

Tartu Ülikool  
Sotsiaalteaduskond  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

EESTI, SAKSA JA BRITI KVALITEETLEHTEDE  
GEOGRAAFILINE HORISONT 2004-2005

Bakalaureusetöö

Deniss Rutšëikov

Töö juhendajad:  
Professor Peeter Vihalemm  
Magister Mart Raudsaar

Tartu  
2005

# Sisukord

<b>Sissejuhatus .....</b>	<b>2</b>
<b>1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad.....</b>	<b>3</b>
1.1. Kujutluskaardid ja rahvusvaheline sotsiaalne ruum .....	3
1.2. Meedia maailmapildi kujundajana.....	5
1.3. Välisuudised ajalehtedes.....	7
1.3.1. Kriitika meedia kui välisuudiste esitaja suhtes .....	7
1.3.2. Välisuudistes domineerivad tendentsid.....	8
1.4. Rahvusvahelise sotsiaalse ruumi uuringud Eestis.....	10
1.4.1. Sotsiaalse läheduse indeksid .....	10
1.4.2. Eesti ajalehtede välisuudiste uuringud.....	12
1.5. Euroopa Liidu ühine sotsiaalne ruum ja meedia selle kujundajana.....	15
1.5.1. Euroopa Liidu ühise sotsiaalse ruumi probleem.....	15
1.5.2. Avalik arvamus Euroopa Liidu kohta.....	16
1.5.3. Euroopa Liit Eesti, Suurbritannia ja Saksamaa meedias .....	18
1.6. Uurimusküsimused ja hüpoteesid .....	19
<b>2. Uurimismaterjal ja meetodika.....</b>	<b>22</b>
2.1. Vaatlusalused ajalehed.....	22
2.2. Uurimismeetod ja valim.....	22
2.3. Kategooriate süsteem ja kodeerimisjuhend .....	24
<b>3. Uurimustulemused .....</b>	<b>27</b>
3.1. Rahvusvahelise fookusega lugude arv .....	27
3.2. Välislugude suurus.....	28
3.3. Välislugude modaalsus .....	29
3.4. Välislugude põhiteemad.....	31
3.5. Vaadeldud väljaannetes kõige sagedamini esinevad riigid.....	34
3.6. Välisriigid Postimehes enne ja pärast ühinemist Euroopa Liiduga .....	36
3.7. Euroopa riigid vaatlusalustes väljaannetes .....	38
3.8. Euroopa Liidu vanade ja uute liikmesriikide kajastamine .....	39
3.9. Suure ja väikeste Euroopa Liidu riikide kajastamine .....	40
3.10. Pilt maailmast vaadeldud väljaannetes .....	42
3.11. Tähelepanu erinevatele maailmaregioonidele.....	47
<b>4. Diskussioon ja järeldused.....</b>	<b>52</b>
4.1. Arutelu .....	52
4.2. Järeldused.....	54
<b>Kokkuvõte.....</b>	<b>57</b>
<b>Kasutatud kirjandus.....</b>	<b>59</b>
<b>Summary.....</b>	<b>63</b>
<b>Lisa 1. Maailmakaart Vana-Kreekast, 300. aasta e.Kr.....</b>	<b>65</b>
<b>Lisa 2. Maailmakaart Vana-Roomast, 25. aasta p.Kr.....</b>	<b>66</b>

## Sissejuhatus

Antud töö käsitleb meedia geograafilise horisondi mõistet ehk seda pilti maailmast, mida esitab meedia. Meedia geograafiline horisont mõjutab inimeste rahvusvahelise sotsiaalse ruumi formeerumist ehk iga inimese unikaalset pilti maailmast.

Uurimustöö autor määratleb meedia olulist rolli sotsialiseerimise protsessi ühe tähtsaima elemendina ning sellest tulenevalt inimeste kujutluskaardi kujundajana. Autor leiab meedia analüüsi olulisust ning võtab analüüsiks Eesti, Suurbritannia ja Saksamaa kvaliteetajalehed.

Töö sisaldab ülevaate sellest, kuidas on maailma kommunikatsiooniteaduses käsitletud meedia rolli inimeste rahvusvahelise sotsiaalse ruumi kujundajana ning kuidas on välisuudiseid uuritud ja mis tulemusteni on jõutud. Samuti on töös ülevaade Eesti elanike rahvusvahelise sotsiaalse ruumi uuringutest ning viited nendele järeldustele, milleni on jõudnud Eesti teadlased.

Töö fookuses on meedia geograafilise horisondi mõju Euroopa Liidu ühisele sotsiaalsele ruumile. Töö autor analüüsib neid seoseid, määratleb hetkeolukorda Eestis ja terves Euroopas ning teeb ülevaate kolme käsitletava riigi uuringutest antud valdkonnas.

Lähtudes teoreetikute kontseptsioonidest ning Eesti ja teiste riikide varasematest uuringutest püstitab käesoleva töö autor hüpoteese, millist kujutluspilti maailmast ja eraldi võetuna Euroopa Liidust võivad kujundada kvaliteetlehed eelpoolmainitud riikides.

Sellele järgneb Postimehe, Süddeutsche Zeitung'i ja The Times'i 2004-2005. aastatel avaldatud lugude analüüs, mis käsitlevad sündmusi välismaal. Töö tulemuste osa sisaldab ülevaate välislugudest kolmes väljaandes, neid kujuteldavaid maailmakaarte, mida kujundavad erinevad Euroopa kvaliteetlehed, Euroopa Liidu käsitlemise analüüsi meedias, samuti autoripoolseid seletusi ja hinnanguid nendele tulemustele.

# 1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

## 1.1. Kujutluskaardid ja rahvusvaheline sotsiaalne ruum

Igal inimesel on oma sotsiaalne ruum, milles ta elab. Inimesed, kellega ta suhtleb, teadmised, mida ta valdab, kohad, mida ta külastab, raamatud, mida ta loeb – see kõik ja palju muud konstrueerivad inimese unikaalset sotsiaalset ruumi.

Kahe inimese kujutluskaardid Tallinnast, kellest üks on Lasnamäel elav pensionär ja teine Kristiine linnaosas elav noor äriees, on tõenäoliselt väga erinevad. Pensionäri jaoks on oluline tema naabruskond (ta oskab nimetada kõiki tänavaid, mis on tema maja lähedal), tee, mis viib Keskturuni ja osaliselt kesklinn. Muud osad linnast on tema jaoks arvatavasti tumedad kohad. Äriees jaoks on oluline terve kesklinn, kus ta ühest kohast teise käes viibib suurema osa oma ajast (seega oskab ka öelda, kus paiknevad seal kõik olulised objektid), ja Kristiine linnaosa. Lasnamäest teab ta arvatavasti vähe.

Kui me nende inimeste teadmisi Tallinnast (tänavad, oluliste majade, parkide, kaupluste jms asukohad) arvestades joonistaksime kaks linna kaarti, on selge, et need kaardid erineksid oluliselt nii üks teisest kui ka Tallinna reaalsest kaardist.

“Määrav pole mitte objektiivne reaalsus (näiteks mäe kõrgus või tegelik temperatuur), vaid see, kuidas on seda tajutud. Me kõik elame pisut erinevates maailmades” (Haynes 1981: 1)

Gould & White (1974; 1986), kes töötasid välja kujutluskaartide (*mental maps*) mõistet, uurisid USA ja Suurbritannia inimeste kujutluskaarte nende regioonist või nende riigist tervikuna. Selgus, et riigi või regiooni ühe või teise koha tundus inimeste seas sõltus eelkõige kahest aspektist: 1) selle koha geograafilisest lähedusest inimestele, 2) infosignaali tugevusest, mida see koht saadab väljapoole. Nii näiteks olid suure rahvaarvuga USA osariigid hästi tuntud kõigile ameeriklastele erinevates

riigi kohtades – suurema rahvaarvuga osariigid on mõjukamad ja saadavad välja tugevama infosignaali (Gould & White 1974).

Erinevalt Tallinna kujutluskaardi näitest, kus inimeste teadmised baseeruvad enamasti vahetul kogemusel (inimene on seal käinud, seda näinud, seal midagi teinud jne.), põhinevad meie teadmised maailmast suures osas vahendatul kogemusel (mitte keegi ei ole käinud kogu maailmas, kõigis maailma riikides). Inimesed konstrueerivad oma rahvusvahelist sotsiaalset ruumi läbi infosignaalide, mis jõuavad nendeni välismaalt.

Antiikajal oli inimeste pilt maailmast hoopis teistsugune kui tänapäeval. See kajastub väga ilmekalt vana-kreeklaste või vana-roomlaste maailmakaartidel, kus Vahemereäärsed alad on kujutatud väga detailselt ja üsna täpselt, kuid mida kaugemad on mingid alad Kreekast või Roomast (mida nõrgemad olid sealt tulevad infosignaalid), seda ebatäpsem ja hajutatam on nende alade kujutamine kaardil (vt. lisa 1 ja lisa 2).

Juba 1970. aastal kirjutasid Galtung & Ruge, miks on inimeste rahvusvaheline sotsiaalne ruum (teiste sõnadega maailma representatsioon inimese peas) otsustava tähendusega. „Maailm koosneb tegijatest (*actor*) individuaalsel ja rahvusvahelisel tasemel, ja kuna see on aksiomaatiline, et tegevus põhineb tegija kujutuspildil tegelikkusest, põhineb ka rahvusvaheline tegevus kujutuspildil rahvusvahelisest tegelikkusest“ (Galtung&Ruge 1970: 260).

Teiste sõnadega baseeruvad kõik otsused, mida tehakse seoses teiste riikidega (alustades sellest, kas saata sõjaväge ühte või teise riiki, lõpetades sellega, kas minna puhkusele Egiptusesse või Nigeeriasse) otsustajate kujutuspiltidel nendest maadest. Esimeses näites on otsustajaks riigipea, teises näites aga puhkusele minna sooviv inimene.

Tänapäeval vaid üleilmastumisteooria kriitikud ei nõustu sellega, et nii makro- kui mikrotasandil sõltuvad riigid ja indiviidid teistest riikidest palju rohkem kui kunagi varem. Seetõttu on Galtungi & Ruge sõnad, mis pärinevad 1970. aastast, veelgi ajakohasemad: „Rahvusvahelises kogukonnas... on paikapidav vana sotsioloogiline väide, et „kõik on relevantne kõige muu jaoks““ (Galtung&Ruge 1970: 259).

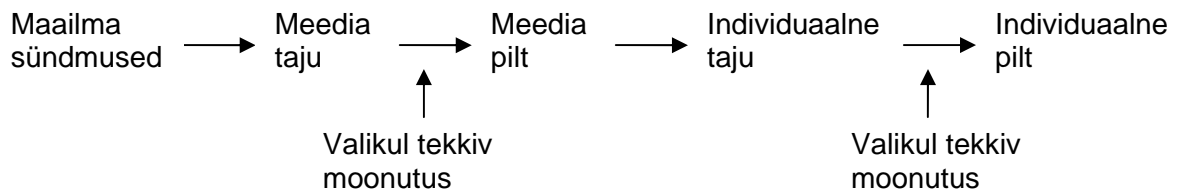
Seepärast on oluline teada, mismoodi kujuneb inimeste pilt maailmast, mis seda mõjutab ning mida see sisaldab. Tähtis on teadmine, kuidas infosignaalid, mida saadavad teised riigid, jõuavad meieni ja millised on need signaalid, mis meieni jõuavad.

## **1.2. Meedia maailmapildi kujundajana**

Meedia on üks olulisemaid infoallikaid, kust inimesed saavad teadmisi muu maailma kohta, teisisõnu üks tähtsamaid sotsialiseerijaid. Seega on meedia ka inimeste rahvusvahelise sotsiaalse ruumi üks olulisemaid mõjutajaid. McQuail (2003:58) kirjutas: „Me sõltume väga tugevasti meediast kui oma sümbolilisest keskkonnast, see määrab suures osas meie pildi maailmast isegi siis, kui me oleme võimelised kujundama omaenda reaalsuse versiooni.”

Mezzana (2002) uurides, kuidas kujuneb Lääne maade inimeste pilt Aafrikast, kirjutas, et „meedia üks peamistest rollidest on olla informatsiooni ressurss sellest tegelikkusest, mis ei ole inimestele otseselt kättesaadav“. Mezzana uurimus näitas, et rõhuv enamus Euroopa ja Põhja-Ameerika inimesi ei ole kunagi käinud Aafrikas ja nende teadmised ja hoiakud selle kontinendi suhtes on kujunenud peamiselt tänu meediale.

Kuid meedia poolt kujuteldav pilt maailmast on vaid teatud representatsioon tegelikkusest. Meedia (täpsemini inimesed, kes otsustavad, kas teatud uudis on väärt seda, et sellest saaks lugu) selekteerib sündmusi, mis toimuvad muus maailmas, ja annab meediatarbijale oma pildi maailmast. Meediatarbija omakorda ei võta informatsiooni vastu täpselt nii, nagu on esitatud meedias (loeb lugusid vaid valikuliselt, tema tähelepanu lugemise protsessis võib vahepeal hajuda jne.). Galtung & Ruge kujutavad seda protsessi sellise skeemina:



**Skeem 1.1. Uudiste kommuniqueerimise ahel (Galtung & Ruge 1970: 260)**

Antud uurimus keskendub esitatud skeemi esimesele poolele ehk sellele, mis pilti maailmast esitavad meediakanalid. Töö ei käsitle skeemi teist poolt ehk individuaalse taju mõju. Teisisõnu uurib töö vaid meedia poolt loodavat pilti, kuigi meediatarbija lõplik pilt maailmast on erinev meediakanali loodud pildist. Meedia poolt loodavat pilti maailmast nimetab autor edaspidi ka meedia geograafiliseks horisondiks.

Vihalemm (2004c) viitab Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna uurimusele, mis näitas erinevate kanalite tähtsust infoallikana, uudiste ja teadmiste hankimise vahendina 2002. aasta detsembri seisuga. Uurimus näitab, et üldiselt jäätavad erinevad meediakanalid kõiki teisi võimalikke infoallikaid tahapoole.

Vaadates statistikat konkreetsete meediakanalite kohta näeme, et eestlased peavad päevalehti teiseks oluliseks infoallikaks pärast ETV Aktuaalset Kaamerat – 56 protsenti eestlastest peavad päevalehti väga oluliseks vahendiks uudiste ja teadmiste hankimiseks (Vihalemm 2004c: 449-450).

Kõrgharidusega inimesed on reeglina sotsiaalselt aktiivseim kiht, kes otsustavad ühiskonna oluliste protsesside üle. Seetõttu on nende informatsiooni ja teadmiste allikad erilise tähtsusega. Kõrgharidusega eestlaste jaoks on päevalehed kõige olulisem vahend uudiste ja teadmiste hankimiseks – 67 protsenti pidasid päevalehti väga oluliseks infoallikaks (Vihalemm 2004c: 449-450).

Eurobaromeetri uurimused näitavad, et eurooplased saavad informatsiooni Euroopa Liidu kohta peamiselt meediast. 2004. aasta kevadel läbiviidud uuringu kohaselt oli Euroopa Liidu kodanike jaoks kõige olulisemaks infoallikaks televisioon (seda pidas tähtsaks 74 protsenti küsitletutest inimestest kõikides Euroopa Liidu liikmesriikides).

Teisel kohal on päevalehed, mida pidas tähtsaks 53 protsenti inimestest (Eurobaromeeter 2004a: 15).

Lähtuvalt nendest andmetest teeb töö autor järelduse, et kui on vajadus uurida inimeste rahvusvahelist ruumi mõjutavaid faktoreid, tasub uurida eelkõige meediat. Päevalehed on siinkohal üks olulisemaid infoallikaid nii Eesti inimeste kui ülejäänute eurooplaste jaoks. Järgneb detailsem meedia vaatlus rahvusvahelise sotsiaalse ruumi konstrueerijana.

### **1.3. Välisuudised ajalehtedes**

#### **1.3.1. Kriitika meedia kui välisuudiste esitaja suhtes**

Meediakriitikud, tunnistades meedia mõju inimeste tunnetusliku maailmakaardi kujundamisel, osutavad maailma sündmuste representatsiooni üleliigsele moonutamisele ajakirjanduse poolt.

Hachten (1994) kirjutab, et meedia eelistab esitada negatiivset, sest see köidab inimeste tähelepanu. Ta ütleb, et ajakirjanduses üle maailma domineerib „erandi ajakirjanduse“ („*journalism of exception*“) kool. „Teisisõnu sa ei edasta, et Pakistanis on kõik korras. Sa edastad seda, et seal toimus lennukatastroof“ (Hachten 1994: 143). Hachten järeldab, et selline lähenemine moonutab maailma reaalsust ja loob meediatarbijates valet arusaama teistest riikidest.

Galtung & Ruge (1970) oma klassikalises uurimuses Norra ajalehtede välisuudistest leidsid, et mida kaugem on riik geograafiliselt ja kultuuriliselt, seda ebatavalisem peab olema sündmus sealt maalt, et jõuda teise maa meediasse. „See... võib tekitada lugejates pilti nendest maadest kui kohtadest, kus asjad juhtuvad järsult ja kulgevad ootamatul viisil – teiste sõnadega ohtlikest ja täiesti erisugustest kohtadest“ (Galtung & Ruge 1970: 286).

Autoritaarsetes ja totalitaarsetes maailmariikides on meedia kas täielikult või osaliselt valitsuse mõju all. Seega esitab meedia nendes riikides välisuudiseid lähtudes

valitsuse välispoliitika prioriteetidest. Kuid Hachten (1994) kirjutab, et kuigi Lääne meediakanalid on suhteliselt iseseisvad, on neis siiski täheldav tendents esitada välisuudiseid lähtuvalt riigi välispoliitilisest agendast.

Uudiste valikut erinevates väljaannetes mõjutab ka nende peamine algallikas – rahvusvahelised infoagenduurid. Arenenud riigid, majanduslikud ja poliitilised keskused on uudistevõrguga paremini kaetud (McQuail 2003). Sealt on kergem uudiseid kätte saada. Seetõttu kajastatakse seal toimuvaid sündmusi rohkem.

Samuti on oluline pidada meeles, et „inglise keel on tänapäeval maailma uudiste keel“ (Hachten 1994: 109). Seetõttu on suurte pressiagentuuride mõju maailmas erakordselt suur. Uudised ja arvamused riikidest, kus ametlik keel on inglise keel (siinkohal peab Hachten silmas eelkõige USA ja Suurbritannia meediakanaleid), jõuavad lihtsamini väiksemate riikide meediasse, sest see keel on toimetajatele ja ajakirjanikele arusaadav.

Stevenson (1996) uuris, kuidas kajastatakse teatud sündmusi 45 maailma riigis, ning tegi sellise järelduse: „Meedia kaart on etnotsentristlik ja kitsas. See rõhutab naaberriike ja neid riike, kellega on meil tihedad majanduslikud, poliitilised ja kultuurilised sidemed; uudised on peamiselt poliitilised ja majanduslikud, uudiste edastajad on enamasti valitsuse esindajad.“

Stevenson (1996) teeb kriitilise hinnangu välisuudiste valikule meedias: „Üle maailma... sisaldavad need ühte või kahte halba sündmust – sõda Bosnias või Zaiiris, maavärin Jaapanis või metsatulekahjud Californias – ühte või kahte ennustatavat sündmust suurriikidest – presidendi valimised Ühendriikides, viimased direktiivid Euroopa Liidu peakorterist Brüsselis, marga ja jeeni valuutakursid – ja ühte või kahte *human interest* sündmust, mis ulatuvad veidratest meelelahutuslikeni – rekordiliselt palju mitmekordseid sünde, seks pandade vahel, kuueaastane, keda visati koolist välja klassikaaslase suudlemise pärast.“

### **1.3.2. Välisuudistes domineerivad tendentsid**

Galtung & Ruge (1970) esitasid hüpoteese, missugused sündmused jõuavad välisuudistesse ja kust maadest. Nad leidsid, et teise riigi geograafiline ja kultuuriline lähedus/kaugus uuritavast maast ning see, kas teise riigi sündmused on uuritava maa välisuudistes pigem negatiivsed või positiivsed, ei ole omavahelises seoses.

Samas leidsid Galtung & Ruge, et kaugetest maadest tulevate välislugude fookus on peamiselt poliitiline või majanduslik. Sotsiaalsed ja kultuurilised teemad on reeglina kõrvale jäetud. Uurijad seletavad seda asjaoluga, et kuna kauged maad ei ole kultuuriliselt lähedased, ei tundu nende riikide ühiskondlik ja kultuuriline elu olulisena.

Erinevate riikide meediakanalite välisuudiste põhjaliku uurimuse ja analüüsi viis läbi 1980. aastatel Stevensoni poolt juhitud uurijate meeskond. 17 erinevate maailmajagude riikide meedia analüüsi tulemusena leidsid uurijad, et rohkem tähelepanu on osutatud oma regioonile kui teistele maailmajagudele (Stevenson & Cole 1984). Nii kirjutas näiteks Venetsueela ajaleht palju rohkem teistest Ladina-Ameerika maadest kui ülejäänud maailma riikidest.

Rääkides kõige olulisematest teemadest välisuudistes, kirjutasid Stevenson & Cole (1984: 44): „Kõigis maades, regioonides, poliitilistes ja majanduslikes süsteemides tuleb üks järeldus ilmsiks: uudised on poliitika.“ Veerand kuni pool välisuudiseid erinevates maades käsitlevad kas teiste riikide sisepoliitilisi sündmusi või rahvusvahelisi suhteid. Teisel kohal on majandusuudised.

Stevenson & Gaddy (1984) leidsid, et kuigi arenevaid riike assotsieeritakse rohkem „halbade uudistega“ (uudised, kus räägitakse negatiivsetest sündmustest), ei ole see nii drastiline nagu väidavad paljud meediakriitikud. Pealegi kirjutavad autorid, et poliitiline ja ühiskondlik kord arenevates maades on ebastabiilsem, mis põhjustab seal rohkem sotsiaalseid ja poliitilisi kriise. Sama tulemuseni jõuab oma uurimuses ka Hachten (1994).

Campbell (1996) Stevensoni grupi uurimuse raames leidis, et vastupidiselt ootustele vaid umbes 25% välisuudistest räägivad negatiivsetest sündmustest. Enamik välisuudistest on kas positiivsed või neutraalsed.

Võttes kokku eelnimetatud uurijate tööde tulemusi paneb töö autor kirja kõige olulisemad punktid, mis võivad iseloomustada välisuudiseid erinevates riikides:

- Välisuudistes domineerivad sündmused mõju keskustest / suurriikidest;
- Välisuudistes domineerivad sündmused maa enda regioonist / maailmajaost;
- Välisuudistes domineerivad poliitilised ja majanduslikud sündmused;
- Välisuudised geograafiliselt ja poliitiliselt kaugematest riikidest ei käsitle sotsiaalset ja kultuurilist elu;
- Välisuudistes arenevatest riikidest on rohkem negatiivseid sündmusi, kuid mitte oluliselt;
- Välisuudiste üldine suund on pigem neutraalne kui negatiivne.

## **1.4. Rahvusvahelise sotsiaalse ruumi uuringud Eestis**

Kuigi käesolev uurimus käsitleb kolme erineva riigi kvaliteetlehtede geograafilist horisonti, on töö fookuses ikkagi Eesti ajalehe pilt maailmast. Saksamaa ja Suurbritannia ajalehed esinevad siinkohal võrdlusalusena. Seetõttu peab töö autor oluliseks rääkida lähemalt Eesti rahvusvahelisest sotsiaalsest ruumist ja varasematest sellealastest uuringutest

### **1.4.1. Sotsiaalse läheduse indeksid**

Stevensoni uurijate gruppi kuuluv Haynes, Jr. (1984) kirjutas, et välisuudistes domineerivad need riigid, millega uuritaval maal on poliitilised, majanduslikud ja kultuurilised sidemed. Erilist tähelepanu peaksid väärima „kultuurilised, lingvistilised ja geograafilised sidemed“ (Haynes Jr., 1984: 214).

Seetõttu enne kui hakata uurima välisuudiseid, on oluline välja selgitada, milline on riigi rahvusvaheline sotsiaalne ruum. Vihalemm (1997, 1999, 2004a), on uurinud Eesti sotsiaalset ruumi erinevatel aastatel. Selleks on ta välja töötanud teatud empiiriliste indikaatorite süsteemi. Ta on jaganud sotsiaalset ruumi majanduslikuks, poliitiliseks, individuaalseks ja kultuuriruumiks.

Uuringutest selgub, et majanduslikus ruumis domineerivad Põhjamaad (eelkõige Soome ja Rootsi), Venemaa roll on alates Eesti iseseisvuse saavutamisest pidevalt kahanenud. Saksamaa roll on, vastupidi, suurenenud. Balti naabrid ei mängi suurt rolli, kuid trend on Läti ja Leedu rolli suurenemise poole (vt. tabel 1.1).

Eesti kultuuriruumis on täheldav Saksamaa, USA, Soome, Venemaa, Prantsusmaa, Rootsi ja Suurbritannia mõju (vt. tabel 1.1). Huvitav, et Soome ja USA roll on viimaste aastatega vähenenud, Saksamaa ja Prantsusmaa mõju Eesti kultuuriruumis aga suurenenud.

**Tabel 1.1. Eesti jaoks oluliste maade pingerida sotsiaalse läheduse indeksi alusel 2002. aastal**

Majanduslike suhete tiheduse indeks (keskmine osalus väliskaubanduses ja välisinvesteeringutes, maks. 100%)		Kultuuriliste suhete tiheduse indeks (5 indikaatorit, maks. 50 punkti)		Isiklike kontaktide tiheduse indeks (6 indikaatorit, maks. 60 punkti)		Kokkuvõttev indeks Eesti sotsiaalsest ruumist (kokkuvõte majandus-, kultuuri- ja personaalse ruumi pingereast, maks. 30 punkti)	
1.Soome	23	1. Saksamaa	36	1.Soome	52	1.Soome	27
2.Rootsi	22	2.Venemaa	32	2.Venemaa	47	2.Saksamaa	26
3.Saksamaa	8	3.Prantsusmaa	28	3.Saksamaa	45	3.Venemaa	24
4.USA	4	4.Soome	27	4.Rootsi	36	4.Rootsi	23
5.Venemaa	4	5.USA	26	5.USA	29	5.USA	19
6.Holland	3	6.Rootsi	25	6.Läti	28	6.Läti	12
7.Läti	3	7.Suurbritannia	24	7.Suurbritannia	20	7.Suurbritannia	11
8.Suurbritannia	3	8.Läti	12	8.Leedu	16	8.Prantsusmaa	8

Allikad: Eesti Statistikaamet, Kultuuriministeerium, Eesti Rahvusraamatukogu, Estonian Telecom, Eesti Post, Tartu Ülikooli Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond (Vihalemm 2004a)

Individaalses ruumis (mis näitab isiklike kontaktide tihedust erinevate riikidega) domineerib selgelt Soome. Venemaa on tugeval teisel kohal. Järgnevad Saksamaa ja Rootsi (vt. tabel 1.1). Huvitav, et Soome ja Venemaa roll on pidevalt olnud väga suur. Samal ajal kui Rootsi, Läti ja Leedu on aastatega vähemtähtsaks jäänud, moodustavad

Saksamaa ja Suurbritannia olulisemat osa Eesti inimeste individuaalsest rahvusvahelisest ruumist, kui varem.

Vihalemm (2004a) järeldeb, et eestlaste üldises sotsiaalses ruumis domineerib selgelt Soome, kuid selle osatähtsus on aastate jooksul vähenenud. Saksamaa ja Suurbritannia on pidevalt mänginud üha suuremat rolli Eesti sotsiaalses ruumis. Põhjamaad üldiselt on see regioon, mis on Eesti jaoks kõige tähtsam majanduslikus, kultuurilises ja poliitilises ruumis – see on regioon, millega Eesti tahab ennast identifitseerida.

Teistsugust metoodikat uurimaks Eesti inimeste rahvusvahelist sotsiaalset ruumi kasutasid Eesti geograafiaüliõpilased ja -teadlased. Palang et al (1996) ning Liiber & Palang (1996) uurisid eesti kooliõpilaste kujutluskaarte Euroopast. Pedastsaar (2002) uuris Tartu üliõpilaste teadlikkust erinevate riikide ja kohtade paiknemisest maailmakaardil. Need uuringud näitasid, et mida tuntumad on teatud kohad Eesti inimeste jaoks, seda paremini oskavad nad neid kohti maailma- või Euroopa kaardile paigutada.

#### **1.4.2. Eesti ajalehtede välisuudiste uuringud**

Lauristin & Vihalemm (2005) viitavad Eesti Rahvusraamatukogu andmetele sellest, mis maadest on kirjutanud Eesti suurimad päevalehed (Postimees, Eesti Päevaleht, SL Õhtuleht ja nende eelkäijad). Selles uuringus on arvesse võetud pikemad lood, lühiuudised on välja jäetud. Selgub, et viimastel aastatel on liidriks tõusnud USA (vt. tabel 1.2). Samas näitab viimase aasta tendents, et USA suhteline osatähtsus on langemas ja Venemaa tõusmas. Nendele kahele suurriigile järgnevad selles pingereas Euroopa suurriigid, Põhjamaad ja Balti naabrid – Soome, Suurbritannia, Saksamaa, Rootsi, Läti, Prantsusmaa ja Leedu. Kahel viimasel aastal on ajalehtede tähelepanu keskpunktis olnud ka Iraak, mis on ilmselt seotud seal puhkenud rahvusvahelise militaarkonfliktiga, millest võtab osa ka Eesti.

**Tabel 1.2. Maad, millele kolmes juhtivas Eesti päevalehes osutati kõige enam tähelepanu 1993-2004**  
(maade järjestus 2004 andmete põhjal, % kõigist teiste maadega seonduvatest lugudest ja koht pingereas)

	1993-1994		1995-1997		1998-1999		2000-2001		2002-2003		2004	
	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht
USA	10.4	2.	12.6	2.	18.5	2.	25.4	1.	29.3	1.	17,1	1.
Venemaa	38.9	1.	29.8	1.	26.5	1.	21.7	2.	14.8	2.	15,6	2.
Soome	8.2	3.	11.8	3.	9.1	3.	9.1	3.	8.8	3.	8,4	3.
Iraak	?	?	?	?	?	?	0,7	25.	5,2	7.	7,1	4.
Saksamaa	7.1	4.	5.8	5.	8.1	4.	5.9	4.	5.7	5.	5,4	5.
Suurbritannia	2.8	8.	3.5	8.	5.0	7.	5.9	5.	7.4	4.	5,4	6.
Läti	4.7	6.	6.3	4.	6.4	5.	3.5	7.	4.1	9.	4,9	7.
Rootsi	5.6	5.	5.4	6.	5.7	6.	5.2	6.	5.3	6.	4,3	8.
Prantsusmaa	2.0	10.	2.9	9.	2.0	9.	3.1	8.	4.7	8.	3,6	9.
Leedu	3.6	7.	4.7	7.	3.4	8.	2.2	10.	2.4	11.	3,2	10.
Ukraina	1,8	13.	1,7	12.	1,3	12.	1,5	14.	0,9	19.	2,5	11.
Türgi	?	?	?	?	?	?	?	?	0,4	30.	2,3	12.
Itaalia	1.3	16.	1.4	14.	1.2	14.	2.1	11.	3.1	10.	2,2	13.
Hispaania	0.4	24.	0.5	24.	0.6	23.	1.2	18.	1.3	16.	1,7	14.
Taani	1.9	12.	2.0	10.	1.2	13.	1.6	13.	1.7	13.	1,5	15.
Norra	1.1	17.	1.7	13.	1.2	15.	1.7	12.	1.5	14.	1,5	15.
Holland	0,7	20.	0,8	20.	0,3	24.	1,0	20.	0,9	18.	1,3	17.
Kreeka	?	?	?	?	?	?	?	?	0,3	38.	1,2	18.
Iirimaa	?	?	?	?	?	?	?	?	0,6	25.	1,1	19.
Hiina	?	?	?	?	?	?	?	?	0,7	22.	1,1	20.
Iisrael	2,8	9.	0,9	18.	1,9	10.	1,6	9.	1,9	12.	1,0	21.
Poola	1,7	14.	1,9	11.	1,5	11.	1,3	16.	1,5	15.	0,9	22.
Gruusia	?	?	?	?	?	?	?	?	0,4	32.	0,9	23.
Ungari	1,9	11.	1,0	17.	0,8	18.	0,3	30.	0,4	27.	0,7	24.
Jaapan	1,3	15.	1,4	15.	1,1	16.	1,1	19.	1,1	17.	0,7	25.

Allikas: Eesti Rahvusraamatukogu, TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond (Lauristin & Vihalemm 2005)

Käesoleva uurimustöö autor võrdles oma seminaritöö raames Postimehe, tabloidleht SL Õhtulehe ja venekeelse ajalehe Molodjož Estonii välisuudiseid 2003-2004. aastatel (Rutšeikov 2004). Selgus, et tabloidleht kirjutas välismaailmast märkimisväärselt vähem kui kvaliteetleht ja kõige negatiivsema üldise suunitlusega. Uurimus näitas samuti, ei kõigi kolme päevalehe teemadest domineerib rahvusvaheline ja kodumaine poliitika. Palju kajastati uuritud perioodil ka n-ö negatiivseid valdkondi: rahvusvahelised konfliktid, kuritegevus, katastroofid ja loodusõnnetused ning terrorism ja poliitiline vägivald. Tabloidleht kirjutab rohkem meelelahutusest seoses välismaaga, esitades samas üldiselt kitsamat temaderingi kui kvaliteetlehed.

Kolme väljaande välislugudes esinesid uuritud perioodil kõige rohkem kaks riiki: USA ja Venemaa. Nendele järgnesid Euroopa suurriigid, Põhjamaad, Baltimaad ja rahvusvaheliste konfliktide paigad. SL Õhtuleht kirjutas vaid teatud üksikutest maadest. Kvaliteetajalehtede puhul oli pilt maailmast oluliselt kirjum. Suur erinevus eesti- ja venekeelsete ajalehtede vahel on see, et Molodjož Estonii kirjutas tunduvalt rohkem Venemaast ja teistest Baltimaadest, eestikeelsed lehed kirjutasid samas palju rohkem Põhjamaadest.

Maailm tervikuna nägi kõigis kolmes väljaandes niiviisi, et Ladin-Ameerika ja Aafrika ning suur osa Aasiast ei leidnud kas üldse või leidsid vaid väikest kajastatust. USA, Euroopa ja eriti Eesti lähinaabrite ning Suurbritannia osatähtsus oli aga ebaproportsionaalselt suur.

Käesolevas uurimuses on mitmeid võrdlusi eelpool mainitud tööga selles osas, mis puudutab Postimeest. Uuritud perioodide vahel on täpselt üks aasta, selle aja jooksul liitus Eesti Euroopa Liiduga. Peatükis 3.6 on välja toodud analüüsi tulemused, kas see sündmus on kuidagi mõjutanud Postimehe poolt edastatavat pilti maailmast.

Kase (2005) uuris Postimehe poliitilist, majanduslikku ja kultuurilist ruumi 2004-2005. aastatel. Ta leidis, et lehe majanduslikus ruumis domineerib Euroopa, kusjuures peamiselt Lääne-Euroopa. Poliitilises ruumis ei domineeri Euroopa nii tugevalt, samuti on Lääne- ja Ida-Euroopa osakaalud sarnased. Kultuurilises ruumis on Lääne-Euroopa domineerimine ülekaalukas.

Vare (1999) kirjutas suurimate Eesti päevalehtede esikülgedest ja võrdles neid Saksamaa kvaliteetlehega Die Welt. Selles, mis puutub välisuudistesse, erines tollane Sõnumileht (SL Õhtulehe eelkäija) Postimehest kriminaal- ja õnnetusjuhtumite laialdasema käsitlemise poolest. Kõik Eesti päevalehed erinesid Saksamaa Die Welt'ist selle poolest, et käsitlesid välisuudistes rohkem õnnetusjuhtumeid, katastroofe vms., mitte niivõrd suuri protsesse.

## **1.5. Euroopa Liidu ühine sotsiaalne ruum ja meedia selle kujundajana**

Kuna antud uurimuse fookuses on Euroopa Liidu kajastamine kolme riigi kvaliteetlehes, peab töö autor vajalikuks käsitleda eraldi peatükis Euroopa Liidu temaatikat.

### **1.5.1. Euroopa Liidu ühise sotsiaalse ruumi probleem**

Algselt oli Euroopa Liit peaaugjalikult majanduslik riikide ühendus. 1980.-1990. aastatel hakkas Euroopa Liit mängima üha olulisemat rolli liikmesriikide poliitikas. Uuel sajandil räägitakse rohkem kui kunagi varem ühisest Euroopast laiemas mõistes. Teisisõnu on lisaks Euroopa ühisele majanduslikule ja poliitilisele ruumile tekkimas ka ühine sotsiaalne ruum, mida võib teatud piirangutega nimetada ka ühiseks avalikuks ruumiks.

Oluline on siinkohal rõhutada, et Euroopa ühist avalikku ruumi ei saa tõenäoliselt samastada Habermasi avaliku sfääri mõistega. Habermas (2001) on rääkinud rahvusriigi avalikust sfäärist. Euroopa Liidu eesmärgiks ei ole aga rahvusriigi absoluutne asendamine. Seetõttu me räägime siin ja edaspidi Euroopa ühisest sotsiaalsest ruumist, mis on kitsam kui avaliku sfääri kontseptsioon.

Koopmans et al (2000) kirjutavad, et Euroopa ühise sotsiaalse ruumi tekkeks on vaja eelkõige kahe olulise teguri koosmõju. Esiteks on oluline tugeva Euroopa identiteedi

olemasolu eurooplastel. See tagab kodanike huvi Euroopa ühiste küsimuste ja teiste liikmesriikide jaoks tähtsate küsimuste suhtes. Teiseks on autorite arvates oluline Euroopa Liidu nähtavus, läbipaistvus tema kodanike jaoks. Et viimast saavutada, on vajalik, et erinevatel Euroopa huvigrupidel, NGO-del, Euroopa poliitikutel ja otsustajatel oleks huvi avalikkuse vastu ja nad selgitaksid avalikkusele oma positsioone, käitumist ja otsuseid. See peaks toimuma eelkõige massimeedia kaudu.

Koopmans & Erbe (2003) räägivad kommunikatsioonist kui tegurist, mis võib aidata luua Euroopa ühist sotsiaalset ruumi. Nad nimetavad seda „euroopastumiseks” („*Europeanization*”). Selleks on vaja kommunikatsiooni efektiivset funktsioneerimist kolmel tasandil. Esiteks ülerahvuslik kommunikatsioon, kus Euroopa taseme institutsioonid ja grupid suhtlevad omavahel Euroopa teemadel. Teiseks vertikaalne „euroopastumine”, kus on tihedad sidemed rahvusliku ja Euroopa tasandite vahel. Kolmandaks horisontaalne „euroopastumine”, kus on kommunikatiivsed sidemed erinevate liikmesriikide vahel. Viimase tasandi kõige olulisem vorm on teistes liikmesriikides toimuvate debattide ja rahvusliku agenda kajastamine rahvuslikus meedias.

Uurimuse autor teeb järelduse, et Euroopa ühine sotsiaalne ruum saab tekkida vaid efektiivse kommunikatsiooni abil. Kõige tähtsamat rolli siinjuures peaks mängima massimeedia. See järeldus põhjendab Euroopa riikide meedia analüüsi olulisust lähtuvalt sellest aspektist, mismoodi kajastatakse erinevates maades teiste liikmeriikide teemasid.

### **1.5.2. Avalik arvamus Euroopa Liidu kohta**

Selles peatükis toob uurimuse autor välja statistilisi andmeid, mis näitavad eurooplaste teadlikkust Euroopa Liidust ja huvi selle vastu. Need andmed pärinevad Eurobaromeetrite küsitlustest, mida tellib Euroopa Komisjon. Andmete väljatoomisel paneb autor erilist rõhku Eestile ja võrdleb Eesti elanike seisukohti ja arvamusi Euroopa Liidu keskmisega.

2004. aasta kevadel, vahetult enne liitumist Euroopa Liiduga hindas 34 protsenti Eesti elanikest oma teadmisi Euroopa Liidu kohta väga nõrgaks. Euroopa Liidu keskmine protsent on 33. Neid inimesi, kes hindasid oma teadmisi Euroopa Liidu kohta headeks, oli kõigest 12 protsenti. Euroopa Liidu keskmine oli samal ajal 16 protsenti (Eurobaromeeter 2004a: 12).

Küsitluse käigus kontrolliti ka inimeste tegelikke teadmisi Euroopa Liidu kohta esitades neile teatud väiteid, mille seas olid mõned õiged ja mõned valed väited. Selgus, et Eesti elanike puhul koguneb ühe esitatud väite kohta keskmiselt 37,5 protsenti õigeid vastuseid. Euroopa Liidu keskmine on 41 protsenti (Eurobaromeeter 2004a: 14). Üks huvitav tulemus on ka see, et Eesti elanike hulgas on koguni 47 protsenti neid inimesi, kes ei mõista, kuidas Euroopa Liit funktsioneerib (Eurobaromeeter 2004a: 23).

Viimast tulemust illustreerib hästi teine Eurobaromeetri uuring, kust selgub, et 2004. aasta sügise seisuga ei osanud Eesti elanikest ühenduse kolme kaalukama institutsiooni, Euroopa Parlamendi, Euroopa Komisjoni ja Euroopa Liidu Ministrite Nõukogu usaldamise suhtes seisukohta võtta vastavalt 22, 28 ning 35 protsenti küsitletutest. Üldine keskmine Euroopa Liidus on 26 protsenti kõigi kolme institutsiooni suhtes (Eurobaromeeter 2004b: 18-19).

Sama uuringu andmed näitavad ilmekalt ka inimeste huvitatust ühenduse vastu. Koguni 51 protsendil küsitletutest Eesti elanikest oleks ükskõik sellest, kui neile teatataks homme Euroopa Liidu lagunemisest. Üldine keskmine ükskõiksete arv on Euroopas 43 protsenti (Eurobaromeeter 2004b: 15).

Samal ajal väitis 2004. aasta kevadel vaid 11 protsenti Eesti elanikkonnast, et nad pole huvitatud informatsioonist Euroopa Liidu kohta (Eurobaromeeter 2004a: 15). See näitaja on samal tasemel Euroopa Liidu keskmisega.

Nagu näha, on Euroopa Liidu alase teadlikkuse ja huvitatuse tase Eestis üsna madal. Mõlemas uuringus prognoositakse aga, et lähitulevikus, kui mööduvad mõned aastad Eesti liitumisest Euroopa Liiduga, muutuvad need andmed ja nii Eesti elanike teadlikkus kui huvitatus Euroopa Liidust kasvab. Võimalik, et antud uurimustöö

valmimise ajaks (mai 2005. aasta) on mõningased muutused juba toimunud. Kuid samas on näha, et Eesti avaliku arvamuse näitajad Euroopa Liidu kohta ei erine väga oluliselt ühenduse keskmistest näitajatest. Ehk teisisõnu on madal teadlikkuse ja huvitatuse tase üldine Euroopa probleem.

### **1.5.3. Euroopa Liit Eesti, Suurbritannia ja Saksamaa meedias**

Antud töö uurib kolme riigi kvaliteetlehtede välisuudiseid – Eesti, Saksamaa ja Suurbritannia. Selline riikide valik on käesoleva töö autori arvates õigustatud Euroopa Liidu ühise sotsiaalse ruumi uurimuse kontekstis. Iga riik esindab teatud kategooriat ühenduse liikmesriigist. Eesti on väike uus liikmesriik. Saksamaa on suur ühenduse asutajariik. Suurbritannia on suur, kuid traditsiooniliselt skeptilisel positsioonil olev riik „Euroopa ühise projekti” suhtes.

See peatükk käsitleb igas riigis tehtud uuringuid Euroopa Liidu kajastamise kohta.

Lisaks peatükis 1.4.2. väljatoodud töödele on Eestis tehtud ka eraldi uuring Euroopa Liidu kajastamise kohta. Adojaan et al (2005) analüüsisid Euroopa Liidu teemalist kajastust 2005. aasta märtsi ühe nädala raames Postimehes, ETVs ja BNSis. Nad leidsid, et Euroopa Liidu temade kajastus oli sel nädalal Eesti meedias tagasihoidlik ja nende seostamine Eestiga nõrk. Euroopa Liidust tulevad uudised on kodumaiste uudiste taustal märkamatud ja tunduvad olevat ebaolulised.

Suurbritannias on tehtud vähemalt kaks laialdast uuringut Euroopa Liidu kajastamisest riigi meedias. Mahwah (2003), kes viis läbi uuringu kaheksas Euroopa riigis 1999. ja 2000. aastatel, leidis, et Suurbritannia käsitles kaheksast riigist kõige vähem teisi Euroopa Liidu riike. Anderson & Weymouth (1999) tegid uuringu Euroopa Liidu kajastamisest Suurbritannia meedias 1997. aasta rahvuslike valimiste eel ja 1998. aastal, kui Suurbritannia oli Euroopa Liidu eesistujamaa. Autorid leidsid, et suuresti domineerib riigi pressis negatiivne hoiak Euroopa Liidu suhtes. Anderson & Weymouth seletavad neid tulemusi eelkõige kahe asjaoluga: esiteks mõjutab Suurbritannia füüsiline eraldatus, teiseks inglise keele domineerimine Euroopas –

brittidel ei ole motivatsiooni teisi Euroopa keeli õppida ja seekaudu ka üldiste Euroopa probleemide vastu huvi tunda.

Saksamaal on samuti viimastel aastatel tehtud vähemalt kaks suurt uuringut Euroopa Liidu kajastamise kohta riigi meedias. Eilders & Voltmer (2003) leidsid, et 2002. aastal paistsid Saksamaa päevalehtedes Euroopa Liidu teemad kui osa hallist alast võrreldes kodumaiste ja päevakajaliste välisuudiste teemadega. Scherer & Vesper (2004) jõudsid natuke optimistlikumate tulemusteni uurides Euroopa Liidu kajastust Saksa pressis viimasel kümnel aastal. Nad leidsid, et kahes Saksamaa kvaliteetlehes – Süddeutsche Zeitung ja Frankfurter Allgemeine Zeitung – kirjutatakse võrreldes 1990. aastate keskpaigaga Euroopa Liidu teemadest rohkem ja Euroopa Liidu kajastatus on aastast aastasse aeglaselt kasvanud. Kuid tendents on näidanud ka seda, et kasvab põhiliselt Prantsusmaa ja Suurbritannia kajastatus, samal ajal kui Kesk- ja Ida-Euroopa maadest kirjutavad Saksamaa ajalehed jätkuvalt väga vähe.

Nagu on näha, on kõigis kolmes riigis erinevate autorite arvates Euroopa Liidu kajastus vähene ja ebapiisav, mis võib mõjutada nende riikide kodanike suhtumist ühenduse ideesse ja takistada Euroopa ühise sotsiaalse ruumi teket.

## **1.6. Uurimusküsimused ja hüpoteesid**

Vihalemm (1997, 1999, 2004a) on põhjalikult uurinud Eesti inimeste rahvusvahelist sotsiaalset ruumi. On uuritud eesti päevalehtede välisuudiste sisu ning võrreldud neid välismaiste ajalehtedega (Seiman 1998; Vare 1999). On uuritud välislugude põhjal formeeruvat Eesti ajalehtede geograafilist horisonti (Rutšeikov 2004; Kase 2004). Kuid puudub teadmine, milline on Eesti ajalehtede geograafiline horisont võrreldes teiste maade väljaannetega ja sellest tulenevalt Eesti inimeste võimalik rahvusvaheline sotsiaalne ruum võrdlevas perspektiivis teiste riikidega.

Eriti oluliseks muutub see küsimus ühtse Euroopa tingimustes, kui Eesti inimesed ei ole enam ainult Eesti, vaid ka Euroopa Liidu kodanikud. Sotsiaalteadlasi peaks huvitama küsimus, mis pildi ülejäänud Euroopast ja laiemalt võttes muust maailmast

saab Eesti meediatarbija võrreldes inimestega mujal Euroopas. Saades vastuse sellele küsimusele, on võimalik arutada ka selle üle, kas see pilt on piisav, kas Eesti inimesed on võimelised selle informatsiooni põhjal tegema olulisi valikuid, mis on seotud Euroopa ühise ruumiga.

Selle uurimustöö abil peaks saama välja selgitada, mismoodi erineb Postimehe välislugude üldine skeem (välislugude arv numbri kohta, modaalsus, käsitletavat teemad ja valdkonnad) Suurbritannia ja Saksamaa ajalehtede omadest. Arusaamine erinevatest välislugude skeemidest aitab vastata peamisele uurimusküsimusele: mismoodi erineb kolme väljaande geograafiline horisont?

Vastus sellele küsimusele aitab välja selgitada, mis riikidele ja mis regioonidele pööravad erinevad väljaanded kõige rohkem tähelepanu ja mis valdkondadega seostatakse neid riike ja regioone. Töö fookuses on Euroopa Liit, seega töö üks olulisi uurimusküsimusi on see, millisena esinevad Euroopa ja Euroopa Liidu riigid kolmes väljaandes: kuivõrd palju kirjutatakse nendest võrreldes muude riikide ja regioonidega ja kui kirjutatakse, siis mis riikidest täpsemalt. Samuti üritab autor välja selgitada Euroopa Liidu kontekstis oluliseks muutunud ühelt poolt uute ja vanade ning teiselt poolt suurte ja väikeste liikmesriikide kajastamist.

Võrreldes Postimehe geograafilist horisonti aastataguse uurimuse tulemustega (Rutšeikov 2004), saab teada, kas liitumine Euroopa Liiduga on ajalehe maailmakäsitlust muutnud.

Põhinedes välisuudiste uurijate arusaamadele (vt. peatükk 1.3.), Eesti rahvusvahelise ruumi ja ajalehtede uurijate tulemustele (vt. peatükk 1.4.) ning Euroopa Liidu kajastuse uuringutele kolmest riigist (vt. peatükk 1.5.), püstitab autor järgmised tööhüpoteesid:

- 1) Kõigi väljaannete välisuudised on pigem negatiivsed kui positiivsed, ülekaalus on neutraalsed välisuudised;
- 2) Kõigis väljaannetes on välislugude peamiseks teemaks poliitika, sellele järgneb majandus;

- 3) Euroopa Liidu vanades liikmesriikides kajastatakse uusi liikmesriike võrdlemisi vähe. Uues liikmesriigis on vanade ja uute liikmesriikide kajastamine tasakaalustatud;
- 4) Euroopa Liidu riikide seas tulevad kõigis väljaannetes esile suured mõjukamad riigid ja konkreetsete riikide naabrid;
- 5) Euroopa Liidu käsitus tervikuna on kõigis väljaannetes mitmekülgsem kui teiste regioonide kajastamine;
- 6) Peale Euroopa tulevad esile Põhja-Ameerika (eelkõige USA), Lähis-Ida ja teatud määral Aasia;
- 7) Väljaannete lõikes kirjutab kõige rohkem Euroopa Liidust Saksa ajaleht ja võrdlemisi kõige vähem Briti ajaleht;
- 8) Võrreldes eelmise aastaga on Euroopa Liidu käsitus Postimehes muutunud mitmekülgsemaks: leht kirjutab rohkematest riikidest ja teemadest.

## **2. Uurimismaterjal ja metoodika**

### **2.1. Vaatlusalused ajalehed**

Antud töö analüüsib kolme riigi kvaliteetajalehti, mis on ühtlasi vastavate riikide ühed suuremad ja mõjukamad väljaanded – Eestis Postimees, Suurbritannias The Times ja Saksamaal Süddeutsche Zeitung.

Kõik need lehed ilmuvad kuus korda nädalas, esmaspäevast laupäevani, seega on see hea alus võrdlemiseks. Kõigis kolmes ajalehes on eraldi välisuudiste rubriik. Oluline on aga märkida, et välislugude arv on nendes ajalehtedes erinev. See tuleneb väljaannete üldisest mahust – Süddeutsche Zeitung on kolmest ajalehest kõige mahukam, Postimehes on umbes kaks-kolm korda vähem lugusid kui kahes teises lehes. Seega tuleb ajalehti erinevate kategooriate lõikes võrrelda pigem protsentuaalselt kui arvuliselt.

### **2.2. Uurimismeetod ja valim**

Uurimisel kasutas autor näitena Stevensoni (1984, 1996) poolt väljatöötatud meetodit. Uurimismeetodiks oli kontentanalüüs, kus analüüsiühikuks oli lugu. Kodeerimisse läksid lood kõikidest leherubriikidest (v.a. spordirubriik, kuna tegemist on spetsiifilise eluvaldkonnaga, mis võiks oluliselt mõjutada uurimustulemusi), „milles on selge rahvusvaheline element“ (Stevenson 1996). Teisisõnu need on lood, mis käsitlevad sündmusi välismaal või välismaiste sündmuste ja isikute seost Eestiga. Nii näiteks lugu, mis käsitleb Leedu peaministri visiiti Eestisse, läks kodeerimisse.

Kodeerimisel on kasutatud ainult lehtede põhiosasid, jättes kõrvale ajalehelisad (näiteks Postimehe Arter või Süddeutsche Zeitung The New York Times News), samuti ka spordi- ja kuulutusteleheküljed.

Lood, kus välisriiki mainiti vaid lühidalt, et läinud kodeerimisse. Näiteks lugu sisemajandusest, kus lõpus on üks lause valuuta positsioonist välisturgudel, ei olnud uuringu seisukohalt oluline.

Põhilised raskused tekkisid lugude valimi kodeerimisega. Näiteks kas lugu, mis räägib Michael Jacksoni suhtest ühe prantslannaga, peab pälvima meie tähelepanu? Autori arvates läheb selline lugu küll kodeerimisse, sest esitab lugejale välisriiki (antud juhul USA-d) teatud küljest – USA pop-kultuur. Samuti läks kodeerimisse näiteks kurioosumilugu, mis räägib hiiglaslikust pandast Austraalias, sest ka see esitab lugejale välisriiki teatud küljest – nimelt Austraalia loomamaailmast.

Samas näiteks majanduslugu, mis räägib Nokia kontserni majanduslikest tulemustest, või Honda uuest automudelist, ei läinud kodeerimisse. Need lood ei seostanud Nokiat Soomega ja Hondat Jaapaniga. Kontserni päritoluriik ei olnud loo seisukohalt oluline, seega eeldab töö autor, et maa ei olnud oluline ka lugeja jaoks.

Valimis on kasutatud Stevensoni põhimõtet võtta üks järjest nädal ja kaks nädalat, mis on koostatud poole aasta peale laiali jaotatud päevadest (*composite week*). Selline valim on käesoleva uurimustöö autori arvates optimaalne, sest ühelt poolt on tagatud järjepidevuse nõue (autor eeldab, et enamik lugejaid loeb ajalehte iga päev), teiselt poolt saab niiviisi vältida seda ohtu, et igasse nädalasse satub mingi üks oluline sündmus välismaalt, mida kajastatakse igas numbris ja see hakkab oluliselt mõjutama analüüsitulemusi. Samas kajastub selles uurimuses suhteliselt pikk periood (juuli 2004.a. kuni veebruar 2005.a.).

Täisnädalaks sai valitud 2005. aasta veebruari esimene täisnädal (7.-12. veebruar). Koostatud nädala päevad said valitud 2004. aasta teisest poolaastast, kasutades iga kuu esimese ja kolmanda nädala järjest nädalapäevi (juuli esimese nädala esmaspäev, juuli kolmanda nädala teisipäev, augusti esimese nädala kolmapäev, augusti kolmanda nädala neljapäev ja nii edasi kuni laupäevani ja siis otsast peale). Seega kokkuvõttes said kodeeritud järgmise 18 päeva lehed:

5. juuli 2004, esmaspäev<sup>1</sup>  
20. juuli 2004, teisipäev  
4. august 2004, kolmapäev  
19. august 2004, neljapäev  
10. september 2004, reede  
25. september 2004, laupäev  
4. oktoober 2004, esmaspäev  
19. oktoober 2004, teisipäev  
3. november 2004, kolmapäev  
18. november 2004, neljapäev<sup>1</sup>  
3. detsember 2004, reede  
18. detsember 2004, laupäev  
7. veebruar 2005, esmaspäev  
8. veebruar 2005, teisipäev  
9. veebruar 2005, kolmapäev  
10. veebruar 2005, neljapäev  
11. veebruar 2005, reede  
12. veebruar 2005, laupäev

### **2.3. Kategooriate süsteem ja kodeerimisjuhend**

Kodeerimiskategooriad töötas autor välja Stevensoni (1984, 1996) uurimuse põhjal, tuues sisse põhjalikud muudatused. Antud uurimuse puhul kasutati järgmised kodeerimiskategooriad:

Loo üldised andmed: loo number (lood nummerdatakse alates numbrist üks järjest), väljaanne, kus lugu avaldati (Postimees, The Times või Süddeutsche Zeitung), kuupäev ja loo lühendatud pealkiri.

---

<sup>1</sup> Tartu Ülikooli Raamatukogus, kust said võetud kodeerimise jaoks vajalikud ajalehed, puudusid Süddeutsche Zeitungi 5. juuli ja 18. novembri numbrid. Need said asendatud vastavatele kuupäevadele kõige lähemal olemasolevate numbritega – vastavalt 6. juuli ja 27. november.

Loo suurus (külje suurim lugu, keskmine lugu, veerunupp). Külje suurim lugu tähendab ka külje juhtivat lugu - lugu, mida tõstetakse esile mitte ainult suuruselt, vaid ka näiteks paiknemisega külje peal, graafiliste elementide abil vms. Võrreldes erinevaid ajalehti tuleb arvestada, et lehtede formaat on erinev – Süddeutsche Zeitung'i küljed on palju suuremad, kui Postimehe või The Times'i omad, seega esimeses esineb osakaalu poolest vähem külje kõige suuremaid lugusid. Esiküljelt läksid kodeerimisse ainult lood, mida ei korrata lehes tagapool ehk viiteid ei kodeeritud. Küljena sai arvestatud olenevalt kujundusest kas ühte või kahte lehekülge. Loo juures olevaid kõrvallugusid (*side-bar*) kodeeriti eraldi vaid juhul kui nad ei moodustanud looga ühtset tervikut.

Riigi osatähtsus loos (peamise osakaaluga riik, teisejärgulise tähtsusega riik, mainitud riik). Peamise osakaaluga riik on see, mis on uudises peamine subjekt. Kui uudises on tegemist kahe riigi omavaheliste suhetega – läbirääkimised jmt, loetakse mõlemad peamise osakaaluga subjektideks. Mainitud riigiks luges töö autor riiki siis, kui ta esines rohkem, kui lihtsalt näide pikas loetelus, teisisõnu omas loo seisukohalt eraldiseisva subjekti staatuse. Igas loos võis olla rohkem kui üks peamise osakaaluga riik, rohkem kui üks mainitud riik jne.

Uudissündmuse modaalsus (negatiivne, positiivne, neutraalne/kombineeritud). Uudise modaalsus tähendab uudise aluseks olnud sündmuse omadusi. Positiivsed sündmused on näiteks pidustused, olukorra paranemised, teated majandustõusust jne., negatiivsed sündmused on näiteks poliitilised konfliktid, katastroofid, sõjad jne.

Loo teema. Et saada ülevaadet sellest, millega seostatakse ühte või teist riiki, jaotas töö autor lugude võimalikud teemad kaheksasse valdkonda:

#### 1 Poliitika

11 Rahvusvaheline poliitika / diplomaatia

12 Kodumaine poliitika

#### 2 Majandus

21 Rahvusvaheline majandus

22 Kodumaine majandus

23 Tarbimine, uued tooted

24 Tehnika, tehnoloogia, internet

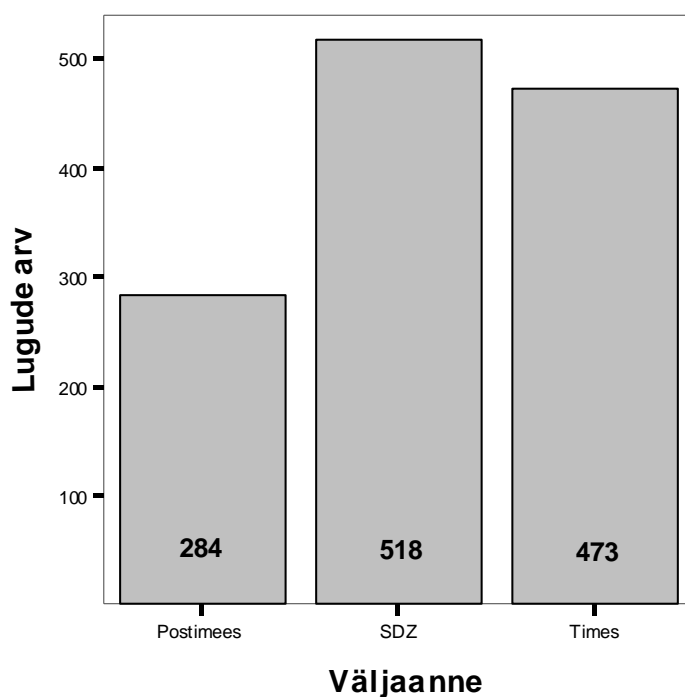
- 25 Energia, keskkond, säästmine
- 26 Töö, tööjõud
- 3 Sotsiaalvaldkond
  - 31 Sotsiaalprobleemid, heaolu, tervis
  - 32 Õigussüsteem, politsei, kuritegevus
  - 33 Moraal, inimsuhted, perekond, kasvatus
  - 34 Rahvusvähemused, muud vähemused, soolised küsimused
  - 35 Migratsioon, üleilmastumine, rahvusvahelistumine
  - 36 Rahvastik, sündivus, vananemine
- 4 Kultuur
  - 41 Kultuurisündmused, esinemine, arvustus, kultuuriteosed
  - 42 Teadus
  - 43 Haridus, õppimine
  - 44 Usk, religioon, kultuuritraditsioonid
  - 45 Ajalugu
  - 46 Meedia
  - 47 Meelelahutus, auhinnatseremooniad, kuulsused
  - 48 Sport
- 5 Õnnetused
  - 51 Katastroof, loodusõnnetus, muu õnnetus
- 6 Konfliktid
  - 61 Rahvusvaheline militaar-/ kaitsekonflikt
  - 62 Kodusõda, kodumaine konflikt
  - 63 Terrorism, poliitiline vägivald
- 7 Loodus
  - 71 Loodus, geograafia
  - 72 Turism, reisimine
- 8 *Human interest*
  - 81 Kurioosumid, loomad, üldhuvitavad teemad

Arvesse sai võetud iga loo puhul üks kuni kaks peamist teemat. Näiteks kui lugu oli Saksamaa parlamendis arutelu all olevast toimetulekutoetuse määra suurenemisest ja sellest, kuidas taoline käik muudaks vaesemate kihtide olukorda, läksid loo teemadena kodeerimisse kodumaine poliitika (12) ja sotsiaalprobleemid, heaolu, tervis (31).

### 3. Uurimustulemused

#### 3.1. Rahvusvahelise fookusega lugude arv

18 päeva jooksul avaldasid kolm väljaannet erineval arvul rahvusvahelise fookusega lugusid (edaspidi: välislood) (vt. joonis 3.1).



**Joonis 3.1** Rahvusvahelise fookusega lugude arv kolmes uuritud väljaandes

Nagu näha, on Postimehe välislugude arv palju väiksem kui Süddeutsche Zeitungis ja The Times'is. Seda saab seletada eelkõige sellega, et Postimees on kahest muust ajalehest märgatavalt väiksem mahu poolest ja kõikide lugude arv on lehes palju väiksem. Seda, et keskmine välislugude arv numbri kohta on Postimehes oluliselt väiksem, tuleb arvestada siis, kui võrdleme ajalehti erinevate kategooriate lõikes (vt. tabel 3.1).

Aasta tagasi oli Postimehe 18 numbris 325 rahvusvahelise fookusega lugu (Rutšaikov 2004: 21). On näha, et aasta varem kirjutas Postimees rohkem välisteemadel – aasta pärast oli see arv 284. Võimaliku seletusena sellele võib käsitleda toimetuse-sisemist

poliitikat (välisluude rubriik paikneb sagedamini kahel ja mitte kolmel küljel nagu aasta tagasi).

**Tabel 3.1. Välisluude arv väljaannete lõikes**

	<b>Analiüsitud lugude arv</b>	<b>Keskmine välisluude arv numbri kohta</b>
<b>Postimees</b>	284	15,8
<b>SDZ</b>	518	28,8
<b>Times</b>	473	26,3
<b>Kokku</b>	1275	-

### 3.2. Välisluude suurus

Erinevad lood on väljaandes erineva tähtsusega ja seda rõhutatakse eelkõige graafiliselt (loo suurus, piltide, graafikute, lisalugude kasutamine, paiknemine külje peal). Seega on oluline teada, mis laadi välisluudega tegemist on. Selgus, et veerunuppude osakaal on Postimehe puhul ligi 10 protsendi võrra suurem, kui kahel teisel väljaandel (vt. tabel 3.2).

**Tabel 3.2. Välisluude suurus väljaannete lõikes**

		<b>Loo suurus</b>			<b>Kokku</b>
		<b>Külje suurim lugu</b>	<b>Keskmine lugu</b>	<b>Veerunupp</b>	
<b>Postimees</b>	<b>Arv</b>	81	86	117	284
	<b>%</b>	28,5%	30,3%	41,2%	100,0%
<b>SDZ</b>	<b>Arv</b>	100	253	165	518
	<b>%</b>	19,3%	48,8%	31,9%	100,0%
<b>Times</b>	<b>Arv</b>	228	97	148	473
	<b>%</b>	48,2%	20,5%	31,3%	100,0%
<b>Kokku</b>	<b>Arv</b>	409	436	430	1275
	<b>%</b>	32,1%	34,2%	33,7%	100,0%

Teiste lugude tüüpide puhul on aga kõikumised väljaannete lõikes isegi suuremad. Paistab silma eelkõige see, et The Times'is on peaaegu pooled välislood külje kõige suuremad lood (48,8 protsenti), samal ajal kui Süddeutsche Zeitungis on vaid 19,3 protsenti välislugudest külje kõige suuremad. Seda saab seletada asjaoluga, et Süddeutsche Zeitungis formaat on palju suurem ja ühele leheküljele mahub seal kuni kaheksa eraldi seisvat lugu (lisaks veerunuppudele). The Times'i formaat on aga isegi väiksem kui Postimehes ja ühele leheküljele mahub seal heal juhul kolm lugu. Kokkuvõttes sarnanevad tihtipeale The Times'i külje kõige suuremad lood mahu poolest Süddeutsche Zeitungis keskmise suurusega lugudega. Edaspidi toimub välislugude analüüs seega eelkõige kahe kategooria lõikes: lood ja veerunupud.

### 3.3. Välislugude modaalsus

Et teada saada, kui palju kirjutavad erinevad väljaanded positiivsetest ja negatiivsetest sündmustest, jaotas uurimuse autor kõik välislood kolme kategooriasse. Üldine tendents on sama kõigi ajalehtede puhul – domineerivad negatiivsed ja neutraalsed uudised. Positiivse modaalsusega lugusid esineb võrdlemisi harva (vt. tabel 3.3.).

**Tabel 3.3. Välislugude modaalsus väljaannete lõikes**

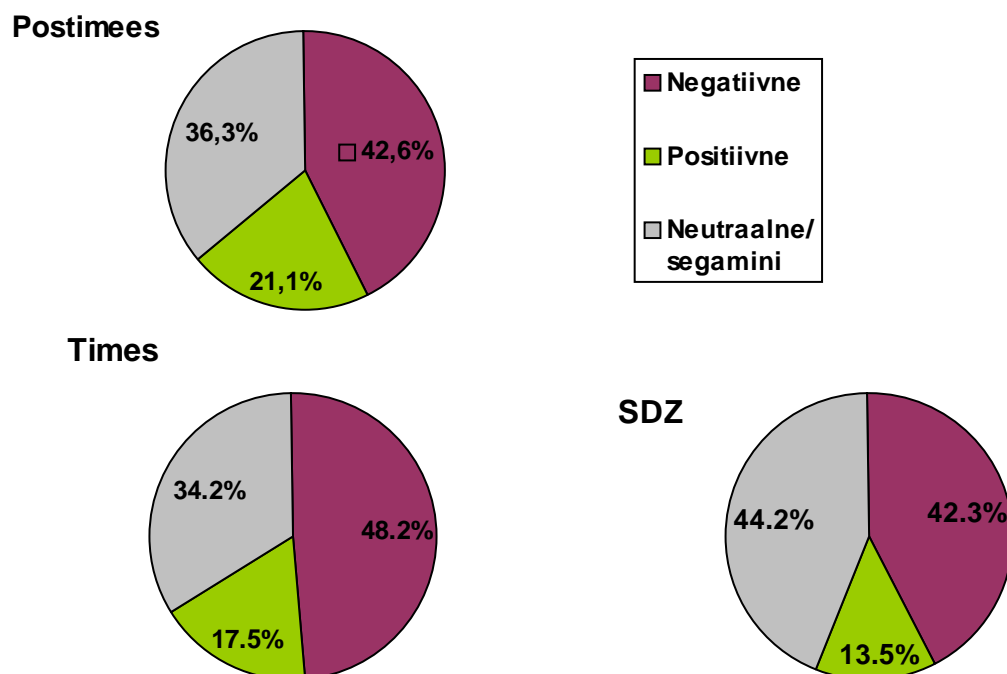
		Loo modaalsus			Kokku
		Negatiivne	Positiivne	Neutraalne/ kombineeritud	
Postimees	Arv	121	60	103	284
	%	42,6%	21,1%	36,3%	100.0%
SDZ	Arv	219	70	229	518
	%	42,3%	13,5%	44,2%	100.0%
Times	Arv	228	83	162	473
	%	48,2%	17,5%	34,2%	100.0%
Kokku	Arv	568	213	494	1275
	%	44,5%	16,7%	38,7%	100.0%

Kõikumised väljaannete lõikes ei ole väga suured, kuid siin esineb ka erinevusi. Kõige negatiivsema modaalsusega on välislood Times'is, kus neid on 48,2 protsenti. Samas edastab kõige vähem positiivseid sündmusi seoses välismaaga lugejateni Saksa ajaleht – vaid 13,5 protsenti koguarvust (vt. joonis 3.2.).

Postimees esitab kolmest väljaandest kõige rohkem positiivseid välislugusid – 21,1 protsenti. Võrreldes eelmise aastaga on välislugude modaalsus Postimehes muutunud ainult sel moel, et negatiivsete lugude osakaal kasvas ühe aastaga 34,7 protsendist 42,6 protsendini, positiivsete lugude suhteline arv jäi samale tasemele (vrld. Rutšaikov 2004: 22-23).

Sellest, et üldised tendentsid välislugude modaalsuse mõttes on kolmes ajalehes samad, võib järeldada, et ajakirjanduskultuur ei erine väga palju riigiti – meedia eelistab esitada pigem negatiivseid uudiseid (vt. joonis 3.2.).

**Joonis 3.2. Välislugude modaalsus kolmes väljaandes**



### 3.4. Välislugude põhiteemad

See, et välislugusid sai jaotatud kolme kategooriasse sündmuse modaalsuse järgi, ei anna veel pilti sellest, millest kirjutatakse nendes lugudes. Sellele peaks vastama välislugude peamiste teemade analüüs.

Selgub, et üldised tendentsid on kõigi kolme väljaande puhul samad. Kõige rohkem kirjutatakse välislugudes poliitikast – kõigi lehtede teemades domineerivad selgelt rahvusvaheline ja kodumaine poliitika, moodustades kumbki 11-25 protsenti kõikidest teemadest (vt. tabel 3.4.). Huvitav, et erinevalt Briti ja Saksa ajalehest kirjutab Postimees rohkem rahvusvahelisest poliitikast, mitte niivõrd teiste riikide kodumaisest poliitikast. Seda võib seletada asjaoluga, et Postimehes oli suur selliste välislugude osakaal, kus oli juttu Eesti ja mõne teise riigi suhetest. Samuti ei ole Postimehel palju oma ajakirjanikke ja ta ei kirjuta üldiselt nii palju välismaast nagu kaks teist ajalehte – seega ei ole Postimehel nii palju ressursse ja ruumi, et teiste maade siseasjadesse väga süvitsi minna.

Majandus on teine valdkond, mis esineb kõigis kolmes väljaandes sageli. Nii rahvusvahelise kui teiste riikide kodumaise majanduse küsimused leiavad laialdast kajastamist – kumbki teema moodustab 3,4-11,1 protsenti kõikidest teemadest.

Kaks järgmist teemat, mis esinevad kõigis väljaannetes võrdlemisi sagedalt (ületavad viit protsenti kõikidest teemadest) on õigussüsteem, politsei, kuritegevus ning terrorism ja poliitiline vägivald. Viimasega on kõik selge – rahvusvaheline terrorism on eriti viimastel aastatel muutunud kuumaks temaks kogu maailma meedias. Mõneti üllatav on õigussüsteemi ja kuritegevuse laialdane käsitlemine. Seda võib seletada asjaoluga, et kuna välislugudes domineerivad negatiivsed uudised, siis palju on selliseid lugusid, kus on juttu kuritegudest teistes riikides.

Teised teemad, millest kirjutatakse võrdlemisi palju kõigis kolmes väljaandes (moodustavad 2,5-6 protsenti), on ühelt poolt kodusõjad ja kodumaised konfliktid, rahvusvahelised konfliktid, katastroofid ning teiselt poolt ajalugu. Esimesed kolm on tavapärased negatiivsete välislugude teemad. Ajalugu tuleb alati seal esile, kus on

tegu mingisuguse pikemaajalise protsessiga, mille kohta esitatakse väljaandes ka ajaloolist tausta.

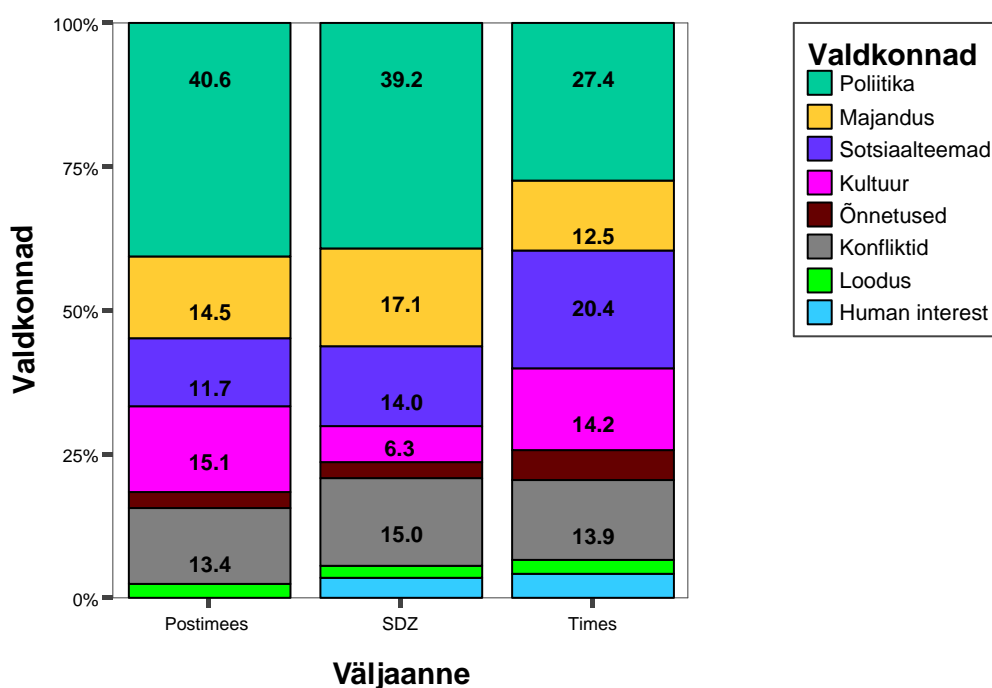
Tabel 3.4. Välislugude teemad kolmes väljaandes

Teemad	Postimees	SDZ	Times
<b>Rahvusvaheline poliitika/ diplomaatia</b>	<b>88 (25,0%)</b>	<b>94 (16%)</b>	<b>64 (11,2%)</b>
<b>Kodumaine poliitika</b>	<b>55 (15,6%)</b>	<b>136 (23,2%)</b>	<b>92 (16,1%)</b>
<b>Rahvusvaheline majandus</b>	<b>29 (8,2%)</b>	23 (3,9%)	<b>39 (6,8%)</b>
<b>Kodumaine majandus</b>	12 (3,4%)	<b>65 (11,1%)</b>	<b>29 (5,1%)</b>
<b>Tarbimine, uued tooted</b>	-	-	-
<b>Tehnika, tehnoloogia, internet</b>	6 (1,7%)	1	-
<b>Energia, keskkond, säästmine</b>	1	11 (1,9%)	1
<b>Töö, töäjõud</b>	3 (0,9%)	-	2
<b>Sotsiaalprobleemid, heaolu, tervis</b>	6 (1,7%)	25 (4,3%)	27 (4,7%)
<b>Õigussüsteem, politsei, kuritegevus</b>	<b>18 (5,1%)</b>	<b>38 (6,5%)</b>	<b>53 (9,3%)</b>
<b>Moraal, inimsuhted, perekond, kasvatus</b>	3 (0,9%)	12 (2,0%)	24 (4,2%)
<b>Rahvusvähemused, muud vähemused, soolised</b>	10 (2,8%)	2	10 (1,8%)
<b>Migratsioon, üleilmastumine, rahvusvahelistumine</b>	2	4 (0,7%)	2
<b>Rahvastik, sündivus, vananemine</b>	2	1	-
<b>Kultuurisündmused, esinemine, arvustus</b>	14 (4,0%)	10 (1,7%)	15 (2,6 %)
<b>Teadus</b>	2	7 (1,2%)	4 (0,7%)
<b>Haridus, õppimine</b>	5 (1,4%)	1	4 (0,7%)
<b>Usk, religioon, kultuuritraditsioonid</b>	6 (1,7%)	1	13 (2,3%)
<b>Ajalugu</b>	17 (4,8%)	12 (2,4%)	24 (4,2%)
<b>Meedia</b>	1	-	3
<b>Meelelahutus, auhinnatseremooniad, kuulsused</b>	3 (0,9%)	2	13 (2,3%)
<b>Sport</b>	5 (1,4%)	2	5 (0,9%)
<b>Katastroof, loodusõnnetus, muu õnnetus</b>	9 (2,6%)	16 (2,7%)	<b>29 (5,1%)</b>
<b>Rahvusvaheline militaar-/ kaitsekonflikt</b>	16 (4,5%)	15 (2,6%)	24 (4,2%)
<b>Kodusõda, kodumaine konflikt</b>	12 (3,4%)	<b>36 (6,1%)</b>	17 (3,0%)
<b>Terrorism, poliitiline vägivald</b>	<b>19 (5,4%)</b>	<b>37 (6,3%)</b>	<b>38 (6,7%)</b>
<b>Loodus</b>	-	3 (0,5%)	10 (1,8%)
<b>Turism, reisimine, geograafia</b>	8 (2,3%)	11 (1,9%)	5 (0,9%)
<b>Kurioosumid, loomad, üldhuvitavad teemad</b>	-	19 (3,2%)	23 (4,0%)
<b>Kokku</b>	352	586	570

\* Paksus kirjas on need teemad, mille osakaal ületab konkreetses väljaandes 5%.

Kõik teemad on grupeeritud kaheksasse valdkonda. Võib vaadata, kui palju kirjutavad kolm väljaannet erinevatest valdkondadest. Selgub, et väga põhimõttelisi erinevusi kolme ajalehe vahel ei ole – kõik kirjutavad kõige rohkem poliitikast (27-41 protsenti kõikidest käsitletavatest valdkondadest) (vt. joonis 3.3.). See ei ole üllatus arvestades seda, et tegu on kvaliteetväljaannetega, mis oma riigis ongi tuntud kui sise- ja välispoliitikat laialdaselt kajastavad ajalehed. Võrreldes kahe teise lehega kirjutab The Times vähem poliitikast, mis võib tuleneda üldisest suuremast suunitlusest kergematele teemadele Suurbritannia ajalehe puhul. Seda näitab ka The Times'i sotsiaalvaldkonna laialdasem käsitus – 20,4 protsenti, samal ajal kui Postimehes on see 11,7 ja Saksa lehes 14 protsenti.

**Joonis 3.3. Välislugude valdkonnad kolmes väljaandes**



Võrreldes eelmise perioodiga aasta tagasi on Postimees kirjutanud rohkem poliitikast (suhteline arv on tõusnud 27 protsendist 40,6 protsendini). See-eest on kahanenud konfliktide kajastamine ja peaaegu olematuks on muutunud meelelahutuslike ja üldhuvitavate teemade sissetoomine välismaalt (vrld. Rutšëikov 2004: 24-25). Postimehe välisuudised on aastaga „tõsisemateks” muutunud.

Üldiselt võib järeldada, et kõik kolm väljaannet kajastavad välisriikidest kirjutades erisuguseid valdkondi. Nad annavad seega üsna mitmekesist pilti välisilmast – välislood ei koosne vaid teadetest rongiõnnetustest, suuriikide presidentide kohtumisest ja järjekordsest konfliktist mõnes kolmanda maailma riigis. See on kahtlemata positiivne järeldus.

Seda, millistest riikidest, kui palju ja millega seoses kirjutavad need väljaanded, analüüsivad järgnevad peatükid.

### **3.5. Vaadeldud väljaannetes kõige sagedamini esinevad riigid**

Selles peatükis on kokku loetud riigid, mis esinevad kõige sagedamini kolme väljaande suurtes ja keskmise suurusega lugudes. Tabelis 3.5 on esitatud kõik riigid, mis esinevad konkreetses väljaandes viis korda või rohkem.

Nagu näha, esinevad siinkohal väga suured erinevused väljaannete lõikes. Ainuke ilmselge sarnasus on USA väga suur esindatus kõigi kolme väljaande välislugudes (Postimehes teisel kohal Venemaa järel, Saksa ja Briti lehes selgelt esimesel kohal).

Kui rääkida Euroopa Liidu ja teiste riikide esindatuse suhtest erinevates väljaannetes, siis on näha, et Postimehes on teistest riikidest palju Euroopa-keskem. Kaheksa 12-st riigist, mis esinevad suurtes välislugudes viis korda ja rohkem, on Euroopa Liidu liikmesriigid (kaasaarvatud Euroopa Liit ise kui riikide kooslus). Süddeutsche Zeitungis on see vahekord kaheksa 23-st ja The Times'is vaid viis 20-st. Postimehes ei leia nii laialdast kajastust ei Aasia tähtsad riigid Hiina ja Jaapan, ega kauaaegne konfliktipiirkond Iisrael-Palestiina. Kahes välismaa lehes on kõik need maad 15 kõige kajastatavama riigi hulgas.

Teistest tendentsidest võib märkida seda, et Saksa ja Briti leht pööravad suurt tähelepanu ka teistele riikidele peale Iraagi ning Iisraeli ja Palestiina, kus on puhkenud kas kodumaine konflikt või mis esinevad konfliktsete subjektidena rahvusvahelises poliitikas: Afganistan, Sudaan, Põhja-Korea, Bosnia, Indoneesia.

Times kirjutab suhteliselt palju ka oma suurimatest endistest kolooniatest: Austraalia, Lõuna-Aafrika Vabariik, Tai (huvitav, et samas esines Kanada lehe suurtes lugudes vaid kolm korda).

**Tabel 3.5. Kolme väljaande suurtes ja keskmise suurusega välislugudes kõige sagedamini esinevad riigid**

Koht pingereas	Postimees	Arv	SDZ	Arv	Times	Arv
1	Venemaa	44	USA	69	USA	103
2	USA	32	<b>Euroopa Liit</b>	38	Iraak	33
3	<b>Euroopa Liit</b>	24	Iraak	28	<b>Prantsusmaa</b>	22
4	<b>Saksamaa</b>	11	Iisrael	28	Hiina	19
5	<b>Rootsi</b>	10	<b>Prantsusmaa</b>	27	Venemaa	18
6	<b>Soome</b>	9	<b>Suurbritannia</b>	25	<b>Saksamaa</b>	18
7	<b>Suurbritannia</b>	9	Palestiina	18	<b>Euroopa Liit</b>	16
8	Iraak	9	Venemaa	18	Iisrael	14
9	Türgi	8	Hiina	17	Palestiina	13
10	<b>Leedu</b>	7	Ukraina	13	<b>Hispaania</b>	12
11	<b>Prantsusmaa</b>	6	<b>Itaalia</b>	13	Austraalia	12
12	<b>Hispaania</b>	6	<b>Hispaania</b>	10	Jaapan	10
13			Türgi	10	<b>Itaalia</b>	8
14			Jaapan	8	Saudi-Araabia	8
15			<b>Kreeka</b>	8	India	7
16			<b>Rootsi</b>	6	Põhja-Korea	6
17			Serbia-Mont.	6	LAV	6
18			Indoneesia	5	Türgi	5
19			Afganistan	5	Tai	5
20			Tai	5	Afganistan	5
21			Sudaan	5		
22			Bosnia	5		
23			<b>Läti</b>	5		

\* Paksus kirjas on kõik riigid, mis kuuluvad Euroopa Liitu

Huvitav, et kõige kajastatavamate riikide hulka kõigis kolmes väljaandes sattus ka Türgi. See on ilmselt seletatav Türgi liitumisläbirääkimistega Euroopa Liiduga, mis on tekitanud suurt kõlapinda kogu Euroopas 2004. aastal. Ukraina on Saksa ajalehes leidnud suhteliselt suurt kajastatust (10. koht pingereas) eelkõige tänu oma “oranžile revolutsioonile”. Eesti naaberriik Läti kuulub Süddeutsche Zeitungis kõige

kajastatavamate riikide nimekirja eelkõige tänu Läti eurovolinikuga seotud konfliktile ja president Vaira-Vike Freiberga sõnavõttudele Venemaa suhtes.

Kokkuvõttes kajastavad välismaa lehed Euroopast väljaspool olevaid riike rohkem kui Postimees. Eesti leht keskendub lähinaabrite (Venemaa, Soome, Rootsi, Leedu), USA ja Euroopa Liidu mõjukamate riikide kajastamisele. Briti ja Saksa leht kajastavad võrdlemisi palju muu maailma konfliktseid piirkondi või riike, millega neil on pikaajalised majanduslikud või poliitilised suhted.

### **3.6. Välisriigid Postimehes enne ja pärast ühinemist Euroopa Liiduga**

See peatükk toob välja erinevate välisriikide kajastamist Postimehe poolt perioodidel juulist 2003 kuni veebruarini 2004 ja juulist 2004 kuni veebruarini 2005. Just nende perioodide vahel toimus antud uurimustöö seisukohalt väga oluline sündmus – 1. mail sai Eesti ametlikult Euroopa Liidu liikmeks.

Nagu selgub, suuri põhimõttelisi muutusi ei ole toimunud – jätkuvalt kajastatakse kõige rohkem USAs, Venemaal ja Euroopa Liidus toimuvat (vt. tabel 3.6). Nendele järgnevad Eesti põhja- ja lõunanaabrid, Euroopa Liidu mõjukamad riigid ja rahvusvahelise konflikti mõjul Iraak.

Märgatav on Venemaa tõus kolmandalt esimesele kohale – Venemaa esines Postimehe välislugudes peaaegu kaks korda rohkem kui aasta tagasi (44 korda võrreldes eelmise 24-ga). Seda võib seletada eelkõige viimasel aastal pingestunud suhetega Eesti ja Venemaa vahel (presidendi minematajätmine 2005. aasta 9. mai pidustustele, piirileppe sõlmimisega seotud probleemid, Venemaa süüdistused Eesti suhtes), mis leidis laialdast kajastamist Eesti meedias.

USA-st ja Euroopa Liidust kirjutas Postimees aga võrreldes aastataguse perioodiga vähem. Esimest võib seletada näiteks väiksema tähelepanuga Iraagi sündmustele kui

aasta tagasi (Iraak esines välisloos subjektina 9 korda võrreldes 15-ga eelmisel perioodil) – USA on aga Iraagi konfliktiga kõige otsesemalt seotud.

**Tabel 3.6. Postimehe suurtes ja keskmise suurusega välislugudes kõige sagedamini esinevad riigid enne ja pärast astumist Euroopa Liitu**

Koht pingereas	Postimees juuli 2003 - veebruar 2004	Arv	Postimees juuli 2004 - veebruar 2005	Arv
1	USA	43	Venemaa	44
2	<b>Euroopa Liit</b>	35	USA	32
3	Venemaa	24	<b>Euroopa Liit</b>	24
4	Iraak	15	<b>Saksamaa</b>	11
5	<b>Suurbritannia</b>	13	<b>Rootsi</b>	10
6	<b>Soome</b>	12	<b>Soome</b>	9
7	<b>Saksamaa</b>	8	<b>Suurbritannia</b>	9
8	<b>Rootsi</b>	8	Iraak	9
9	<b>Prantsusmaa</b>	6	Türgi	8
10	<b>Läti</b>	5	<b>Leedu</b>	7
11			<b>Prantsusmaa</b>	6
12			<b>Hispaania</b>	6

\* Paksus kirjas on kõik riigid, mis kuuluvad Euroopa Liitu

Euroopa Liidule kui riikide kooslusele väiksemast tähelepanust kui aasta tagasi (24 korda võrreldes 34-ga eelmisel perioodil) ei maksa aga teha järeldust, et see on Postimehe väiksema huvitatuse märk Euroopa Liidu vastu. Esiteks on loomulik, et enne ühinemist Euroopa Liiduga kirjutatakse sellest rohkem (euroreferendum, selgitamistöö jne.). Teiseks on sellest tabelist näha teisi märke, mis viidavad sellele, et Euroopa Liidus toimuv hakkab tegelikult haarama jõulisemat positsiooni Postimehe geograafilises horisondis: ühelt poolt üheksandal kohal olev Türgi, mis sattus sellesse nimekirja eelkõige tänu läbirääkimistele Euroopa Liiduga liitumise asjus, teiselt poolt Eestist kultuuriliselt ja geograafiliselt kaugel, kuid Euroopa Liidus üsna mõjuka riigi, Hispaania sattumine sellesse nimekirja.

### 3.7. Euroopa riigid vaatluselustes väljaannetes

See peatükk vaatab lähemalt, millist Euroopat ja millist Euroopa Liitu esitavad vaatluselused väljaanded. Arvesse on siinkohal võetud kõiki lugusid, kaasaarvatud veerunupud, sest õigema pildi saamiseks vajame rohkem andmeid. Kui võrrelda Euroopa riikide osakaalu kõikide riikide seas kolmes väljaandes, siis võib näha, et Postimees eelistab selgelt uudiseid Euroopast – 67,1 protsenti koguarvust (vt. tabel 3.7.). Märksa väiksem on Euroopa riikide osakaal Saksa ja Briti lehe välislugudes – vastavalt 43,8 ja 33,7 protsenti.

**Tabel 3.7. Euroopa ja Euroopa Liidu riikide osakaal kolme väljaande poolt käsitletud riikide hulgas**

	Postimees	SDZ	Times
<b>Kokku riike, mis esinevad loos subjektina</b>	498	753	670
<b>Euroopa riike riikide koguarvust</b>	334 (67,1%)	330 (43,8%)	226 (33,7%)
<b>EL riike riikide koguarvust</b>	184 (36,9%)	193 (25,6%)	145 (21,6%)

\* EL riikide seas on ka Rumeenia, Bulgaaria ja Horvaatia kui Euroopa Liidu järgmise laienemislaine tõenäolised liikmed

\* Euroopa riikide seas on Türgi ja Venemaa, mis geograafiliselt kuuluvad kahte mandrisse

Kuid nagu võis näha eelmisest peatükist, on Postimehe välislugudes väga tähtsal kohal Venemaa, mis ei kuulu Euroopa Liitu. Seega on mõttekas võrrelda Euroopa Liidu liikmesriikide osakaalu kõikide riikide seas välislugudes. On näha, et see protsent on Postimehes oluliselt väiksem kui Euroopa riikide osakaal – 39,9 protsenti. Süddeutsche Zeitung ja The Times kirjutavad Euroopa Liidu riikidest vastavalt 25,6 ja 21,6 protsendis välislugudes.

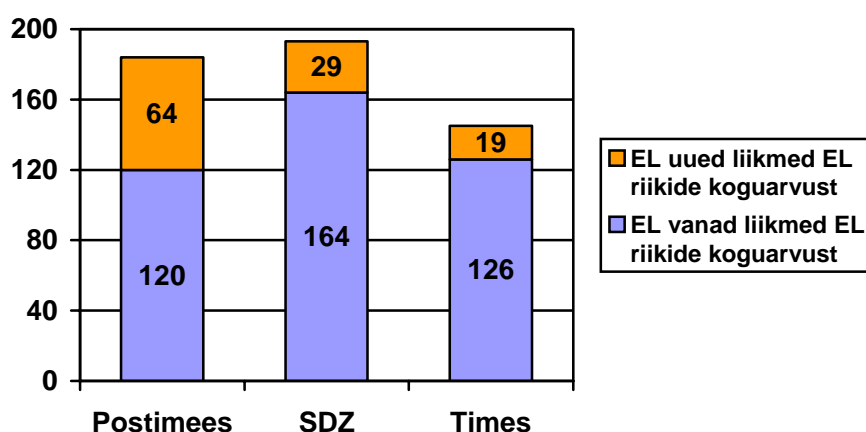
Kokkuvõttes on näha, et lood Euroopa Liidu ja Euroopa riikidest laiemalt on kõige olulisemad Postimehe jaoks. Süddeutsche Zeitung tähtsustab neid võrdlemisi vähem teistest maailmaregioonidest välislugude kõrval. Kõige väiksema arvulise osakaaluga on lood Euroopast ja Euroopa Liidust The Times'is. Postimehe puhul võib seda tendentsi seletada ajalehe väiksema mahuga, mis ei luba väga laialdaselt maailma erinevaid regioone kajastada. Teiseks on Saksamaa ja eriti Suurbritannia kui

suurriikide mõjusfäärid tihtipeale väljaspool Euroopat. Eesti kultuurilised, majanduslikud ja poliitilised sidemed aga piirduvad enamasti Euroopaga.

### 3.8. Euroopa Liidu vanade ja uute liikmesriikide kajastamine

Nähtavasti veel mitmeid aastakümneid pärast 1. maid 2004. aastat räägitakse Euroopa Liidu kontekstis vanadest ja uutest liikmesriikidest nagu räägitakse siiani pärast 1990. aasta Saksamaa taasühinemisest vanadest ja uutest liiduvabariikidest. Aga kui palju räägitakse esimestest ja kui palju teistest? Analüüsist selgub, et kõik ajalehed pööravad rohkem tähelepanu vanadele liikmesriikidele (vt. joonis 3.4.). See on loogiline arvestades seda, et kõige suuremad ja kõige mõjukamad Euroopa riigid kuuluvad just vanade liikmesriikide hulka ja neid on puht arvuliselt rohkem.

Kuid osakaal, kui palju kirjutatakse ühtede ja teiste kohta, on erinevate väljaannete lõikes erinev. Postimees kirjutab ligi kaks korda rohkem vanadest liikmesriikidest, Süddeutsche Zeitung peaaegu viis korda ja The Times ligi kuus ja pool korda rohkem. Silmas aga tuleb pidada ka seda, et uute liikmesriikide suhteliselt suur kajastamine Postimehe puhul tuleneb sellest, et 63-st korrast kirjutas leht 41 korda oma Balti naabritest Lätist ja Leedust.



\* Uute liikmesriikide sisse on arvestatud ka Rumeenia, Bulgaaria ja Horvaatia

**Joonis 3.4. Vanade ja uute EL liikmesriikide kajastamine kolme väljaande kõigis välislugudes**

The Times'i puhul ei ole selline suhe üllatav – nii geograafiliselt kui majanduslikult asuvad uued liikmesriigid Suurbritanniast kaugel. Kuid teistsugune on Saksamaa olukord, mis omab ühist piiri Poola ja Tšehhiga ning on palju investeerinud lisaks nendele kahele riigile ka Slovakkiasse, Ungarisse, Sloveeniasse, Horvaatiasse. Vaatamata sellele kirjutas Saksa leht vaatlusalusel perioodil näiteks Poolast vaid viis ja Tšehhist kaks korda.

Saab teha järelduse, et vanade liikmesriikide meedia jaoks on uued liikmed veel suhteliselt “hall ala”, mida ei kajastata väga palju. Kui üldistada Eesti näidet uute liikmesriikide tasemeni, siis võib öelda, et uutes liikmesriikides domineerivad ka selgelt vanad liikmed väljaarvatud uutest liikmesriikidest lähinaabrid. Seega üks töö hüpoteesidest, et uues liikmesriigis on vanade ja uute liikmesriikide kajastamine tasakaalustatud, ei ole ennast õigustanud – liitunud riike kajastab Eesti võrdlemisi vähe.

Uute liikmesriikide oluliselt väiksem kajastus võib viidata sellele, et kuigi *de jure* on need riigid Euroopa Liidu liikmed, ei tunnista *de facto* Euroopa avalikkus neid kui võrdväärseid.

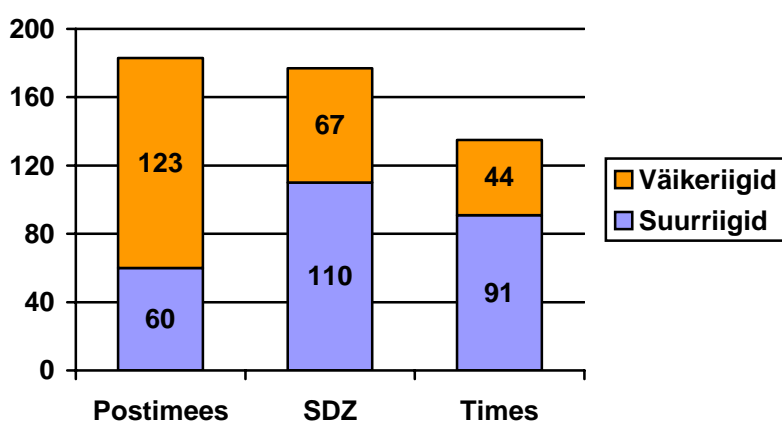
### **3.9. Suurte ja väikeste Euroopa Liidu riikide kajastamine**

Teine dimensioon, mille järgi töö autor analüüsis erisuguste Euroopa Liidu liikmesriikide kajastamist, on suured ja väikesed liikmed. On laialdaselt diskuteeritud selle üle, kui võrd palju võimalusi on väikestel liikmesriikidel Euroopa protsesside üle otsustamisel kaasa rääkida. Teiselt poolt on Euroopa Liidu üks suuremaid väärtusi selle mitmekesisus, mis väljendub eelkõige selle liikmesriikide paljususes. Kuid kas meedia kajastab Euroopa Liitu kui paljude riikide ühendust või vaid mõjukamate liikmete diktaati teiste üle?

Suurte liikmesriikide hulka loeb antud uurimuse autor viit kõige suurema rahvaarvuga riiki: Suurbritannia, Saksamaa, Prantsusmaa, Hispaania ja Itaalia. Väikeste riikide

hulka on loetud kõiki ülejäänuid 20 liikmesriiki ning lisaks kolm riiki, mis on Euroopa Liidu tõenäosuslikud liikmed lähiaastatel – kokku 23 riiki.

Selgub, et kõige rohkem kajastab väikestes riikides toimuvat Postimees – leht kirjutab väikeste riikide kohta ligi kaks korda rohkem kui suurte riikide kohta (vt. joonis 3.5.). Neid tulemusi mõjutab oluliselt see, et suuremat osa sellest arvust moodustavad Eesti lähinaabrid: Läti – 23, Leedu – 18, Soome – 26 korda (kokku 67 korda). Sellegipoolest on näha, et Postimees kui väikse liikmesriigi ajaleht kajastab oluliselt rohkem väikestes liikmesriikides toimuvat.



\* Väikeste liikmesriikide sisse on arvestatud ka Rumeenia, Bulgaaria ja Horvaatia

### Joonis 3.5. Väikeste ja suurte EL liikmesriikide kajastamine kolme väljaande kõigis välislugudes

Teistsugune pilt on Saksa ja Briti ajalehes, mis mõlemad kajastavad ligi kaks korda rohkem suurtes liikmesriikides toimuvat. Huvitav, et Saksamaa omab ühist piiri vaid ühe teise suure liikmesriigiga (Prantsusmaa) ning kuue väikse liikmesriigiga (Holland, Belgia, Luksemburg, Austria, Tšehhi, Poola). Vaatamata sellele kajastab Süddeutsche Zeitung väikestes liikmesriikides toimuvat võrdlemisi vähe.

On raske sellele kvalitatiivset hinnangut anda. Arvestades viie suure liikmesriigi palju suuremat mõjukust nii rahvusvahelises poliitikas kui majanduses, ei ole need tulemused väga üllatavad. Positiivseks võib pidada seda, et ka suurte liikmesriikide ajalehed pööravad tähelepanu väikestele riikidele.

### 3.10. Pilt maailmast vaadeldud väljaannetes

Eelmistes peatükkides oli juttu peaaugjalikult kõige kajastatavamatest riikidest ja Euroopa riikidest eraldi. See peatükk annab terviklikku pilti maailmast, mida esitavad kolm väljaannet. Et need andmed oleksid paremini haaratavad ja ülevaatlikumad, visualiseerib töö autor neid mõtteliste kaartide kujul, kus erinevate riikide suurus vastab nende esinemiste sagedusele väljaandes. See idee pärineb mentaalkaartide (*mental maps*) kontseptsioonist, mida on välja arendanud geograafid.

Gould&White (1974; 1986), Saarinen (1973) ja Haynes (1981) on tuntumad mentaalkaartide uurijad. Nende metoodika seisneb selles, et nad palusid inimesi joonistada oma riigi/regiooni/linna kaarti. On selgunud, et mida paremini inimesed tunnevad teatud piirkondi, mida rohkem on neil nende piirkondadega kokkupuudet, seda detailsem ja täpsem on nende kohtade esitus inimeste joonistatud kaartides.

Ka Eesti geograafiaüliõpilaste uuringud (Palang et al. 1996; Pedastsaar 2002) näitasid, et mida tuntumad on teatud kohad Eesti inimeste jaoks, seda paremini nad oskavad neid kohti maailma- või Euroopa kaardile paigutada. Samuti leiti, et inimestel on tendents tuntumaid kohti suuremaks kujundada, kui nad tegelikkuses on.

Antud uurimuse autor püüdis teha midagi sarnast. Kuid selles töös ei uurita inimesi ja nende mentaalkaarte, vaid hoopis infoallikaid, mis neid kaarte mõjutavad. Uurimusobjektiks on kolme riigi kvaliteetlehtede poolt kujundatavad pildid maailmast, seega kujundab töö autor selliseid maailmakaarte, mis võiksid olla iga uuritud ajalehe ühe kujuteldava lugeja peas, kes loeb ainult seda ajalehte ning tal ei ole olnud muid sotsialiseerimisallikaid. Nendel maailmakaartidel olevate riikide suurus vastab nende mainimise sagedusele ajalehes.

Arvesse on võetud ainult lugude peamisi või teisejärgulisi riiki. Mainitud riike arvesse ei võetud, sest riigi mainimine ühes või mitmes loos vaevalt suudab mõjutada selle riigi kohta kujuteldaval maailmakaardil.

Autor lõi koefitsiendi, mis arvestab ka nende lugude suurust, kus esinevad välisriigid. Iga mainimise eest külje suurimas või keskmises loos saab riik kolm punkti ning veerunupus mainitud saamise eest ühe punkti – veerunupp on ajalehe seisukohast tunduvalt ebaolulisem kui suured lood. Iga riigi kontuuri sai kujundatud vastavalt punktide koguarvule, mille antud riik on saanud. Näituseks kui Postimees kirjutas uuritud numbrites teatud riigist kaks korda külje suurimas loos ( $3+3=6$  punkti), kolm korda keskmises loos ( $3+3+3=9$  punkti) ja neli korda veerunupus ( $1+1+1+1=4$  punkti), siis on selle riigi punktide koguarv  $6+9+4=19$ . Vastavalt sellele sai Postimehe kujuteldaval maailmakaardil selle riigi kontuuri kujundatud niiviisi, et see koosneks 19 ühikust (19 ruudust). Konkreetse ajalehe koduriigi suurus on nendel kaartidel tinglik.

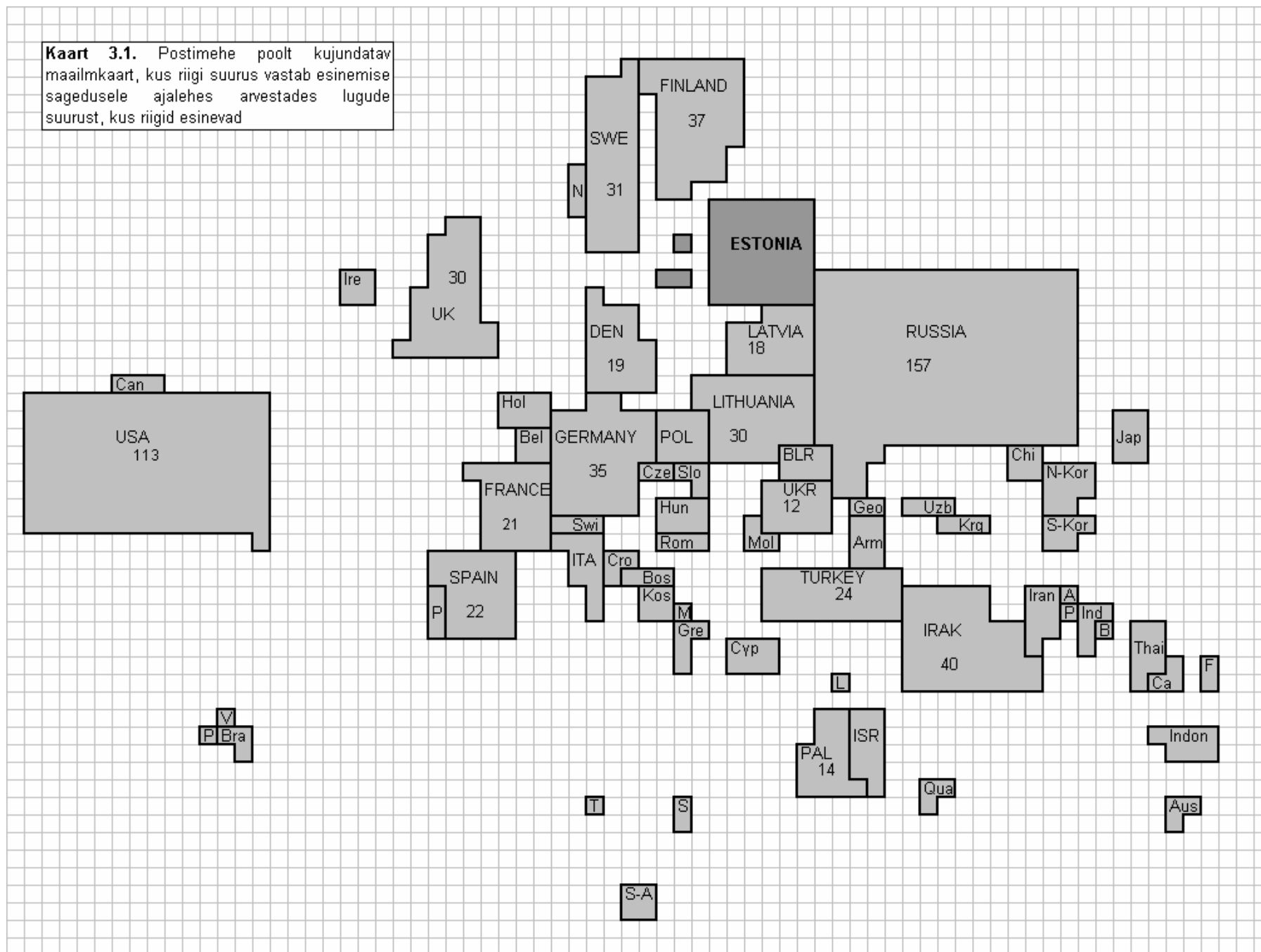
Lähtuvalt sellest koefitsiendist kujundas autor Postimehe (kaart 3.1), Süddeutsche Zeitung (kaart 3.2) ja The Times'i (kaart 3.3) maailmakaarte.

Kõigi kolme kaardi puhul on täheldatav üks tendents – USA domineerimine. Ameerika mandril ei ole USA kõrval teisi riike üldse või peaaegu üldse näha. Kõigi kolme väljaande puhul on näha Euroopa-kesksust (Briti ajalehe puhul on see tendentslikkus küll väiksem). Euroopa on ainuke maailmaosa kõikides väljaandes, mis on enam-vähem ühtlaselt kajastatud ja on lähedane tegelikule kujule kaardil.

Euroopa riikidest rääkides paistab silma tendentslikkus naabrite rohkema kajastamise poole. Briti ajaleht kirjutab palju Lääne-Euroopast, Ida-Euroopa riikide osa on suhteliselt marginaalne. Postimehe puhul võime täheldada Venemaa, Põhjamaade ja Balti riikide palju suuremat kohta maailmakaardil kui teistes väljaannetes. Samal ajal on Kagu-Euroopa Postimehe jaoks üsna “hall” ala. Saksa ajalehe puhul õigustab naabrite rohkema kajastamise teooria ennast vaid osaliselt – idapoolsete naabrite (Poola, Tšehhi) osa kaardil on väga marginaalne.

Ebaproportsionaalselt suured on kõigi kolme väljaande puhul Iraak, Iisrael ja Palestiina. See on seletatav asjaoluga, et need riigid on rahvusvaheliste konfliktide piirkonnad ja maailma üldsusele huvi pakkuvad. Huvitav, et Postimees kajastab neid riike võrdlemisi vähe võrreldes kahe teise väljaandega.

**Kaart 3.1.** Postimehe poolt kujundatav maailmkaart, kus riigi suurus vastab esinemise sagedusele ajalehes arvestades lugude suurust, kus riigid esinevad







Järgmine maailmaosa pärast Euroopat, mida on kolmes ajalehes suhteliselt palju kajastatud, on Aasia. Postimees kirjutab Aasia riikidest võrreldes Saksa ja Briti lehtedega vähe. Hiina koht on näiteks Times'is ja Süddeutsche Zeitungis võrreldav Euroopa suurriikide kohaga. Huvitav, et Aasia riigid tervikuna leiavad Times'is palju suuremat kajastust kui Ida-Euroopa.

Aafrika on Postimehe tähelepanust peaaegu üldse välja jäetud. Kõige suuremat kajastust leiavad Aafrika riigid Times'i lehekülgedel.

Kui rääkida maailmast tervikuna, siis kõige ühtlasem pilt sellest on Briti lehes, kõige moonutatam Postimehes (Euroopast kirjutatakse palju rohkem kui ülejäänust maailmast).

Diskuteerides nende tulemuste üle tuleb meeles pidada, et Postimehe kui väljaande spetsiifika on teistsugune kui Briti ja Saksa lehel. Esiteks on Postimees suunatud üksnes siseturule, Times ja Süddeutsche Zeitung on aga ülemaailmsed ajalehed, mida loetakse ja millele viidatakse paljudes riikides. Teiseks on Postimehe üldine maht ja seega ka välisuudistele eraldatav maht ligi kaks korda väiksem kui kahel teisel väljaandel. Seda, et eesti leht on väga Euroopa-keskne ja jätab paljusid maailmapiiirkondi oma huviorbiidist üldse välja, võib seletada kahe mainitud asjaoluga.

Samas esitavad Times ja Süddeutsche Zeitung lugejatele maailma ikkagi vastavalt brittide ja sakslaste perspektiivist. Need on maailma suurriigid, kellel on majanduslikud, poliitilised ja muud huvid ka väljaspool Euroopat. Eriti õigustab see ennast Times'i puhul – Suurbritannial on pikaajaline koloniaalne minevik ning ta huvid ja mõju on säilinud nii Aafrikas, Aasias, Austraalias kui Põhja-Ameerikas. Sellele viitab näiteks asjaolu, et USA, Lõuna-Aafrika Vabariigi, Zimbabwe, India, Austraalia ja Tai osakaal Times'is on tunduvalt suurem kui teistes ajalehtedes – kõik need riigid on endised Suurbritannia kolooniad.

### **3.11. Tähelepanu erinevatele maailmaregioonidele**

Nagu võis näha kolme väljaande poolt konstrueeritavatest maailmakaartidest, on erinevate riikide ja erinevate regioonide kajastamine igas väljaandes väga erinev. See peatükk võrdleb erinevate regioonide kajastamist kolmes väljaandes arvuliselt ning vaatab, milliste teemadega seostavad lehed teatud regioone.

Kõik riigid said jagatud seitsmesse valdkonda selle järgi, mis maailmaossa üks või teine riik kuulub (Venemaad ja Türgit peab töö autor kuuluvaks Euroopasse). Ainukeseks erandiks on siinjuures Lähis-Ida, mis ei ole eraldi maailmaosa, kuid on poliitilises mõttes väga spetsiifiline regioon. See kajastub ka analüüsitud väljaannete poolt esitatud välisuudistes, mida tihtipeale grupeeritakse ühte või teisse regiooni kuuluvuse järgi – Euroopa, Aafrika ja teiste maailmaosade kõrval oli Lähis-Idal tihtipeale eraldi rubriik (The Times’is näiteks “Middle East”). Lähis-Ida kuuluvad antud analüüsis Iraan, Iraak, Kuveit, Saudi Araabia, Jeemen, Omaan, Araabia Ühendemiraadid, Jordaania, Süüria, Iisrael, Palestiina, Liibanon, Katar.

Nagu selgus peatükist 3.7, kajastab Postimees kõige rohkem Euroopas toimuvaid või Euroopaga seonduvaid sündmusi. Euroopa järel teisel kohal olev Põhja-Ameerika on kajastatud ligi viis korda vähem (vt. tabel 3.8). Veel vähem kajastab Postimees Lähis-Ida ja Aasia riike. Ülejäänud maailmajagude osatähtsus on minimaalne.

**Tabel 3.8. Erinevate maailmaregioonide seostamine erinevate valdkondadega Postimehes**

Valdkond	Põhja-Ameerika	Lõuna-Ameerika	Euroopa	Aafrika	Lähis-Ida	Aasia	Okeania
Poliitika	42 (52,5%)	1	190 (39,6%)	4	26 (44,1%)	12	0
Majandus	5 (6,3%)	0	102 (21,3%)	0	0	3	0
Sotsiaal-teemad	4	1	54 (11,3%)	1	5 (8,5%)	6	0
Kultuur	10 (12,5%)	1	84 (17,5%)	1	1	10	0
Õnnetused	2	0	7 (1,5%)	0	0	3	0
Konfliktid	16 (20,0%)	2	34 (7,1%)	2	27 (45,8%)	4	1
Loodus	1	0	9 (1,9%)	0	0	1	0
<b>Kokku</b>	<b>80 (100%)</b>	<b>5</b>	<b>480 (100%)</b>	<b>8</b>	<b>59 (100%)</b>	<b>39</b>	<b>1</b>

\* Protsent on välja toodud ainult nende regioonide puhul, mille mainimise arv on vähemalt 5. Nende sees on protsent välja toodud vaid nende valdkondade puhul, mille mainimise arv on vähemalt 5.

Kategooria-sisene analüüs näitab, et Euroopa riikidest kirjutatakse seoses väga erinevate valdkondadega. Kuigi poliitilised teemad domineerivad, seostab Postimees ka kõiki muid valdkondi Euroopaga. Võrdluseks võtavad poliitika ja konfliktid üheskoos üle 70 protsendi

Põhja-Ameerikaga seostavatest teemadest. Seda võib seletada USA olulise rolliga maailmapoliitikas ja rahvusvahelistes konfliktides. Lähis-Ida puhul on selline tendentslikkus veelgi tugevam – peaaegu 90 protsenti teemadest on seotud poliitika ja konfliktidega. On näha, kui moonutatud pilti sellest regioonist saab Eesti lehe lugeja.

Erinevate regioonide kajastus Süddeutsche Zeitungis on ühtlasem. Siiski kajastab leht Euroopat 2,5-3 korda rohkem kui sellele järgnevaid Põhja-Ameerikat, Lähis-Ida ja Aasiat, mis kõik leiavad enam-vähem samasugust kajastust (vt. tabel 3.9).

Regioonide lõikes kajastab Saksa leht erinevaid piirkondi tasakaalustatumalt. Poliitika domineerib teiste valdkondade seas üsna sarnasel viisil – selle osakaal on Põhja-Ameerika, Euroopa ja Aasia puhul 37 kuni 44 protsenti. Samuti on näiteks kultuuri- ja sotsiaalteemad võrdselt kaetud nii Euroopa, Põhja-Ameerika kui Aasia riikide kajastuses. Huvitav on see, et Aasia valdkondade seas on kõrgem ühelt poolt õnnetuste ja teiselt poolt kultuuriteemade osakaal. Nii et ei saa rääkida, et Aasiast kirjutatakse liiga palju seoses negatiivsete teemadega – kultuurivaldkond on esitatud tavaliselt positiivses valguses.

**Tabel 3.9. Erinevate maailmaregioonide seostamine erinevate valdkondadega Süddeutsche Zeitungis**

Valdkond	Põhja-Ameerika	Lõuna-Ameerika	Euroopa	Aafrika	Lähis-Ida	Aasia	Okeania
Poliitika	65 (44,2%)	4	169 (43,8%)	17	61 (52,6%)	41 (37,3%)	3
Majandus	27 (18,4%)	5	72 (18,7%)	2	6 (5,2%)	15 (13,6%)	2
Sotsiaal-teemad	15 (10,2%)	6	59 (15,3%)	6	7 (6,0%)	19 (15,2%)	6
Kultuur	7 (4,8%)	3	25 (6,5%)	0	4	17 (13,6%)	1
Õnnetused	2	2	7 (1,8%)	1	0	13 (10,4%)	0
Konfliktid	22 (15,0%)	0	39 (10,1%)	16	38 (32,8%)	14 (11,2%)	1
Loodus	5 (3,4%)	0	8 (2,1%)	3	0	2	1
Human interest	4	0	7 (1,8%)	0	0	1	1
<b>Kokku</b>	<b>147 (100%)</b>	<b>20</b>	<b>386 (100%)</b>	<b>45</b>	<b>116 (100%)</b>	<b>125 (100%)</b>	<b>15</b>

\* Protsent on välja toodud ainult nende regioonide puhul, mille mainimise arv on vähemalt 50. Nende sees on protsentsid välja toodud vaid nende valdkondade puhul, mille mainimise arv on vähemalt 5.

Lähis-Ida kajastamise skeem on Postimehele sarnane – peaaegu 75 protsenti teemadest, mida leht seostab selle piirkonnaga, on poliitika või konfliktide valdkonnast.

The Times'i eri regioonide kajastamine jällegi erineb kahe teise lehe skeemist. Nagu selgus eelmisest peatükist, on Times teistest ajalehtedest kõige vähem Euroopa-keskne (vt. tabel 3.10). Kuid ka Briti leht eelistab uudiseid Euroopast – nende arv ületab Põhja-Ameerikaga seonduvaid teemasid peaaegu kahe korra võrra. Nagu ka teistes lehtedeski, ei leia Lõuna-Ameerika kuigi olulist kajastust. Samas on Aafrika osatähtsus tunduvalt olulisem kui Eesti ja Saksa ajalehtedes.

**Tabel 3.10. Erinevate maailmaregioonide seostamine erinevate valdkondadega The Times'is**

Valdkond	Põhja-Ameerika	Lõuna-Ameerika	Euroopa	Aafrika	Lähis-Ida	Aasia	Okeania
Poliitika	57 (32,8%)	2	88 (26,4%)	30 (40,0%)	54 (43,9%)	32 (25,6%)	3
Majandus	20 (11,5%)	0	65 (19,5%)	5 (6,7%)	4	24 (19,2%)	2
Sotsiaal-teemad	26 (14,9%)	3	57 (17,1%)	19 (25,3%)	8 (6,5%)	19 (15,2%)	6
Kultuur	26 (14,9%)	1	44 (13,2%)	10 (13,3%)	3	17 (13,6%)	1
Õnnetused	7 (4,0%)	1	19 (5,7%)	0	0	13 (10,4%)	0
Konfliktid	28 (16,1%)	2	40 (12,0%)	8 (10,7%)	51 (41,5%)	14 (11,2%)	1
Loodus	3	1	9 (2,7%)	1	2	2	1
Human interest	7 (4,0%)	0	11 (3,3%)	2	1	4	1
<b>Kokku</b>	<b>174 (100%)</b>	<b>20</b>	<b>333 (100%)</b>	<b>75 (100%)</b>	<b>123 (100%)</b>	<b>125 (100%)</b>	<b>15</b>

\* Protsent on välja toodud ainult nende regioonide puhul, mille mainimise arv on vähemalt 50. Nende sees on protsent välja toodud vaid nende valdkondade puhul, mille mainimise arv on vähemalt 5.

Rääkides eri regioonidega seostatavatest teemadest, võime täheldada, et Põhja-Ameerika, Euroopa ja Aasia riikidega seonduvate valdkondade osakaalud jagunevad omavahel üsna sarnasel skeemil. Võime öelda, et need kolm regiooni on suhteliselt tasakaalustatult kajastatud. Aafrika kajastamine erineb selle poolest, et seal tuleb esile poliitikavaldkond. Lähis-Ida piirkonda seostab ajaleht nagu ka kaks ülejäänut lehte peamiselt poliitika või konfliktidega – ligi 85 protsenti kõikidest teemadest.

On näha, et üldtendentsid on kõigi kolme väljaande puhul sarnased. Kõige rohkem kirjutatakse Euroopast. Järgnevad Põhja-Ameerika, Aasia ja Lähis-Ida. Aafrika, Austraalia ja Okeania ning Lõuna-Ameerika osatähtsus on väike (erandina on Times'i Aafrika käsitus).

Euroopa, Põhja-Ameerika ja Aasia kajastused valdkondade lõikes on kõigi väljaannete puhul suhteliselt tasakaalustatud – lehed kirjutavad kõigist teemadest seoses nende piirkondadega. Aafrika ja eriti Lähis-Ida esinevad ajalehtedes peaaesjalikult kui poliitika ja konfliktide osalised.

Saab teha järelduse, et kuigi väljaannete lõikes esinevad olulised omavahelised erinevused, on kolm Euroopa ajalehte üldiselt üksmeelsed selles suhtes, milline on neid ümbritsev maailm.

## 4. Diskussioon ja järeldused

### 4.1. Arutelu

Käesoleva töö tulemused näitavad, et kolme riigi kvaliteetlehed moonutavad oluliselt maailma. Ajalehed kirjutavad rohkem Lääne- kui Ida-Euroopast, rohkem Euroopast ja USAst kui ülejäänust maailmast, rohkem negatiivsetest sündmustest kui positiivsetest, rohkem suuriikidest kui ülejäänust maailmast, rohkem poliitikast kui millestki muust.

Kõik eelnev tähendab, et meedia esitab meile oma nägemuse maailmast. Seda nägemust püüdis töö autor visualiseerida ajalehtede poolt esitatavate maailmakaartide abil. Tähtis on rõhutada, et see on vaid teatud inimeste grupi nägemus maailmast. Poliitikud, arvamussliidrid ja eelkõige meediatöötajad on need, kes otsustavad, milline pilt maailmast inimeseni jõuab.

McQuail (2003: 289) kirjutab võimalikest ohtudest, mis kaasnevad selle protsessiga: „Uudise sisuline kallutatatus võib moonutada reaalsust, näiteks antakse negatiivne pilt erinevatest vähemusgruppidest, jäetakse arvestamata või tõlgendatakse vääralt naise rolli ühiskonnas või soositakse teatud poliitilist parteid või filosoofiat.” Sama võib öelda ka riikide kohta. Peatükis 1.3.1 oli juba välja toodud välisuudiste uurijate kriitika meedia suhtes, mis eelistab teatud piirkondi, riike, teemasid. McQuail (2003: 289) lisab uudiste kallutatuse kohta: „Esineb nii suurt uudiste kallutatust, et seda võib pidada peaaegu valeks, propagandaks või ideoloogiaks.”

1970. aastatel algatas ÜRO arenguriikide initsiatiivil ülemaailmse meedia-uuringu, mis sai tuntuks „*New World Information Order*” nime all. Arenguriigid põhjendasid selle vajalikkust sellega, et maailma infoagentuurides ja meediakanalites esineb suur kallutatatus arenenud riikide kasuks – neid kajastatakse rohkem ja positiivsemas valguses. Uuringu väljundiks pidi ideaalis saama kogu informatsiooni korrastatuse „õiglasem” muutmine maailmas. Uuring näitas, et kuigi tõepoolest esineb mõningane kallutatatus arenenud riikide kasuks, on see enamasti põhjendatud objektiivsete põhjustega. Üldiselt ei ole aga situatsioon nii drastiline, nagu seda eeldati enne uuringut.

See on ilmekas näide sellest, kuidas püüdlus „õiglast” vahekorda saavutada võib osutada utopiaks. McQuail (2003: 290) esitleb meediapoolse moonutamise vastu suunatud kriitika

müüdi teist poolt: „Eeldus, et meedia peaks peegeldama reaalsust otseselt ja proportsionaalselt, on sageli meedia tegevuse kritiseerimise aluseks ja see on tihti ka meedia mõjude uurimise põhiline koostisosa..., kuigi see eeldus ise on küsitav.”

Tõepoolest, kas ei ole utoopiline olukord, kus iga riiki kajastatakse igas maailmanurgas vastavalt nende riikide rahvaarvule (geograafilisele pindalale, SKP arvule vms.)? Ja kas keegi saab vastu väita sellele, et Eesti lugejat huvitavad reeglina tõepoolest palju rohkem sündmused Lätis või Saksamaal kui see, mis toimub Surinamis või Myanmaris?

Ka näiteks käesoleva uuringu ühe olulise võrdluse tulemusi on raske üheselt interpreteerida. Seda, et vanu suuri Euroopa Liidu liikmesriike kajastab erinevate Euroopa riikide meedia rohkem kui kõiki ülejäänuid, võib loogiliselt seletada. Just need riigid on poliitiliselt, majanduslikult, kultuuriliselt ja keeleliselt kõige mõjukamad ja nendes riikides toimuv võib otseselt mõjutada ka Euroopa väikeriikide elanikke. Käesoleva uurimustöö autor peab nõustuma McQuailiga (2003: 291), kes kirjutas: „...ei tuleks oodata, et meedia sisu peegeldaks reaalsust täpselt (statistiliselt esinduslikul viisil).”

Kuid kas selline väide tähendab seda, et see olukord on normaalne ning et me ei saa ega peagi midagi muutama? Kui vastus sellele küsimusele oleks jaatav, oleks igasugune meediauuring küsitav – milleks üldse uurida?

Kuid meediauuringud on kahtlemata vajalikud. Kui meie eesmärk on kujundada Euroopa Liidu ühist sotsiaalset ruumi, ei saa me seda nii või teisiti teha ilma meedia abita. Kui me aga ei tea, mismoodi esitab meedia Euroopa Liitu, ei tea me, mismoodi saaks meedia olla edaspidi meie partner selle eesmärgi saavutamisel.

Need erinevate ajalehtede kujuteldavad maailmakaardid, mida sai kujundatud käesoleva uuringu raames, näitavad meile moonutatud maailma. Vana-kreeklastel ja vana-roomlastel oli samuti moonutatud pilt maailmast, seda näitavad nende maailmakaardid. Kuid nende ja selle töö maailmakaartide vahel on üks põhimõtteline erinevus. Kui antiikaja inimestel olid nende maailmakaardid ja nad uskusid, et see ongi õige maailm ja et teist maailma ei saagi olla, on meil tänapäeval võimalus olla teadlikud, et need maailmakaardid ei ole veel tegelik maailm. Meil on võimalus ja õigus olla teadlikud, et meedia poolt esitatud maailm on vaid teatud versioon sellest maailmast.

Nii nõustub käesoleva uurimuse autor McQualiga, et ühelt poolt esitab meedia tõepoolest moonutatud pildi maailmast, teiselt poolt on see aga loogiline ja paratamatu nähtus. Erinevates riikides ja erinevatel meediakanalitel on oma nägemus maailmast. See töö algas väitega, et ka igal inimesel on oma unikaalne pilt maailmast. Kui see oleks teistmoodi, ei saaks me enam rääkida inimestest, vaid sisseprogrammeeritud nägemusega olenditest. Kuid mitte ainult see ei tee meid mõistuspärasteks inimesteks. Mõistus algab siis kui me suudame küsida ja kui oleme võimelised kahtlema. On oluline, et meediatarbijad oleksid ka võimelised kahtlema ja küsima.

## 4.2. Järeldused

Töö peamine uurimusküsimus oli see, mismoodi erineb kolme väljaande geograafiline horisont. Selgus, et üldiselt erineb pilt maailmast väljaannete lõikes oluliselt, kuid üldine tendents Euroopa, USA ja konfliktipiirkondade eelistamise poole on sama kõigi väljaannete puhul. Kaugemad kontinendid suuresti puuduvad väljaannete maailmapiltidest. Seega on näha, et meediatarbijad erinevates Euroopa riikides ei ela täiesti erisugustes maailmades.

Mõned asjad on erinevates riikides elavate inimeste jaoks ühised, kuid jääb küsimus, kas need ühised asjad ongi need, mille baasil saaks üles ehitada ühist Euroopa Liidu sotsiaalset ruumi? Euroopa Liidu ühise sotsiaalse ruumi mõistes on positiivne, et Euroopa Liidust tulevaid uudiseid kajastatakse üsna palju kõikides väljaannetes. Samas kajastavad väljaanded suuremaid Euroopa riike ühelt poolt ja Euroopa Liidu vanu liikmesriike teiselt poolt oluliselt rohkem kui teisi, mis võib mõjutada negatiivselt Euroopa Liidu ühise sotsiaalse ruumi kujunemist. Ühenduse kodanikel võib tekkida pilt Euroopa Liidust kui monstrumist, kus olulised on Brüssel ja suured riigid ja väikseid liikmesriike neelatakse koos nende huvidega lihtsalt alla.

Et jõuda vastuseni, mismoodi mõjutab taoline pilt maailmast Euroopa Liidu ühist sotsiaalset ruumi, oleks ilmselt vaja jälgida meedia pilti maailmast ja Euroopa Liidust pikema aja jooksul ning võrrelda neid tulemusi avaliku arvamuse uuringutega. Siis saaks öelda, kuivõrd on meedia geograafiline horisont ajapikku muutunud ning mismoodi see kajastub inimeste hoiakutes.

Järgnevalt on välja toodud põhilised uurimustulemused seostatuna püstitatud tööhüpoteesidega (vt. peatükk 1.6):

- 1) Hüpootees, et erinevate väljaannete välisuudised on pigem negatiivsed kui positiivsed, kehtib. Kõigi kolme väljaande uudistes domineerivad negatiivsed või neutraalsed sündmused. Seega on pilt maailmast, mida saab ajalehtedest lugeja, suuresti negatiivne.
- 2) Uurimustöö tõestas ka selle hüpooteesi kehtivust, et välislugude peamiseks teemaks on poliitika ja sellele järgnev majandus. See tendents on sama kõigi kolme väljaande puhul. Seega võib välisilm meediatarbijale välja näha kui rahvusvaheliste suhete areen.
- 3) Hüpootees, et Euroopa Liidu vanades liikmesriikides kajastatakse uusi liikmesriike võrdlemisi vähe, sai ka kinnituse. Tõepoolest kajastavad nii Saksa kui Briti ajaleht sündmusi vanades liikmesriikides palju rohkem. Kuid on näha, et sama tendentslikkus, kuigi mitte niivõrd tugev, on täheldatav ka Postimehe puhul. Seega hüpootees, et uue liikmesriigi meedias on vanade ja uute liikmesriikide kajastamine tasakaalustatud, ei saanud kinnituse.
- 4) Hüpootees, et Euroopa Liidu riikide seas tulevad esile suured riigid ja konkreetsete riikide naabrid, kehtib vaid osaliselt. Ühelt poolt kajastavad tõepoolest The Times ja Süddeutsche Zeitung kaks korda rohkem sündmusi neljas ühenduse suurriigis kui kõigis ülejäänutes liikmesriikides. Samas kirjutab Postimees rohkem väikeriikidest. Tõsi küll, enamik neist on Eesti lähinaabrid. Naabruse hüpootees aga ei kehti saksa lehe puhul, mis suuresti ignoreerib sündmusi oma idapoolsetes naabrites.
- 5) Ka see hüpootees, et Euroopa Liidu käsitus on meedias mitmekülgsem kui teiste regioonide kajastamine, kehtib vaid osaliselt. Kuigi Euroopat kajastatakse seoses mitmesuguste valdkondadega, ei erine see pilt väga palju Põhja-Ameerikast ja Aasiast. Tõsi küll, ülejäänuid maailmaregioone kajastatakse valikuliselt, eelistades välja tuua peamiselt poliitilisi sündmusi ja erinevaid konflikte.
- 6) Hüpooteesi, et peale Euroopa tulevad välisuudistes esile ka Põhja-Ameerika (eelkõige USA), Lähis-Ida ja teatud määral Aasia, võib pidada kehtivaks. Väljaanded erinevad omavahel sel moel, et Postimehes on teiste maailmajagude osakaal peale Euroopa väiksem.
- 7) See hüpootees, et väljaannete lõikes kirjutab kõige rohkem Euroopa Liidust Saksa ajaleht ja võrdlemisi kõige vähem Briti leht, ei leidnud kinnituse. Selgus, et Euroopa

Liidust tulevaid uudiseid kajastab kõige rohkem (osakaalu poolest kõigist välisuudistest) hoopis Postimees.

- 8) Raske on hinnata selle hüpoteesi kehtivust, et võrreldes eelmise aastaga on Euroopa Liidu käsitus Postimehes muutunud mitmekülsemaks erinevate riikide ja valdkondade kajastamise poolest. Postimees kirjutas võrreldes eelmise aastaga rohkem näiteks Hispaaniast ja Türgist, kuid see ainukesena ei näita veel suuremat mitmekülsust erinevate riikide kajastamisel.

## Kokkuvõte

Töö teoreetilises osas leidis uurimuse autor, et inimeste ettekujutus maailmast on oluline faktor paljude otsuste langetamisel. Seetõttu on tähtis teada, mis mõjutab seda pilti. Sai määratletud meedia oluline roll inimeste maailmapildi kujundamisel. Sellest tulenevalt järeldas töö autor, et on tähtis uurida meedia poolt kujundatavat pilti maailmast ehk meedia geograafilist horisonti.

Kuna meedia esitab pilti muust maailmast eelkõige välisuudiste kaudu, rääkis töö autor lähemalt välisuudiste uuringutest. Oli välja toodud uurijate kriitika välisuudiste kaasaegse paradigma vastu, et viimane esitab välismaailma moonutatud kujul. Eraldi oli juttu Eesti elanike rahvusvahelisest sotsiaalsest ruumist, et teada, miks Eesti meedia esitab teatud pilti maailmast.

Sai määratletud Euroopa Liidu ühise sotsiaalse ruumi olulisus ühenduse elujõulisuse mõttes. Kommunikatsioon laiemas mõistes ja eelkõige meedia on need faktorid, mis võivad aidata Euroopa Liidu ühist sotsiaalset ruumi luua. Avaliku arvamuse uuringud näitavad, et praegune teadmiste ja huvitatuse tase Euroopa Liidust ei ole kõrge ei Eestis ega ühenduses tervikuna. Samuti näitavad Saksamaa, Suurbritannia ja Eesti meedia uuringud, et Euroopa Liidu kajastamine on lünklik ja tõenäoliselt ebapiisav.

Said püstitatud uurimusküsimus ja teatud tööhüpoteesid, mida uurimuse käigus sai proovile pandud. Töö peamiseks eesmärgiks oli välja selgitada, mismoodi erineb Postimehe geografiline horisont kahest teisest väljaandest ning vaadata lähemalt, mismoodi erineb meediapilt Euroopa Liidust väljaannete lõikes.

Uurimismeetodiks oli kontentanalüüs, kus analüüsiühikuteks olid kõik rahvusvahelise fookusega lood teatud numbrites.

Uurimistulemustest selgus, et välislugude modaalsus on kõigi kolme väljaande puhul üsna sarnane – domineerivad negatiivsed või neutraalsed uudised. Positiivseid sündmusi kajastatakse välislugudes suhteliselt vähe.

Välislugude teemadest domineerivad selgelt eelkõige poliitika ja teisel kohal majandus. Tendents on sama kõigi väljaannete puhul. Suhteliselt palju kajastatakse seoses välismaaga ka ühelt poolt sotsiaalseid teemasid ja kultuuri, teiselt poolt konflikte, katastroofe ja terrorismi.

Sama tendents on täheldatav ka välislugude valdkondade puhul – välislugudes domineerib poliitika. Samas kajastavad kolm väljaannet erisuguseid valdkondi esitades seega mitmekesiselt pilti maailmast.

Kui vaadata kõige kajastatavamaid riike, siis ajalehtede sarnasus seisneb USA laialdases kajastamises. Postimehe kõige kajastatavamate riikide seas on enamasti Euroopa Liidu riigid. Saksa ja Briti lehed kirjutavad Postimehest rohkem konfliktipiirkondadest ja Aasia suurriikidest. Samal ajal kajastab Postimees oluliselt rohkem sündmusi Venemaal.

Kui võrrelda riikide kajastust Postimehes aastataguse situatsiooniga, siis olukord ei ole väga palju muutunud välja arvatud Venemaa osakaalu tõusu. Euroopa Liidust kui tervikust kirjutab Postimees vähem kui aasta tagasi, see-eest lisandusid kõige kajastatavamate riikide hulka Hispaania ja Türgi, mis on seletatav eelkõige Euroopa Liiduga seotud teemadega.

Euroopa Liitu ja Euroopat laiemalt kajastab Postimees teistest väljaannetest oluliselt rohkem. The Times kirjutab Euroopast ja Euroopa Liidust kõige vähem. Kõik väljaanded kirjutavad rohkem vanadest liikmesriikidest. Postimehe puhul on see vahekord kõige väiksem. Samuti kajastavad Saksamaa ja Suurbritannia lehed rohkem teisi Euroopa Liidu suuriike kui väikseid riike. Postimees aga kirjutab rohkem väikestest riikidest.

Pilt maailmast tervikuna erineb samuti oluliselt väljaannete lõikes. Postimees piirdub suuresti Euroopa ja USAgaga. Süddeutsche Zeitung kirjutab palju ka Aasiast. The Times kajastab kõiki mandreid. Kõigi väljaannete puhul on aga täheldatav tugev Euroopa-kesksus. Aafrika, Austraalia ja Okeania ning Lõuna-Ameerika on kõigi väljaannete jaoks „hall ala“.

Töö autor tegi järelduse, et kõik väljaanded esitavad moonutatud pilti maailmast, kuid see on paratamatu ja selle asemel, et püüda seda muuta, oleks õigem teada meedia funktsioneerimise põhimõtteid ning üritada kasutada neid suuremate eesmärkide saavutamiseks.

## Kasutatud kirjandus

Adojaan, A, Pullerits, E. & A. Olesk (2005). *NAA Analysis Estonia. March 7-13, 2005 Preliminary report on pilot study, Research project "Adequate Information Management in Europe"* (käsikiri). Tartu: Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

Anderson, P.J. & A. Weymouth (1999) *Insulting the Public? The British Press and the European Union*. London: Longman.

Campbell, W. J. (1996). Two days in the world of news: An exploratory analysis of media content in 37 countries. *Global News-Flow*. [www.ibiblio.org/newsflow/results].

Eilders, C. & K. Voltmer (2003). Zwischen Deutschland und Europa. Eine empirische Untersuchung zum Grad von Europäisierung und Europa-Unterstützung der meinungsführenden deutschen Tageszeitungen. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 2 (51), 250-270.

Eurobaromeeter (2004a). 2004.1. *Avalik arvamus kandidaatriikides*. [http://europa.eu.int/comm/public\_opinion/archives/eb/eb61/nat\_ee.pdf].

Eurobaromeeter (2004b). 62. *Avalik arvamus Euroopa Liidu liikmesriikides. Sügis 2004. Rahvuslik raport. Eesti*. [http://europa.eu.int/comm/public\_opinion/archives/eb/eb62/eb62\_ee\_nat.pdf].

Galtung, J. & M. H. Ruge (1970). The structure of Foreign News. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers. J. Tunstall (toim.). *Media Sociology: a Reader*. London: Constable, 259-298.

Gould, P. & R. White (1974). *Mental Maps*. New York, Baltimore: Penguin Books Inc.

Gould, P. & R. White (1986). *Mental Maps*. 2nd edition. Harmondsworth: Penguin.

Habermas, J. (2001). *Avalikkuse struktuurimuutus: uurimused ühest kodanikuühiskonna kategooriast*. Tõlge eesti keelde. Tallinn: Kunst.

Hachten, W. A. (1994). *The World News Prism. Changing Media of International Communication*. Iowa: Iowa State University Press / Ames.

Haynes, R. M. (1981). *Geographical Images and Mental Maps*. Macmillan Education.

Haynes, Jr., R.D. (1984). Test of Galtung's Theory of Structural Imperialism. R. L. Stevenson & D. L. Shaw (toim.). *Foreign News and the New World Information Order*. Iowa: Iowa State University Press / Ames, 200-216.

Kase, K. (2005). *Rahvusvaheline uudistevoog Postimehes: 1995. ja 2003-2004. aasta võrdlus*. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.

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

[[www.wz-berlin.de/zkd/zcm/pdf/koopmans\\_european\\_public\\_sphere.pdf](http://www.wz-berlin.de/zkd/zcm/pdf/koopmans_european_public_sphere.pdf)].

Koopmans, R. & J. Erbe (2003). *Towards an European Public Sphere? Vertical and Horizontal Dimensions of Europeanised Political Communications*. Paper presented at the International Conference "Europeanisation of Public Spheres. Political Mobilisation, Public Communication, and the European Union." Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 20-22 June. [<http://skylla.wz-berlin.de/pdf/2003/iv03-403.pdf>].

Lauristin, M & P. Vihalemm (2005). *Edu ja trauma: sotsioloogiline tagasivaade Eesti teele ENSVst Euroopa Liitu*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus (toimetamisel).

Liiber, G. & H. Palang (1996). Kujutluskaardid: Eesti kooliõpilased Euroopast. *Eesti Geograafia Seltsi aastaraamat*, 29.

Mahwah, D. K. (2003). *Europe in the Media: A Comparison of Reporting, Representation, and Rhetoric in National Media Systems in Europe*. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

McQuail, D. (2003). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tõlge eesti keelde. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Mezzana, D. (2002). A cancerous image. *African Societies*.

[[www.africansocieties.org/n4/eng/Dossier.htm](http://www.africansocieties.org/n4/eng/Dossier.htm)].

Paju, T. (2004). Meediaettevõtted Eestis Jaanuaris 2004 (Lisa 2). Ptk. 2. 15 aastat meediaettevõtlust: meediaettevõtete teke aj meediaturu areng 1988-2003. Rmt.: Vihalemm P. (toim.). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004* (esialgne versioon). Tartu: Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, 73-76.

- Palang, H, Vessin, U. & G. Liiber (1996). Eesti kooliõpilaste Euroopa-kujutlusest. *Akadeemia*, 2, 240-266.
- Pedastsaar, H.-M. (2002). *Konflikti kujutamine ajalehekaartidel: USA ja Afganistan 2001. aasta sügisel*. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Geograafia instituut, Tartu Ülikool, Tartu.
- Rutšeikov, D. (2004). *Maaailmapilt Postimehe, SL Õhtulehe ja Molodjož Estonii välisuudistes 2003-2004. aastatel*. Käsikirjaline seminaritöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
- Saarinen, T. F. (1973). Student Views of the World. In: R. M. Downs & D. Stea (eds). *Image and Environment: Cognitive mapping and spatial behaviour*. London: Arnold, 148-161.
- Scherer, H. & S. Vesper (2004). Was schreiben die anderen? Ausländische Pressestimmen als Vorform paneuropäischer Öffentlichkeit - Eine Inhaltsanalyse deutscher Qualitätszeitungen. In L. Hagen (Hrsg.), *Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess*. Köln: Herbert von Halem Verlag, 195- 211.
- Seiman, K. (1998). *Välisuudised Eesti ja Soome meedias*. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu
- Stevenson, R. L. (1984). Foreign News. R. L. Stevenson & Shaw, D. L. (toim.). *Foreign News and the New World Information Order*. Iowa: Iowa State University Press / Ames, 20 – 36.
- Stevenson, R. L. (1996). Remapping the News of the World. *Global News-Flow*. [[www.ibiblio.org/newsflow/results](http://www.ibiblio.org/newsflow/results)].
- Stevenson, R. L. & R. Cole (1984). Patterns of Foreign News. R. L. Stevenson & Shaw, D. L. (toim.). *Foreign News and the New World Information Order*. Iowa: Iowa State University Press / Ames, 37-62.
- Stevenson R. L. & G. D. Gaddy (1984). „Bad News“ and the Third World. R. L. Stevenson & Shaw, D. L. (toim.). *Foreign News and the New World Information Order*. Iowa: Iowa State University Press / Ames, 88-97.
- Vare, P. (1999). *Eesti päevalehtede esiküljed aprillis 1997 ja 1998 – kriitiline ja kommertslik lähenemine*. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.

Vihalemm, P. (1997). Changing National Spaces in the Baltic Area. Lauristin, M & Vihalemm, P. koos Rosengren, K. E. & Weibull, L. (toim.). *Return to the Western World. Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press, 129-162.

Vihalemm, P. (1999). Changing Baltic Space: Estonia and its Neighbors. *Journal of Baltic Studies*, 30. 3. Fall 1999, 250-269.

Vihalemm, P. (2004a). Sotsiaalne ruum. Rmt.: Kalmus, V., Lauristin, M. & P. Vengerfeldt (toim.). *Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Vihalemm, P. (2004b). *Changing Social Distances: Estonian Social Space before EU Enlargement*. Paper presented at the seminar "Cross Border Cooperation in the Baltic Sea Region: Euro Regions and Region Building". Tallinn, 5-8 February 2004.

Vihalemm (2004c). Meediakasutuse üldtendentsid. Lisa 7. (koost.). Rmt.: Vihalemm P. (toim.). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

## Summary

### Geographic Horizon of Estonian, German and British Quality Newspapers 2004-2005

This research paper is about media role in constructing people's picture of the world. People make their choices according to the pictures in their heads. And media is one of the most important factors influencing it. Therefore it is relevant to make research on picture of the world, which media is presenting to us.

Work compares the foreign news agenda in three quality-newspapers from different European countries: *Postimees* from Estonia, *The Times* from United Kingdom and *Süddeutsche Zeitung* from Germany. Study is based on content analysis, where all stories with foreign focus during the period of July 2004 – February 2005 (18 issues from each newspaper) were studied. The focus of present study was coverage of European Union countries.

Study found out that all newspapers prefer to cover negative events from abroad. Among the topics above all the politics and economics are dominant in all three newspapers.

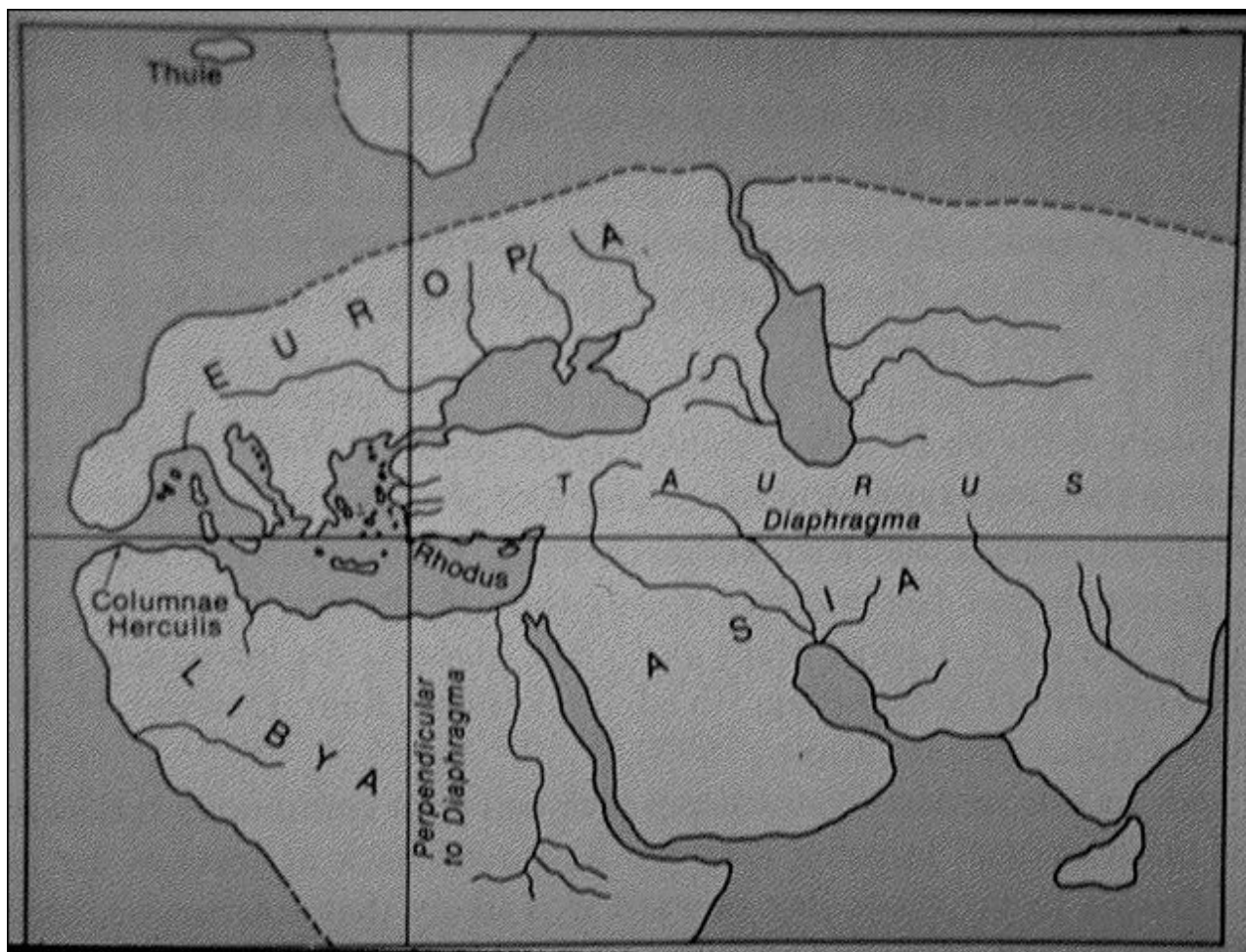
The coverage of countries differs in three newspapers. The same tendency can be only found in extensive coverage of Europe generally and USA. Estonian newspaper concentrates on the news from Europe. British newspaper writes more about the other continents than Estonian and German dailies. *The Times* and *Süddeutsche Zeitung* cover much more conflict regions and Asian countries. South-America, Africa, Australia and Oceania are by large „grey areas“ in all newspapers (*The Times* directs its attention to these continents at most).

Within European Union old member-states are been covered more extensively in all newspapers. *Postimees* writes more about new member-states than other newspapers. *Postimees* writes also more about small member-states, whereas British and German newspapers focus mainly on the other large member-states.

Author concluded that all three newspapers transmit significantly distorted picture of the world by covering more prominent countries and neighbouring countries. Although these

pictures differ in all newspapers, the main trend is similar. Author concluded that it is hard to give a normative evaluation to these results, but it is sure that the awareness of distorted world-picture given by media help to make people conscious while being exposed to the media.

Lisa 1. Maailmakaart Vana-Kreekast, 300. aasta e.Kr.



Lisa 2. Maailmakaart Vana-Roomast, 25. aasta p.Kr.

