

Tartu Ülikool
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

**2009. aasta Euroopa Parlamendi valimiste meediakajastus: Eesti
rahvusvahelises võrdluses**

Bakalaureusetöö (6 EAP)

Liisu Lass

Juhendaja: Prof Marju Lauristin

Evelin Pullerits, MA

Tartu

2010

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. TEOREETILISE LÄHTEKOHAD.....	6
1.1 Avalik sfäär.....	6
1.2 Euroopa avalik sfäär	7
1.3 Risse lähenemine Euroopa avalikule sfäärile.....	9
1.4 Koopmansi lähenemine Euroopa avalikule sfäärile.....	11
1.5 Meedia roll Euroopa avaliku sfääri kujundamisel	14
1.6 Varasemate empiiriliste uuringute tulemused.....	20
2. UURIMUSTÖÖ METODOLOOGIA JA UURIMISKÜSIMUSED	22
2.1 Uurimisküsimused	22
2.2 Valim	23
2.3 Meetod	24
2.3.1 Rahvusvahelise uuringu kodeerimise tööprotsessi kirjeldus.....	26
2.3.2 Meetodi kriitika.....	26
3. TULEMUSED	28
3.1 Ajalehtede ja teleuudiste üldine temaatika.....	28
3.2 Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste teemaliste artiklite ja uudislugude olulisus ajalehtedes ja teleuudistes.....	32
3.3 Temaatika Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste artiklites ja teleuudistes.....	35
3.4 Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste temaatika teistes Euroopa Liidu riikide meediaväljaannetes	38
4. JÄRELDUSED JA DISSKUSIOON	42
KOKKUVÕTE	47
SUMMARY	49
KASUTATUD KIRJANDUS.....	51
LISAD.....	54
Lisa 1 - Euroopa Liidu ja/või Europarlamendi valimistega seotud artiklite arv erinevatel kuupäevadel	54
Lisa 2 - Europarlamendi valimiste teemaliste teleuudiste paiknemine uudistesaaetes	55
Lisa 3 – Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega seotud artiklite žanriline jaotus	56
Lisa 4 - Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste üksikteemade esinemissagedus (Eesti).....	57

Lisa 5 - Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega seotud koondatud teemade esinemissagedus Eesti ajalehtedes ja teleuudistes	59
Lisa 6 - Peateemad, mille kõrval esines Euroopa Liidu ja valimistega seotud teema Eesti ajalehtedes ja uudislugudes	60
Lisa 7 - Teemad, kus on mainitud EL-i, selle institutsioone, poliitikaid vms, kuid puudub konkreetne EL-i või EP valimistega seotud teema (V21=99) (Eesti).....	62
Lisa 8 - Euroopa Liiduga seotud koondatud teemade esinemissagedus EL-i liikmesriikides (1).....	63
Lisa 9 - Euroopa Liiduga seotud koondatud teemade esinemissagedus EL-i liikmesriikides (2).....	65
Lisa 10 - Kodeerimisjuhend.....	66
Lisa 11 – Artiklite ja uudislugude peateemad.....	70
Lisa 12 – Euroopa Liiduga seotud teemad.....	74

SISSEJUHATUS

2009. aasta Euroopa Parlamendi valimised olid Eestis alles teised. Valimiste toimumise hetkeks oli Eesti Euroopa Liidus olnud veidi üle viie aasta. Selle aja jooksul on kasvanud eestlaste poolhoid liitu kuulumisele. Võrreldes esimeste eurovalimistega, 2004. aastal, suurenes ka valimas käinud inimeste hulk. Osalus, mis arvestades kevadist sisepoliitilist olukorda ning erinevaid kampaaniaid, tõusis eelmise korraga võrreldes 16% võrra. Ühelt poolt peegeldaks see justkui eestlaste suurenenud huvi Euroopas tehtava vastu. Teisalt lükkavad selle ümber arvad, mis näitavad inimeste tunnetuslikku sidet ühtse Euroopaga ja on madalamad kui kunagi varem. Sarnased tendentsid levivad üle Euroopa, kus toetus liidu liikmelisusele on kõrge, kuid kodanikud tunnetavad järjest nõrgemat sidet Euroopa Liiduga. Seetõttu võiks Euroopa Liitu pidada pigem eliidi kui kodanikele suunatud projektiks. Teemad, mida pakuvad ajakirjandus ja meedia Euroopa Liiduga seoses, jäävad tavalisele inimesele kaugeks ning huvi nende vastu on väike (Eurobaromeeter 68).

Millistele teemadele keskendus Eesti ajakirjandus vahetult enne Europarlamendi valimisi on ka käesoleva bakalaureusetöö üheks peamiseks küsimuseks. Uurimustöö on osa üle-Euroopalisest uurimisprojektis Piredeu *Media Content Analysis European Election Study 2009*, mis vaatleb 27 liikmesriigi meediakajastust valimistele eelnenud kolme nädalasel perioodil. Selle valimisse kuulusid kõikide riikide suuremad päevalehed ning teleuudised. Eesti valimi moodustasid Postimees, Õhtuleht, Eesti Ekspress, Aktuaalne kaamera ning Reporteri põhiuudistesaaated. Oma seminaritöös (Lass 2010), kodeerisin lisaks Eesti Päevalehe. Bakalaureusetöö eesmärgiks on eelkõige uurida Eesti poolset meediakajastust Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega seotud teemade olulisust üldises uudistevoos ning teemade valikut. Lisaks võrrelda Eesti kajastust teiste riikidega just kajastuste temaatika osas, leida võimalikke ühisosasid, mille põhjalt võiks ilmned ühtne Euroopa avalik sfäär või erinevusi.

Töö on ülesehituslikult jaotatud neljaks suuremaks osaks. Esimeses osas annan teoreetilise ülevaate erinevate teoreetikute lähtekohtadest Euroopa avaliku sfääri olemuse ja ilmlemise kohta. Teises osas esitan põhilised uurimisküsimused, kirjeldan valimit ja meetodit. Kolmandas osas esitan peamised tulemused lähtudes uurimisküsimustest. Neljandas osas teen tulemustest

lähtuvalt üldistavaid järeldusi Eurovalimiste rollist Euroopa avaliku sfääri kujunemisel ning asetan saadud tulemused lähtudes Euroopa avaliku sfääri ilmnemisest laiemasse konteksti.

Bakalaureusetöö uurimismeetodina kasutan kontentanalüüsi, mille kategooriad pärinevad EES-i uuringust (European Election Studies 2009).

Täna meeldiva koostöö eest *Media Content Analysis European Election Study 2009* Amsterdami poolset meeskonda ning heade nõuannete eest oma juhendajaid Marju Lauristini ja Evelin Pulleritsu.

1. TEOREETILISE LÄHTEKOHAD

1.1 Avalik sfäär

Avalikku sfääri defineerivad erinevate valdkondade esindajad mitmeti. Õigusteadlastele seostub see vabariigiga ja tähendab poliitilist kogukonda, mis ühendab omavahel avalikke teenuseid ja ühiskonna liikmete soove. Sotsioloogid näevad avalikus sfääris diskursiivset maailma, mis riigi loomisel muutub institutsionaalseks. Riigiteadlased muretsevad aga valitsemisala kontrolliga seoses avaliku sfääri normatiivsete nõuete väljakujunemise pärast. Kõige pragmaatilisemat lähenemist esindavad meedia ja kommunikatsiooni uurijad (Kevin, Norris ja Diez Medrano), kes võrdsustavad avaliku sfääri rahvusliku meediasüsteemiga (Trenz 2005).

Kõige sagedamini lähtutakse avaliku sfääri käsitlemisel Jürgen Habermasi avaliku sfääri kontseptsioonist. Habermas defineerib oma raamatus „Avalikkuse struktuurimuutus“ (2001) avalikku sfääri kui ruumi, mis vastandab ennast privaatsfäärile ning võimaldab vaba ja kriitilist kodanike poolset diskussiooni võimu suhtes. Avaliku sfääri olemasolu võimaldab kodanikel langetada ratsionaalseid otsuseid ja tekitab võimudel vastutust avalikkuse ees. Piiri privat- ja avaliku sfääri vahel võib Habermasi järgi tõmmata riigi ja ühiskonna vahele. Kui avalik sfäär piirdub avaliku võimuga, siis privaatsfääri on kaasatud ka n-ö päris avalikkus, sest see on eraisikute avalikkus. Privaatsfäär hõlmab kodanikuühiskonda kitsamas mõttes – kaubaringlust ja ühiskondlikku töö sfääri; ka perekond oma intiimsfääriga paigutub selle sisse. Poliitiline avalikkus väljendab aga riigile avaliku arvamuse kaudu ühiskonna vajadusi. Ka Trenz (2005) toob traditsioonilise avaliku sfääri mõiste käsitluses välja selle olulisuse demokraatia sotsiaalse ja kommunikatiivse infrastruktuurina, mis võimaldab demokratiseerumise protsessi.

Eelneva selgituse avalikule sfäärile võiks Habermasi enda avalikkuse arenemise etappide järgi paigutada kodanliku avalikkuse alla. Tänapäeval tuleks aga järjest enam kaasata avaliku sfääri kontseptsiooni ka n-ö toodetud avalikkuse mõistet. Habermasi järgi ei eksisteeri alates 19. sajandist enam autonoomset poliitilist avalikkust, vaid see on allutatud erinevate survegruppide huvidele ning seetõttu ei toimu päris vaba kommunikatsiooni. Nii võib näitena tuua meedias toimuvad arutelud, mis tegelikult ei ole päris vabad, sest kaudselt teenivad kellegi huve (reklaamiandjad, poliitikud jt).

Sotsiaaliigi poliitilise avalikkuse väikest arengut kinnitab Habermasi arvates eriti hästi valimiste avaliku ettevalmistuse ja valimisprotsessi periood. Selleks ajaks tekitatakse ja mobiliseeritakse ajutine avalikkus, mis paneb domineerima teise avalikkuse - avalikkussuhete avalikkuse, mida organisatsioonid saavad üle organiseerimata publiku peade arendada seda edukamalt, mida enam nad ise hoiavad kõrvale demokraatlikust avalikkuse nõudest (Habermas 2001). Teisisõnu peab Habermas sellist avalikkust toodetuks, sest see teenib reklaamiekspertide või suhtekorraldajate huve.

1.2 Euroopa avalik sfäär

Euroopa avalik sfäär on mõiste, mis tekitab erinevaid teoreetilisi ja normatiivseid vaidlusi nii Euroopa kommunikatsiooni ruumis kui poliitilistes ringkondades. Kirjandusest leiab erinevaid seisukohti, mis on Euroopa avalik sfäär ja millest see koosneb. Samuti kasutavad vähesed empiirilised uuringud erinevaid lähtekohti ning jõuavad ka erinevatele järeldustele, kas ja kus ühtset Euroopa avalikku sfääri leida võib.

Kõige üldisem definitsioon, mis rahuldab erinevate teadusharude esindajaid, kirjeldab Euroopa avalikku sfääri kui avatud kommunikatsiooniga ruumi, mis on tihedalt seotud ühtselt juhitud Euroopa valitsemisega. Seda võib vaadelda kui poliitilist avalikku sfääri, mis vastab normatiivsetele ootustele ja arvamustele, mida poliitilises avalikus ruumis väljendatakse. Avalik sfäär n-õ toodab nähtavat kommunikatsiooni erinevate Euroopa kõneisikute ja institutsioonide kohta (Trenz 2005).

Euroopa avaliku sfääri käsitlustes lähtutakse kõige enam Jürgen Habermasi avaliku sfääri kontseptsioonist. Selle järgi eksisteerib Euroopa avalik sfäär siis, kui erinevate riikide avalike sfääride võrgustikke kantakse üle rahvusülese Euroopa konteksti (AIM 2007). Klaus Eder ja Cathleen Kantner lähtuvad oma definitsioonis samuti Habermasist, ent tähtsustavad meedia rolli kui olulist aspekti avaliku sfääri kujundamisel. Täenduslik Euroopa avalikkuse idee nõuab meedialt samade temade käsitlemist ja arutlemist samal ajal ning ühesuguste tõlgendusraamide ja käsitlusviiside kasutamist (Risse 2003a).

Saksa uurijad Grimm ja Rosenwerth on tekkiva Euroopa avaliku sfääri kohta leiduvad arvamused kategoriseerinud kolmeks teooriaks (AIM 2007):

- 1) Traditsioonilis-skeptiline – ühtset Euroopa avalikku sfääri kui sellist ei eksisteeri, sest puudub ühtne Euroopa identiteet, ühine Euroopa tasemel kommunikatsioonisüsteem ja ühine keel.
- 2) Liberaal-representatiivne – arendab edasi rahvusliku avaliku sfääri ideed, mis oleks Euroopa avaliku sfääri kontekstis euroopastunud.
- 3) Uuriv-diskursiivne mudel – kõige laiem definitsioon Euroopa avalikule sfäärile, mis hõlmab ühiskonna liikmete ja massimeedia vahelist kommunikatsiooni. Selle järgi on Euroopa avalik sfäär kujundatud rahvuslike meediate poolt, mis arutlevad Euroopa teemadel.

Euroopa avaliku sfääri määratlemise laiemat vaatevinklit toetavad Eder, Kantner ja Trenz. Nende definitsiooni järgi ei ole võimalik Euroopa avalikku sfääri mitte märgata. Teist äärmust esindavad näiteks Jürgen Gerhards ja Erik Eriksen. Gerhards usub, et Euroopa avalikku sfääri ei eksisteeri ning see saaks ilmuda üksnes siis, kui Euroopa Liit muutuks traditsiooniliseks rahvusriigiks (Risse 2002). Eriksen näeb ühtse Euroopa avaliku sfääri tekkimist pärssivate teguritena ühiste arusaamade ning keskmise kodanikuühiskonna puudumist, mis tulenevad erinevate keelte ja kultuuride olemasolust ning ei võimalda ühise avaliku debati tekkimist (Lauristin 2007).

Habermas peab ühtse Euroopa avaliku sfääri arengu eelduseks institutsionaalseid reforme ning muutust poliitilises kultuuris. Euroopa Liidu ebakindlad ja vähesed muutused seadusandlikus protsessis ei toeta ka avaliku sfääri arengut. (Habermas 1992, 2001, viidatud Lauristin 2007 kaudu) Kui Habermas rõhutab pigem poliitilise kultuuri arenemise olulisust, millele järgneks avaliku sfääri teke, siis normatiivne lähenemine peab Euroopa avaliku sfääri olemasolu parema valitsemise, legitiimsuse ja kodanike ühiskonda kaasamise aluseks.

Craig Calhoun lisab ühtse avaliku sfääri tugevuse mõõdupuuks inimeste vaatevinkli. Kodanikud, kes on motiveeritud ühismeelsusele, saavad tugevdada avaliku sfääri ühtsust palju rohkem kui demokraatlikule ühiskonnale omased seaduslikud raamid (Calhoun 2003, viidatud Lauristin 2007 kaudu).

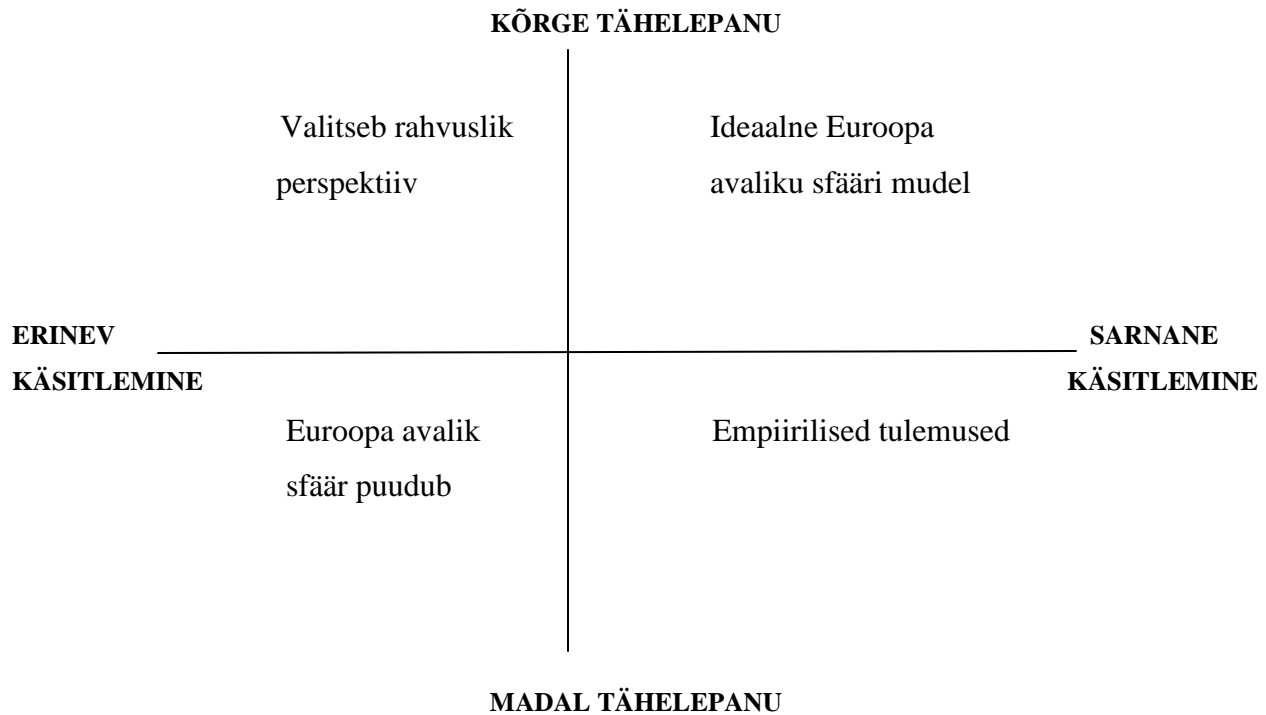
1.3 Risse lähenemine Euroopa avalikule sfäärile

Thomas Risse (2003a) leiab, et Euroopa avalik sfäär on pigem range sotsiaalne konstruktsioon, mis ei teki iseenesest ning ei eksisteeri väljaspool sotsiaalset- ja poliitilist diskursust. See konstrueeritakse sotsiaalse ja poliitilise diskursuse kaudu, mis tekitab ühtse perspektiivi ning samal ajal rahvusülese kogukondade vahelise kommunikatsiooni küsimuste osas, mis puudutavad meid kõiki kui eurooplasi rohkem kui näiteks prantslasi, sakslasi või hollandlasi oma rahvuse esindajatena. Ideaalse Euroopa avaliku sfääri olemasolu kirjeldamisel toob Risse (2003b) välja kaks aspekti. Esiteks peab rahvuslik meedia pöörama piisavalt tähelepanu Euroopa teemadele. Teiseks peavad Euroopat ja Euroopa Liitu puudutava meediakajastuse puhul eksisteerima ühtsed tõlgendusraamid, mis viitavad tekkivale kommunikatiivsele kogukonnale Euroopas.

Risse esitab (2003a) Euroopa avaliku sfääri tekkimise eeldustena kolm aspekti:

- 1) Kui samasid Euroopa teemasid arutatakse samal ajal ja samasuguse intensiivsusega erinevates rahvuslikes avalikes sfäärides ja meedias
- 2) Kui rahvuslikes avalikes sfäärides ja meedias kasutatakse teemade kajastamisel sarnaseid käsitlemisviise, tõlgendusraamistikke või –mustreid
- 3) Kui tekib rahvusülene kommunikatiivne kogukond, kus osalejad (kuulajad ja rääkijad) võtaksid üksteist ühises arutelus legitiimsete partneritena

Lähtudes Risse Euroopa avalikkuse mudelist kui konstruktsioonist ja empiirilistest uuringutest, mis vaatlevad üldist Euroopa teemade kajastamise tähelepanu meedias ning teatud raamide loomist seoses Euroopa teemadega, saab tema mudelit väljendada maatriksil (joonis 1).



Joonis 1. Risse Euroopa avalikkuse dimensioonid

Risse leiab, et Euroopa avaliku sfääri olemasolu hindamiseks on kaks erinevat moodust. Ühelt poolt võib kvantitatiivselt loendada, mitu korda on Euroopat, sellega seotud teemasid, EL-i institutsioone vms meedias mainitud. Sellest selgub enamasti, et Euroopa teemade osatähtsus on võrreldes kõikide riiklike või kohalike teemadega väga väike ja meedia tähelepanu neile kõige madalam. Teine võimalus on vaadelda meedia kajastust ühe konkreetse Euroopa või Euroopa Liiduga seotud teema kohta erinevates riikides samal ajal. Selle käsitluse puhul selgub tavaliselt, et tõlgendusraamid ja käsitlemisviisid on samasugused või väga sarnased.

Harjumuspärase selgitusena Euroopa avaliku sfääri puudumise kohta tuuakse ühtse kommunikatiivse kogukonna puudumine, kellel oleks ühine keel, Euroopa meedia ja ühtne nägemus Euroopast (Kielmansegg et al 1996, viidatu Risse 2003a kaudu). Selle parandamise võimalusena nähakse rahvuslike avalike sfääride ületamist. Euroopa avalik sfäär peaks eksisteerima ülevalpool rahvuslike meediaid ja avalikkusi.

Empiirilis-analüütiline lähtekoht, mis lähtub Ederi ja Kantneri definitsioonist (Risse 2003a), toetab Euroopa avaliku sfääri olemasolu ja põhineb eeldusel, et ühine Euroopa avalikkus saab eksisteerida olemasolevate rahvuslike avalike sfääride ja meedia kohal seni kuni Euroopa

teemasid kajastatakse samal ajal ja ühesugusel viisil. Sarnaselt Calhouniga peab Risse oluliseks kodanike kaasamist: kui inimesed räägivad ja arutavad samal ajal samadel teemadel ning lähtuvad samasugustest olulisuse kriteeriumitest ning teavad ka üksteise vaatekohti, siis võib rääkida ühtsest Euroopa avalikkusest. Avalik sfäär tähenduslikus kontseptsioonis eeldab kommunikatiivse kogukonna olemasolu ja ühtset kollektiivset identiteeti kogukonna sees. Olulisel kohal on „meie“ kui kogukonna liikmed, kes mängivad tähtsat rolli ja peavad kogukonna sees avalikkuse huvides oma seisukohta omama, mitte lihtsalt neutraalsed vaatlejad olema. Euroopa meediat iseloomustab aktiivne osalemine debatis, mis puudutab just avalikkuse huvisid.

Ühtse kogukonna määratlemisel tuleb esmalt selgeks teha, kes on „meie,“ kelle nimel kõneldakse ja kes on „nemad“, keda võetakse kogukonnast väljaspool asetsevatena ja kogukonna vastasena. Samuti seda, kuidas on ehitatud ühtne Euroopa „meie“ ja kuivõrd see seostub rahvusliku „meiega.“ Teiseks võib mõõta, kuidas rahvuslik meedia kasutab teemade kajastamisel lisaks rahvuslikule vaatevinklile ka Euroopa oma. Samuti see, milliste teemade puhul kasutab meedia ühtset Euroopa raamistikku ning käsitleb neid kui Euroopa küsimusi. Ühtne Euroopa lähenemisenurk eeldab, et poliitilisi teemasid ja küsimusi kajastatakse lähtudes Euroopa avaliku sfääri huvidest ning rahvusülesuse põhimõttel (Risse 2003a).

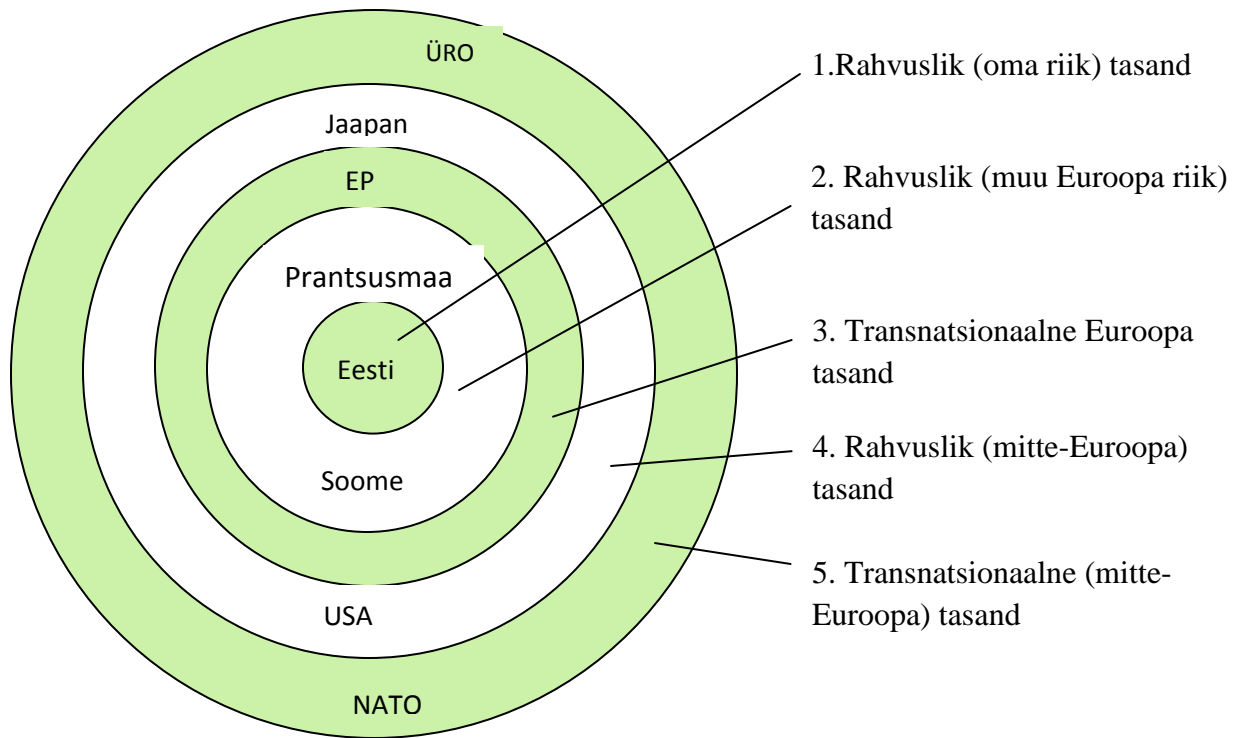
1.4 Koopmansi lähenemine Euroopa avalikule sfäärile

Erinevalt Rissest ja Kantnerist, kes näevad ühtset Euroopa avalikku sfääri eksisteerimas rahvuslike avalikkuste kohal ning peavad selle tekke üheks eelduseks samasugust lähenemist teemadele, peab Ruud Koopmans Euroopa avaliku sfääri tekkimise eelduseks rahvuslike avalike sfääride euroopastumist. Koopmans (Koopmans et al 2000) eristab avaliku sfääri euroopastumise juures kahte vormi. Esiteks rahvusülest ja n-ö tõelist Euroopa avalikku sfääri, teiseks aga rahvuslike avalike sfääride euroopastumist. Rahvusülese avaliku sfääri tekkimine tähendaks ka juba olemasoleva meedia ja avalikkuse muutumist, mistõttu peab Koopmans selle saavutamist keerulisemaks. Rahvusliku avalikkuse euroopastumine on vähem keerukas, sest seotud Euroopa teemade, küsimuste, institutsioonide jt senisest suurema nähtavusega meediakajastustes.

Koopmansi jaoks on oluline, et avaliku sfääri muutumises ei viidataks lihtsalt teiste riikide mõjukatele tegelastele, vaid kaasataks kommunikatsiooni ja debatti ka Euroopa riike ja nende avalikkusi. Kui seni käsitleti teistest Euroopa riikidest pärinevaid siseteemasid välisuudistena, siis avaliku sfääri euroopastumise jaoks on oluline, et teistes riikides toimuvaid sündmusi või poliitiliste otsuste kajastamisel nähtaks mõju laiemas Euroopa perspektiivis ning seost ka enda riigiga. Näiteks mõjutab Saksamaa sisepoliitiline otsus suurendada immigratsioonikvoote kõiki ülejäänud Euroopa Liidu riike, kes Schengeni viisaruumi tõttu peavad samuti arvestama suureneva võivate immigratsioonivoogudega, mistõttu muutub senine rahvuslik („nende“ asi) perspektiiv üleeuroopaliseks (Koopmans 2004).

Avalik sfäär koosneb kolme erineva osapoole omavahelisest interaktsioonist. Kolm osapoolt on: tegelased või kõneisikud, kes püüavad oma ideid edastada; meedia, mis edastab ja kommenteerib neid sõnumeid ning viimaseks avalikkus, kelle tagasisidest ja arvamustest kaks eelnevat sõltuvad. Avalik sfäär saab eksisteerida vaid kolme osapoole vastastikuste huvide ilmnemisel. Näiteks muutub meedia aktiivseks üleeuroopaliste teemade süvitsi kajastamisel vaid siis kui leidub Euroopa teemadest huvitatud kodanikke (avalikkust), kelle jaoks rahvuslik vaatevinkel ei ole piisav. Kodanike huvitatus sõltub aga suuresti sellest, kuidas erinevad kõneisikud muudavad Euroopa teemad nende jaoks tähtsaks ja oluliseks. Euroopa tasemele tegijate huvi enda või oma otsustusprotsesside nähtavaks muutmisel meedias on seotud eelkõige sellega, kui palju nad saavad avalikkust selle abil enda toetuseks mobiliseerida (Koopmans et al 2000).

Avaliku sfääri jaotamisel või lahterdamisel euroopastunud, globaalseks, rahvusüleseks vms on tegelikult kõik vaid suhteline. Piire avaliku kommunikatsiooni ruumide vahel saab Koopmansi (2004) järgi määratleda uurides kommunikatsiooni voogude ning avaliku kommunikatsiooni hulka ja tihedust erinevates poliitilistes ruumides. Oma mudelis (joonis 2.) eristab Koopmans viit erinevat poliitilist tasandit, mille vahel tekivad erinevad kommunikatsiooni seosed.



Joonis 2. Koopmansi avaliku sfääri mudel (lihtsustatud)

Keskel kohal asetseb riik, teisel tasemel on riigiga vastastikku kommunikeerivad teised Euroopa riigid. Kolmanda taseme moodustab Euroopa poliitiline ruum koos Euroopa rahvusülestest institutsioonidega. Neljandal tasemel asetsevad teised maailma riigid oma poliitiliste ruumidega ning viienda taseme rahvusvahelised organisatsioonid ja institutsioonid. Avalike sfääride olemus moodustub erinevate kommunikatsioonivõrgustike kaudu nende ruumide sees ja vahel. 100% rahvuslikul avalikul sfääril puuduvad erinevad sidemed teiste avalike sfääridega. Rahvusvahelistunud (k.a euroopastunud) avalikul sfääril on aga sidemeid teiste avalike sfääridega palju rohkem.

Teoreetiliselt näeb Koopmans avaliku kommunikatsiooni ja Euroopa avaliku sfääri euroopastumiseks kolme võimalust:

1. rahvusülene Euroopa avalik sfäär
2. vertikaalset euroopastumist
3. horisontaalset euroopastumist

Rahvusülest Euroopa avalikku sfääri iseloomustaks Euroopa tasemele institutsioonide ja tegelaste kaasamine Euroopaga seotud temade arutellu. Ühtlasi looks see eeldused üle-euroopalise massimeedia tekkeks, mis seda kõike kajastaks. Kõneisikud oleksid Euroopa adressaatidega ühenduses ja esitaksid neile nõudeks rääkida Euroopa auditooriumile ühtsetest huvidest lähtudes ja laskumata mõnda teise poliitilise ruumi tasandile. See esindaks klassikalist lähenemist avaliku sfääri olemusele Euroopa Liidus.

Vertikaalne euroopastumine tähendaks kahel tasemel – riiklikul ja Euroopa kommunikatsiooni ühendamis. Alt-üles kommunikatsiooni puhul võiksid kohalikud tegelased viidata Euroopa tasemele tegelastele, institutsioonidele või temadele. Näiteks minister avaldab arvamust mõne EL-i institutsiooni pädevuse üle vms. Ülevalt alla kommunikatsiooni puhul aga võtaksid Euroopa tegijad rahvuslikul tasandil sõna ning räägiksid Euroopa regulatsioonist ning ühistest huvidest. Näiteks Euroopa Liidu ametnik selgitab antud riigile määratud trahvi põhjuseid.

Horisontaalne euroopastumine koosneb kommunikatiivsetest sidemetest või võrgustikest erinevate liikmesriikide vahel. Nõrga horisontaalse euroopastumise puhul kajastab ühe riigi meedia teises riigis toimuvaid arutelusid ja poliitilises ruumis toimuvat. Näiteks kajastatakse EL-i liikmesriikides toimuvat palju rohkem kui mitte liikmesmaades. Sellisel juhul on üldise kajastuse euroopastumise mõõtmine antud kontekstis suhteline (kuigi teises riigis toimuv tuuakse enda riiki), mistõttu võib seda lihtsalt pidada avaliku sfääri rahvusvahelistumiseks. Tugeva variandi puhul on otsesed kommunikatiivsed sidemed ja võrgustikud kahe riigi poliitiliste ruumide vahel. Näiteks on tegemist rahvuslikul tasemel probleemiga, kus võrdlusena tuuakse Euroopa perspektiiv, mistõttu muutub rahvuslik avalikkus euroopastunuks.

1.5 Meedia roll Euroopa avaliku sfääri kujundamisel

Avaliku sfääri mõiste ei arenenud mitte niivõrd vajadusest mõista empiirilist kommunikatsiooni, kui võrd aidata kaasa normatiivsele poliitilisele demokraatia teooriale. Selle järgi on avalik sfäär avaliku arvamuse kujunemise paigaks, mis aitaks tugevdada poliitilist kompetentsi. Seega on oluline, kes osaleb ja millistel tingimustel. Lisaks saab avalik sfäär mobiliseerida avalikku arvamust ühtseks poliitiliseks jõuks. Avaliku arvamuse tõele vastavus ja kodanike võimalus

omada moraalset võimu poliitika üle on olulised avaliku sfääri kontseptsioonile demokraatia teoorias (Fraser 2005). Avalikku sfääri võib seega vaadelda ka vaba „arvamusplatsina,“ mis vastandab ennast otseselt võimule. „Avalikkuse organiteks“ loetakse siis kas riigigorganeid või meediumeid, mis ajakirjanduse kombel aitavad kaasa kommunikatsioonile avalikkuses. (Habermas 2001:53)

Erinevad institutsionaalsed tegevused on tavakodanikule enamasti nähtamatud ja jäävad oma keerukuse tõttu tihti arusaamatuks. Just seetõttu kannab meedia väga olulist rolli, vahendades „maailma väljaspool“ ja „pilte“ meie peas. Meedia pakub informatsiooni, millest suuresti moodustuvad „pildid“ meie peas. Mõjutamisfunktsioon omab olulist tähtsust just poliitikutele: tavalises massidemokraatias määravad kodanike arusaamad ja valikud poliitikute tulemused (McCombs et al 1997).

Kui vaadelda Euroopa avaliku sfääri olulisust nii laiemas Euroopa perspektiivis, kuid ka tavakodaniku vaatevinklist, siis selgub, et seda põhjendatakse eelkõige vajadusega muuta Euroopa nähtavamaks, arusaadavamaks ja ühtlasi ka kodanikele lähedasemaks. Kuigi Jürgen Habermas (2001) leiab, et ajakirjandusel ja ringhäälingul ei ole „tavalisel viisil rakendatuna“ avalikkusele peaaegu mingit mõju ja kunstlikult tekitatud või toodetud avalikkuses kõlbavad massimeediumid üksnes reklaami kandjaks, siis kirjeldab McQuail (2000) massiteabe vahendite ja meedia rolli tähtsust ühtse identiteedi kujundamisel ja kandmisel nii:

„Informatsioon, kujundid ja ideed, mille meedia kättesaadavaks teeb, võivad enamikule inimestest olla nende ühise mineviku (ajaloo) ja käesoleva sotsiaalse situatsiooni mõistmise peamine allikas. Need on ka mälestuste varamu ja kaart selle kohta, kus me oleme ja kes me oleme (identiteet), ning alusmaterjal tulevikus orienteerumiseks. Nagu alguses märgitud, määrab meedia suures osas selle, kuidas me sotsiaalset reaalsust tajume ja mida me peame normaalseks, kujundab ühise avaliku elu ja jagatud kogemuse.“ (McQuail 2000:58)

Meedia osalust ühtse Euroopa avaliku sfääri tekkimisel peab väga oluliseks ka Ruud Koopmans. „Nii kaua kuni Euroopa dimensioon jääb avalikkuse eest varjatuks, ei saa rääkida euroopastunud debattidest“ (Koopmans 2004:5). Kommunikatsioonivood Euroopa ja erinevate riikide avalikkuste vahel sõltuvad Koopmansi järgi isegi rohkem massimeediast kui riikliku taseme puhul. Massimeedia täidab Euroopa poliitilises protsessis nelja olulist funktsiooni:

1. Legitiimsuse (*legitimation*) funktsioon - otseste kommunikatsioonivõrgustike puudumise tõttu, muudab meedia erinevad Euroopa kõneisikud, probleemid ja küsimused avalikkuse jaoks nähtavaks. Ühtlasi on see ka avaliku foorumi paigaks, kus koguda avalikkuse vastukaja ja tunnustust e legitiimsust.
2. Tagasiside (*responsiveness*) funktsioon – kuna avaliku arvamuse küsitlused peegeldavad avalikku arvamust liialt struktureeritult ja täpselt, saavad Euroopa poliitikud otsest informatsiooni kodanike muredest ja probleemidest massimeedia kanalite kaudu.
3. Aruandev (*accountability*) funktsioon – meedia aitab Euroopa ja sellega seotud teemad ning keerulised poliitikad muuta inimestele arusaadavamaks ja lähedasemaks. Ilma meediata peaksid inimesed toetuma vaid oma vähesele otsesele kogemusele.
4. Osaluse (*participation*) funktsioon – Euroopa kodanike poliitiline osalus on tihedalt seotud ligipääsuga massimeediale.

Kriitiline lähenemine Euroopa avalikule sfäärile toob selle tekkimise eeldustena välja ühtse Euroopa identiteedi ja rahvusülese kodanikuühiskonna olemasolu, samuti meedia ja ühtsel *lingua-franca* keelel põhineva kommunikatsiooni. Cathleen Kantneri (2003) järgi ei jaga eurooplased praegu ühtset identiteeti, puudub „meie-tunne“ ja solidaarne kogukond. Euroopa Liit koosneb rahvastest ja riikidest, kes määratlevad end Euroopas elavate rahvastena, kuid mitte eurooplastena kui eraldiseisva rahva esindajatena. Lisaks hindavad Euroopa kodanikud Euroopa Liidu poliitikut ja kõneisikuid vaid rahvuslikust perspektiivist. Just seetõttu aitaks ühise meediaruumi kasutamine kaasa nii ühise identiteedi kui kodanikuühiskonna tekkimisele, mis informeeriks inimesi samadest probleemidest samasuguste tõlgendusraamide ja esitlusviiside kaudu. Kuigi Euroopa Liidu kodanikud ei jaga sama keelekeskkonda, saavad nad osaleda poliitilises kommunikatsioonis kui rahvuslik meedia edastab üle-euroopaliselt tähtsaid teemasid ja küsimusi. Avalikud debatid erinevates riikides ei pea olema otseses ühenduses, vaid piisab ka kodanike informeerimisest samadel teemadel nende emakeeles (Kantner 2003).

Esimene samm muutmaks Euroopat nähtavamaks, toimub järk-järgult rahvuslikes avalikes sfäärides, kus Euroopa teemadele ja tegelastele lähenetakse ühtsest Euroopa vaatevinklist, mitte kohalikest huvidest (Gerhards 1993, viidatud AIM 2007 kaudu). Ka Risse (2003b) leiab oma uuringus, et kuigi Euroopa teemade kajastus rahvuslikes meediates ei ole üle Euroopa väga

kõrge, siis näitab inimeste arutelu erinevate Euroopa teema üle, et vaatevinkel ja tõlgendused on tänu meediale samasugused ning ühtne kommunikatiivne kogukond on siiski tekkimas. Ka euroföderalistid, kes usuvad ühtse avaliku sfääri võimalikkusesse Euroopas, näevad avalikku sfääri ühe ruumina erinevatest avaliku poliitilise kommunikatsiooni tasanditest. Seejuures on meedial väga oluline roll avaliku debati kohana kõrvuti igapäevaste vestlustega poliitiliste teemade üle või avalike diskussioonidega.

Kui kodanikud saavad riikliku meedia kaudu EL-i alast informatsiooni oma emakeeles, mis on lähenemisnurga poolest samasugune kui teistes riikides, isegi kui arvamused võivad erineda, siis saab rääkida ühtsest Euroopa avalikust sfäärist. Juba eksisteerivad avalikkused loovad inimestele võimaluse kujundada ise oma arvamus Euroopa teemadest. Just need erinevad arvamused ja vaatevinklid võimaldavad kodanikel jõuda mõistlike otsusteni valimistel, mis on omane demokraatlikule Euroopa Liidule (Kantner 2003).

Craig Calhoun eristab kolme viisi, mille kaudu Euroopa avalik sfäär pälvib meedia tähelepanu ja kajastust. Esiteks eksisteerib n-ö ametlik Euroopa, kus Euroopa teemaline kommunikatsioon liigub Brüsselist eurooplasteni ülevalt-all. Teise gruppi kuuluvad eliidi esindajad (riigiametnikud, ärimed, haritlased jt), kes osalevad aktiivselt avalikus debatis Euroopa teemade üle, kuid sageli vaid väga konkreetsetes huvivaldkonnas. Kolmas grupp koosneb aktivistide võrgustikest, kes keskenduvad väga erinevatele teemadele (nt loomakaitsjad) (Calhoun 2003, viidatud Lauristin 2007 kaudu).

Euroopa avaliku sfääri üheks esimeseks ja tähtsaimaks rolliks on muuta Euroopat meedia abil laiemas kontekstis tavainimestele nähtavaks ja arusaadavamaks. Samas aga põrkuvad mitmed Euroopa Liidu institutsioonid meediaväljaannetega, kes on erinevate Euroopa Liiduga seotud teemade suhtes skeptilised või ei ole üldse huvitatud. Negatiivsed uudised või informatsiooni vähesus aga suurendavad kommunikatsiooni defitsiiti ja lõhet ühtse Euroopa vahel (de Vreese *et al* 2006).

Trenz (2005) nendib, et üheltpoolt võimaldab Euroopa avalik sfäär tänu meediale tasakaalustada informatsiooni lõhet ekspertide ja kodanike vahel. Teisalt aga ei ole institutsioonid vaid teabe edastajad, vaid vajavad ka ise väljastpoolt pärinevat infot, mis pärineks näiteks ekspertidelt. Teise olulise momendina näeb Trezn avaliku sfääri tähtsust interaktsioonis poliitiliste

kõneisikute ja auditooriumi vahel. Poliitilisse kommunikatsiooni kaasatud avalikkus kujundab oma arvamused ja seisukohad Euroopa integratsioonist, mis ühtlasi kujundab ka valijate eelistusi ja võib suurendada avalikkuse osalust.

Kui aga vaadata Eurobaromeetri uuringuid kodanike teadlikkusest Euroopa Liidu ja sellega seonduva kohta, siis ilmneb, et eurooplaste endi arvates on see väike. 2008. aasta sügise Eurobaromeetri uuring (Eurobaromeeter 68) näitab, et kodanike teadlikkus Euroopa Liidust ja sellega seonduvast on eurooplaste endi arvates madal. Vaid 18% EL-i kodanikest arvab, et nende kaasmaalaste informeeritus Euroopa Liidu poliitikatest on hea või väga hea. Parima ülevaate Euroopa Liidu teemalistest uudistest annab eurooplaste arvates trükimeedia (45%), millele järgnevad televisioon (39%) ja raadio (35%). Kui aga vaadata meediumite üldist usaldatavust (Eurobaromeeter 69), siis ilmneb, et esikohal on raadio (61%), järgneb televisioon (53%), trükimeedia (44%) ja internet (36%). Eesti puhul on esikohal televisioon(75%), järgneb raadio (74%), trükimeedia (51%) ja internet (45%). Kuna bakalaureusetöö empiirilisest uurimusest moodustavad suure osa ajalehes, siis on oluline märkida, et eestlased peavad ajalehtedest saadavat Euroopa Liidu alast informatsiooni piisavaks, ent selle usaldusväärsus ei ole nii suur.

Rahvusvahelisest AIM uuringu raportist (2007), selgus et Euroopa Liidu jaoks on avaliku sfääri tähtsus seotud viie aspektiga:

- 1) Ühtne avalik sfäär loob võimalused kohaks või „lavaks“, kus Euroopa oleks nähtaval
- 2) Euroopa ja sellega seotud teemad leiavad kõlapinda kohalikes debattides
- 3) Inimestel on võimalus osaleda Euroopa Liiduga seotud poliitilistes protsessides
- 4) Inimesed usuvad, et Euroopa Liidu institutsioonid on tugeva järelvalve all
- 5) Ühtne avalik sfäär tähendab, et inimesed teavad, kuidas Euroopa Liit töötab ja mida teeb

Erinevatest poliitilistest dokumentidest selgub, et just asjakohase ja olulise informatsiooni edastamine EL-i kohta, loob eeldusi Euroopa avaliku sfääri kujunemiseks. Viimastel aastatel on Euroopa Komisjon püüdnud kasutusele võtta uusi tegevusplaanid ja meetmeid, et vähendada järjest süvenevat lõhet kodanike ja Euroopa Liidu vahel. 2006. aastal valmis dokument „valge raamat,“ (Euroopa Komisjon 2006) mille peamiseks eesmärgiks seati „lõhe vähendamine.“ Aasta hiljem avaldas Euroopa Komisjon kolme suuremat institutsiooni: Komisjoni, Europarlamendi ja Nõukogu ning liikmesriike kaasava kommunikatsiooniplaani, mille eesmärgiks oli taastada

kodanike usaldus ja võita poolehoidu 2009. aasta Europarlamendi valimisteks (Euroopa Komisjon 2007).

„Valges raamatus“ (2006) tõdetakse, et massiteabevahenditel on Euroopa Liidu teabevahetuspoliitikas juhtroll ning teabevahetusest peab saama täieõiguslik ELi poliitikavaldkond. Vaatamata mitmetele jõupingutustele ja Brüsseli korrespondentide pädevusele, nenditakse, et Euroopa küsimuste käsitlemine massiteabevahendites on piiratud ja lünklik. Liikmesriikide ajakirjanduses pälvivad tähelepanu Euroopa Ülemkogu istungjärgud, ent muul ajal puudub terviklik ülevaade Euroopa Liidu tegevusest. Piirkondlikes ja kohalikes ajalehtedes kirjutatakse üldiselt vähe Euroopa asjadest ning televisiooni ja raadio saatekavas pühendatakse poliitikale ja Euroopa küsimustele veelgi vähem aega. Samuti nähakse olulisena Euroopa Liidule inimlikuma näo andmises, muutes teemad inimlähedasemaks, et inimesed mõistaksid, miks need neile olulised on. Lisaks peetakse dokumendis teemade edastamisel oluliseks riiklike, piirkondliku ja kohaliku eripära arvestamist. „Kodanikele antav teave peab olema pidev ja ühtne, kui tahetakse näidata, et Euroopa Liidu küsimused on kõigi jaoks ühised ja olulised.“ (Euroopa Komisjon 2006:9)

Komisjoni loodud suure kommunikatsiooniplaani (2007) keskmesse asetatakse taas kodanikud, kellele püütakse edastada võimalikult laiaulatuslikku informatsiooni ning kaasata neid dialoogi Euroopa Liidu ja selle poliitikatest. Kommunikatsiooniplaani eriliseks sihteesmärgiks oli Lissaboni lepingu ratifitseerimise periood ja 2009. aasta Europarlamendi valimised. Senise kommunikatsiooni vigadena näeb Komisjon EL-iga seotud teemade liigset lokaliseerimist, mistõttu kodanikud ei saa n-ö laiemat pilti. Kuigi Euroopa Komisjon on oma eelistustes märkinud, et võrreldes varasemaga on väga suur rõhk Euroopa Liidu enda tele- ning veebikanalite kaudu edastataval infol, näitavad uuringud, et eurooplased usuvad endiselt sõnumeid, mida edastavad kohalikud meediakanalid (Euroopa Komisjon 2007).

Uuringud meedia, Euroopa Liidu demokraatlikkuse ja kommunikatsiooni puudulikkuse osas näitavad, et Euroopa Liidu temaatiline meediakajastus ning kodanike suhtumine Euroopa Liitu ning osalemine valimistel on tihedalt seotud. Avalikkuse arusaamu mõjutavad suuresti kolm meediakajastuse aspekti (De Vreese *et al* 2006):

1. Euroopa Liidu nähtavus (kvantitatiivne ja kvalitatiivne)
2. Euroopa Liidu olemuse näitamine
3. Euroopa Liiduga seotud teemade tonaalsus

Erinevate Euroopa Liiduga seotud kampaaniate nähtavus on seotud kõrgema valimisosalusega Europarlamendi valimistel. Samuti aitab EL-i nähtavus tõsta inimeste teadvust EL-ist ning erinevate Euroopa kõneisikute nähtavus mõjutab positiivselt riigi toetusele EL-is. Negatiivsete uudiste puhul on mõju aga negatiivne.

Kokkuvõtteks võib öelda, et meedia rolli avaliku arvamuse kujundaja ning ühtse Euroopa avaliku sfääri loojana ei saa alahinnata. Ideaalne Euroopa-teemaline meediakajastus, mis tugevdaks demokraatiat ühtse Euroopa avalikku sfääri või euroopastunud kohalike avalikkuste kaudu, peaks kasutama kohalikke allikaid, allikaid Euroopast ning teistest liikmesriikidest (de Vreese *et al* 2006).

1.6 Varasemate empiiriliste uuringute tulemused

Empiiriliste uuringute hulk, mis tegeleksid meediasisu analüüsimisega Euroopa avaliku sfääri aspekti silmas pidades, ei ole väga suur. Enamasti keskenduvad need n-ö vana Euroopa riikide meedia sisule ja selle euroopastumisele. Risse (2003b) leiab oma Euroopa avaliku sfääri uuringu järeldustes, et kuigi inimesed ei pruugi omavahel Euroopa teemadel igapäevaselt väga palju rääkida, siis loovad nad seda tehes siiski ühtse ja piirideülese kommunikatiivse kogukonna. Teise järeldusena tõi ta välja, et Euroopa teemade tähtsus kohalikes avalikes sfäärides ei ole kõrge, ent samas kasutavad erinevad meediad teemade edastamiseks samasuguseid tõlgendusraame ja –viise. Vaid väga vähestel juhtudel ilmnes, et samade teemade kajastuse puhul oli tõlgendus ja tonaalsus kardinaalselt erinev. Seega ei erine meediakajastus Euroopa teemade puhul kohalike uudiste kajastamisest ning võib täheldada ühtse Euroopa avaliku sfääri levikut.

Kantner, kes uuris erinevate Euroopa Liiduga seotud teemade kajastust, leidis, et kuigi Euroopa Liidu viitega seotud teemade hulk on vastupidiselt arvatule päris kõrge (23% kuni 49%), siis domineerivad valdavalt poliitilised ja institutsionaalsed teemad (Kantner 2003). Ka rahvusvahelisest AIM uuringust (AIM 2007) selgus, et igapäevastes uudistes ei ole Euroopa

agenda kolme tähtsama teema hulgas. Eranditeks on erilised või silmapaistvad sündmused, kus Euroopa ilmub n-ö kaardile. Ühtlasi leidsid AIM-i uurijad, et euroopastumise märgiks ei ole vaid Euroopa teemade kvantitatiivse, vaid kvaliteedi tõus. Teemade rohkus ja mitmekesisus, lugude huvitavus, artiklite analüütilisus ning lood, mis ei portreeteriks üksnes võimsfääride allikatest pärinevat infot.

Eelmiste (2004. aasta) Europarlamendi valimiste järgne meediakajastuse uuring, mis võttis vaatluse alla kolm suuremat päevalehte ja kahe telekanali uudistesaaated, viidi läbi 25 liikmesriigis (k.a Eestis). Järeldustes ilmnis, et sel ajal 10 uue liikmesriigi staatuses olnud riigi meediakajastus oli palju nähtavam kui n-ö vanade liikmesriikide oma. Kõneisikutena esinesid uudislugudes suures enamuses kohalikul, mitte Euroopa tasemel tuntud tegelased. Uudiste tonaalsus 15 vanas liikmesriigis oli pigem negatiivne, uutes liimesriikides aga varieeruv või pigem positiivne (de Vreese *et al* 2006).

Eesti avalikkuse euroopastumist ja Euroopa Liidu alase informatsiooni kajastamist Eesti meedias on varem uurinud Allan Adojaan, Evelin Pullerits ja Ülle Veermäe. Lähtudes bakalaureusetöö eesmärkidest, vaatesin Adojaani ning Pulleritsu peamisi järeldusi just teemade osas. Adojaani (2005) tööst selgus, et Euroopa Liidu temaatika on pigem täitematerjaliks ja väärtushierarhias teisejärguline. Pullerits (2007) leidis, et Euroopa Liidu teemade kajastusele on iseloomulik juhuslikkus ja sõltuvus konkreetsetest sündmustest. Euroopa Liit esineb sageli vaid viite või taustana teistes lugudes, mis pole otseselt Euroopa Liidu teemalised. Veermäe leidis, et diskussiooni osakaal Euroopa Liidu teemade kajastamisel on väike ning ülekaalukalt domineerib faktipõhise uudise edastamine (Veermäe 2007).

2. UURIMUSTÖÖ METODOLOOGIA JA UURIMISKÜSIMUSED

Käesolev bakalaureusetöö põhineb suuresti empiirilistel andmetel, mis pärinevad rahvusvahelisest uurimusprojektist Piredeu „Media Content Analysis European Election Study 2009“ (European Election Studies, edaspidi EES), milles ka ise kodeerijana osalesin. Projekti eesmärgiks oli uurida 27 Euroopa Liidu liikmesriigi meediakajastust 2009. aasta Europarlamendi valimiste kampaania ajal.

2.1 Uurimisküsimused

Bakalaureusetöö eesmärgiks on uurida Europarlamendi valimiste meediakajastust Eesti suuremates päevalehtedes ja teleuudistes. Töös analüüsin Euroopa Liidu ning Europarlamendi valimistega seotud teemade tähtsust Eesti ajakirjanduses. Lisaks võrdlen teemade kajastamist teiste liikmesriikidega. Küsimused, millest kogu bakalaureusetöö analüüsis lähtun on järgmised:

1. Kui olulised on Europarlamendi valimiste ja Euroopa Liiduga seotud teemad ajalehtede ja uudistesaadete üldises uudistevoos?
2. Millistele teemadele keskendub Eesti ajakirjandus seoses Euroopa Liidu ja Euroopa Parlamendi valimistega?
 - 2.1 Milliste teemade puhul on Euroopa Liit või valimised artiklis/uudisloos peateemaks?
 - 2.2 Milliste teemade puhul esinevad Euroopa Liit või valimised artiklis/uudisloos kõrvalteemana?
3. Millised teemad domineerisid teistes Euroopa Liidu riikides?
 - 3.1 Millistel riikidel on Europarlamendi valimistel sarnane teemadevalik?
 - 3.2 Milliste riikide hulka kuulub Euroopa Liidu ja /või Europarlamendi valimiste teemade kajastamisel Eesti?

2.2 Valim

Valimi moodustamisel lähtusin projekti poolt ette antud kodeerimise kriteeriumitest, mistõttu moodustavad valimi kolm suuremat üleriigilist päevalehte, millest üks on tabloidväljaande suunitlusega. Eesti puhul on erandiks nädalaleht Eesti Ekspress. Teleuudistesaadetest oli valimis kaks kõige vaadatumat teleuudistesaadet. Eesti puhul oli neist üks avalik-õiguslikus ja teine kommertskanalis. Samasugune valimi moodustamise põhimõte kehtib ka teiste riikide meediaväljaannete puhul. Kuna projekti poolt kuulusid trükimeedia valimisse Postimees, Õhtuleht ja Eesti Ekspress, siis kodeerisin oma seminaritöös (Lass 2010) ka Eesti Päevalehe numbrid, et saavutada terviklikku ülevaadet kampaania ajal ilmunud artiklitest Eesti ajakirjanduses.

Bakalaureusetöö valim moodustub ajavahemikul 18.05.2009 – 07.06.2009 (k.a) ilmunud Eesti Päevalehe, Postimehe, Õhtulehe ja Eesti Ekspressi paberlehe väljaannetest ning Eesti Televisiooni ja Kanal2 uudistesaadetest. ETV puhul oli selleks „Aktuaalne kaamera“ kell 21 ja Kanal2 puhul Reporter kell 19.

Kuna valimi koostamisel olen lähtunud rahvusvahelise projekti metoodikast, siis ei kuulu valimisse valimiste päevale järgnenud meediakajastus. Samuti ei arvestanud ma meediakajastuses erinevatel nädalapäevadel ajalehtede vahel ilmuvaid lisalehti (Ärileht, Laupäev, AK, Areen jt) või reklaame.

Ajalehtede puhul kasutan analüüsis lehe arvamus-, uudis- ja majandusküljel ilmuvaid artikleid, sest nendel külgedel ilmuvad uudised, mis eeldatavalt kajastavad ka rohkem Euroopa Liidu või eurovalimistega seotut. Samuti esineb nendel lehekülgedel eeldatavalt vähem juhuslikke Euroopa Liidu või sellega seonduva mainimisi kui näiteks kultuuri- või spordikülgedel. Uudiskülgede puhul arvestan nii Eesti-, Tallinna- kui välisuudiseid.

Valimi moodustasid kõik paberväljaannete esilehekülgede artiklid, lood, pealkirjad või „nupukesed.“ Lisaks kõik artiklid, mis asetsesid juhuslikult valitud leheküljel. Iga lehenumbril puhul leidsin juhusliku lehekülje antud väljaandes juhuslikke numbreid arvutava kodulehekülje (random.org/integer) abil. Kolmandaks võtsin valimisse kõik arvamus-, uudiste- ja

majanduskülgedel ilmunud Euroopa Liidu ja/või Euroopa Parlamendi valimiste teemalised lood, mis ei olnud varem juhusliku lehekülje või esilehekülje jätkuartiklina veel valimisse sattunud.

Iga lehenumbri puhul alustasin lehe ja artiklite lugemist eestpoolt tahapoole, ülevalt alla ja vasakult paremale.

Teleuudiste puhul kuulusid valimisse kõik antud päeval uudistesaares edastatud lood, välja arvatud ilmateade ja spordiuudised. Oluliseks kriteeriumiks lugude eristamise vahel oli uudistean kru sekkumine. Kui an kru sekkus ning stuudio taustakujundus vahetus (reporterilugude pilt asendus stuudios oleva an kru omaga), lõppes uudislugu kohe või pärast an kru antud selgitusi/kommentaare. Eraldiseisev uudislugu oli juhul kui see sisaldas kõiki uudisloole omaseid elemente (intervjuud, seisukohad jne) ja keskendus ühele konkreetsele ja eristuvale teemale, mis uudisloos sees ei vahetunud. Eraldiseisev uudislugu pidi olema pikem kui kaks lauset, mistõttu ei liigitunud uudiste alla an kru öeldud sissejuhatavad pealkirjad saate alguses, lugude vahele öeldud seisukohad või kommentaarid. Üheks uudislooks liigitus ka lugu, mille sees üldine teema jäi samaks, kuid näiteks vahetus reporter. Sellisel juhul oli tegemist lihtsalt pikemate lugudega (nt lugu eurovalimistest, kus näidati kampaania sündmusi ja seejärel hargnes sellest täiesti uus probleem vms).

Kodeeritavaid ühikuid (nii artikleid kui telelugusid) oli Eestis kokku 1261, kõikides Euroopa Liidu liikmesriikides (k.a Eesti) 49 177.

2.3 Meetod

Kuna bakalaureusetöö eesmärgiks on uurida meediakajastust Eestis ning lähtudes uuritava perioodi pikkusest on valim väga suur, siis kasutan meetodina kontentanalüüsi. Lähtudes Berelsoni (1951, viidatud Kalmus 2008 kaudu) määratlusest, on kontentanalüüs tehnika, mille abil kirjeldada silmnähtavat kommunikatsiooni objektiivselt, süstemaatiliselt ja kvantitatiivselt. Kontentanalüüs võimaldab suure valimi puhul teha üldistusi, tuua välja tendentse ning tekste omavahel samadel alustel võrrelda. Meetodi puuduseks võib olla see, et kuigi selgub n-ö laiem pilt, siis võivad tahaplaanile jääda vähesagedased või teistsugused nähtused artiklites.

Bakalaureusetöö kontentanalüüsi kategooriad pärinevad EES-i projekti kodeerimisjuhendis ette antust. Lähtudes oma uurimusküsimustest valisin enda töö jaoks sobivad kategooriad. Lisaks ei kajastu minu töös nii palju teemasid, mis pakutud kodeerimisjuhendi algses variandis, (Lisa 9. Ja Lisa 10).

Kategooriaid on juhendis kokku 26 (vt Lisa 10.) Kodeerimistabelis on kaks erinevat filterkategooriat (V13 ja V46), mis selgitavad välja Euroopa Liidu ja/või selle institutsioonide teemalised artiklid ning Euroopa Parlamendi valimiste teemalised lood. Samuti eristuvad kategooriad, mida vajalik kodeerida üksnes ajalehtede (NP2 – NP7) või teleuudiste (TV1-TV2) puhul. Analüüsiühikuks on üks artikkel koos selle juurde kuuluvate illustatsioonide ja/või jooniste ning graafikutega. Teleuudiste puhul üks uudissaate lõik.

Väljaannete ja uudissaadete kodeerimise järjekorra puhul lähtusin projekti poolt ette antud kodeerimise järjekorrast, mis olid kindlaks määratud. Seminaritöös kodeeritud Eesti Päevalehe puhul lähtusin Postimehe kodeerimise kuupäevalisest järjestusest. Selline järjekord, mis ei lähtunud kuupäevalisest jaotusest, võimaldab kodeerimisel objektiivust ning teatud teemade puhul varasema lugemise väiksemaid eelhoiakuid.

Ainult ajalehtede kohta käivad kategooriad (NP2 – NP7) ning ainult teleuudist kategooriad (TV1 - TV2) annavad vastuse esimesele uurimisküsimusele: kui olulised on Europarlamendi valimiste teemad lehe üldises uudistevoos? Artiklite asukoht terves lehenumbris, žanr, pikkus ja asukoht leheküljel mõjutavad selle mõjukust meedia kõneaines ning lugeja võimalusel seda märgata.

Ülejäänud kategooriad võimaldavad vastata kahele teisele uurimisküsimusele: millistele teemadele keskendub Eesti ajakirjandus seoses EP valimiste kajastamisega ning milliseid teemasid kajastavad teised Euroopa riigid? Artikli pea- ning alateema määramine võimaldab lisaks peateemale näidata ka teise teema sidumist artiklisse. Oluline on siinjuures eelkõige analüüsida artikleid, kus Euroopa Liit esineb kõrvalteemana. Kaks filterkategooriat võimaldavad eristada EL-i ning Europarlamendi valimiste temaatilisi lugusid. Samuti näitavad teised sama kategooria küsimused, millistel teemadel seoses Euroopa Liiduga kirjutatakse või mis teemadele keskendutakse valimiste kampaania ajal.

Tulemuste osas koondasin algsed Euroopa Liidu ja/või Eurovalimiste teemade sisukategooriad (vt Lisa 4 ja Lisa 12) seitsmeks koondatud teemakategooriaks: 1) Europarlamendi valimised kui

sündmus 2) EP valimiste kohaliku kampaaniaga seonduv 3) EL süsteem, institutsioonid ja regulatsioonid 4) EL majandus 5) EL teised poliitikad 6) muu EL-iga seotud teema ning 7) EL-i teema puudub (EL-i lihtsalt mainitud). Koondamise aluseks oli ühelt poolt sarnaste teemade loogiline koondamine, teisalt aga üksiktemade esinemise sagedus. Nii eristusid valimistega seotud teemadest eraldi EP valimised kui sündmus ning kohaliku kampaaniaga seotud teemad. Euroopa Liidu erinevatest poliitikest eraldus aga majandusteema, mille osakaal oli suur. Samasugust koondamisloogikat kasutasin nii Eesti kui Euroopa tulemuste puhul.

2.3.1 Rahvusvahelise uuringu kodeerimise tööprotsessi kirjeldus

Projektis „*Media Content Analysis European Election Study 2009*“ osalevate liikmesriikide kodeerijad olid jaotatud kaheks: poolte riikide esindajad kodeerisid Suurbritannias Essexi ülikoolis ja pooled Amsterdamis ülikooli kommunikatsiooniosakonna juures. Enne oma riikide Eurovalimiste kampaania perioodi meediakajastuse kodeerimist, läbisid kõik kodeerijad kohapeal kahepäevase intensiivse „väljaõppe,“ mis sisaldas ca 40 tundi auditoorset ning 50 tundi iseseisvat tööd. Koos grupiga õppisid kodeerijad juhendajate käe all kodeerimisjuhendit, tegid mitmeid harjutusülesandeid, et juhendit kinnistada ja erinevaid küsimusi samamoodi tõlgendada. Lisaks sooritas kogu grupp kaks proovikodeerimist inglise keelsete proovilugudega. Nendes mõõdeti nii kogu grupi kui kõikide kodeerijate nõuetele vastavust ja usaldusväarsust.

Pärast ühist „väljaõpet“ hakkasid kõik osalejad kodeerima enda riigi ajalehti ning teleuudiseid. Kuna riigiti võis ajalehtedes või teleuudistes esineda erandjuhtumeid, siis sai selle aja jooksul vajadusel projektimeeskonna liikmetega konsulteerida.

2.3.2 Meetodi kriitika

Kuna kogu Euroopa valimisse kuulusid 27 liikmesriigi ajalehed ning teleuudised, siis võib oletada, et riigiti erinesid nende ülesehitused, mis võis kodeerijatel tekitada arusaamatusi kodeerimisjuhendi õigesti tõlgendamisel. Analüüsi käigus ilmnis teatavaid puudujääke kategooriate osas. Näiteks puudus teleuudiste kategoriseerimisel kategooria, mis oleks määranud

teleloo peauudise. Olid külla kategooriad, mis määrasid teleloo asupaiga ja pikkuse, kuid oma analüüsis oleksin kasutanud ka pealoo määratlust. Lisaks võib valimi puudusena välja tuua perioodi, mis kestis kuni 7. juunini. Europarlamendi valimised toimusid aga erinevates riikides 4.-7. juuni. Seetõttu langes osade riikide puhul kajastuse sisse ka valimistele järgnenud päevad ja võisid kajastuse kvantiteeti mingil määral mõjutada.

3.TULEMUSED

Bakalaureusetöö uurimusliku osa tulemused pärinevad suuresti rahvusvahelisest uuringust „Media Content Analysis European Election Study 2009,“ mis uuris 27 Euroopa Liidu liikmesriigi meediakajastust 2009. aasta Europarlamendi valimiste kampaania ajal. Lisaks kahele suuremale päevalehele, ühele nädalalehele ning kahele teleuudistesaaatele, kodeerisin seminaritöös lisaks Eesti Päevalehe kõik sellel perioodil ilmunud numbrid. Minu töö eesmärgiks on keskenduda eelkõige Eesti tulemustele ja seejärel võrrelda neid teiste Euroopa riikidega.

Kodeerimisel saadud tulemuste esitamiseks ning analüüsil kasutasin nii MS Excelis kui SPSS-is valminud graafikuid ja tabeleid.

3.1 Ajalehtede ja teleuudiste üldine temaatika

Vaadeldaval perioodil (18.05.2009 – 07.06.2009) ilmus Eesti suuremates päevalehtedes ja teleuudistes kokku 1261 artiklit ja uudislõiku, mis kvalifitseerusid uuritavateks objektideks (Tabel 1.). Kõige rohkem kuulus trükiajakirjandusest valimisse Postimehe artikleid, teleuudistes domineeris uudislõikude arvu poolest Reporter. Kõige väiksem arv kodeeritavaid artikleid oli Eesti Ekspressis, sest tegemist on nädalalehega, mistõttu kuulus valimisse vaid kolm lehenumbrit.

Väljaanded	Artiklite ja uudislugude arv	Sagedus %
Postimees	284	24%
Reporter	341	23%
Aktuaalne kaamera	244	19%
Õhtuleht	179	16%
Eesti Päevaleht	194	16%
Eesti Ekspress	19	2%
Kokku	1261	100%

Tabel 1. Kodeeritud artiklite ja uudislugude arv ja sagedus

Valimisse kuulunud ajalehtede artiklitest ja teleuudistest oli Euroopa Liidu ning Europarlamendi valimistega seotud lugusid 283, mis moodustasid 22% kõikidest artiklitest ja uudislugudest. Need läbisid kodeerimisel esimese filtri: mainiti Euroopa Liitu ja/või selle institutsioone, poliitikaid või Euroopa Parlamendi valimisi ja/või kampaaniat, kuid Euroopa Liit või Europarlamendi valimised ei olnud ilmtingimata artikli või uudisloo peateemaks. Ainult Europarlamendi valimistele pühendatud lugusid oli 147, mis moodustasid 12% kõikidest lugudest. Need läbisid kodeerimisel teise filtri: kas loos on mainitud Europarlamendi valimisi, kampaaniat vms.

Ajalehtede ja teleuudiste üksikteemade esinemissagedus (Tabel 2.) näitab, et kolme nädalasel perioodil olid kõige levinumad teemad „pehmed“ uudised, muud teemad ja erinevate õnnetuste kajastamine. „Kollaste“ teemade (1. koht) ja õnnetuste (2. koht) ülekaalu teleuudistes võib selgitada Reporteri uudistesaaatiga, kus mõlemat teemat kajastatakse võrreldes Aktuaalse kaameraga palju rohkem.

Teema	Sagedus ajalehed (%)	Sagedus teleuudised (%)	Sagedus koos (ajaleht ja tele) (%)
Muud teemad	10% (1. koht)	8% (3.koht)	9% (2. koht)
Inimlikule huvile rõhuvad/ „kollased“ lood“	8% (3. koht)	21% (1.koht)	13% (1. koht)
Poliitiline võim/valitsus, valitsuse stabiilsus	8% (2. koht)	6%	6%
Krimilood	6%		
Kohus/kohtuotsused	4%		
Õnnetused		11% (2.koht)	7% (3. Koht)
Kultuur		6%	6%

Tabel 2. Eesti ajalehtede ja teleuudiste üksikteemade esinemissageduse TOP 5

Artiklite ja uudislugude üksikteemade koondamisel laiematesse temakategooriatesse (Tabel 3.) ilmneb, et suurima osa artiklite ja uudislugude peateemadest moodustasid samuti inimliku uudishimu rahuldamisele keskenduvad „kollased“ teemad ja uudised (prominentsetest inimestest, loomadest, veidratest või naljakatest sündmustest jne). Neile järgnesid majandusega seotud teemad, mis hõlmasid nii majanduskriisi, pankade, börside, laenude, kaubanduse kui tehnoloogia ja infrastruktuuriga seonduvat. Kolmandal kohal on temaatiliselt kultuurivaldkond, mis seotud otseselt kultuuri (teater, muusika, film jt) ja kultuuripoliitikaga, kuid ka hariduse ja

multikultuursusega laiemalt. Kultuuriteemade osakaalu tähtsust võib antud perioodil seostada 2009. aasta suvel toimunud üldlaulu- ja tantsupeoga. Veidi üle kümnendiku kogu teemadest hõlmasid ka Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega seotud teemad, mis on tabelis 4. kohal. Kui vaadata Eesti meediamaastikul sel perioodil käsitletud teemasid, siis on oluline märkida, et ajalehtede üksikteemade hulgas peegeldus selgelt ka 2009. aasta kevade valitsuse võimukriis (poliitiline võim/valitsus, valitsuse stabiilsus), mis laiemas teemakategoorias on esindatud sisepoliitika all.

Teemad	Sagedus	%
"Kollased" teemad	167	13%
Majandus, äri	158	13%
Kultuur	136	11%
EL ja EP valimised	135	11%
Sisepoliitika	127	10%
Krimi ja kohtu teemad	119	9%
Muud	118	9%
Sotsiaalvaldkond	104	8%
Õnnetused	95	8%
Välispoliitika	39	3%
Julgeolek ja sõda	38	3%
Keskkond	22	2%
Kokku	1258	100%

Tabel 3. Eesti ajalehtede ja teleuudiste peateemad

**märkus! Kolm teemat olid kodeerimisel rikutud, mistõttu on teemade koguarv 1258, mitte 1261*

Kui vaadata ajalehtede peateemasid televisioonist eraldivõetult (Tabel 4.), siis ilmneb, et ajalehtedes on „kollaste“ teemade osakaal võrreldes televisiooniga väiksem ja need on tabelis alles 8. kohal. Kõige rohkem kirjutasid ajalehed aga majandusega seotud teemadel. Teisel kohal on Euroopa Liidu ja Eurovalimiste kajastus, mille osakaal ajalehtede puhul on võrreldes üldise kajastusega kõikide teemade osas ligi 5% kõrgem.

Teemad	Sagedus	%
Majandus	108	16%
EL ja EP valimised	102	15%
Kultuur	87	13%
Sisepoliitika	77	11%
Muud	70	10%
Sotsiaalvaldkond	58	9%
Krimi ja kohus	58	9%
"Kollased" teemad	40	6%
Õnnetused	27	4%
Välispoliitika	22	3%
Julgeolek ja sõda	15	2%
Keskkond	10	2%
Kokku	674	100%

Tabel 4. Eesti ajalehtede peateemad

**Märkus! Kaks teemat olid kodeerimisel rikutud*

Vaadates kolme nädalase perioodi teemade kajastamist erinevates väljaannetes (Tabel 5.), ilmneb, et erinevate valdkondade kajastusel on kõige mitmekülgsem Postimees, mis juhib majandus-, sisepoliitika, sotsiaal- ja EL-i ning Eurovalimiste teemade puhul. Teiste tugevate uudisteamade nagu välispoliitika ning julgeolek kajastamisel on selge liider Aktuaalne kaamera. Nagu ilmnes ajalehtede temajaotuse eristamisel tervest kajastusest, domineerib Reporter „pehmete“ ja inimlikule huvile suunatud uudiste valdkonnas. Õhtulehe puhul ei ilmne küll ühtegi selgelt eristuvat „liiderteemat,“ kuid sarnaselt Reporterile juhib see ajalehtede osas samuti pigem inimlikule huvile suunatud teemade osas. Euroopa Liidu ja Eurovalimiste kajastuse osas konkureerib Postimehega ka Eesti Päevaleht, teleuudistest selgelt Aktuaalne kaamera, mis eristus ka välispoliitika huvi poolest. Oluline on aga märkida, et välis- ja julgeoleku teemade kajastus on kõikides väljaannetes ühtlaselt madal. Samas on pea kõikides väljaannetes ühtlaselt kõrgelt esindatud majandusteemade kajastamine. Mõneti üllatav on Aktuaalse kaamera puhul aga „kollaste“ teemade arv, mis on suurem ka trükiväljaannetest.

	Eesti Ekspress	Postimees	Õhtuleht	Eesti Päevaleht	Aktuaalne Kaamera	Reporter	Kokku
EL ja EP valimised	5	38	27	32	25	8	135
Majandus	2	48	26	32	32	18	158
Sisepoliitika	1	45	18	13	29	21	127
Välispoliitika		9	5	8	10	7	39
Sotsiaalvaldkond	2	26	10	20	20	26	104
Kultuur	2	33	2	50	28	21	136
Krimi ja kohus	1	16	35	6	14	47	119
Julgeolek ja sõda		6	5	4	15	8	38
Keskkond	1	6	1	2	8	4	22
"Kollased" uudised	1	17	20	2	22	105	167
Õnnetused		9	13	5	18	50	95
Muud	3	30	17	20	22	26	118
Kokku	18	283	179	194	243	341	1258

Tabel 5. Peateemade esinemissagedus väljaannetes (kollasega märgitud kõige rohkem kajastanud väljaanne)

**Märkus! Kolm teemat olid kodeerimisel rikutud*

** Kollasega märgitud kõige rohkem kajastanud väljaanne*

3.2 Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste teemaliste artiklite ja uudislugude olulisus ajalehtedes ja teleuudistes

Nii Euroopa Liidu kui valimiste teemaliste artiklite ja uudislugude tähtsust Eesti meediapildis näitavad artiklite ja uudislugude asukoht ja paiknemine üldises ajalehtede ja teleuudiste uudistevoos. Kui vaadata Eesti ajalehtedes ilmunud EL-i ja EP valimiste teemaliste artiklite asukohta esilehel (Tabel 6.), siis ilmneb, et need moodustasid kokku ligi kümnendiku kõikidest ilmunud lugudest. Esilehe artikliteks lugesin ka lood, mille jätkumisele järgmistel lehekülgedel oli viidatud esilehel. Seejuures on oluline märkida, et esilehel leidsid erinevad Euroopaga seotud teemad kajastust vaid Postimehes ja Eesti Päevalehes, nii Eesti Ekspressis kui Õhtulehes ei ilmunud ühtegi esilehe artiklit või viidet lehenumbri sees asuvale loole.

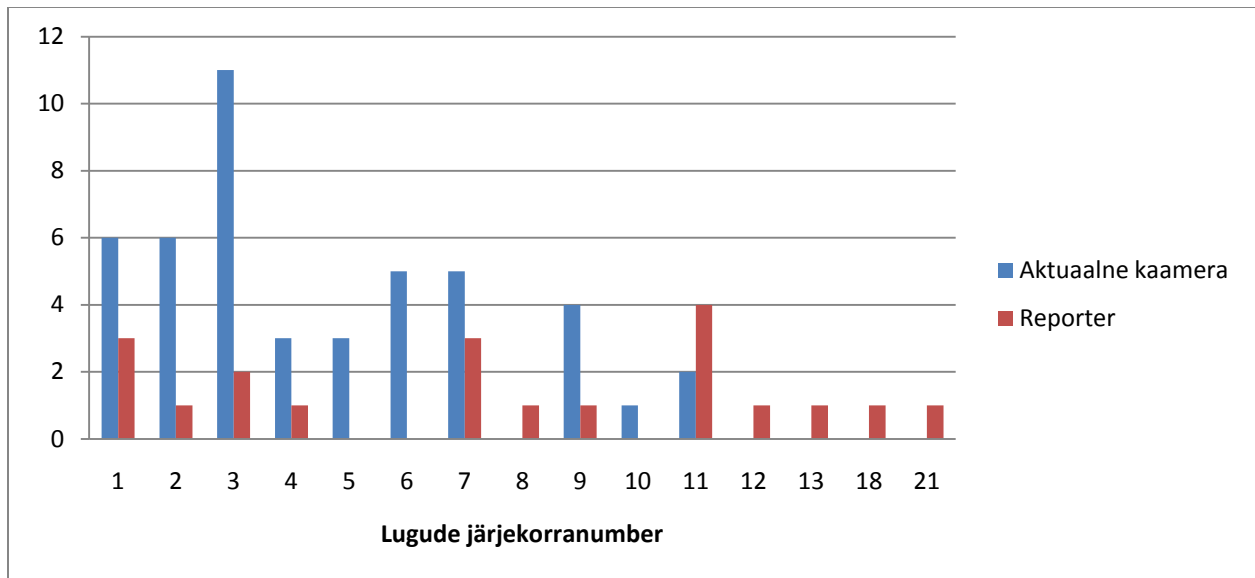
Ka ajalehtede esimesse poolde ehk esimesse sektsiooni kuulusid veidi üle neljandiku antud teemalistest artiklitest. Mõnevõrra üllatuslikult ilmus neid kõige rohkem Õhtulehe esimeses sektsioonis. Tabelis on esitatud ka Eesti Ekspress, millel puudusid nii esilehe kui esimesse sektsiooni kuuluvad artiklid, sest see näitab nädalalehe temaatilise ülesehituse eripära võrreldes päevalehtedega.

Väljaanne	Sagedus esilehel	Sagedus kõikidest väljaande artiklitest %	Sagedus esimeses sektsioonis	Sagedus kõikidest väljaande artiklitest %
Eesti Ekspress	-	0%	-	0%
Postimees	15	5%	16	6%
Õhtuleht	-	0%	23	13%
Eesti Päevaleht	9	4%	18	9%
Kokku	24	9%	57	28%

Tabel 6. EL-i ja EP valimiste teemade kajastamine ajalehtede esikülgedel ja esimeses sektsioonis

Kolme suurema päevalehe Euroopa Liidu või Europarlamendi valimistega seotud artiklite arv (Lisa 1.) oli erinev, kuid kajastuse intensiivsuses saab täheldada sarnaseid tendentse. Kuigi jooniselt ei eristu ühtlast tõusujoont või kulminatsiooni kampaania lõpu poole, ilmneb, et kõigi kolme kajastused tõusid just viimastel päevadel enne valimisi.

Teleuudistes oli Euroopa Liidu ja EP valimistega seotud uudislugude kajastus kanalite lõikes erinev (Graafik 1.). Aktuaalses kaameras oli keskmiselt terve saate peale 11-13 uudislugu ning suurem osa Euroopa teemalisi lugusid asus saate esimeses pooles. See on selgitatav ka Aktuaalse kaamera ühe saate ülesehitusega, kus päeva tähtsamad teemad ning ka välismaa või välispoliitikaga seotud teemad asuvad saate esimeses pooles. Reporteris seevastu kõikus ühes saates esitatud uudislugude arv 10-21 vahel ning ka EL-i ja EP valimistega seotud lugude jagunemisel ei esine kindlat loogikat. Kuigi kõige rohkem esitati neid Reporteris 11. uudisloona, siis jagus neid nii saate esimesesse kui teise poolde.



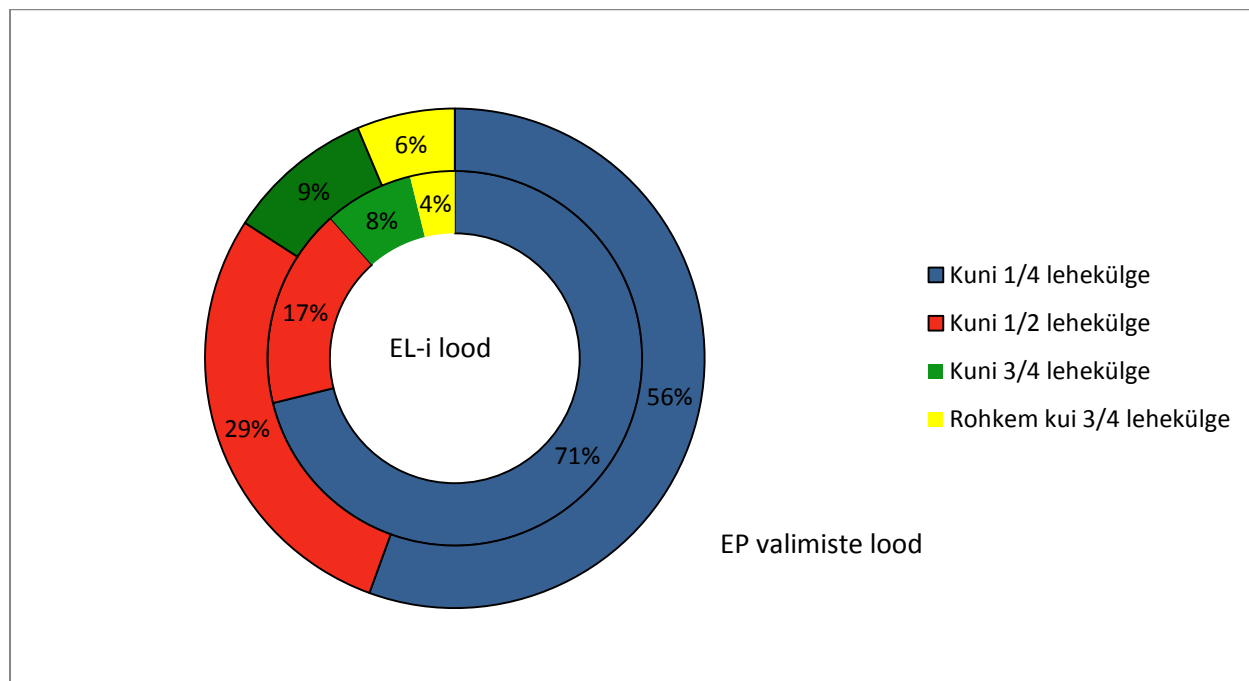
Graafik 1. Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega seotud uudiste paiknemine teleuudistes

Kaks kanalit eristusid ka ainult Europarlamendi valimistega seotud teemade asupaiga osas uudistesaaates (vt Lisa 2.). Oluline on märkida, et mitte kordagi ei saanud valimiste teema kummaski kanalis esimeseks või teiseks uudiseks. Aktuaalses kaameras esines valimiste teema kõige rohkem 7. uudisena.

Artiklite žanrilisest jaotusest (vt Lisa 3.) ilmnes, et ülekaalukalt oli kõige levinumaks Euroopa ja valimistega seotud teemade žanriks uudis. Vaadeldud perioodil ilmus Eesti ajalehtedes kokku 104 uudislugu. Arvuliselt järgmisel kohal olid lühiuudised ehk „nupukesed“ (35) ning arvamuskirjed ja –lood (31), teistes žanrites kirjutati vähem. Oluline on märkida, et kõige rohkem arvamuskirjed valimiste või Euroopa teemadel laiemalt ilmus Õhtulehes (12). Valimiste ja Euroopa teemasid kajastas juhtkirjades kõige enam Postimees (12). Intervjuusid antud teemadel ilmus erinevates ajalehtedes kokku 8 ning portreelugusid oli vaid üks (Eesti Ekspressis).

Ajalehtede artiklite pikkuse osas moodustasid nii Euroopa Liidu kui Europarlamendi valimiste teemalistest lugudest suurima osa lühikesed, kuni ¼ leheküljest hõlmavad artiklid (Graafik 2.). Enamasti oli nende puhul tegemist kas lühiuudiste või „nupukestega.“ Valimiste lugude puhul oli lühikeste artiklite osakaal väiksem kui EL-i lugude puhul, kuid kuni pool lehekülge hõlmavate

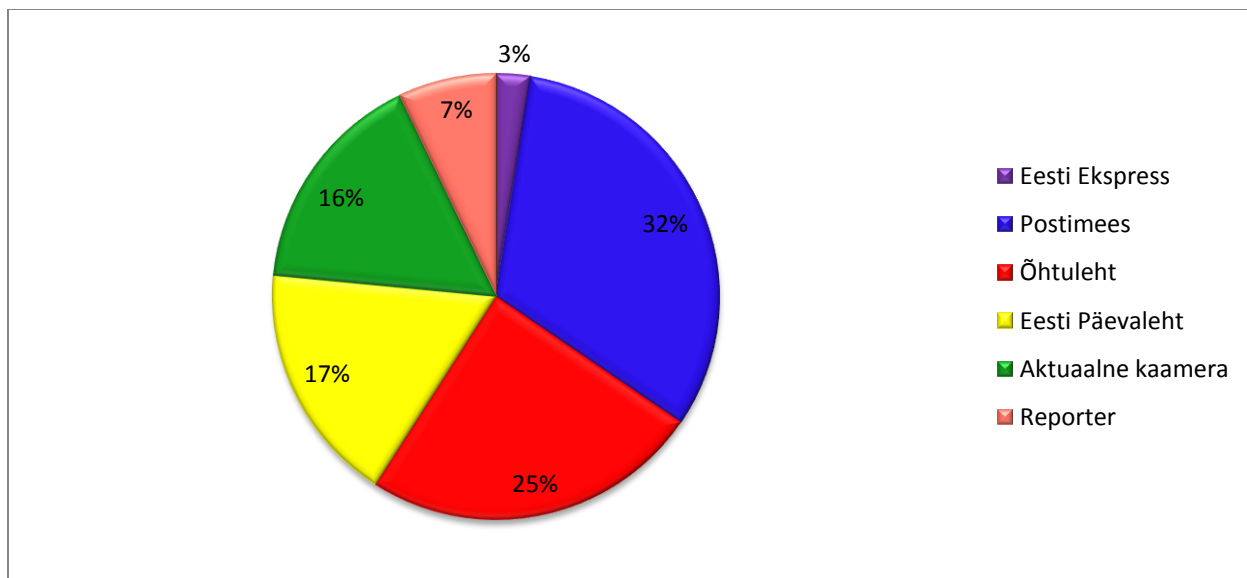
artiklite osakaal oli seevastu suurem (29%). Pikki artikleid, mis hõlmaksid kas ¾ või terve lehekülje oli nii EL-i kui EP valimiste teemade puhul vähe. Vastavalt 15% valimiste lugude puhul ning 12% EL-iga seotud lugude puhul.



Graafik 2. Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste teemaliste artiklite pikkuste osakaal leheküljel

3.3 Teemaatika Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste artiklites ja teleuudistes

Väljaannetest oli suurim Euroopa Liidu ja Eurovalimiste kajastus Postimehes, kus ilmus 32% kõikidest EL-i ja valimistega seotud lugudest (Graafik 3.). Teleuudistesaadetest edestas Aktuaalne kaamera Reporterit rohkem kui kaks korda.



Graafik 3. Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste artiklite ja uudislugude sagedus väljaannetes

Temaatiliselt esines algsetest Euroopa Liidu ja/või Eurovalimiste teemade sisukategooriatest (vt Lisa 4.) kõige rohkem artikleid ja uudislugusid Europarlamendi valimiste kohta üldiselt (15%) ning teemal, kus Euroopa Liitu oli loos mainitud, kuid konkreetset Euroopa Liidu teemat määratleda ei saanud (15%). Teised kõige sagedamini esinenud teemad olid EP valimiste kampaania, Europarlamendi valimistest osavõtu ennustamine ning EL-i liikmesriigi majandusliku olukorra ja/või finantskriisi mõjude kirjeldamine.

Sisukategooriate koondamisel laiemateks teemavaldkondadeks (Lisa 5.) selgus, et kõige rohkem kajastati Euroopa Liidu ja valimiste teemadega seoses kohaliku kampaaniaga seonduvat (avaliku arvamuse küsitlused, hääletusprotseduurid, võimalikud tulemused jne). Selle teemalised lood moodustasid kõikidest lugudest kolmandiku (33%). Teisel kohal olid erinevate Euroopa Liidu poliitikavaldkondadega (v.a majandus) seotud teemad (15%) ning järgnesid Eurovalimiste kui sündmuse kajastamise ning majandusega (EL-i eelarve, pangad, liikmesriigi majanduslik olukord jne) seotud teemad. Euroopa Liidust kui institutsioonist, süsteemist või selle toimimisest rääkivad lood olid vähem olulised. Oluline on märkida, et 14% lugudes oli Euroopa Liitu küll mainitud (oli läbinud esimese filterküsimuse), kuid konkreetne teema, mida artiklis või uudisloos edasi oleks arutatud, puudus.

Kui vaadata Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste meediakajastust Eestis, siis ilmneb teemade osas, et Euroopa Liit ja valimised on kõikidest lugudest peateemaks 135 korral. 107 artiklis ja uudisloos esines Euroopa Liit või valimised peateema kõrval teise teemana, mis ei saanud artiklis või uudisloos kogu tähelepanu, kuid olid siiski omaette teemana kajastatud (vt Lisa 6). Kõige rohkem toodi Euroopa Liitu kõrvalteemana sisse seoses majanduskriisi mõjudega Eestile, samuti välispoliitika kontekstis. Märkimist väärib ka erinevate teemade osakaal (15%) Euroopa Liidu ja/või valimistega seotud lugudest, kus puudus konkreetne Euroopa Liidu ja/või valimistega seotud teema üldse. Võib oletada, et nendes 41 loos on Euroopa Liitu või sellega seonduvat mainitud vaid korra, juhuslikult, võrdlusena või muul moel.

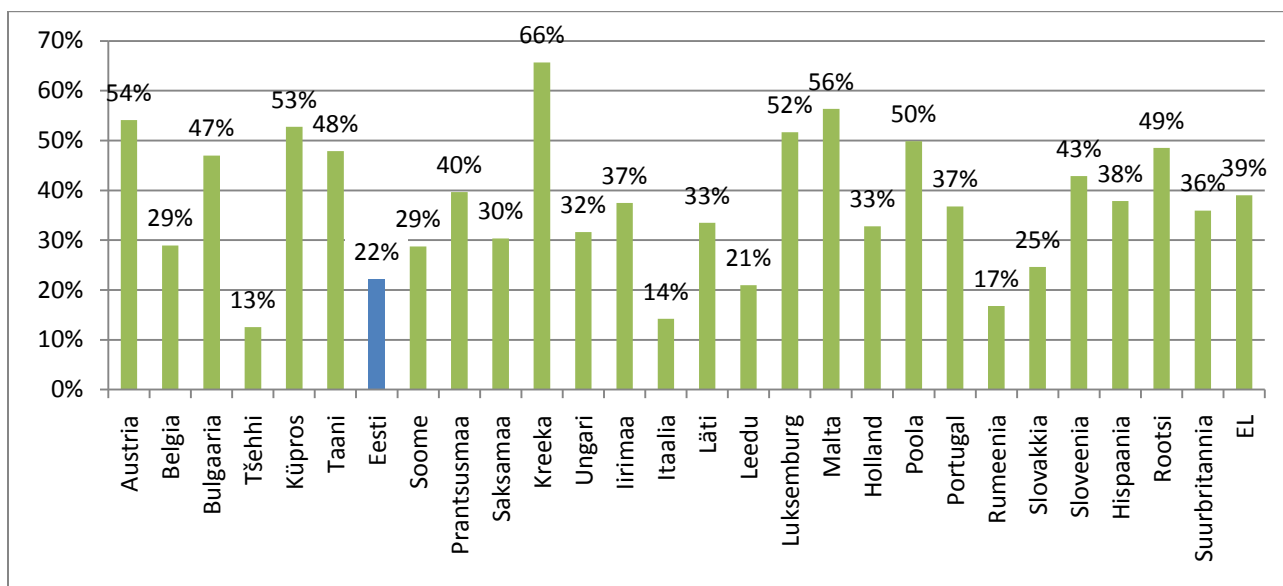
Üldiste teemade puhul, kus Euroopa Liitu, selle institutsioone või poliitikaid on mainitud (on kodeerimisel läbinud esimese filterküsimumuse), kuid puudub EL-iga seonduv teema, ilmneb, et kõige enam on sellisteks teemadeks õnnetused või muud teemad (vt Lisa 7.). Samuti on EL sagedamini sisse toodud võimu ja valitsuse stabiilsuse ning riiklike või kohalike valimistega seotud teemas kas ainult mainituna või taustana. Enamus sellistest mainimistest esines ajalehtedes. Artiklite žanritest oli Euroopa Liidu mainimist või sisse toomist kõige enam uudistes, millele järgnesid arvamused ja juhtkirjad (Tabel 7.).

Žanr	Sagedus	%
Uudis	16	47%
Arvamuslugu	8	24%
Juhtkiri	4	12%
"nupuke"	3	9%
Reportaaž	1	3%
Muu	1	3%
Pilt	1	3%
Kokku	34	100%

Tabel 7. Artiklite žanrid, kus puudub Euroopa Liidu ja/või Eurovalimiste teema, kuid EL-i või valimisi on mainitud

3.4 Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste temaatika teistes Euroopa Liidu riikide meediaväljaannetes

Enamuses EL-i liikmesriikide ajalehtedes ja teleuudistes olid Euroopa Liidu ja/või Europarlamendi valimistega seotud lood nähtavad ning moodustasid Euroopas tervikuna rohkem kui kolmandiku kõikidest lugudest. Suurim osakaal oli Kreekas ja Maltal ning madalaim Tšehhis ja Itaalias (Graafik 4.). Eesti kuulus oma kajastusega pigem väiksema nähtavusega riikide hulka nagu ka Leedu, Slovakkia ja Belgia. Kui vaadata aga n-õ uusi ja vanu liikmesriike, siis nende vahel eristuvust ei ole, sest mõlemaid leiab nii madala kui väga kõrge kajastuse osakaaluga riikide hulgast. Teistest kõrgema kajastuse poolest paistavad silma kolm Vahemere äärset riiki – Kreeka, Küpros ja Malta. Eesti lähinaabritest oli kõige suurem EL-i ja valimiste lugude osakaal Rootsis ja Poolas, Balti riikidest Lätis, kus eelmiste valimiste puhul oli kajastuse nähtavus üks Euroopa madalamaid.



Graafik 4. Euroopa Liidu ja/või valimistega seotud artiklite ja uudislugude osakaal kõikide EL-i liikmesriikide ajalehtede ja teleuudiste lugudest

Kui vaadata kogu Euroopa Liidu liikmesriikide meediakajastust sellel perioodil (Tabel 9.), siis ilmneb, et sarnaselt Eestiga domineerivad nii Euroopa Liidu kui Eurovalimistega seotud uudistes kohaliku Eurovalimiste kampaaniaga seotud teemad. Nii Euroopas kui Eestis moodustasid kampaania teemadega seotud lood enam-vähem kolmandiku kõikidest lugudest (Eestis 33%,

Euroopas 34%). Osakaalult olid erinevaid Euroopa Liidu poliitikaid käsitlevad artiklid ja uudislööd Euroopas veidi olulisemad kui Eestis. Samuti leidsid Euroopas suuremat kajastust erinevad Euroopa Liidu institutsioonide ja regulatsioonidega seotud teemad. Erinevalt Euroopast, omasid Eesti artiklites ja uudislugudes suuremat kaalu uudised, mis kajastasid valimisi kui uudisväärtuslikku sündmust. Oluline on välja tuua, et nii Eestis kui teistes riikides, omasid erinevad Euroopa Liidu ja majandusega seotud teemad pea samasugust kaalu (Euroopas 12%, Eestis 13%). Märkimist väärib ka asjaolu, et nii Eestis kui teistes riikides oli sageduselt kolmandal kohal teema, kus puudus konkreetne Euroopa Liidu, selle institutsioonide, poliitika või EP valimistega seotud teema ja Euroopa Liitu oli lihtsalt loos mainitud. Seetõttu võib oletada, et ka teistes liikmesriikides esineb EL-i mainimist juhuslikult või seostatakse seda teiste teemadega.

Teema	Sagedus Euroopa	%	Sagedus Eesti	%
EP valimiste kohaliku kampaaniaga seonduv	6416	34%	94	33%
Teised EL poliitikad	3552	19%	42	15%
EL-i teema puudub (EL-i lihtsalt mainitud)	2512	13%	41	14%
EL majandus ja sellega seonduv	2251	12%	38	13%
EL süsteem, institutsioonid, regulatsioonid	1875	10%	17	6%
EP valimised kui sündmus	1837	10%	41	14%
Muu EL-iga seotud teema	657	3%	10	4%
Kokku	19100	100%	283	100%

Tabel 8. Europarlamendi valimiste ja Euroopa Liiduga seotud koondatud teemad kõikides EL-i liikmesriikide ajalehtedes ja teleuudistes võrdluses Eestiga

Erinevate Euroopa riikide teemadevalikute (Lisa 8. ja Lisa 9.) puhul ilmneb, et enamus riikides on esimesel või teisel kohal kohaliku kampaania või erinevate Euroopa Liidu poliitikatega seotud teemad. Teistest eristusid Läti ja Leedu, kus kajastati kõige rohkem erinevaid Euroopa Liidu institutsioonide või EL-i majandusega seotud teemasid ning populaarsuselt teisel kohal olid erinevate Euroopa Liidu poliitikatega seotud teemad.

Lähtuvalt erinevate riikide kajastuste teemade valikust grupeerisin riigid neljaks (Tabel 9.). Kõige olulisemaks eristuvuseks riikide lahterdamisel oli siseriikliku kampaania osakaalu tähtsus

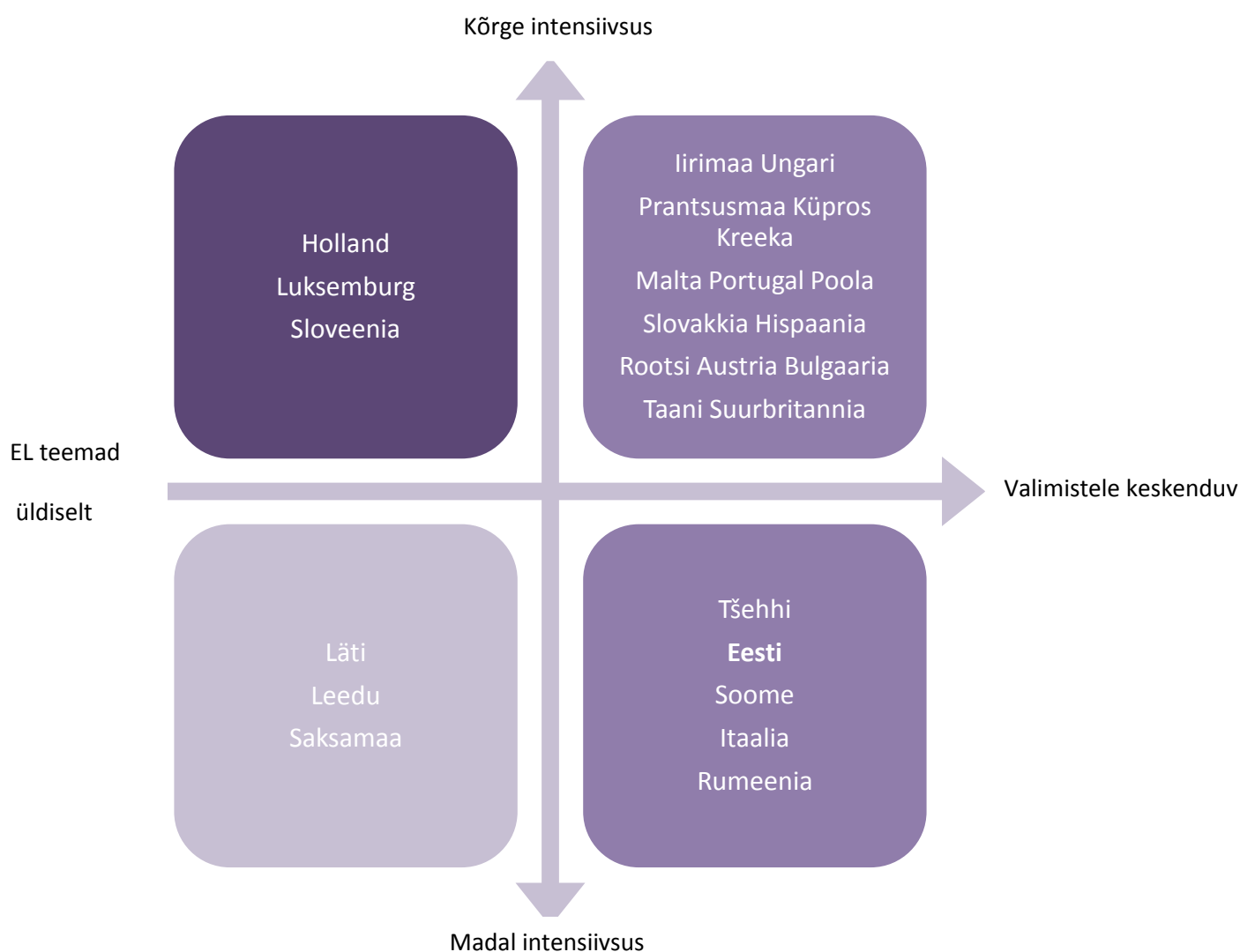
teiste teemade kõrval. Kahel juhul oli kampaania kajastuse teemade osas esimesel kohal ning kahel mitte. Kui siseriikliku kampaaniaga seotud teemade osatähtsus oli üle 50%, siis moodustas see eraldi grupi. Nii grupi „Kampaania ja EL-i poliitika“ kui „EL-i poliitika ja kampaania“ puhul oli eristuvuseks see, kumma teema osakaal oli kajastusel suurem (esimesel kohal). Täiesti eristusid aga kaks riiki – Läti ja Leedu, kus siseriikliku kampaania teemade osakaal oli alles kolmandal kohal. Neis riikides omasid suurimat kajastuse osakaalu EL-i kui süsteemi, institutsioonide jms ning EL-i ja majandusega seotud teemade kajastused. Samas ei saa aga väita, et nendes riikides oleks olnud üldiselt kõrge EL teemade kajastus või need oleksid osa igapäevasest meediapildist. Nii Lätis kui Leedus jäi EL-iga seotud teemade kajastuse nähtavus alla Euroopa keskmise.

Grupeerimisel ilmnes, et esimesse gruppi kuuluvate Küprose, Kreeka ja Malta puhul, kus kõige suurema osa kogu kajastusest said siseriiklike kampaaniatega seotud teemad, oli nendes riikides ka kõige nähtavam kajastus. See on ilmselt tingitud just kampaaniaga seotud üritustest kui uudisväärtuslikest sündmustest. Teise grupi puhul, kuhu kuulub ka Eesti, ei saa välja tuua mingeid konkreetseid riikide rühmi, sest esindatud on nii vanad kui uued, Lõuna-, Põhja- ja Ida-Euroopa riigid. Kolmandasse gruppi kuuluvaid Belgia, Saksamaad, Hollandit ja Luksemburgi ühendab aga n-ö EL-i asutajaliikmete staatus, mistõttu võib oletada, et just seetõttu on nende riikide kajastuse puhul esimesel kohal Euroopa Liidu erinevate poliitikavaldkondadega seotud teemad. Samas aga omas ka seal suurt osakaalu kampaaniaga seonduv.

Grupp	Väga suur rõhk siseriikliku kampaania kajastusel	Kampaania ja EL-i poliitika	EL-i poliitika ja kampaania	Siseriikliku kampaania kajastus ei ole nii oluline
Riigid	Tšehhi, Küpros, Kreeka, Malta, Portugal	Austria, Bulgaaria, Taani, Eesti , Soome, Prantsusmaa, Ungari, Iirimaa, Itaalia, Poola, Rumeenia, Slovakkia, Hispaania, Rootsi, Suurbritannia	Belgia, Saksamaa, Holland, Luksemburg, Sloveenia	Läti, Leedu

Tabel 9. Riikide grupid lähtuvalt EL-i teemade kajastuse valikutest

Grupeerides riike nii kajastuse intensiivsuse (kõrge/madal) ning teemade (valimiste kampaaniale keskenduv/EL teemad üldiselt) järgi (Graafik 10.), ilmnes, et Eesti paigutus oma kajastusega madala intensiivsuse ning kampaaniale keskenduva kajastusega riikide sekka. Mõnevõrra üllatuslikult on kõrge ning EL teemadele keskenduva kajastusega riikide seas Sloveenia, mis sarnaselt Eestiga kuulub n-ö uute liikmesriikide hulka. Ka sellise grupeerimise juures ilmnes, et kõige rohkem riike kuulus kõrge intensiivsuse ja kampaaniale keskenduva riikide hulka. Kuigi Holland, Luksemburg ja Sloveenia kuuluvad temaatika järgi EL teemade gruppi, siis oli nendes riikides ka võrdselt suur kampaania kajastus (ilmneb ka Tabelis 9.).



Graafik 10. Riikide grupid lähtuvalt EL teemade kajastuse intensiivsusest ja kajastuse temaatikast

4. JÄRELDUSED JA DISSKUSIOON

Järelduste ja diskussiooni peatükis esitan uurimustöö põhitulemustest saadud järeldused ja vastused uurimisküsimustele. Vaatlen Eurovalimiste olulisust Euroopa avaliku sfääri seisukohast ning üritan leida võimalikke ilminguid, kus nii Euroopa kui Eesti kajastuse teemade valikul ühtne Euroopa avalik sfäär erinevate teoreetikute lähtekohtadele toetudes esineda võiks. Lisaks püüan 2009. aasta Europarlamendi valimiste kajastuse taga näha erinevate riikide gruppide moodustumist teemade alusel ning Eesti positsiooni võrreldes teiste EL-i riikidega.

Europarlamendi valimiste rolli Euroopa avaliku sfääri kujunemisel ja levikul aitab kanda uudisajakirjandus. See peaks kasutama ära juhtusid, kus Euroopa narratiivid ja uudislikud sündmused üksteist puudutavad või kokku puutuvad. Näiteks referendumid, EL-i põhiseaduslikud lepingud. Teisisõnu on tegemist suurte ja tähtsate sündmustega või vähemalt ideaalis kõiki EL-i kodanikke puudutavate teemadega. Meedia ja ajakirjanduse kaasamine võimaldaks tekitada tunde, et on võimalik luua rahvusteülest „kogunemispaika“, kus inimesed erinevatest rahvustest ja riikidest kogunevad ja debateerivad (AIM 2007). Kui vaadata Europarlamendi valimisi Euroopa avaliku sfääri kontekstis, siis ilmneb, et tegelikult on tegemist pea ainukese sündmusega, kus samal ajal oleksid üle Euroopa kodanikud kaasatud Euroopa avaliku sfääri loomesse kui sellisesse.

Üle-Euroopaliste sündmuste olulisust Euroopa avalikule sfäärile toovad välja ka teised uurijad. Erinevate Euroopa või Euroopa Liiduga seotud teemade kajastamine meedias on enamasti lünklik ning seda iseloomustab tsüklilisus – Euroopa Liit muutub uudiste agendaks siis, kui toimub mõni suurem sündmus või kogunemine, kus otsustatakse terve Euroopa jaoks olulisi küsimusi (de Vreese *et al* 2004, viidatud de Vreese *et al* 2006 kaudu).

- Kui olulised on Europarlamendi valimiste ja Euroopa Liiduga seotud teemad Eesti ajalehtede ja uudistesaadete üldises uudistevoos?

Kui vaadata Euroopa Liidu või Europarlamendi valimistega seotud lugude osakaalu kõikide teiste lugude ja teemade kõrval, siis ilmnes, et need olid nii Eesti trüki- kui teleajakirjanduses

nähtavad. Kokku moodustasid need sellel perioodil ligi veerandi kõikidest artiklitest ja uudislugudest. Samas aga domineerisid nii Euroopa Liidu kui valimiste lood just eelkõige uudisžanris ja olid pigem lühikesed, kattes ajalehtede puhul kuni neljandiku leheküljest. Võib öelda, et valimisi kajastati kui omaette sündmust, mis ületas uudiskünnise.

Samas esines aga pikemaid, analüüsi, arvamust või kommentaari sisaldavaid lugusid vähe. Need moodustasid vaid kümnendiku EL-i ja/või valimiste lugudest (üle 1% kõikidest lugudest). Mõnevõrra üllatuslikult ilmus neid kõige rohkem tabloidväljaandes Õhtuleht.

Televisiooni uudistesaadetes eristusid Euroopa Liidu ja/või valimiste teemade kajastamisel selgelt avalik-õiguslik- ning erakanal. Eesti Televisiooni uudistesaadetes Aktuaalne kaamera olid nii valimiste kui Euroopa Liiduga seotud teemad palju nähtavamad ning asusid saate esimeses pooles. Samas ei olnud kummaski kanalis saate esimene uudislugu kordagi seotud valimiste või EL-iga.

Ajalehtede kajastuse perioodi kvantiteedi osas suuremaid kõikumisi ei esinenud ning puudus ka artiklite arvu ühtne kulminatsioonipunkt, mida oleks võinud just valimiste või sellele eelnenud päeval oodata.

- Millistele teemadele keskendus Eesti ajakirjandus seoses Euroopa Liidu ja Euroopa Parlamendi valimistega?

Võib öelda, et Eesti ajakirjanduse kajastus oli rõhuga valimistel kui omaette sündmusel. Seetõttu muutus nii ajalehtede kui teleuudiste teemadevalikul tähtsaks Eestis toimunud kohalik kampaania ja sellega seonduv. Selle põhjenduseks võib olla ka sel ajal Eestis olnud valitsuskriis, mis kajastus ka üldiste teemade (poliitiline võim/valitsus, valitsuse stabiilsus vt Tabel 2.) osas. Samuti üksikkandidaat Indrek Tarandi kandideerimisega seotud meedia tähelepanu. Algetest Euroopa Liidu ja valimistega seotud teemakategooriatest leidsid suurimat kajastust valimised kui omaette sündmus ning kohalik kampaania. Teemade koondamisel laiematesse valdkondadesse, ilmnes, et kõige rohkem kajastati just kohaliku kampaaniaga seotud teemasid (avaliku arvamuse küsitlused, kampaania üritused jms). Järgnesid erinevate Euroopa Liidu poliitikavaldkondade teemad, lood, kus puudus Euroopa Liidu teema kui selline (EL-i oli lihtsalt mainitud) ning valimiste kui sündmuse kajastamine. Euroopa teemad said Eestis uudisväärtuslikuks eelkõige

valimiste kui sündmuse kaudu, mis tõestab ka eelnevate uurijate järeldusi sündmuspõhisest kajastusest. Laiemalt Euroopa Liiduga seotud teemasid kajastati palju vähem ning üldine debatt Euroopa Liidu üle oli puudulik. Kuna Eesti kajastuse puhul ilmnes juba üldiste teemade puhul (vt Tabel 5.), et pea kõikides Eesti suuremates meediaväljaannetes on nii välis- kui julgeolekuteemade kajastamine madal, võib seetõttu teemadevalikul täheldada lokaliseerimist.

Euroopa Liidu kasutamist kõrvalteemas ilmnes kõige rohkem majandusega seotud artiklites ja uudislugudes. See on selgitatav majandusteemade üldiselt suure osakaaluga ning Eesti majandusliku olukorraga, mis suuresti Euroopa Liidu omast sõltuv. Lisaks toodi Euroopa Liidu temaatikat kõrvalteemas sisse välis- ja sisepoliitika lugudes, mis näitab, et Eesti ajakirjandus seostab välispoliitikaga seotud teemasid Eestis suuresti Euroopa Liidu kaudu ning näeb Euroopa Liidu tähtsust ka sisepoliitilises kontekstis. Kuigi võrreldes AIM uuringu tulemustega (Pullerits 2007), on proportsioonid Euroopa Liidu esinemisega pea- ja kõrvalteemade osas muutunud, võib järelda, et Euroopa Liiduga seotud teemasid vaadeldakse endiselt eelkõige läbi kohaliku tasandi (majanduse ja välispoliitiliste otsuste mõjud Eestile) ning Euroopa dimensioon on kõrvaline. Ajakirjandus katkestab aga seeläbi võimaluse teiste riikide kodanikega samadel teemadel arutleda. Koopmansi (2004) mõistes esines Eesti kajastuse puhul rohkem horisontaalset kui vertikaalset euroopastumist. Vertikaalne euroopastumine esineb mingil määral alt-üles variandis, kus kohalikud kõneisikud räägivad Euroopa teemadel, kuid Euroopa kõneisikud Eesti meedias Euroopa üle ei diskuteeri.

Euroopa Liidu juhuslikku mainimist või sisse toomist esines mõnevõrra üllatuslikult kõige enam õnnetustega seotud artiklites ja uudislugudes. Seetõttu võib oletada, et tegemist oligi juhusliku või trafaretse Euroopa Liidu mainimisega.

Teemadering, kus Euroopa Liit või sellega seonduv Eesti ajakirjanduses „läbi jookseb,“ ei ole iseenesest väga piiratud. Nii pea- kui kõrvalteemades, kus EL esines, domineerisid aga siiski pigem poliitilised, ametlikud või institutsionaalsed teemad. Ühtse Euroopa avaliku sfääri tähtsuse kasv ei sõltu vaid teemade kvantitatiivsest tõusust majanduse ja poliitikaga seotud lugudes. Tõelise euroopastumise tunnuseks oleks see, kui ajakirjanduses kasvaks kvaliteedi osakaal: teemade rohkus, huvitavad, analüütilised artiklid ning lood, mis ei portreeteriks üksnes poliitilistest või võimusefääri allikatest pärinevat infot (AIM 2007).

- Millised teemad domineerisid teistes Euroopa Liidu riikides?

Vaadates tervikuna tervet Euroopa Liidu meediakajastust Eurovalimiste perioodil, siis võib öelda, et nii valimiste kui EL-iga seotud teemad olid Euroopas nähtavad. Erinevalt eelmistest, 2004. aasta valimistest, ei eristunud kajastuse nähtavuse arvu poolest uusi või vanu liikmesriike. Europarlamendi valimiste ja Euroopa Liiduga seotud teemade kajastuse osas domineerisid sarnaselt Eestiga ka teistes riikides eelkõige valimiste ja -kampaaniaga seotud teemad. Lisaks olid olulisel kohal majandusega seotud teemad, millest võib järeldada, et ka teised riigid näevad Euroopa Liidul tähtsat rolli majanduspoliitika kujundamisel. Võrreldes Eestiga omasid Euroopas mõnevõrra suuremat osakaalu erinevad institutsionaalsed teemad, mis käsitlesid nii EL-i olemust, institutsioonide pädevust, Lissaboni lepingu ümber toimuvat jms.

Riikide võrdluses ei eristunud teemade kajastusel väga selgeid riikide gruppe ei geograafilistel, liidus oldud aja vms järgi. Pigem oli eristuse aluseks koondatud teemade valik konkreetses riigis, mille järgi võis moodustada neli riikide gruppi.

Kuigi võib öelda, et Europarlamendi valimiste ja EL-iga seotud teemad olid Eesti kontekstis nähtavad, paigutus Eesti oma kajastuse poolest pigem madalama nähtavusega riikide hulka. Teemade osas domineerisid aga sarnaselt paljude teiste riikidega siseriikliku kampaaniaga seotud teemad, mistõttu paigutus Eesti oma kajastusega teise, siseriikliku kampaania kajastusele keskendunud gruppi, kus oli veel palju teisi EL-i liikmesriike.

Koopmansi (2004) Euroopa avaliku sfääri mudeli järgi peaks riiklikud avalikkused muutuma euroopastunuks ning see tähendaks n-ö laiemat debateerimist samadel teemadel, kuid erinevate riikide vahel. Europarlamendi valimised kui sündmus, mis leiab kajastamist kõikides liikmesriikides, on üks nendest teemadest, mille puhul meedia võiks kodanikele pakkuda sisendit, mille najalt arutleda küsimuste üle, mis ei puuduta ainult oma riiki, vaid Euroopat tervikuna. Valimiste kui üle-Euroopalise sündmuse seadmine keskpunkti loob eelduse, et kõikides liikmesmaades arutletaks just sarnaseid teemasid. 27 EL-i liikmesriigi teemadevalik näitab aga mõneti erinevat suundumust. Sarnaselt Eestiga domineerisid terves Euroopas EL-i teemadest valimised ja siseriikliku kampaaniaga seonduv. Kuigi erinevates riikides olid EL-i ja valimiste teemad sel perioodil vähemal või rohkemal määral nähtavad, siis võib öelda, et laiemat arutelu tekkeks kõige rohkem kajastust saanud teemad ei andnud. Seda eelkõige siseriiklike

kampaniate kajastuste rohkuse tõttu. Erinevate EL-i poliitikate (kaasasid ka inimestele lähedasemaid teemasid) või institutsionaalsete teemade varalt inimlähedasema või Euroopa Liidu olemuse üle diskuteeriva arutelu tekitamine üle Euroopa looks paremaid võimalusi. Antud teemasid kajastati aga teise- või kolmandajärgulisena. Positiivse ilminguna Euroopa avaliku sfääri tekke või laienemise eeldusena võib tuua erinevate riikide teemade kajastuse, mille järgi ei eristunud kindlaid riikide gruppe. Sarnased teemadevalikud ilmnisid väga erinevates Euroopa osades paiknevates riikides, mistõttu on täidetud vähemalt üks Euroopa avaliku sfääri olemasolu tingimus – samade teemade arutelu samal ajal.

Kodanike kaasamise olulisuse toob välja ka Trenz (2005), nimetades seda üheks eelduseks, et muuta Euroopa avalikku sfääri nähtavamaks. Avalikkus, mis on kaasatud poliitilisse kommunikatsiooni, saab seeläbi kujundada oma arvamused ja seisukohad Euroopa integratsioonist, mistõttu kujundab see ka valijate eelistusi ning võib mõjutada osalust valimistel. Samas leiab ta, et valimised, kus kodanikud saavad hääletamise kaudu sekkuda otsustusprotsessidesse, on ebapiisavad. Näiteks toob ta 1999. aasta Europarlamendi valimised, mille kampaania keskendus kohalikul poliitmaastikul domineerivatele kandidaatidele ja Eurovalimistest sai pigem riiklik sündmus. Samasugused järeldused kehtivad ka järgnevate valimiste kampaniate kohta. Antud juhul näitavad valimised, et inimesi huvitavad eelkõige kohalikud ja riikliku tähtsusega teemad, mitte aga niivõrd Euroopas toimuv. Kui vaadata Europarlamendi valimistest osavõttu, siis ilmneb samuti, et alates esimestest valimistest (1979. aastal) on osalusprotsent kogu aeg langenud. Sellest võib järeldada, et Europarlamendi valimised võiksid ideaalis olla Euroopa avaliku sfääri väljendumise ja avaldumise näide, kuid 2009. aasta kajastuse põhjal seda väita ei saa. Ühelt poolt võib seda takistada kodanike endi huvi puudumine, teisalt aga meedia ja ajakirjanduse teemadevalik, mis keskendubki vaid teatud teemadele ning jätab ülejäänud kõrvale.

Käesolev bakalaureusetöö teema vajaks kindlasti edasi uurimist, sest olemasoleva empiirilise materjali hulk on väga suur. Kuna antud bakalaureusetöö keskendub eelkõige Eesti kajastuse teemadele seoses Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega, siis võiks näiteks edasi uurida nende lokaliseerumist või euroopastumist või süveneda spetsiifilisemalt erinevate kanalite ja teemade kajastusse.

KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida Eesti meediakajastust Europarlamendi valimiste ja Euroopa Liiduga seotud teemade valikul ning tähtsust üldises uudistevoos. Lisaks võrrelda Eesti kajastust teiste riikidega just kajastuste temaatika osas. Oma töös otsisin vastust kolmele suuremale uurimisküsimusele: 1) Kui olulised on Europarlamendi valimiste ja Euroopa Liiduga seotud teemad ajalehtede ja teleuudistesaadete üldises uudistevoos 2) Millistele teemadele keskendub Eesti ajakirjandus seoses Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega ning 3) Millised teemad domineerisid teistes Euroopa Liidu riikides?

Selleks analüüsisin kolme nädala jooksul enne valimisi ilmunud Eesti suuremaid päevalehti ning teleuudiseid, mis kuulusid üle Euroopalise uurimisprojekti Piredeu *Media Content Analysis European Election Study 2009* valimisse koos teiste 27 liikmesriigi omadega.

Uurimistöö tulemustest selgus, et 2009. aasta Europarlamendi valimiste kajastamine oli Eesti ajalehtedes ja teleuudistes nähtaval kohal. Ilmunud lugude osakaal moodustas pea neljandiku kõikidest artiklitest ja uudislugudest, mis sellel perioodil ilmusid. Nähtavuse osas eristusid teleuudistest avalik-õiguslik ning erakanal, suurem kajastus oli Aktuaalses kaameras. Samas olid valdav osa valimiste või EL-i teemalistest lugudest lühikesed ning ajalises jaotuses puudus kajastuses kulminatsioonipunkt, kus oleks ilmunud märkimisväärselt rohkem artikleid või uudislugusid.

Eesti kajastuse teemade valik oli seotud valimiste kui sündmuse kajastamisega. Nii domineerisid teemade osas just siseriikliku kampaaniaga seotud lood, laiem arutelu Euroopa teemade üle oli tagasihoidlikum. Euroopa Liit esines teise või kõrvalteemana kõige sagedamini majandus- ja välispoliitiliste lugude kõrval.

Teistes EL-i liikmesriikides domineerisid sarnaselt Eestiga EL-i ja/või valimistega seotud teemade osas eelkõige valimiste ja -kampaaniaga seotud teemad. Sel perioodil olid Euroopas tervikuna tähtsal kohal majandusega seotud lood (k.a Eestis). Erinevalt Eestist omasid Euroopas mõnevõrra suuremat osakaalu erinevad institutsionaalsed teemad, mis käsitlesid nii EL-i olemust, institutsioonide pädevust, Lissaboni lepingu ümber toimuvat jms. Erinevalt 2004. aasta valimistest, ei eristunud kajastuse nähtavuse poolest uusi või vanu liikmesriike. Samuti ei

eristunud väga selgeid riikide gruppe sarnaste teemade osas. Teematika osas kujunesid välja neli suuremat gruppi, mille eristuvuse aluseks oli siseriikliku kampaania kajastuse osakaal. Eesti paigutus oma kajastusega teise, siseriikliku kampaania kajastusele keskendunud gruppi, kus oli veel palju teisi, erinevatesse Euroopa osadesse kuuluvaid riike.

Kuna antud bakalaureusetöö keskendub eelkõige Eesti kajastuse teemadele seoses Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega, siis edaspidine uurimine võiks käsitleda teemade lokaliseerumist või euroopastumist või süveneda spetsiifilisemalt erinevate kanalite ja teemade kajastus erinevustesse (avalik-õiguslik vs erakanal või tabloid vs kvaliteetleht).

SUMMARY

These Bachelor thesis titled *The European Parliamentary Elections Media Coverage: Estonia in international comparison* is a part of the pan-European overview (*Media Content Analysis European Election Study 2009*) of the campaign coverage based on a content analysis of three national newspapers and two television newscasts in the three weeks before the elections. To achieve the whole Estonian coverage one more Estonian newspaper Eesti Päevaleht is also included in this paper.

As the recent studies show the average support for the membership of the EU is higher than ever, however the level of attachment has fallen and citizens of the EU do not feel attached to EU. Media plays a crucial role to mediate the European dimension to the public, raise the awareness of EU's policies etc and gives an opportunity to create solidarity.

The aim of the thesis was to find out whether the main topics of Estonian coverage regarding European Union and European Parliamentary elections could strengthen or weaken the emergence of European public sphere. Also the visibility and importance in the overall news flow. In order to place Estonian coverage in the wider context the paper also compares different country coverages regarding EU topics.

The theoretical concept is giving an overview of the different theoretical approaches about the nature of the European public sphere and its emergence. It relies on two main convergences to the public sphere. One represented by Risse who believes the European public sphere can only be accomplished on transnational level. The other by Koopmans who believes the EPS appears when national public spheres transform Europeanized.

The study found out that the Estonian news coverage about European Parliamentary elections was visible, almost one fourth of all articles were about EU or EP elections. The difference appeared in television coverage where visibility was higher in public broadcasting than on commercial. While most of election or EU stories were short and during the overall coverage period in the quantity of stories there were no culmination point.

The choice of topics in Estonian coverage puts a reflecting emphasis on the elections as a newsworthy event. Dominated topics were about domestic campaign and a wider debate about European topics was more humble. Unlike in the AIM research the EU position in the news has changed a bit and it is more often the main topic of the news story, not just mentioned as a second and third topic or background. Yet the EU topics are still seen through domestic viewpoint and European dimension is secondary.

Alike in Estonia, in other European countries the topics related to EU and/or EP elections are primarily elections- and campaign- related topics. Unlike in 2004 elections the coverage visibility did show the difference between old and new member states. And it was not possible to distinguish certain country groups according to EU topics. On the basis of campaign coverage four groups were formed. Estonia, together with different other EU countries fitted into second one, which focused on campaign coverage and different European policies.

While these Bachelor thesis is only focusing on topics regarding EU and EP elections coverage the further investigation should deepen into comparison of different outlets and mediums to bring out the differences.

KASUTATUD KIRJANDUS

Adojaan, Allan (2005) *Euroopa Liit Eesti meedias: Infosisendi ja meediaväljundi võrdlus*.
Bakalaureusetöö, Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

AIM Research Consortium (ed.) (2007) Reporting and Managing European News. Final Report
of the Project., *Adequate Information Management in Europe* “ 2004-2007

De Vreese, Claes & Banducci, Susan A. & Semetko, Holli A. & Boomgaarden, Hajo G. (2006)
The News Coverage of the 2004 European Parliamentary Election Campaign in 25 Countries.
European Union Politics 2006, Vol. 7, No. 4

Eurobaromeeter 69. URL (kasutatud aprill 2010)

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb69/eb69_part1_en.pdf

Eurobaromeeter 68 URL (kasutatud aprill 2010)

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb68/eb_68_en.pdf

European Election Studies 2009 URL (kasutatud aprill 2010) www.piredeu.ee

Euroopa Komisjon (2006). Valge Raamat teabevahetuspoliitika kohta. URL (kasutatud aprill
2010) http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/et/com/2006/com2006_0035et01.pdf külastatud
16.01.2009

Euroopa Komisjon (2007). Communicate Europe in Partnership. URL (kasutatud aprill 2010)

http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom/pdf/COM2007_568_en.pdf

Fraser, Nancy (2005). Transnationalizing the Public Sphere. URL: www.republicart.net

Kantner, Cathleen (2003) Waiting for an European „Progressive Era“. The European Public and
Its Problems.

Koopmans, Ruud & Neidhardt Friedhelm & Pfetsch Barbara (2000). Conditions for the
Constitution of a European Public Sphere *Paper presented at the Euroconference Democracy
Beyond the Nation-State* Athens, 5-7 October 2000

Koopmans, Ruud (2004). The Transformation of Political Mobilization and Communication in European Public Spheres. *Integrated Report*.

Kalmus, Veronika (2008). *Meedia ja kommuniaktsiooni uurimismeetodid*. Loengukonspekt. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommuniaktsiooni instituut

Lass, Liisu (2010). "2009. Aasta Euroopa Parlamendi valimiste meediakajastus Eesti Päevalehes" Seminaritöö, Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

Lauristin, Marju (2007). The European Public Sphere and the Social Imaginary of the "New Europe." *European Journal of Communication*. Vol. 22, No. 4, pp 397-412

Maier, Matthias L & Risse, Thomas (2003b) Europeanization, collective identities and public discourses (IDNET). Final report

McCombs, Maxwell & Shaw, Donald L. & Weaver, David (1997) *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers

McQuail, Denis (2000). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

Pullerits, Evelin (2007). *Euroopa avalikkus ja euroinfo Eestis*. Magistritöö, Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

Risse, Thomas (2003a) An Emerging European Public Sphere? Theoretical Clarifications and Empirical Indicators. *Paper presented to the Annual Meeting of the European Union Studies Association (EUSA)*, Nashville TN, March 27-30, 2003

Risse, Thomas (2002) How Do We Know a European Public Sphere When We See One? Theoretical Clarifications and Empirical Indicators. *Prepared for the IDNET Workshop "Europeanization and the Public Sphere"*. European University Institute, Florence, February

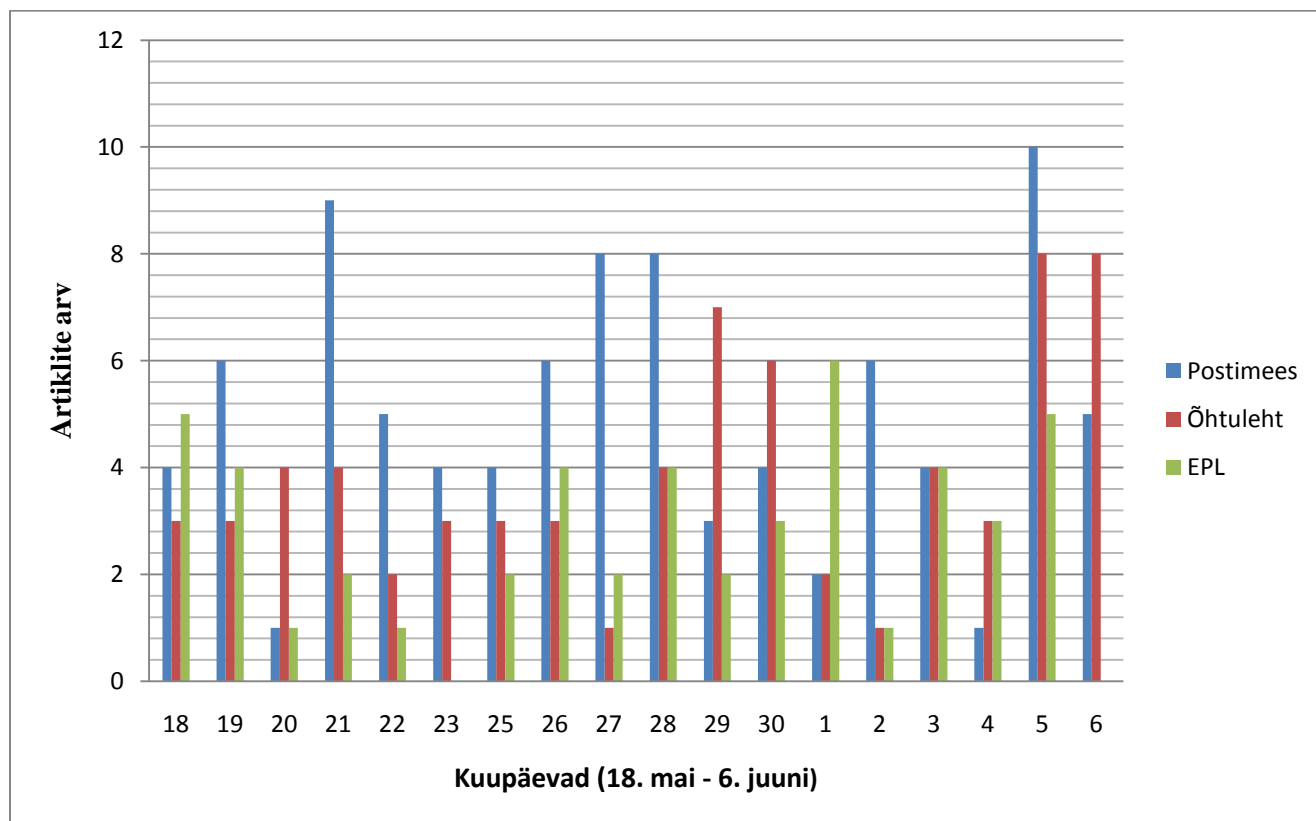
20-21, 2002

Trenz, Hans-Jörg (2005) The European Public Sphere: Contradictory Findings in a Diverse Research Field. <http://www.arena.uio.no/events/documents/TRENZFEB05.pdf>

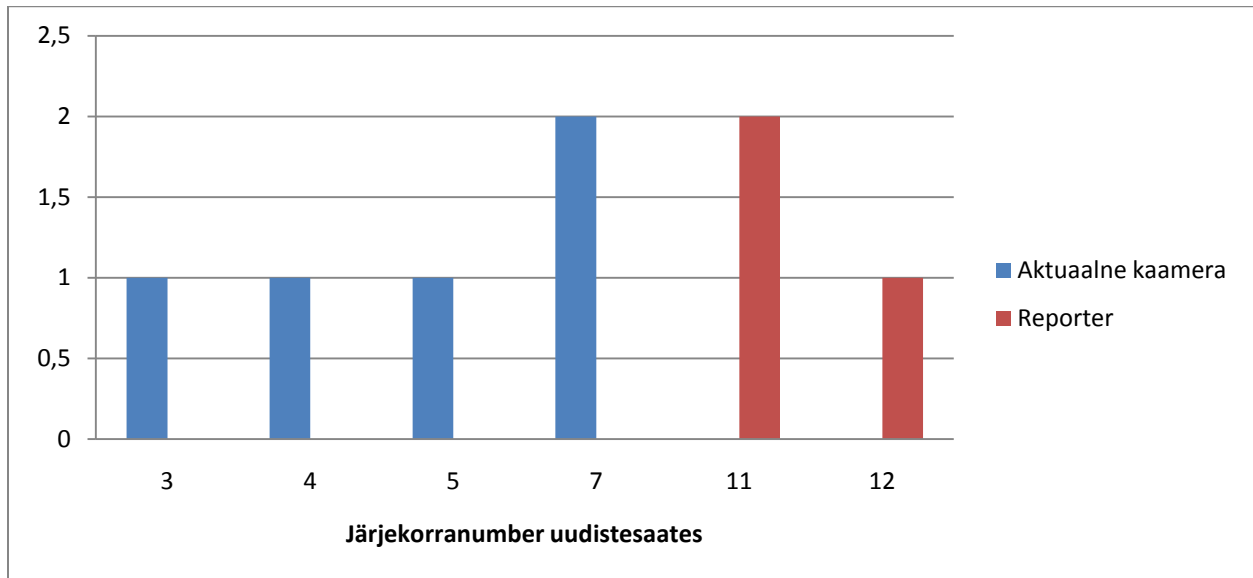
Veermäe, Ülle (2007). *Euroopa Liidu representatsioon kolmes Eesti ajalehes 2005 ja 2007*. Bakalaureusetöö, Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

LISAD

Lisa 1 - Euroopa Liidu ja/või Europarlamendi valimistega seotud artiklite arv erinevatel kuupäevadel



Lisa 2 - Europarlamendi valimiste teemaliste teleuudiste paiknemine uudistesaares



Lisa 3 – Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega seotud artiklite žanriline jaotus

Väljaanne	Uudis	Arvamus	Reportaaž	Juhtkiri	Portreelugu	Intervjuu	"Nupuke"	Pilt	Lugejakiri	Küsimus	Muu	Kokku
Eesti Ekspress	1		1	2	1	1	1					7
Postimees	50	11	1	12		2	11		2	1		90
Õhtuleht	32	12		6		3	11		2		3	69
Eesti Päevaleht	21	8	1	1		2	12	1	2		1	49
Kokku	104	31	3	21	1	8	35	1	6	1	4	215

Lisa 4 - Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimiste üksikteemade esinemissagedus (Eesti)

Teema	Sagedus	%
Europarlamendi valimised üldiselt	41	14%
Konkreetne EL-i teema puudub	41	14%
Europarlamendi valimiste kampaaniaga seonduv	37	13%
Hääletusest osavõtu ennustamine	18	6%
Liikmesriigi majanduslik olukord	14	5%
Hääletusprotseduurid, e-hääletus	13	5%
Euroopa Liidu eelarve	13	5%
Euroopa Liidu välispoliitika	12	4%
Muu Euroopa Liiduga seotud teema	10	4%
Avaliku arvamuse küsitlused	10	4%
Europarlamendi valimiste poliitilised tagajärjed/tulem	7	2%
Euroopa Liidu julgeoleku- ja kaitsepoliitika	5	2%
Euroopa tasemel poliitilised tegelased, persooniloo	5	2%
Euroopa Liidu tervishoiupoliitika	4	1%
Euroopa Liidu energiapoliitika	4	1%
Valimisnõuanne	4	1%
Europarlamendi võim ja kompetents	4	1%
Euroopa Liidu majanduspoliitika	3	1%
Euroopa kultuur, ajalugu, identiteet	3	1%
Euro, eurotsoon, euroreferendum liikmesriigis	3	1%
Kohaliku erakonna Euroopa Liiduga seotud programm	3	1%
Euroopa Liidu rahapoliitika	3	1%
Euroopa Liit ja meediapoliitika	2	1%
Poliitilised jõud Europarlamendis	2	1%
Europarlamendi valimiste meediakajastus	2	1%
Euroopa Kohus	2	1%
Europarlamendi valimistega seotud seadused, regulatsioonid	2	1%
Euroopa Liit ja siseturg (k.a 4 vabadust)	2	1%
Euroopa Liidu eesistujariik	2	1%
Euroopa Liidu põllumajanduspoliitika	2	1%
Euroopa parlamentaarne protsess	1	0%
Euroopa Liidu laienemine Türgi suunal	1	0%
Euroopa Liidu keskkonnapoliitika	1	0%
Euroopa Liidu konkurentsipoliitika	1	0%
Euroopa Liidu sisejulgeolek, juriidiline süsteem	1	0%
Euroopa Liidu laienemine Horvaatia suunal	1	0%
Euroopa Liidu immigratsioonipoliitika	1	0%
Euroopa Liidu teadus- ja uurimispoliitika	1	0%
Lissaboni lepingu läbirääkimised ja ratifitseerimine	1	0%

Euroopa Liidu tööhõivepoliitika	1	0%
Kokku	283	100%

Lisa 5 - Euroopa Liidu ja Europarlamendi valimistega seotud koondatud teemade esinemissagedus Eesti ajalehtedes ja teleuudistes

Teemad	Sagedus	%
EP valimiste kohaliku kampaaniaga seonduv	94	33%
Teised EL poliitikad	42	15%
EL-i teema puudub (EL-i lihtsalt mainitud)	41	14%
EP valimised kui sündmus	41	14%
EL majandus ja sellega seonduv	38	13%
EL süsteem, institutsioonid, regulatsioonid	17	6%
Muu EL-iga seotud teema	10	4%
Kokku	283	100%

Lisa 6 - Peateemad, mille kõrval esines Euroopa Liidu ja valimistega seotud teema Eesti ajalehtedes ja uudislugudes

Peateema	Sagedus	%
Majanduskriisi mõju liikmesriigile	14	13%
Välispoliitika üldiselt	8	7%
Majanduslik olukord	7	7%
Poliitiline võim/valitsus, valitsuse stabiilsus	7	7%
Välispoliitika Venemaa suunal	6	6%
Kohus, kohtuotsused	5	5%
"kollased" lood	5	5%
Riiklikud, kohalikud valimised	4	4%
Palgad, sissetulekud	4	4%
Siseriiklik poliitiline korrupsioon	3	3%
Töötus	3	3%
Tehnoloogia ja infrastruktuur	3	3%
Euro mõju majandusele	3	3%
Riigivõlg	2	2%
Riiklik põllumajanduspoliitika	2	2%
Maksud	2	2%
Õnnetused	2	2%
Välispoliitika Ida-Euroopa riikide suunal, kes ei kuulu EL-i	2	2%
Riiklik julgeolek	2	2%
Muu teema	2	2%
Võimude/valitsuse efektiivsus	2	2%
Demokraatia, rahva võim	2	2%
Ametiühingud	1	1%
Tervishoid	1	1%
Riiklik energiapoliitika	1	1%
NATO, sõjaline koostöö	1	1%
Äri	1	1%
Keskkond	1	1%
Majanduse planeerimine	1	1%
Rahu	1	1%
Riiklik transpordipoliitika	1	1%
Lastehoolekanne	1	1%
Riiklik tööhõivepoliitika	1	1%
Välispoliitika Ida-Euroopa riikide suunal, kes on EL-I liikmes	1	1%
Muu valimistega seotud teema	1	1%
Kultuur	1	1%

Krimi	1	1%
Pensionid	1	1%
Heaolu riik	1	1%
Kokku	107	100%

Lisa 7 - Teemad, kus on mainitud EL-i, selle institutsioone, poliitikaid vms, kuid puudub konkreetne EL-i või EP valimistega seotud teema (V21=99) (Eesti)

Üldine teema	Sagedus	%
Muu teema	6	15%
Õnnetused	6	15%
Poliitilise võimu/valitsuse stabiilsus	4	10%
Riiklikud või kohalikud valimised	3	7%
"kollased" teemad	3	7%
Rahvuslik energiapoliitika	2	5%
Välispoliitika Venemaa suhtes	2	5%
Palgad	1	2%
Vabadus ja inimõigused	1	2%
Riiklik tervishoiu poliitika	1	2%
Kodanikuõigused/vabadused	1	2%
Töötus	1	2%
Globaliseerumine	1	2%
Ülemaailmse majanduskriisi mõjud riigile	1	2%
Majanduslikud tingimused	1	2%
Ametiühingud	1	2%
Välispoliitika Ida-Euroopa riikide suhtes, mis ei ole EL-I liikmed	1	2%
Rahvuslik julgeolek ja katse	1	2%
Välispoliitika üldiselt	1	2%
Demokraatia, inimeste suveräänsus	1	2%
Euroopa integratsioon	1	2%
Poliitilise võimu/valitsuse efektiivsus	1	2%
Kokku	41	100%

Lisa 8 - Euroopa Liiduga seotud koondatud temade esinemissagedus EL-i liikmesriikides (1)

*Tabelis ei kajastu EL-i teema (v21a), kus puudus konkreetne Euroopa Liiduga seotud teema

*kollane- sageduselt 1. kohal

roheline – sageduselt 2. kohal

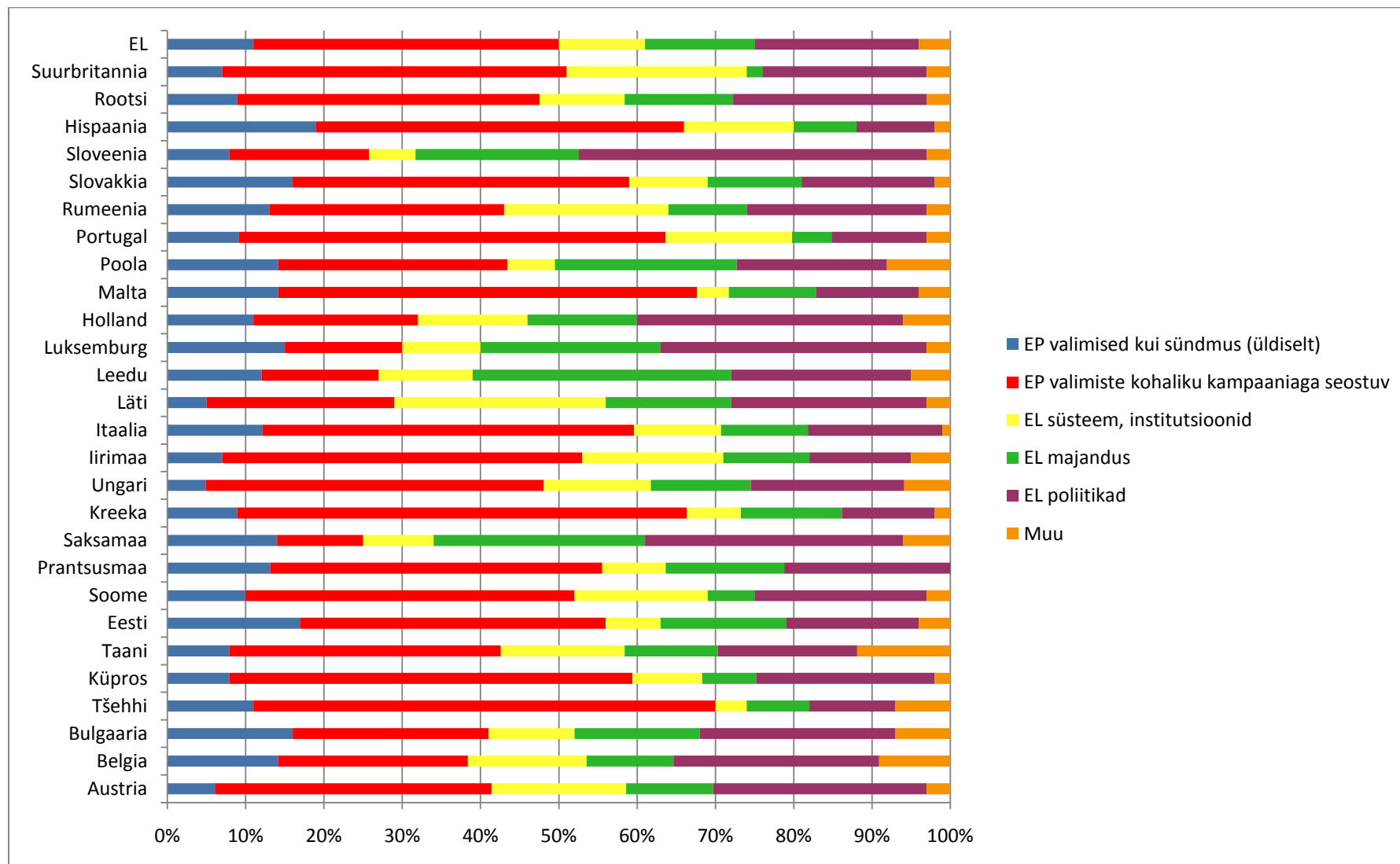
sinine – sageduselt 3. kohal

	EP valimised kui sündmus (üldiselt)	%	EP valimiste kohaliku kampaaniaga seonduv	%	EL süsteem, institutsioonid, regulatsioonid	%	EL majandus	%	EL teised poliitikad	%	Muu EL-iga seotud teema	%	Kokku
Austria	30	6	275	35	137	17	89	11	213	27	22	3	786
Belgia	101	14	176	24	112	15	83	11	190	26	68	9	730
Bulgaaria	136	16	218	25	95	11	139	16	214	25	59	7	861
Tšehhi	8	11	44	59	3	4	6	8	8	11	5	7	74
Küpros	109	8	714	52	119	9	93	7	319	23	22	2	1376
Taani	29	8	119	35	55	16	40	12	61	18	40	12	344
Eesti	94	17	42	39	41	7	38	16	17	17	10	4	242
Soome	34	10	151	42	59	17	22	6	79	22	11	3	356
Prantsusmaa	93	13	309	42	60	8	112	15	153	21	1	0	728
Saksamaa	86	14	67	11	58	9	173	27	213	33	40	6	637
Kreeka	150	9	1015	58	119	7	227	13	201	12	33	2	1745
Ungari	23	5	216	44	67	14	63	13	97	20	29	6	495
Iirimaa	27	7	192	46	76	18	44	11	54	13	21	5	414
Itaalia	18	12	70	47	17	11	17	11	26	17	1	1	149
Läti	22	5	113	24	125	27	75	16	114	25	16	3	465
Leedu	22	12	28	15	23	12	61	33	42	23	9	5	185

Luksemburg	93	15	95	15	62	10	140	23	212	34	18	3	620
Holland	51	11	100	21	64	14	68	14	159	34	27	6	469
Malta	164	14	645	53	50	4	136	11	159	13	52	4	1206
Poola	116	14	245	29	53	6	194	23	163	19	65	8	836
Portugal	61	9	353	54	108	16	36	5	79	12	20	3	657
Rumeenia	30	13	68	30	48	21	24	10	52	23	7	3	229
Slovakkia	59	16	161	43	36	10	46	12	63	17	7	2	372
Sloveenia	57	8	137	18	44	6	155	21	336	45	23	3	752
Hispaania	184	19	460	47	141	14	80	8	95	10	24	2	984
Rootsi	55	9	240	39	65	11	85	14	151	25	20	3	616
Suurbritannia	19	7	117	44	62	23	5	2	57	21	7	3	267
EL	1837	11	6416	39	1875	11	2251	14	3552	21	657	4	16588

Lisa 9 - Euroopa Liiduga seotud koondatud teemade esinemissagedus EL-i liikmesriikides (2)

*Graafikul ei kajastu EL-i teema (v21a), kus puudus konkreetne Euroopa Liiduga seotud teema



Lisa 10 - Kodeerimisjuhend.

Kodeerimise kategooriad

V1 Järjekorranumber

V2a Kuupäev (päev)

V2b Kuupäev (kuu)

V3 Lehekülje number

V4 Väljaanne/telekanal

2331001 – Eesti Ekspress

2331002 – Postimees

2331003 – Õhtuleht

2331004 – Eesti Päevaleht

2332001 – ETV („Aktuaalne kaamera“)

2332002 – Kanal2 („Reporter“)

Ainult ajalehtede puhul:

NP2 Kas kuulub lehe esimesse sektsiooni (leheküljed 2-3, Päevalehes arvamuskülj)

1- ei

2 - jah

NP3 Artikli žanr

- 1 – uudislugu
- 2 – kolumn/arvamuslugu
- 3 – reportaaž/taustalugu
- 4 – juhtkiri
- 5 – portreelugu
- 6 – intervjuu
- 7 – „nupuke“
- 8 – pealkiri („karjuv pealkiri“ ainult nt esilehel)
- 9 – dokumentatsioon
- 10 – pilt/graafik/kaart (uudislugu koosneb ainult sellest, sisaldades ka pildiallkirja)
- 11 – lugejakirjad
- 12 – küsimused ajalehele (nt küsimus-vastus rubriigis)
- 13 – muu

NP4 Pildid, graafikud, kaardid jt visuaalsed illustratsioonid (kui palju arvuliselt?)

NP5 Artikli pikkus (koos fotode, graafikute jms). Jätkuartiklite puhul arvestada kokku

- 1 – kuni $\frac{1}{4}$ leheküljest
- 2 – kuni $\frac{1}{2}$ leheküljest
- 3 – kuni $\frac{3}{4}$ leheküljest
- 4 – rohkem kui $\frac{3}{4}$ lehekülge

NP7 Kas artikkel algab lehekülje ülemises või alumises pooles?

1 – lehekülje ülemises pooles

2 – lehekülje alumises pooles

Ainult teleuudistele:

TV1 Teleuudiste pikkus (sekundites)

TV2 Teleuudise number uudistesaares (loo paiknemine terves uudistesaares)

Nii ajalehed kui televisioon

V5a Põhiteema (teemade leht – Lisa 11.)

V5b 1. alateema (puudumisel jääb tühjaks)

V5c 2. alateema (puudumisel jääb tühjaks)

Filter:

V13 Euroopa Liidu ja/või selle institutsioonide, poliitikate või Euroopa Parlamendi valimiste ja/või kampaania mainimine.

*Või sünonüümide nagu Brüssel (mõeldakse EL-i), Euroopa (mõeldakse EL-i), EL-i liikmesriigid. Euroopa Liidu institutsioonid hõlmavad ka näiteks Euroopa Keskpanga

1 - ei

2 – jah

V21a-f Euroopa Liidu spetsiifilised teemad. Kuni viis teemat nende artiklis ilmumise järjekorras (EL-i teemaleht Lisa 12.)

Filter

V46 Euroopa Parlamendi valimiste ja/või kampaania mainimine (vähemalt korra)

1 – ei

2 – jah

Lisa 11 – Artiklite ja uudislugude peateemad

List of Topics (V5a)

- 01 European Integration
- 02 Environment
- 03 Globalization
- 04 Economic Conditions
- 05 Immigration
- 06 Interest Rates
- 07 Health Care
- 08 Climate Change
- 09 Foreign policy in general, relations between states or (international) political organisations
- 10 Foreign policy towards Eastern European countries that are now members of the EU
- 11 Foreign policy towards Eastern European countries that are not members of the EU
- 12 Foreign Policy towards Russia
- 13 Foreign Policy towards United States of America
- 14 Defence and national security of national government
- 15 Imperialism: : references to exerting influence (political, military or commercial) over other states controlling other countries as if they were part of an empire, mentions of de/colonization; references to self-government and independence for colonies; references to the imperial behaviour of the [country] or other countries.
- 16 Military in general (code this if you cannot use specific codes)
- 17 Military expenditure
- 18 Armed forces (modernization, structure, military strength)
- 19 NATO, Military treaties obligations, Military cooperation
- 20 Peace (code this if you cannot use specific codes)
- 21 Peace negotiations
- 22 Peace keeping missions/troops
- 23 Freedom and Human Rights (code this if you cannot use specific codes)
- 24 Civil rights, Civil liberties, Rights in general
- 25 Equality before Law
- 26 Democracy (code this if you cannot use specific codes)
- 27 Democracy, sovereignty of the people
- 28 Division of power among branches of government
- 29 Separation of church and state
- 30 Rule of Law
- 31 Democratic role of political parties
- 32 Democratic role of the media
- 33 Constitutionalism (code this if you cannot use specific codes)
- 34 Discussion about national constitution
- 35 Decentralization (code this if you cannot use specific codes)
- 36 Federalism, Devolution, Regional Autonomy
- 37 Executive and Administrative Efficiency; Efficient government and administration.
- 38 Political Corruption (code this if you cannot use specific codes)

- 39 EU political corruption, fraud, scandals EU-level politicians or institutions, including regulations and anti-corruption measures (not Abuse of EU funds by member states)
- 40 National Political corruption (political parties, politicians, abuse of national funds, etc., including regulations and anti-corruption measures)
- 41 Political Authority: Strong Government, Government Stability
- 42 Financing the EC/EU: National contributions to finance the EC/EU (from member states)
- 43 Competences of the European Commission (Powers of the European Commission)
- 44 Competences of the European Council/Council of Ministers (Powers of the European Council/Council of Ministers)
- 45 Voting procedures in the (European) Council
- 46 Competences of the European Court of Justice (references to the powers of the European Court of Justice)
- 47 Competences of Other EC/EU Institutions (References to the Powers of other EC/EU Institutions)
- 48 European Central Bank
- 49 Membership in the EU of East European countries currently not in the EU
- 50 Membership in the EU of Balkan countries currently not in the EU
- 51 Economic structure/policies/goals/conditions (code this if you cannot use specific codes)
- 52 Free enterprise capitalism
- 53 Private property rights
- 54 Government intervention/control over the economy (prices , wages rents)
- 55 Social Ownership
- 56 Publicly-Owned Industry
- 57 Economic Planning (of long-term economic planning, create of such a plan by authorities.)
- 58 EC/EU Structural Fund (EU funds for underdeveloped regions/areas)
- 59 Government Ownership, nationalisation in general (land. Banks, etc)
- 60 Privatisation (of government owned business or industry)
- 61 Corporatism (involvement of collaborations of employees and trade unions in the economic planning)
- 62 National policy on monopolies, Trusts, consumer and small businesses protection
- 63 Incentives (references to tax and wage policies, financial incentives to start enterprises or stimulate investment)
- 64 Productivity (references to economic growth, the need to increase/facilitate production)
- 65 Technology and Infrastructure (modernization, development of industry, methods of transport, communication, research)
- 66 National energy policy
- 67 National transportation policy
- 68 National media and ICT policy
- 69 Protectionism (as opposed to international cooperation, methods to protect national markets, economic growth)
- 70 Anti-Growth Economy (references to alternative economic planning e.g Green Politics)
- 71 Creating Jobs (specifically)
- 72 Labour Migration
- 73 Single Market/Common market
- 74 Inflation

- 75 Unemployment
- 76 National employment policies
- 77 Stock market and its developments (shares, bonds, AEX, DAX, Dow Jones etc.)
- 78 Business (companies, banks, industry, mergers, manufacturing,)
- 79 Bankruptcy of business, companies, banks (specifically)
- 80 Debt (public debt of a state, a community etc.)
- 81 Taxes
- 82 Trade (international trade), trade deficits
- 83 Wages and Earnings
- 84 Effect of Euro on the Economy
- 85 Effects of financial crisis on domestic/ EU/ global economy (e.g. competitiveness, demand and supply, consumption, business climate) *(If the topic is about the effects of the financial crisis on the DOMESTIC economy, make sure to the code "1" for V6a1!)*
- 86 Environmental Protection
- 87 National environmental policy
- 88 Culture (code this if you cannot use specific codes)
- 89 National cultural policy (subsidies for theatre's, movies, music etc.; the export of own culture, language etc.
- 90 Social Justice
- 91 Welfare State (code this if you cannot use specific codes)
- 92 Pensions
- 93 Nursing Services
- 94 National health care policy
- 95 Social Housing
- 96 Child Care
- 97 Education (code this if you cannot use specific codes)
- 98 National Education Policy
- 99 Multiculturalism (cultural diversity, cultural plurality)
- 100 Law and Order (code this if you cannot use specific codes)
- 101 Fight against terrorism
- 102 National Crime prevention policy(ies)
- 103 Courts, trials, court decisions
- 104 National Way of Life (reference to patriotism/nationalism, support/opposition for established national ideas and/or values
- 105 National Immigration policy
- 106 Cyprus Issue
- 107 Labour Groups (references to trade unions, unemployed, employees)
- 108 Agriculture and Farmers (code this if you cannot use specific codes)
- 109 National Agricultural policy
- 110 Underprivileged Minority Groups (code this if you cannot use specific codes)
- 111 Handicapped (policies aimed at, treatment)
- 112 Homosexuals
- 113 Gay marriage
- 114 Ethnic Minorities
- 115 Non-economic Demographic Groups (code this if you cannot use specific codes)
- 116 Women (policies aimed at, treatment)

- 117 Abortion
- 118 Old People (policies aimed at, treatment)
- 119 Young People (policies aimed at, treatment)
- 120 Linguistic Groups (policies aimed at, treatment)
- 121 National language policies
- 122 European Elections: European Elections in general
- 123 European Elections: profiles of candidates, politicians, parties; their images and strategic positions
- 124 European Elections: Electioneering, campaigning (strategy, style, finance, fundraising, events, media appearances, endorsements, targeting of electoral groups, political marketing, publicity, advertising)
- 125 Media coverage of the campaign
- 126 European elections: Voters, public opinion, polls, (anticipated) electoral success
- 127 European Election: Voter turnout (e.g. expectations) (only if EU elections)
- 128 European Elections: list of party positions on issues (a “manifesto story“)
- 129 European Elections: Voting procedures (e.g. electronic voting machines, foreign votes)
- 130 European Elections: Election laws, rules, regulations
- 131 European Elections: (Formal, public) debates (as an event) between parties, politicians
- 132 Political consequences of EP election outcome (e.g. for national-level politicians, parties)
- 133 EU-level politicians’ personality (e.g., candidate MEP’s personal character, background, leadership qualities)
- 134 Vote advice for European Elections
- 135 Other EU election-related topics
- 136 National, regional, local elections in EU Countries
- 137 National elections in non-EU Countries
- 138 Other topic related to elections
- 139 Accidents
- 140 Crime story
- 141 Culture (arts, films/movies, theatre, music, media)
- 142 Human interest (soft news: about prominent persons, celebrities, anniversaries, weddings, animals, strange/funny events, etc.)
- 143 (Natural) disasters (earthquakes, floods)
- 144 Religion
- 145 Sports
- 146 Weather Report/ Forecast
- 147 Any other topic

Lisa 12 – Euroopa Liiduga seotud teemad

List of EU-Specific Topics (V21a)

- 01 European Elections in general
- 02 Electioneering, campaigning (strategy, style, finance, fundraising, events, media appearances, endorsements, targeting of electoral groups, political marketing, publicity, advertising) (*not* Election laws, see code 07) (*only* if EU elections)
- 03 Media coverage of the campaign (*only* if EU elections)
- 04 Voters, public opinion, polls, (anticipated) electoral success (*only* if EU elections)
- 05 Voter turnout (e.g. expectations) (*only* if EU elections)
- 06 Voting procedures (e.g. electronic voting machines, foreign votes) (*only* if EU elections)
- 07 Election laws, rules, regulations (*only* in context of EU elections)
- 08 European Parliamentary processes (e.g. distribution of power, legislative procedures)
- 09 EU policy profile of national political parties (e.g. party manifesto on EU integration issues) (*only* in context of EU elections)
- 10 Political party groups/alliances in European Parliament (e.g. political party group profile, internal affairs, conflict, organization, internal elections)
- 11 European Commission reshuffle (e.g. resignations, appointments)
- 12 EU-level politicians' personal features (e.g., candidate MEPs' personality, personal character, background, leadership qualities)
- 13 EU political corruption, fraud, scandals EU-level politicians or institutions (*not* Abuse of EU funds by member states, see code 29)
- 14 Political consequences of EP election outcome (e.g. for national-level politicians, parties)
- 15 Vote advice (*only* in context of EU elections)

- 16 EU political system, reforming EU-institutions and decision making (e.g. *contents* of Lisbon Treaty, (former) European Constitution(al Treaty), qualified majority voting, right to veto, power hierarchy of EU institutions, etc.)
- 17 EU's democratic deficit (e.g. distance or 'gap' between the EU and its citizens or the responsiveness of the EU towards its citizens, citizens feeling not represented or understood by the EU)
- 18 Power/competences of the European Parliament
- 19 Lisbon Treaty negotiation and ratification process (via national parliaments or referendums)
- 20 EU referendums (in general or as an instrument of direct democracy at the EU level)

- 21 EU presidency of member state
- 22 Financial contribution to EU of member state(s)

- 23 Subsidiarity and sovereignty, delegation and transference of decision making power national capitals and Brussels
- 24 Enlargement (negotiations, criteria, pros and cons) of EU with Turkey
- 25 Enlargement (negotiations, criteria, pros and cons) of EU with Croatia
- 26 Enlargement (negotiations, criteria, pros and cons) of EU with Iceland

- 27 Enlargement (negotiations, criteria, pros and cons) of EU with other (potential) candidate member state
- 28 EU budget, EU spending in general
- 29 EU monetary policy, Stability and Growth Pact (e.g. breaches of the Pact)
- 30 Abuse of EU funds by member states
- 31 The euro: currency rate, inflation
- 32 The euro: euro-zone, introduction of the euro in member state (incl. referendum on the euro)
- 33 European Central Bank, euro interest rates
- 34 Stock market and its developments, financial markets (shares, bonds, AEX, DAX, Dow Jones, etc.) (EU-wide)
- 35 State of the EU economy, current situation and outlook, growth, shrinkage, effects of financial crisis on domestic economy (e.g. competitiveness, demand and supply, consumption, business climate) (*not* national economy)
- 36 EU economic policy (*not* national economic policy), stimulus packages (*not* EU monetary policy, see code 28)
- 37 EU domestic security, justice (judicial system) and anti-crime policy
- 38 European Court of Justice (e.g. court cases)
- 39 EU immigration policy, external borders, asylum (e.g. EU border protection)
- 40 EU internal borders policy (e.g. Schengen agreement)
- 41 EU internal market policy (e.g. freedom of movement, persons, goods, services within EU, including EU-wide financial regulation)
- 42 EU foreign affairs and defence policy (EU army, EU peacekeeping missions)
- 43 EU external relations and European neighbourhood policy (e.g., EU-Russia relations, EU-US relations, EU-China relations, EU conflict with external party)
- 44 EU trade policy (e.g. EU tariffs and import quotas towards non-member states)
- 45 EU development and humanitarian aid policy
- 46 EU agricultural policy (e.g. subsidies for farmers, food safety, genetically modified food)
- 47 EU budget for agriculture in general
- 48 EU maritime affairs and fisheries policy
- 49 EU consumer protection policy (non-food products and services)
- 50 EU employment policy (e.g. wage policies, social affairs)
- 51 EU competition policy (incl. investigations into state aid, mergers, take-overs, fixed prices, carving up of markets)
- 52 EU energy policy (e.g. securing energy supply, EU contracts with Gazprom and other suppliers)
- 53 EU science and research policy
- 54 EU environmental policy
- 55 EU transportation policy
- 56 EU regional policy
- 57 EU health care policy
- 58 EU education policy
- 59 EU media and ICT policy
- 60 EU cultural policy
- 61 European culture, history, identity
- 62 Other EU-specific topic

99 Not applicable (not a single EU-specific topic discernable)