation of young journalists, it cannot be extended to the entire Estonian media landscape, only to those who come from the university and start working in the editorial office. At the same time, the question was raised whether low-skilled journalists would like to be autonomous at all or would rather make concessions in order to maintain their economic income and a more secure career development. In addition, it is possible to further investigate whether the convergence of the journalist as a professional job can be guaranteed at all in a converged editorial. Perhaps the press is always partly dependent on someone nowadays and this is a new normality.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Agarwal, S. D. ja Abel, A. D. (2011). Tweet credibility: How CNN frames credibility of information from non-traditional sources in broadcast reporting. *Electronic Journal of Communication*, 21.
- Agarwal, S. D. ja Barthel, M. L. (2013). The friendly barbarians: Professional norms and work routines of online journalists in the United States. *Journalism* 2015, Vol. 16, 376–391.
- Arceneaux, N. ja Weiss, A. S. (2010). Seems stupid until you try it: Press coverage of Twitter 2006-2009. *New Media & Society*, 12, 1262-1279. doi: 10.1177/1461444809360773
- Aviles, G., Alberto, J. ja Leon, B. (2002). Journalistic Practice in Digital Television Newsrooms: The Case of Spain's Tele 5 and Antena 3. *Journalism*, 3(3), 355–371.
- Baerug, J. R. ja Harro-Loit, H. (2012). Journalism embracing advertising as traditional journalism discourse becomes marginal: A comparative study of European MICE (meetings, incentives, conferences and Events) magazines. *Journalism Practice*, 6(2), 172–186.
- Barnhurst, K. G. (1994). *Seeing the Newspaper*. New York: St Martin's Press.
- Boczkowski, P. J. ja De Santos, M. (2007). When more media equals less news: Patterns of content homogenization in Argentina's leading print and online newspapers. *Political Communication* 24(2), 167–180.
- Bowman, S. ja Willis, C. (2003). *We media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston, VA: The Media Center at the American Press Institute.
- Carey, J. W. (2000). Some personal notes on US journalism education. *Journalism: Theory, Practice and Criticism* 1(1), 12–23.
- Cassidy, W. P. (2005). Variations on a theme: The professional role conceptions of print and online newspaper journalists. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 82(2), 264–280.
- Chalaby, J. (1996). Journalism as an Anglo-American invention. *European Journal of Communication* 11(3), 303–327.
- Chang, W. Y. (2005). Online civic participation and political empowerment: Online media and public opinion formation in Korea. *Media, Culture & Society*, 27(6), 925–935.

- Cohen, E. L. (2002). Online journalism as market-driven journalism. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 46(4), 532–548.
- Collins, R. (1990). *Changing conceptions in the sociology of the professions. The Formation of Professions: Knowledge, State and Strategy*. London: Sage, 11–23.
- Deuze, M ja Bardoel, J. (2001). Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review* 23(2), 91–103.
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5(2), 139–152.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464.
- Deuze, M. (2008). The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. *International Journal of Communication* 2, 848–865.
- Donsbach, W. (2008). Journalists' role perception. *The International Encyclopedia of Communication*, 6, 2605–2610.
- Einmann, M. (2010). *Eesti ajakirjanike rollikäsituse muutumine 1988–2009*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Ekdale, B., Tully, M., Harmsen, S. ja Singer, J. B. (2015). Newswork Within a Culture of Job Insecurity, *Journalism Practice*, 9:3, 383-398. doi: 10.1080/17512786.2014.963376
- Elliott, P. (1978). Professional ideology and organisational change: The journalist since 1800. G. Boyce (toim), J. Curran (toim) ja P. Wingate (toim). *Newspaper History: From the 17th Century to the Present Day* (lk 172 – 191). London: SAGE
- Fenton, N. (2010). *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Fischer, M. C. (2014). The pay-per-visit debate: Is chasing viral traffic hurting journalism? *American Journalism Review*. 27. märts. Kasutatud 15.10.2018: <http://ajr.org/2014/03/27/pay-per-visit-debate-chasing-viral-traffic-hurting-journalism/>
- Franklin, B. (2008). The future of newspapers. *Journalism Studies*, 9(5), 630–641.
- Gans, H. (2003). *Democracy and the news*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Glasser, T. L. (2000). The politics of public journalism. *Journalism Studies*, 1(4), 679–694.

- Hallin, D. C. ja Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hampton, M. (2004). *Visions of the Press in Britain, 1850-1950*. Champaign, IL: University of Illinois Press.
- Hanitzsch, T. ja Mellado, C. (2011). What shapes the news around the world? How journalists in eighteen countries perceive influences on their work. *International Journal of Press/Politics*, 16(3), 404–426.
- Hanitzsch, T., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I., Coman, M., Hanusch, F. ja Yuen, K. W. (2010). Modeling perceived influences on journalism: Evidence from a cross-national survey of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(1), 5–22.
- Harcup, T. ja O'Neill, D. (2017). What is News? *Journalism Studies*, 18:12, 1470-1488. doi: 10.1080/1461670X.2016.1150193
- Harcup, T. ja O'Neill, D. (2001). What Is News? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280.
- Harro-Loit, H ja Lauk, E. (2016). Journalistic Autonomy as a Professional Value and Element of Journalism Culture: The European Perspective. *International Journal of Communication*, 11, 1956–1974
- Harro-Loit, H., ja Saks, K. (2006). The diminishing border between advertising and journalism in Estonia. *Journalism Studies*, 7(2), 312–322.
- Hennoste, T. (2001). *Uudise käsiraamat*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Himma-Kadakas, M. (2018). *Skill performance of Estonian online journalists: assessment model for newsrooms and research*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Ivask, S. (2019). *The role of routines, demands and resources in work stress among Estonian journalists*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Kalmus, V., Masso, A., Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metadoloogia õpibaas*. Tartu: Tartu Ülikool. Kasutatud 07.01.2019 <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>
- King, A. ja Plunkett, J. (2004) *Popular Print Media 1820-1900 (vol. 1)*. London: Taylor & Francis.

Klinenberg, E. (2005). Convergence: News production in a digital age. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 48–64.

Lagerspetz, Mikko. (2017). *Ühiskonna uurimise meetodid*. Tallinn: TLÜ Kirjastus.

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

Lasorsa, D., Lewis, S., ja Holton, A. (2012). Normalizing Twitter: Journalism practice in emerging communication space. *Journalism Studies*, 13, 19-36. doi: 10.1080/1461670X.2011.571825

Lee, A. J. (1976). *The Origins of the Popular Press 1855-1914*. London: Croom Helm.

Lee, E ja Tandoc, E. (2017). When News Meets the Audience: How Audience Feedback Online Affects News Production and Consumption. *Human Communication Research*, 4, 436 – 449. doi: 10.1111/hcre.12123

Leheste, G. (2012). *Veebiajakirjanike tööd mõjutavad tegurid*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

Mellado, C. ja Humanes, M. L. (2012). Modeling perceived professional autonomy in Chilean journalism. *Journalism*, 13(8), 985–1003.

Mitchelstein, E ja Boczkowski, P. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10, 562–586.

Mohd, S. Z. (2011). Local broadcast journalists: Journalistic autonomy and level of job perception in their workplace. *Human Communication*, 14(3), 259–283.

Mutz ja Diana C. (2007). Effects of ‘In-Your-Face’ Television Discourse on Perceptions of a Legitimate Opposition. *American Political Science Review* 101(4), 621 – 635.

Mutz, Diana C. ja Byron Reeves. (2005). The New Videomalaise: Effects of Televised Incivility on Political Trust. *The American Political Science Review* 99(1), 1 – 15.

Nip, J. Y. M. (2006). Exploring the second phase of public journalism. *Journalism Studies*, 7(2), 212–236.

O’Sullivan, J. ja Heinonen, A. (2008). Old values, new media: Journalism role perceptions in a changing world. *Journalism Practice* 2(3), 357–371.

Oxford

Dictionaries.

Kasutatud

15.10.18

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/sensationalism>

- Quandt, T. (2008) News tuning and content management: An observation study of old and new routines in German online newsrooms. C. A. Paterson (toim) ja D. Domingo (toim). *Making Online News: The Ethnography of New Media Production* (lk 77 – 97). New York: Peter Lang.
- Reese, S. D. (1999). The progressive potential of journalism education: Recasting the academic versus professional debate. *Harvard International Journal of Press-Politics*, 4(4), 70–94.
- Reich, Z. ja Hanitzsch, T. (2013). Determinants of journalists' professional autonomy: Individual and national level factors matter more than organizational ones. *Mass Communication & Society*, 16(1), 133–156.
- Rosen, J. (2000). Questions and answers about public journalism. *Journalism Studies*, 1(4), 679–683.
- Salwen, M. B. (2005). Online news trends. M. B. Salwen (toim), B. Garrison (toim) ja P. D. Driscoll (toim). *Online News and the Public* (lk 47 – 77). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- Singer, J. B. (2004). Strange bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations. *Journalism Studies* 5(1), 3–18.
- Singer, J. B. (2006). The socially responsible existentialist: A normative emphasis for journalists in a new media environment. *Journalism Studies*, 7(1), 2–18.
- Singer, J. B. (2007). Contested autonomy. *Journalism Studies*, 8(1), 79–95.
- Smythe, T. C. (1980). The reporter, 1880-1900: Working conditions and their influence on the news. *Journalism History* 4(1), 1–10.
- Spyridou, L., P., Matsiola, M., Veglis, A., Kalliris, G. ja Dimoulas, C. (2013). Journalism in a state of flux: Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices. *International Communication Gazette*, 75(1), 76–98.
- Tandoc, E. (2014). Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society* 16, 559 – 575. doi: 10.1177/1461444814530541
- Tandoc, E. (2015). Why web analytics click: Factors affecting the ways journalists use audience metrics. *Journalism Studies*, 16, 782–799. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.946309>

- Tandoc, E., ja Vos, T. P. (2016). The journalist is marketing the news: Social media in the gatekeeping process. *Journalism Practice* 10, 950 – 966. doi: 10.1080/17512786.2015.1087811
- Thompson, J. B. (2000). *Political Scandal: power and visibility in the media age*.
- Waisbord, S. R. (2004). Scandal, media on citizenship in Contemporary Argentina. *American Behavioral Scientist* 8, 1072 – 1098. doi: 10.1177/0002764203262278
- van Weezel, A. (2009). Organizational changes in newspaper firms and their relation to performance. *The International Journal on Media Management*, 11, 144–152.
- Weaver, D. H., Beam, R. A., Brownlee, B. J., Voakes, P. S. ja Wilhoit, G. C. (2007). *The American Journalist in the 21st Century: US News People at the Dawn of a New Millennium*. New Jersey: Routledge.
- Weaver, D. H., Randal, A. B., Bonnie, J. B., Paul, S. V. ja G. Cleveland Wilhoit. (2007). *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Wiener, J. (ed.) (1988). *Papers for the Millions: The New Journalism in Britain, 1850-1914*. New York: Greenwood Press.
- Vu, H. T. (2013). The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection. *Journalism*, 15, 1094–1110. doi: 10.1177/1464884913504259
- Örnebring, H. (2007). A necessary profession for the modern age? 19th century news, journalism, and the public sphere. R. Butsch (toim). *Media and Public Spheres* (lk 71 – 82). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Örnebring, H. ja Mellado, C. (2018). Valued skills among journalists: An exploratory comparison of six European nations. *Journalism* 19(4), 445–463.
- Yang, H. S. ja Oliver, M. B. (2004). Exploring the effects of online advertising on readers. Perceptions of online news. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(4), 733–749.

LISA 1. UURINGUKAVA

Uuringukavas märgistasin konkreetsed teemad konkreetse värviga, kus roheline sümboliseerib ajakirjanike rolli tajumist, roosa sümboliseerib ajakirjaniku autonoomiaga seosnevid teemasid, kollane sümboliseerib ootuste alateemad ning sinine tähistab oskuste plokki. Nii sain enda intervjuu kava ülesehitamisel pidada silmas teemade paiknemist ning see võimaldab mul analüüsi käigus kasutada seda esialgse koodipuuna.

Uurimisküsimused:

1. Millisena noored ajakirjanikud oma rolli tajuvad?
2. Kuivõrd autonoomne on ajakirjanik oma rolli täitmisel?
3. Kuivõrd kattusid tudengi ootused erialasele tööle reaalsusega?
 - a. Milliseid oskuseid peab ajakirjanik omama ja kust ta neid omandas?

Intervjuu kava
Miks oled otsustanud ajakirjandusega tegeleda?
Millised olid sinu ülikooliaegsed ootused ajakirjaniku tööle?
Kas ootused vastasid reaalsusele? Kuivõrd? Mis olid need, mis vastasid, mis olid need mis ei vastanud? (Lasta kirjeldada, milles seisnesid erinevused) JAH – Kuivõrd? EI – Mis osas ei vastanud?
Milliseid oskuseid kasutad enda igapäeva töös?
Kas sa tundsid tööle asudes, et need oskused olid sul piisaval tasemel, et enda tööd teha?
Kuidas oled enda jaoks sellised oskused omandanud? Kuidas on toimetuse toetanud puuduvate oskuste arendamist?
Millest lähtub sinu arvates toimetuse teemade valikul?
Kust need teemad tulevad?
Millest sa lähtub, kui sa valid teemasid millest kirjutada? Kuidas sa valid enda jaoks teemasid?
Kui suure osa sinu loodud ajakirjanduslikust sisust moodustavad sinu enda välja pakutud teemad? Kas sul on võimalus oma ideid väljendada?
Kas neid võetakse kuulda?

Kui paljud sinu ideed teostuvad?
Kui palju tegeled ülesannetega, mis sulle meele järgi ei ole?
Mis laadi sellised ülesanded on?
Kas sul on võimalik nendest keelduda? Kui ei- miks?
Kust sa oma uudiste teemasid leiad?
Kui suure hulga sinu kirjutatud lugudest moodustavad sinu teemad?
Mis on sinu hinnangul hea ajakirjandus? Kuivõrd see Eestis kehtib
Millisena näed sa enda, kui ajakirjaniku rolli ühiskonnas?
<ul style="list-style-type: none"> • Millisena sa kujutad ette auditooriumi? • Mille põhjal valivad nad uudiseid? • Kas nad valivad neid uudisväärtuslike aspektikde järgi?
Mil määral on sinu arvates ajakirjaniku töö valitsuse väidete uurimine ning keeruliste sotsiaalsete probleemide tõlgendamine?
Milline peaks olema ajakirjanike suhtumine valitsuse ning eraettevõtete vastu? (Küsimuse eesmärk on näha, kas tema arvates peaks olema ajakirjandus nende vastu skeptiline)
<ul style="list-style-type: none"> • Kui olulist rolli peaks ajakirjandus mängima kultuuriliste huvide loomisel? • Kui olulist rolli peaks ajakirjandus mängima sõnavõttude võimaldamisel? • Kui olulist rolli peaks ajakirjandus mängima poliitilise agenda loomisel?
Kuivõrd oluline on ajakirjaniku töös inimestele uudisväärtusliku informatsiooni vahendamine?
Milline sa soovid, et sinu karjäär ajakirjanduses edaspidi oleks?
Milline on sinu arvates tegelikult karjäär ajakirjanduses edaspidi?
Kui kaua soovid ajakirjanikuna töötada?

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Taavi Audo,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose
Kuni kuue-aastase tööstaažiga erialase kõrgharidusega ajakirjanike rolli ja autonoomia tunnetus,
mille juhendajad on Signe Ivask ja Marten Juurik,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Taavi Audo

27.05.2019