

TARTU ÜLIKOOL  
Sotsiaalteaduste valdkond  
Ühiskonnateaduste instituut  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Lugejate ootused digisisule:  
Saarte Hääle, Sakala, Vooremaa ja Võrumaa Teataja näitel  
Magistritöö

Autor: Lotte Parksepp  
Juhendaja: Ragne Kõuts-Klemm, PhD

Tartu  
2021

Sissejuhatus	4
1. Teoreetilised lähtekohad	6
1.1 Kohaliku ajakirjanduse roll	6
1.2 Kogukonnaajakirjanduse eripärad	8
1.3 Ajakirjanduse rahastamine	9
1.3.1 Ajakirjanduse majanduslikud ja sotsiaalsed dimensioonid	12
1.3.2 Tasuline digisisu kohalikus ajakirjanduses	14
1.4 Meedia ökosüsteem ja konkurents	17
1.5 Auditooriumi ja ajakirjanduse suhe	20
1.5.1 Auditooriumi uudistehuvi ja ootused uudistele digikeskkonnas	22
1.6 Toimetuste käsitletud maakonnalehtede kvaliteedist	26
2. Probleemipüstitus ja uurimisküsimused	29
2.1 Probleemipüstitus	29
2.2 Eesmärk ja uurimisküsimused	30
3. Valim ja analüüsimeetod	32
3.1 Lugejaküsitlus	32
3.2 Semistruktureeritud intervjuud	34
3.2.1 Intervjuude valimi koosseis	35
4. Ankeetküsitluse tulemused	37
4.1 Vastajate demograafilised andmed	37
4.2 Vastajate meediaharjumused	38
4.3 Tasulise sisu eest maksmine	41
4.4 Lugemiseelistused	44
4.5 Hinnangud ja eelistused ajalehtede sisu osas	45
5. Veebilehe lugejate hinnangud ja eelistused	49
5.1 Veebikäitumine: millal, kuidas, kui kaua	49
5.2 Lugejate temaatilised ja uudiste eelistused	50
5.3 Üleriigiliste uudiste kajastamine	53
5.4 Hüperlokaalsus	53

5.5 Digilehe struktuur ja välimus	55
5.6 Suhtumine reklaami	58
5.7 Veebiinfo operatiivsus	59
5.8 Lugude eest maksmine ja digipaketid	61
5.9 Intervjuutulemuste kokkuvõte	62
6. Järeldused ja diskussioon	64
6.1 Meetodi kriitika ja soovitused tulevastele uurijatele	69
Kokkuvõte	71
Summary	73
Kasutatud kirjandus	74
Lisad	77
Lisa 1. Lugejauuringu ankeet	77
Lisa 2. Saarte Hääl	84
Lisa 3. Võrumaa Teataja	86
Lisa 4. Vastusevariant “muu”	87
Lisa 5. Soovitused maakonnalehele	91

## Sissejuhatus

Maakonnalehe Põhjarannik peatoimetaja Erik Gamzejev on öelnud: “Kohaliku sõltumatu ajakirjanduse olemasolu on suuresti maakonna elujõulisuse näitaja” (Gamzejev, 2019). Tõesti, kohaliku ajakirjanduse ülesanne on lisaks inimeste informeerimisele olla ka kogukonna ja kohaliku elu edendaja. Üks populaarsemaid ja pikema ajalooga kohaliku ajakirjanduse väljundeid Eestis on olnud maakonnalehed. Maakonnalehti peetakse tihti inimeste esimeseks kokkupuuteks ajakirjandusega ning pikka aega oli maakonnaleht kohalikele elanikele põhiline infoallikas. Maakonnalehed on kajastanud nii üleriigilisi uudiseid kohalikus kontekstis kui täitnud üleriigilise meedia jäetud infolünki.

Mõistagi on interneti võrdlemisi lihtne kättesaadavus ja infokanalite paljusus mõjutanud maakonnalehtede tööd. Vaatamata sellele, et ajakirjanduse väärtust ja edukust ei saa mõõta üksnes rahas, on maksvate lugejate olemasolu siiski hädavajalik. Ajal, kui meediasisu ehk lisaks ajakirjandusele sotsiaalmeediast, alternatiivmeediast, tasuta paberlehtedest ja mujalt saadavat infot on rohkem kui vaadata jõuab, ja maakonnalehed suunavad pilgud veebi, on õige aeg uurida, mida arvavad lugejad maakonnalehtede digisisust ning kuidas vastab see nende vajadustele ja eelistustele. Yun jt (2018) leiavad, et lugejate suhte uurimine kohaliku meediaga aitab lehtedel paremini mõista oma rolli kogukonnas ja seeläbi täita paremini oma rolle lugejate jaoks.

Käesolev magistritöö uuribki, kuidas nelja maakonnalehe, Saarte Hääle, Sakala, Vooremaa ja Võrumaa Teataja lugejad suhtuvad maakonnalehte ja selle digisisusse. Digisisu all mõeldakse töös väljaannete veebilehtedel olevat sisu, millest osa on tasuline ja osa mitte. Osa digisisust võib olla paberlehe dubleering, kuid osa on spetsiaalselt veebilehe jaoks loodud. Töö uurib, millised on lugejate vajadused ja eelistused lehtede ning kuidas maakonnalehed nende täitmisega hakkama saavad. Kula (2016) uuris oma magistritöös, milliste üksiklugude eest oleksid maakonnalehe lugejad nõus maksma, peale selle on teemat aga akadeemiliselt võrdlemisi vähe uuritud.

Töö eesmärk on olla kasulik allikas maakonnalehtedele oma lugejaskonna paremaks tundmiseks ja vajaduste hindamiseks eeskätt selle poolest, mis puudutab veebilehtedele

lisatavat digisisu. Lugejate vajaduste ja ootuste kaardistamisel lähtun meedia ökosüsteemi kontseptsioonist ja uurin inimeste muid meedia- ja sotsiaalmeediaharjumusi. Töös otsin vastust neljale uurimisküsimusele: 1) Kuidas paigutub maakonnaleht lugejate meediaharjumustesse, võttes arvesse ökosüsteemi kontseptsiooni? 2) Kuidas hindavad lehtede lugejad praegu pakutavat digisisu ja millist sisu nad maakonnalehelt ootavad ja vajavad? 2.1) Kas ja millistel tingimustel on lugejad valmis digisisu eest maksma? 3) Kuidas saavad lehed lugejate arvates digisisu edendada?

Teoreetilises osas annan ülevaate kohaliku ajakirjanduse olemusest ja erinevatest mõjutajatest, kogukonnaajakirjandusest, kohaliku ajakirjanduse eest maksmisest, meedia ökosüsteemi kontseptsioonist. Meetodi osa kirjeldab, kuidas andmete kogumine töö jaoks toimus kahel viisil: ankeetküsitluse ja semistruktureeritud intervjuudega. Tulemuste peatükis toon välja nii silmapaistvamad leiud küsitlustulemustest kui ka erinevad intervjuudest ilmnunud teemad, mis puudutasid lugejate meediakäitumist, lehelugemise harjumusi, lugude eelistust ja kriitikat.

Andmete kogumisele aitasid kaasa kõigi nelja lehe toimetused, mille eest ma olen südamest tänulik! Veel tänan oma juhendajat Ragnet, kellela ma seda teemat leidnud ei oleks ja oma igavesti lemmikut ajakirjanikku Anettet, kes oli kindel, et just sellest teemast peab kirjutama.

# 1. Teoreetilised lähtekohad

Järgnevas peatükis kirjeldan töö jaoks asjakohaseid teoreetilisi lähtekohti, mis selgitavad empiirilise uuringu jaoks tehtud valikuid. Kuivõrd töö uurib lugejate vajadusi ja ootusi maakonnalehtede digisisule, annan teoreetilise ülevaate kohaliku ajakirjanduse olemusest ning selle laiemast olulisusest ja ülesandest auditooriumi jaoks. Samuti kirjeldan varem tehtud uuringuid lehelugejate valmisolekust uudiste eest maksta ja annan taustainfot uuritavate lehtede kohta.

## 1.1 Kohaliku ajakirjanduse roll

Kuigi ajakirjandusel on oluline sotsiaalne ja kultuuriline väärtus, on see ühtlasi tööstus ning meediakanaleid majandatakse kui ettevõtteid. Sellele on kaasa aidanud meediakanalite ja telekommunikatsioonifirmade privatiseerimine (McQuail, 2000: 171). Meedial on ajalooliselt kujunenud välja tugev imago, millega kaasnevad ootused ühiskonnas teatud rolli täitmiseks (McQuail, 2000: 172). Massikommunikatsiooni teooria järgi on meedial nii avalik kui privaatne roll, sest meedia on vajalik ühiskonna funktsioneerimiseks laiemalt, kuid on seotud ka isiku individuaalse tarbimise ja vajadustega (McQuail, 2000: 172).

Kohaliku ajakirjanduse olulisuse osas on mitmeid eriarvamusi. Ühelt poolt nähakse seda kohaliku võimu tugeva kaitsja ja eliidi toetajana (Monbiot, 2009 Nielsen 2015 kaudu), teiselt poolt aga kogukonna hoidjana, info edastajana ja n-ö valvekoerana (*watchdog*) kohaliku eliidi tegevust jälgides. Nielsen (2015) usub, et kohalik ajakirjandus ei eksisteeri mitte nende kahe lähenemise vahepeal, vaid on kombinatsioon mõlemast.

Vaatamata eriarvamustele kohaliku ajakirjanduse väärtuse üle, on regionaalse meediakajastuse kadumine suur oht. Mõnes kogukonnas on pärast kohaliku ajakirjanduse kadumist märgatud uudiskõrbede (*news desert*) teket, mis loob võimaluse korrupsiooniks ja kohaliku võimu kuritarvitamiseks (Napoli, Stonbely, McCollough, Renninger, 2017: 373). Seda on enam märgata suurtes riikides, nagu USA, kus pärast kohaliku lehe või raadiokanali kadumist saavad inimesed oma kodukoha uudistega kursis olla tänu harvale üleriigilisele

kajastusele, suusõnalisele uudiste edastamisele või sotsiaalmeediale (Napoli jt, 2017). Suusõnaline või sotsiaalmeediast pärit info ei ole aga alati tõene, samuti piiravad sel juhul uudiste liikumist suured vahemaad, kogukonnatunnetuse puudumine ja ligipääsu infole võib takistada, kui inimesed ei kasuta sotsiaalmeediat. Eestis küll olukord nii drastiline ei ole, kuid linnastumine ja maakondade kahanemine (Plüschke-Altöf, Loewen, Leetmaa, 2020) mõjutab väiksematel aladel siiski kvaliteetset meediakajastust.

Kohalikul ajakirjandusel on Eesti elus juba üle kaheksa aasta olnud tähtis roll (Lauristin, Vihalemm, Uus, Peegel 1987: 5). Kohaliku ajakirjanduse ülesanne on olnud kajastada teemasid, mis jäävad üleriigilistel lehtedel kahe silma vahele või pole nende jaoks piisavalt uudisväärtuslikud (Lauristin jt, 1987: 8). Selle käigus on suudetud toetada haridus- ja kultuurielu (Lauristin jt, 1987: 9) ja kasvatada lihtrahva lugemisharjumust (Lauristin jt, 1987: 13).

Aja jooksul oleme me lugejatena hakanud võtma kohaliku ajakirjanduse olemasolu ja jätkusuutlikkust iseenesestmõistetava nähtusena, kuid üha enam on selge, et nii see tegelikult ei ole (Nielsen 2015). kohaliku ajakirjanduse lugejaskond, reklaamitulu ja üldine käive vähenevad ja ka digipakettide pakkumine pole suutnud neid kaotusi korvata (*samas*). Vastupidi, digitaalsed lehed seisavad kõik sarnase probleemi ees — lugejad pole harjunud digisisu eest maksta, Facebook ja Google pakuvad reklaamiturul konkurentsi ja kohaliku meedia jätkusuutlikkus pole riiklikult toetatud (Cook, Bakker, 2019: 31).

Ka kogukonnad ise on muutumas. Nielsen (2015) toob välja, kuidas väikesed kogukonnad on muutunud alates 1990. aastatest, kui üha enam hakati käima väiksematest kohtadest linna tööle, üha enam luuakse ja tarbitakse tooteid väljaspool kogukondi ja üha enam tehakse kohalikku elu puudutavaid otsuseid kogukonnaväliselt. Kogukonnatunnetusel ja seotusel ümbritseva eluga on aga suur mõju kohalikule ajakirjandusele ja elanike valmidusele kohaliku ajakirjanduse eest maksta (Olsen 2020: 514). Ja mitte ainult maksta. Kogukonnatunnetus on oluline ka selles osas, kuivõrd kogukond tajub üldse vajadust kogukonnainfo järele.

Eesti puhul võib muidugi küsida, millised kooslused on käsitletavad kogukonnana. Kas maakond on kogukond? Või on kogukond pigem valla, küla või hoopis kogu Eesti mõõtmetega? Käesolevas töös käsitlen kogukonnana üht maakonda. Maakonnaleht on traditsiooniliselt toodetud, ehk reklaamitulust ja tarbijatulust sõltuv kohaliku ajakirjanduse vorm Eestis. See tähendab, et erinevalt näiteks valla- või linnalehest, ei ole kohalik võim lehe tootmisega seotud ja maakonnaleht saab pakkuda erapooletut infot piirkonnas toimuva kohta. Seeläbi täidab maakonnaleht üleriigilise meedia poolt jäetud infolünki ja kaasab inimesi oma piirkonna probleemidesse viisil, mida mõni teine kogukondlik meediaväljaanne teha ei saa. Seetõttu uuringi töös just maakonnalehe lugejaid.

## 1.2 Kogukonnaajakirjanduse eripärad

Kogukonnaajakirjandust saab mitmeti mõtestada. Ühest küljest kirjeldab termin “kogukonnaajakirjandus” ajakirjandust, mis on suunatud kogukonnale viisil, mis ei järgi traditsioonilist sõnumi edastaja ja sõnumi vastuvõtja suhet. Kogukonnaajakirjanduse eripära seisneb selles, et kommunikatsioon ei ole ühesuunaline ega eksisteeri kogukonna informeerimiseks, vaid kogukonnast informeerimiseks. Kohalik meedia on seega olemas mitte üksnes kogukonna jaoks, vaid ka tänu kogukonnale (Berrigan 1989, Carpentier, Lie, Servaes, 2003: 55 kaudu).

Teisalt saab kogukonnaajakirjandust kodanikuajakirjandusena, kus kogukonnaliikmed kirjutavad ise lugusid, teevad raadiosaateid või annavad välja ajalehte. Osaliselt saab neid kahte lähenemist ühendada, kui lehtedes töötavad ajakirjanikud on ise samuti piirkonnast pärit või tellitakse kohalikest inimestelt kaastöid. Kaastööde avaldamisega on võimalik anda kogukonnas sõnaõigus gruppidele, kelle häält tavaliselt kuulda ei ole (Carpentier jt, 2003: 55–56).

Interneti levik on kaasa aidanud ka kogukonna mõiste laienemisele. Enam ei saa kogukonda defineerida üksnes geograafilise läheduse järgi. Veebikogukondadel on traditsiooniliste geograafiliste kogukondadega sarnased tunnused, mis kinnitab, et kogukondadele iseloomulikud määrajad, nagu omavaheline suhtlus, panustamine üksteise eludesse ja kuulumistunne, võivad tekkida hoolimata suurtest vahemaadest (Carpentier jt, 2003: 54).

Maakonnalehtede veebiküljed ja kvaliteetne digisisu saavad seega olla kogukonnapunktiks ka neile, kes on maakonnast lahkunud, kuid tunnevad sellega endiselt sidet. Kvaliteetne maakonnaajakirjandus saaks olla osa selle sideme hoidmisest. Lisaks kogukonnatunde tekitamisele, täidab kohalik ajakirjandus ka üleriigilise meedia jäetud infolünki, mistõttu kohaliku ajakirjanduse olulisus ka mõnes riigis kasvab (Cook, Bakker, 2019: 31).

Mõne kogukonna seas tõstab üha enam pead hüperlokaalne (*hyperlocal*) meedia, mis on suuresti iseseisev, ei kuulu kontserni ning puudutab väikest geograafilist ala. Uurijad leiavad, et nii hüperlokaalse kui kohaliku traditsioonilise ajakirjanduse (*legacy media*) eduks on vaja tihedalt asustatud piirkonda ja reklaamiturgu. Samas peetakse hüperlokaalset meediat sõltuvaks rohkem suhtest kohaliku kogukonnaga kui meediumiga, milles tegutsetakse (Nygren jt 2017, Cook, Bakker, 2019: 33 kaudu). Seega ei pea hüperlokaalne meedia olema tingimata traditsiooniline ajaleht või raadiokanal, kus ostetakse kõige enam reklaamipinda, kuivõrd see sõltub eelkõige kogukonnast endast. Ka Eestis tegutsevaid maakonnalehti saab pidada traditsiooniliseks ajakirjanduseks. Võrreldes “klassikalise massimeediaga” ei sõltu traditsiooniline ajakirjandus niivõrd meediumist (ajaleht, raadio, televisioon), kuivõrd meediavormi ajaloolisest taustast. Reklaamituru osas on hüperlokaalsel meedial kohati isegi eelis, sest tõmbab kohalikke ettevõtteid, mis üleriigiliselt end reklaamida ei soovi (Cook, Bakker, 2019: 33).

Selles osas, mida saab üldse kohalikuks meediaks pidada, on erinevad uurijad leppinud kokku erinevad kriteeriumid. Metzgar, Kurpius ja Rowley (2011) määratlesid hüperlokaalset meediat järgnevate kriteeriumite järgi: asukohal põhinev, ise uudiseid totev, enamasti veebist alguse saanud, täidab üleriigilise ajakirjanduse poolt jäetud infolünki ja kaasab elanikke kohalikesse probleemidesse (Metzgar jt, 2011: 774).

### **1.3 Ajakirjanduse rahastamine**

Ajakirjandust uurides on oluline defineerida meediaturg. Meediaturg koosneb organisatsioonidest, mis pakuvad üksteisega samalaadseid või asendatavaid tooteid või teenuseid (Pickard 1989, McQuail, 2000: 175 kaudu). Turgu saab määratleda erinevate tunnuste alusel, kohalikku ajakirjandust ja maakonnalehti vaadates on peamine ühendav

tunnus geograafiline asukoht. Turu määravad võivad olla veel teenuse või toote tüüp, tulutüüp, tarbijad jne (McQuail, 2000: 175).

Meediamajandamise põhjal jagatakse meediatoodete ja -teenuste pakkumine tarbijaturuks ja reklaamituruks (McQuail, 2000: 175). Reklaamiturul müüakse juurdepääsu auditooriumile, mistap on meediaorganisatsioonil ülesanne ühest küljest meelitada tellijateks mittemaksvaid lugejaid ja teisalt pakkuda reklaamijatele ihaldusväärset reklaamipinda (Olsen jt, 2019: 197). Reklaamiturul on Eesti erameedias põhiline tuluallikas (Kõuts-Klemm jt, 2019: 33), kuid telereklaami odav hind ja tugev konkurents veebireklaami valdkonnas on pärast 2008. aasta majanduslangust aeglustanud reklaamitulu kasvu paberlehtedes (Kõuts-Klemm jt, 2019: 8). Reklaamiturul tegutsemise risk ongi selle tugev mõjutatus majanduslikust olukorrast (McQuail, 2000: 176). Reklaamiturul on küll enim kahanenud trükireklaami osa, kuid kasvanud on internetireklaami maht (Kõuts-Klemm jt, 2019: 34).

Kohalikud ajalehed tegutsevad nii reklaami-, kui tarbijaturul. Tarbijaturul on auditooriumi meediatarbimise monetiseerimine ja sinna alla kuuluvad ajalehtede üksikmüük, lehetellimused, digipaketid (Kõuts-Klemm jt, 2019: 34). Mõni maakonnaleht tegeleb riskide maandamiseks ka kirjastusteenuse pakkumise, fotogaleriide maksustamise ja muuga. Vaatamata sellele, et ostujõulisi meediatarbijaid on maakonnalehtede sihtgrupis rohkem kui hetkel tellijaid, on tehnoloogia areng ja sellega kaasnenud tasuta uudiste ja muu digisisu kättesaadavus muutnud tarbijatelt raha küsimise keerulisemaks. Seetõttu pole kasvanud ka veebis lehesisu müügi ja digitellimuste arv piisavalt (*samas*). Seega tuleb meeles pidada, et erameedia tegutseb vähemalt osalt kasumi teenimise eesmärgiga ja kulude katteks võib olla tarvis tegevust koomale tõmmata, töötajate arvu vähendada ja tööülesandeid koondada, mõnel juhul isegi tegevus lõpetada (McQuail, 2000: 180). Siiski tuleb mainida, et koroonalukorras on digitellimuste arv jõudsalt kasvanud, mis on sundinud lehti rohkem ka oma digisisu peale mõtlema ja digiarendusi tegema (Donauskaitė jt, 2020: 18). Suvest alates on Postimees Gruppi lisandunud üks kuni kaks tuhat uut digitellijat iga kuu (Donauskaitė jt, 2020: 19).

Mari Rebane (2007) kirjeldas oma bakalaureusetöös Eesti ajalehtede veebikülgede arengut kolmes punktis:

- paberlehe peegeldus internetis
- paberlehe peegeldus, kuhu on lisatud ka operatiivsemaid uudiseid ja kommenteerimisvõimalus
- väljaanne, kuhu lähevad ka paberlehe lood, kuid on sisult uudisteportaali mõõtmetes ja pakub ka paberist erinevat sisu (Rebane, 2007: 4).

Käesolevas töös on uuritavate lehtede puhul märgata mingil määral kõiki kolme varianti. Kõik lehed lisavad oma veebilehele lood, mis paberlehes kajastust saavad. Vooremaa ja Võrumaa Teataja veebileht – peamine koduleht, kus pealkirju ja pilte näevad ka mitte-tellijad – kuulub teisse kategooriasse, sest avaldatakse ka operatiivsemaid lugusid ja nupukesi, mis paberlehte ei jõua. Võrumaa Teataja digipakett, mida näevad digitellijad veebilehele kasutajakontoga sisse logides, kuulub esimesse kategooriasse, kuivõrd Võrumaa Teataja digitellija saab õhtul ligipääsu järgmise päeva lehe pdf-formaadile. Vooremaa kuulub küll lugude avaldamise osas teisse kategooriasse, kuid ei paku veebis kommenteerimisvõimalust. Sakala ja Saarte Häääl paigutuvad kolmandasse kategooriasse, sest loovad ka eraldi veebisisu (raadio, videolood, galeriid, lood, mida lehes ei avaldata jne).

Veebiuudiste eest maksustamist saab jagada järgnevalt:

- Kõvad maksumüürid: kogu lehesisu on tasuline
- Nõrgad maksumüürid: osa lehesisust on tasuline ja osa tasuta.
- Metreeritud maksumüürid: tasuta artiklite lugemisel on arvuline piir, selleni jõudmisel peab lugeja hakkama maksta.
- *Freemium* maksumüürid: osa lehesisust on tasuta, kuid suuremate ja mahukamate (n-ö *premium*) lugude eest tuleb maksta (Myllylahti, 2014: 182).

Eesti ajalehed on oma veebisisu maksustamiseks kasutanud enim *freemium* mudelit, kus värsked uudised on tasuta ja pikemate lugude eest, näiteks nende, mis paberlehte kirjutatakse, tuleb maksta (Himma-Kadakas, Kõuts-Klemm, 2015: 108). Himma-Kadakas ja Kõuts-Klemm (2015) tegid uuringu, kus viisid läbi intervjuud tasulise sisu eest maksmise teemal.

Sel ajal olid nii delfi.ee kui postimees.ee alles *freemium* mudelit kasutusele võtmas, enne seda toimiti esmajärgus reklaamitulust (*samas*).

Myllylahti (2014) leidis, et maksumüüri tüüp ei mõjuta suurel määral lugejatelt teenitava tulu määra. Ta tõi välja, et The New York Times teenib metreeritud maksumüüriiga ligikaudu 7,2% ettevõtte sissetulekust, samas kui The Times ja The Sunday Times on valinud kõva maksumüüri ja teenivad ligikaudu 8,9% ettevõtte sissetulekust (Myllylahti, 2014: 189). Helsingin Sanomat on suutnud käivet tõsta tänu digitellimuste reklaamimisele paberlehe tellijatele. Siiski ütleb Myllylahti, et kuigi maksumüürid aitavad käivet tõsta, ei paista need sissetulekut kiirelt tõstvat, protsess on võrdlemisi aeglane. Mõned lehed alandavad digitellimuste hindu või teevad sooduskampaaniaid, et tellijaid juurde meelitada – see strateegia aga lühikeses plaanis tulemusi ei anna (Myllylahti, 2014: 190).

Himma-Kadakas ja Kõuts-Klemm leidsid oma läbiviidud intervjuudest, et inimesed on valmis sisu eest maksuma, kuid see peab nende jaoks täitma teatud kriteeriumid. Loo eest maksmisel eeldavad inimesed, et see on hea kvaliteediga, mitte liialt lühike, hästi uuritud ja tasakaalus infoga. Seetõttu eelistavad inimesed kiirelt avaldatud uudisele midagi, mis on pikem ja argumenteerivam ning selle eest ollakse tõenäolisemalt nõus ka maksuma (Himma-Kadakas, Kõuts-Klemm, 2015: 111).

### **1.3.1 Ajakirjanduse majanduslikud ja sotsiaalsed dimensioonid**

Meedia hetkeolukorda kirjeldab mitmekesisustumine, läbipõimimine, kontsentreerumine, laienemine ja rahvusvaheliseks muutumine, mille määravad suuresti muutujad nagu uued tehnoloogiad ja majanduslik olukord (McQuail, 2000: 173). Ka Eesti meedias on märgata kontsentreerumist. Kontsentratsiooni mõõdetakse sellega, kui suur on firma kontroll auditooriumi, tööhõive, levi ja tootmise üle (McQuail, 2000: 182). Kontsentratsiooni suurenemine mõjutab näiteks toodete ja teenuste hinda, toodete sisu ja kvaliteeti ning konkurentide positsiooni (McQuail, 2000: 183). See võib vähendada toote kättesaadavust tarbijale. Nt on Saksamaa puhul toodud välja, et kohaliku meedia ettevõtted on viimastel aastakümnetel ostetud ära suurte kirjastajate poolt ning see on vähendanud nii kohaliku ajakirjanduse autonoomiat kui ka kohalikku elanikku kõnetavat sisupakkumist (Wolf, 2020).

Meediapluralismi ehk mitmekesisuse monitooring hindab meedia olukorda neljas kategoorias: põhiõiguste kaitse, turupluralism, poliitiline sõltumatus ja sotsiaalne kaasatus (Kõuts-Klemm jt, 2019: 16). Nende kategooriate lõikes hindas viimane monitooring kõige suuremaks riski turupluralismile Eestis (Kõuts-Klemm jt, 2019: 17). Ohus on määravad nagu meediaomandi kontsentratsioon, konkurentsi tagamine, majandustegurite mõju sisuloomele ja jätkusuutlikkus (*samas*). Eesti 19 maakonnalehest (kui mitte arvestada Põhjarannikut ja Severnoje Poberežjet eraldi väljaannetena) kuuluvad viis Postimees Gruppi ning kaks kasutavad nende veebiplatvormi.

Suurus, omandivorm ja meediatööstuslik funktsioon on meediaorganisatsiooni tunnused, mida on oluline teada organisatsiooni uurides, sest mõjutavad nende tegevust. Muuhulgas mõjutavad need sisu, vormi ja auditooriumit, kellele tooteid pakutakse. Tuleb silmas pidada, et meediaettevõtet mõjutavad nii organisatsioonilised kui ühiskondlikud tegurid. Ühiskondlik mõjutaja võib olla näiteks auditooriumi ootus, organisatsioonilised mõjutajad näiteks kollektiivi tööharjumused, kasutatavad praktikad ja eesmärgid (McQuail, 2000: 220).

Meediat mõjutavaid tegureid saab jagada ka tasandipõhiselt ehk organisatsiooniväliselt. Rahvusvahelise tasandi alla kuuluvad näiteks rahvusvahelised organisatsioonid, riikliku tasandi alla valitsus ja poliitilised parteid, meediatööstuse tasandil on mõjutajad teised meediafirmad ja reklaamitur, organisatsioonide tasandil konglomeraadid, kogukondlikul tasandil omavalitsus ja kohalikud ettevõtted, organisatsiooni sisetasandil erinevad allüksused organisatsiooni sees, ning individuaalsel tasandil kõiksugused üksikisikuga seotud iseärasused, nagu ametikoht, sotsiaalne taust, sugu jne (McQuail, 2000: 222). Tasandipõhise vaatega võib küll jääda mulje, justkui oleks suurim ehk rahvusvaheline tasand kõige olulisem, kuid meediauuringu kontekstis on siiski kasulikum vaadata organisatsiooni suhet oma põhilise keskkonnaga (McQuail, 2000: 223). Kohaliku ajakirjanduse puhul on see piirkond, milles tegutsetakse.

Nagu eespool kirjeldatud, on ajakirjanduse olemus võrdlemisi mitmetahuline, sest sisaldab endas nii avalikku- kui privaatsfääri, nii äri kui kultuuri. Sellest tulenevalt on meediaorganisatsioonide eesmärgid samuti kahetised. Utilitaarsest vaatepunktist on eesmärk

toote või teenuse pakkumine tasu eest. Normatiivseks eesmärgiks võib pidada aga teatud väärtustest kinnipidamist ja ühiskonda panustamist (McQuail, 2000: 226). Samuti võib jagada eesmärgid tulunduslikeks ja mittetulunduslikeks. Mittetulunduslikud eesmärgid on seotud mõju ja võimu saavutamise ühiskonnas, tulunduslikud aga reklaami- ja tootemüügiga. Iga eesmärgi keskmel on ühel või teisel viisil lugeja. Näiteks mõjutab lugejarahulolu tulunduslike eesmärgi, sest lisaks tulule mõjutavad müüginumbrid ka reklaamiandjaid ja nende rahulolu (McQuail, 2000: 227). Samuti leitakse, et meediategevusest peaks peamine tulusaaja olema avalikkus (McQuail, 2000: 226).

### **1.3.2 Tasuline digisisu kohalikus ajakirjanduses**

Olukorras, kus pabertiraažid vähenevad, usuvad mõned meediauurijad, et kohalike ajakirjanike, toimetuste ja lehtede omanike ülesanne on leida digitaalseid lahendusi, mis aitaksid maakonnajakirjandust elavdada (Yun jt, 2018: 523).

Ühe võimaliku lahendusena soodustada kohaliku ajakirjanduse püsijäämist ja kohaliku kultuuri hoidmist, nähakse ajalehtede veebisisu muutmist tellimusepõhiseks ja üksikute lugude asetamist maksumüüri taha. Maksumüüri eesmärk on algusest saadik olnud aidata väheneva tellija- ja tiraažinumbritega paberlehte, suurendades lehe sissetulekut lugejatelt saadud tuluga (Herbert, Thuman, 2007 Olsen, Kammer, Solvoll, 2019 kaudu).

Valmisolek ajakirjanduse, ka kohaliku ajakirjanduse eest veebis maksta erineb inimgrupiti ja üksikisikuti. Iga inimene arvestab enda jaoks lehe tajutava väärtuse (*worthwhileness*). Väärtuse arvestamisel annab inimene hinnangu, mille käigus võrdleb oma ressursse, nagu aeg, raha ja energia, ning meediumi pakutavaid hüvesid, nagu teadmised, ajaveetmise võimalus, sotsiaalne tunnustus jne. Mida enam inimene leiab, et saab kasu, seda tõenäolisemalt ta vastavat meediumit ka tarbib (Kammer, Boeck, Hansen, Hauschildt, 2015: 109). Hind on selles väärtuse arvestamise protseduuris oluline faktor: kui kõik teised eeldused on kahel erineval kanalil ühtmoodi täidetud, valib inimene pea alati odavama variandi (Kammer jt, 2015: 110).

Oma magistritöös kasutas Kula (2016) fookusgrupi meetodit, et uurida lugejate valmisolekut maksta kohaliku ajakirjanduse tasulise sisu eest. Kula leidis (2016: 64), et enamik osalejatest ei olnud valmis maksma ühegi osalejatele hindamiseks esitatud artikli eest ja arvasid, et pigem otsiksid informatsiooni kuskilt mujalt, näiteks linna või valla Facebooki lehelt, tuttavalt, mõnest muust ajakirjandusväljaandest või jääksid informatsioonist lihtsalt ilma. Veel leidsid fookusgrupis osalejad, et lugusid, mille eest nad oleksid nõus raha maksma, on kohalikus ajakirjanduses üldse vähe (Kula 2016: 65). Lisaks toodi välja võimalus lugeda tasulisi artikleid töökoha tellimuse parooliga või saada olulisem info kätte lehe enda Facebooki kommentaariumist. Samuti mainiti, et lehte saab tasuta lugeda kohvikus või raamatukogus (Kula 2016: 67–68).

Kula (2016) töö põhjal võib seega kaardistada mõned põhjused, miks inimesed pole nõus kohaliku lehe tasulise veebisisu eest maksma. Üks põhjus paistab olevat, et artiklite sisu ei ole lugeja jaoks piisavalt oluline, huvitav või haarav, mistõttu tuntakse, et isegi kui sama infot mõnest muust kanalist ei saa, ei jää lugeja ka millestki olulisest ilma. Ka Sarapuu (2014) leidis oma bakalaureusetöö intervjuudes, et artikli eest makstes ootavad lugejad kõrgemat kvaliteeti (Sarapuu 2014: 25)

Üks oluline faktor, mis otsustab, kas lugeja on nõus maksumüürist edasi minema või mitte, on personaalne side. Nii Sarapuu (2014) kui Kula (2016) toovad enda intervjuude põhjal välja, et inimesed on nõus loo eest rohkem maksma, kui neil on artikliga personaalne side. Personaalse sideme all toob Sarapuu välja (2014: 26) esiteks sideme kodukoha, iseenda või oma lähedastega ja teiseks sideme oma tööga. Sama leidis ka Kula (2016: 60, 64).

Sidet kogukonnaga, kohaliku ajakirjandusega ning valmisolekut kohaliku ajakirjanduse eest maksta uuris ka Olsen (2020). Ta intervjueeris Norra kohalike lehtede potentsiaalseid lugejaid ning leidis, et enamasti olid intervjueeritavad digitaalselt meelestatud ja lugesid vähe paberlehti (Olsen, 2020: 513). Ta leidis ka, et need intervjueeritavad, kes on nõus kohaliku ajakirjanduse eest maksma, peavad kohalikku ajakirjandust samaväärseks üleriigilise ajakirjandusega. Need intervjueeritavad leidsid ka kohalikus ajakirjanduses väärtust ja olulisust, sest see tugevdab nende kuulumistunnet kogukonda ja aitab neil kohaliku eluga

kursis olla. Seda pidasid nad omakorda oluliseks, sest see puudutab nende igapäevaelu, lapsi, töökohta, vaba-aja veetmise võimalusi, kohalikku kultuuri ja poliitikat. Side nende vastajate perekonnaelu ja kohaliku ajakirjandusega on oluline faktor, leiab Olsen (2020: 514).

Need vastajad aga, kes ei ole nõus kohaliku ajakirjanduse eest maksma, ei leidnud ka, et kohalik ajakirjandus oleks samasuguse väärtusega nagu üleriigiline ajakirjandus. Intervjuueeritavad, kes ei ole nõus maksma, tõid välja, et kohalikus ajakirjanduses saavad kajastust liiga väiksed ja ebaolulised teemad, mida tähtsustatakse üle. Kohaliku ajakirjanduse lugemata jätmise põhjustena tõid nad veel välja, et kohalik ajakirjandus ei kajasta neile huvipakkuvaid teemasid ning et neil pole kogukonna või piirkonnaga piisavalt tugevat sidet, et tahta lugeda kohalike teemade kohta (Olsen, 2020: 514).

Olseni intervjuueerituist leidsid nii need, kes on nõus kohaliku ajakirjanduse eest maksma, kui ka need, kes ei ole, et kohalikul ajakirjandusel on siiski unikaalne väärtus (Olsen, 2020: 514) ja samaväärset alternatiivi ei eksisteeri. Võimalike alternatiividena toodi välja Facebook, riiklik rahvusringhääling ja kohalike omavalitsuste kodulehed (Olsen, 2020: 514). Facebooki miinusena nimetati selle korrapäratust, vähest usaldusväarsust ning infoküllust, milles võivad olulised uudised märkamata jääda. Rahvusringhäälingu negatiivse aspektina öeldi, et see on kohalikust elust liiga kaugel, pinnapealne ja seal puudub kohaliku elu tunnetus. Kohalike omavalitsuste kodulehtede osas leiti aga, et seal kajastatakse enam praktilisi teadaandeid, mitte uudiseid. Lisaks toodi välja, et neil lehtedel puudub kriitilisus ja teemasügavus ning lehti uuendatakse tihti liiga harva (Olsen, 2020: 515).

Üldiselt leitakse, et maksumüüri seadmine kohalikule ajakirjandusele on negatiivse mõjuga lehe külastatavusele ja lugude lugemisele (Olsen jt, 2019). Olsen, Kammer ja Solvoll (2019) vaatasid mitme Taani ja Norra kohaliku ajalehe külastatavust ja lugejate kaasatust enne ja pärast maksumüüride paigaldamist ja leidsid, et iga lehe igas valdkonnas oli pärast maksumüüride sätestamist külastusi vähem. Ligikaudu aasta pärast maksumüüri esmast tutvustamist oli märgata mõningast paranemist lehe külastuste ja uute külastajate arvu osas, kuid see polnud nii kõigis lehtedes (Olsen jt, 2019: 206).

## 1.4 Meedia ökosüsteem ja konkurents

Milliste kanalite vahel siis potentsiaalsete lugejate ja ajakirjanduse eest maksjate tähelepanud ja raha jaguneb? Massikommunikatsiooni teoorias tuuakse välja kolme sorti meediamajandusega seotud konkurentsi: meedialiikide vaheline, meediumisisene ja firmade vaheline konkurents (McQuail, 2000: 180). Kohalikus meedias võib konkurents olla meedialiikide vaheline, mis sõltub sellest, kas ühte toodet saab teisega asendada (McQuail, 2000: 180). Näiteks saab tarbija maakonnalehe asendada sotsiaalmeediaga või kohaliku raadioga. Sel juhul tuleb meeles pidada, et asendused pole tõeneoliselt samaväärsed. Samuti on võimalik teha meediumisisene asendus, mis juhul asendatakse näiteks maakonnalehest saadav info tasuta vallalehest saadava infoga. Firmade vahelist konkurentsi on näha ka Eestis, kõige selgemini Saaremaal, kus tegutseb kaks maakonnalehte.

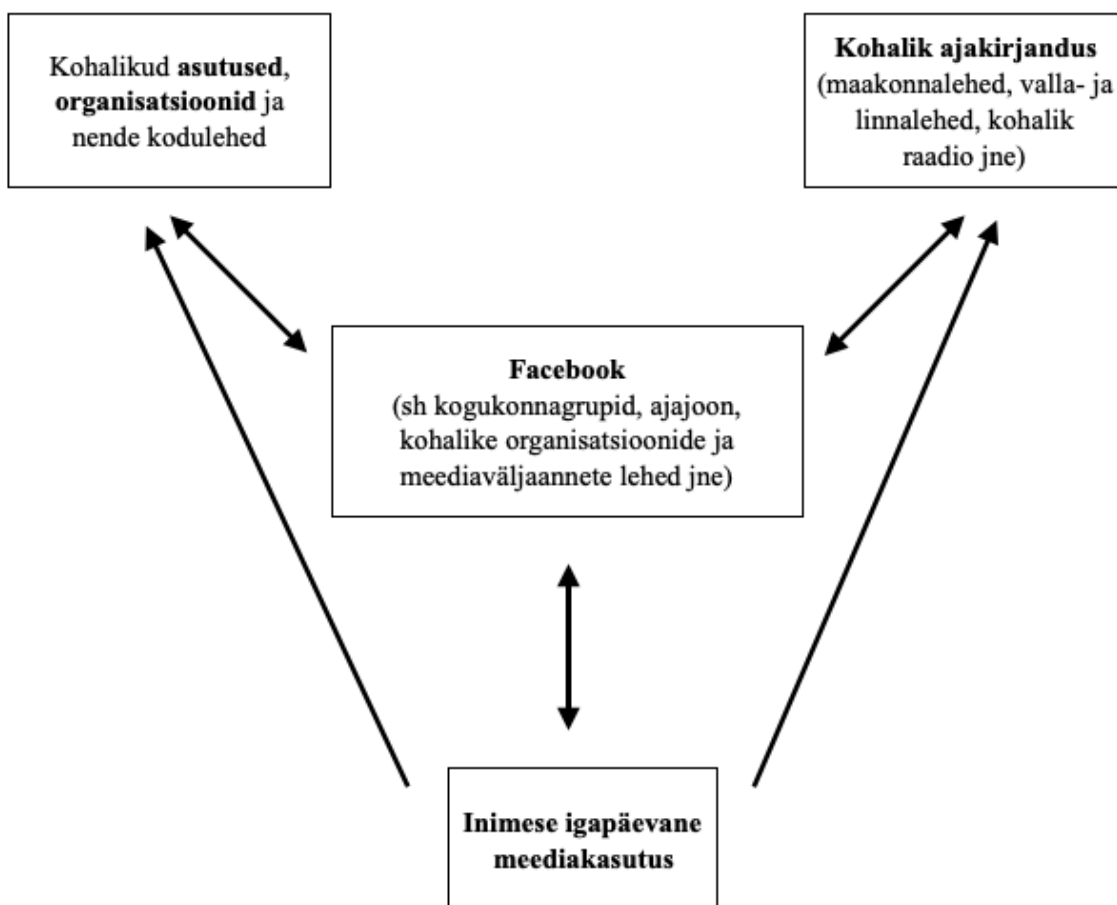
Eestis jagunevad maakonnalehed kuuluvuselt kahte: Postimees Gruppi kuuluvad lehed ja eraldiseisvad lehed. Kuigi kõigis maakondades on täisealiste lugejate kaasatus maakonnalehtedesse vähenemas, on Postimees Grupi lehed siiski edukamad lugejate kõnetamises (Kõuts-Klemm jt, 2019: 59). Kohalikul turul pakuvad maakonnalehtedele konkurentsi omavalitsuste infolehed (sealhulgas sotsiaalmeediakanalid), kohalik radio, kodanike omaalgatuslikud infolehed ning piirkondade sotsiaalmeedialeheküljed (enamasti Facebooki lehed ja grupid) (Kõuts-Klemm jt, 2019: 42).

Reklaamimüügil põhinevaü tulumudeli tõttu on ajakirjandus üle maailma suuremates või väiksemates raskustes (Cook, Bakker, 2019: 32), kuna nii paber- kui digilehes reklaamitulud vähenevad. Paberlehes võib seda pidada tiraažide vähenemise ja digitaliseerumise, digilehes aga tugevama konkurentsi süüks (Facebooki ja Google'i reklaamid).

Ökosüsteemi teooriat kasutatakse, et paremini mõista eri meediakanalite omavahelisi dünaamikaid ja lugejate seisukohta neis dünaamikates. Lisaks aitab ökosüsteemi teooria mõista (uudis)lugude levimist ja tekkimist ning sotsiaalmeedia mõju selles süsteemis. Kuigi ei ole veel kindel, et paberlehed digitaliseerumise tõttu lähiajal täiesti ära kaovad, ei ole põhjust uskuda, et nad sellest täiesti puutumata jäävad (Yun jt, 2018: 522). Siiski on Eestis

näha maakonnalehtede tiraaži ja ilmumise sageduse vähenemist, samuti tegevuse lõpetamist — näiteks lõpetas Põlvamaa ajaleht Koit ilmumise 2019. aastal.

Tehnoloogia jõuline areng on muutnud ajakirjandust nii vormi, rahastuse kui staatuse poolest. Internetist saadav informatsioon ei ole niivõrd alternatiiv traditsioonilisele ajakirjandusele, kuivõrd selle täiend. Interneti kättesaadavus ja kaasav loomus on häirinud ka meedia traditsioonilist auditooriumi-kõneleja suhet (Loosen, Schmidt, 2012). Sellest tulenevalt on mõttekas uurida meediat ökosüsteemi vaatepunktist, sest see aitab mõista, milliste vajaduste ja soovidega pöörduvad inimesed erinevate kanalite poole. Samuti leiab meedia ökosüsteemi perspektiiv, et sotsiaalmeedia ei asenda traditsioonilist meediat, vaid nad muudavad üksteisest. Meedia ökosüsteemi idee analüüsib nii kohalike mediakanalite suhet üksteisega, tarbijatega kui ka üleriigiliste infokanalitega (Nygren, 2019: 53). Seega ei võetakse arvesse üksnes meediasüsteeme, vaid ka nende panuseid ühiskonda (Nygren, 2019: 52) ja tarbijate eri vajaduste täitmist (vt joonis 1).



Joonis 1. Facebook kui põhiline sotsiaalmeediakanal meedia ökosüsteemi perspektiivi keskmes ja selle vastastikune mõjutamine teiste kohalikus meedias oluliste kanalitega ja ka meediatarbijaga.

Kohaliku meedia ökosüsteemi perspektiivi silmas pidades uuris Nygren (2019) Rootsi kohaliku meedia tarbijaid, võttes arvesse erinevate meediumite kasutamise kiiret muutumist. Ootuspäraselt ilmestasid tema tulemused lugejate tähelepanu liikumist traditsiooniliselt meedialt sotsiaalmeediale. 2015. ja 2017. aasta võrdluses kaotasid tellimuspõhised kohalikud paberlehed 16% oma tavapärasest lugejaskonnast, digilehtedel läks aga veidi paremini – kaotus oli 3%. Facebooki kasutamine kohaliku eluga kursis olemise eesmärgil kasvas samas 5% (Nygren, 2019: 56).

Nygren leidis ka, et omavalitsuste infolehtede ja kodulehtede olulisus on kasvamas, mitmed omavalitsused on palganud ka meedia eest vastutavad inimesed ja laiendanud info jagamist mitmesse kanalisse. Kohaliku meedia tarbijaist 30% peab omavalitsuskanalite infot oluliseks (Nygren 2019: 60-61). Ka Eesti kontekstis oleks arukas jälgida Nygreni tähelepanekut, et tänu omaenda infokanalitele huvituvad kohalikud omavalitsused üha vähem kohalikust ajakirjandusest. Kuigi omavalitsuste kanalid pakuvad elanikele infot, ei saa nad siiski täita sõltumatu ajakirjanduse rolli, sest ei saa olla võimukriitilised (Nygren 2019: 61).

Sotsiaalmeediaplattformid, näiteks Facebook, on kohaliku ajakirjandusega tugevalt seotud, vaatamata sellele, et on ka teineteise konkurendid. Näiteks pakuvad kohalike elanike loodud grupid lugude jaoks materjali, väljaanded aga saavad oma Facebooki lehel lugusid reklaamida. Samuti saavad ajakirjanikud Facebookis jagatud lugude statistikat jälgides hinnata, milliste lugudega lugejad enam suhestuvad. Facebook on ajakirjanike jaoks oluline koht, kus lugejatega suhelda ja tagasisidet saada (Nygren, 2019: 57). Siiski leitakse, et kuigi ajakirjanikud tunnistavad sotsiaalmeedia mõju ajakirjandusele, ei kasutata nad seda piisavalt. Kohalikus ajakirjanduses, kus kogukonnaga suhtlusel on eriti suur rõhk, saaks sotsiaalmeediat kasutada veel rohkem (Jeronimo, Correia, Gradim, 2020: 3). Madleen Vapper (2021) leidis oma bakalaureusetöös, et Facebooki kasutamise puhul leidub Eesti maakonnalehtede seas suuri erinevusi nii stiili kui postituste edukuse osas (Vapper, 2021: 45). Eduka, ehk lugejaid kaasahaarava postitusena toob Vapper välja üleskutsed, õnnitlused ja uudiste jagamine, kui postituses kasutatakse värvikat keelt, emotikone ja kohati ka subjektiivseid väljendeid (*samas*)

Meedia digitaliseerumine on kaasa aidanud uut sorti auditooriumi kaasatusele ajakirjanduse töös. Auditooriumil on võimalik otsesemalt mõjutada meedia loomist, levimist, tagasisidet jne. Seda silmas pidades on võetud traditsioonilise termini “auditoorium” kõrvale kasutusele ka termin “prosumer” (Bruns 2008, Kammer 2013 kaudu). Kui traditsioonilises vaates on ajakirjanduse ja auditooriumi suhe sõnumiseadja ja vastuvõtja oma, siis meedia ja prosumeri suhet iseloomustab pidev info loomine ja levitamine digitaalse meediavõrgustiku kaudu (Loosen, Schmidt, 2012: 871).

Meedia ökosüsteemi kontseptsioon ja inimese kui meedia prosumeri kontseptsioon annavad mõista, et ajakirjaniku traditsiooniline roll on juba mõnda aega olnud muutumises. Varem on ajakirjanikutööd kirjeldatud väravavahina (*gatekeeper*), kes on sõnumi kommunikatsiooniteekonnas otsustaja, mis pääseb läbi ja mis mitte (Kõuts-Klemm, Seppel, 2018: 52). Termin väravavaatleja (*gatewatcher*) aga kirjeldab muutunud olukorda, kus on tarvis pidevalt veebiuudiseid toota, kanaleid on palju ja ajakirjanikud loodavad üha enam kommunikatsioonijuhtide, pressiesindajate ja ka lugejate peale. Väravavaatlejad osutavad seega tihti olemasolevale materjalile viidete kaudu, olemata ise esmane infoallikas. Sääraste lugude loomises on panus ka ajakirjanduse eelmainitud sidemel Facebookiga ja igasugu Facebooki gruppidest saadaval infol (Bruns, 2003).

Eesti meediaturg praegusest rohkem sisupakkujaid ilmselt välja ei kanna, arwab Ragne Kõuts-Klemm (2019). Sel aastal tuleb siiski välja Äripäeva uus kohalik uudisveeb, mis hakkab pakkuma digitaalset kogukonnaajakirjandust. Äripäeva uus kohaliku ajakirjanduse algatus loodab saada kohalikele inimestele kõige olulisemaks infoallikaks (Turundajate Liit, 2021). Uus meediakontserni kuuluv konkurent seab teisalt ohtu iseseisvad maakonnalehed, eriti digiuudiste pakkumise poolest. Äripäeva esimene uudisveeb on suunatud läänevirumaalastele (*samas*).

## **1.5 Auditooriumi ja ajakirjanduse suhe**

Vaatamata sellele, et suhe auditooriumiga on ajakirjanduses väga tähtis ja auditooriumi mõju meedia üle suur, ei peeta meediaorganisatsioonide sees auditooriumi huve tihti kuigi

oluliseks. Jälgitakse küll reitinguid ja müügitulu, kuid usutakse end auditooriumi soove teadvat paremini kui auditoorium ise. Samuti toetatakse põhiliselt töökaaslaste ja teiste ajakirjanike arvamustele ja varasematele kogemustele (Loosen, Schmidt, 2012). Kohati võib seda nimetada vaenulikkuseks auditooriumi vastu, sest üksnes teiste ajakirjanike hinnangule toetudes võivad teatud ühiskonnagrupid jääda kajastuseta, lood võivad olla lugejale liiga keerulised või ülevallt alla vaatavad (McQuail, 2000: 236). Auditoorium aga sõltub ajakirjandusest informatsiooni saamisel ja sotsiaalses elus navigeerimisel (Heise, Loosen, Reimer, Schmidt, 2014). Vaatamata sellele ei arvestata lehesisus muudatusi tehes tihti otseselt auditooriumi arvamusega, vaid abstraktse idee ja arusaamaga auditooriumist (Heise jt, 2014: 412). Kohalikus ajakirjanduses on see suhe teistsugune. Kogukonnaajakirjanduse kontseptsiooni järgides on kohalikel ajakirjanikel suur vastutus ja ülesanne mitte olla üksnes lugejatega kursis, vaid neid ka kaasata. See tähendab, et kogukonnaajakirjandusega tegelev toimetus peab vajadusel oma suhte auditooriumiga ümber mõtestama.

Auditooriumi ja ajakirjanduse suhet on võimalik iseloomustada ootuste järgi: auditooriumi ootus selle, mida ajakirjandus avaldab ja mida peaks avaldama, ning ajakirjanduse ootus sellele, mida auditoorium tarbib ja mida peaks tarbima (Heise jt, 2014: 411). Heise jt uurisid nende ootuste ning auditooriumi ja ajakirjanduse teineteisemõistmist ühe Saksa uudistesaaate näitel, võttes fookusesse auditooriumi kaasatuse. Nad küsitlesid ja intervjuerisid saate veebisisu tarbijaid ning telesaate töötajaid. Heise jt märkasid, et nii mõnegi teema osas läksid auditooriumi ja ajakirjanike arusaamad lahku. Näiteks uskusid ajakirjanikud enam, et oluline on kajastada infot, mis huvitaks võimalikult laia publikut (Heise jt, 2014: 416), suurem osa ajakirjanikest pidas selleks kogu Saksamaa elanikkonda. Veebisisu tarbijatele oli aga olulisem, et ajakirjandus asuks auditooriumiga dialoogi päevakajaliste sündmuste üle. Sealhulgas usuti, et ajakirjanikud võiksid oma arvamuse vastuoluliste lugude puhul selgelt välja tuua, et oleks aru saada, kas ajakirjanik on lugu mõjutanud või mitte. Samuti ütlesid intervjueritavad, et neid huvitaks ajakirjaniku kui professionaali arvamus erinevate temade osas (Heise jt, 418). Selline vaatepunkt ei lähe kokku traditsioonilise ajakirjaniku rolliga, kuivõrd oma arvamuse avaldamist uudisloos peetakse halvaks praktikaks. Heise jt leidsid veel, et ajakirjanikud alahindavad auditooriumi ootust nii ajakirjanike, allikate kui ajakirjanduslike töömeetodite ja protsesside läbipaistvusele (Heise jt, 2014: 424).

Auditooriumi perspektiiv on oluline meediaorganisatsiooni töö mõtestamiseks, kuivõrd avalikkust võib pidada meedia kõige olulisemaks kasusaajaks. Samas tasub meeles pidada, et kõrged müüginumbrid ja lugejate positiivne tagasiside ei ole alati kvaliteedi mõõdupuu (McQuail, 2000: 237).

### **1.5.1 Auditooriumi uudistehuvi ja ootused uudistele digikeskkonnas**

Järgnevalt kirjeldangi veidi, mida lugejad kvaliteediks peavad ja kuidas see nende meediaharjumusi mõjutab. Uuringu “Mina. Maailm. Meedia” (edaspidi MeeMa) tulemuste järgi muutis internetiajastu inimeste meediakäitumist mitmel viisil. Uuringu tulemused vaatavad eestlaste meediakasutust aastail 2002–2014. Meediakasutusel väljendub interneti pealetulek nii kommunikatsioonivahendite muutuses, inimeste infovälja muutuses kui ka ajakirjanduse tarbimises. Vähenenud on paberajalehtede ja -ajakirjade lugemine, samuti lugemise sagedus (Vihalemm, Kõuts-Klemm, 2017: 254). Uuritud 15 aastaga langes paberlehtede lugejate arv 19 protsendipunkti võrra. Vähenenud on paberlehtede ja -ajakirjade regulaarsete lugejate osakaal, lugemise maht inimese kohta ja regulaarselt loetavate lehtede maht (*samas*).

Vihalemm ja Kõuts-Klemm märgivad, et huvi uudiste vastu on inimestel siiski olemas, kuid infokanalid on kolinud enam interneti. Seda just paberlehtede arvelt. MeeMa tulemused leiavad, et ligikaudu neljandik meediatarbijatest on loobunud paberlehtedest interneti tõttu. Kuivõrd uuringu tulemused pärinevad aastast 2014, võib eeldada, et see tendents on ainult süvenenud (Vihalemm, Kõuts-Klemm, 2017: 254). Seda eeldust toetab ka Eesti Meediaettevõtete Liidu avaldatud statistika, mis kujutab liidu liikmete digitellimuste arvu pidevat tõusu. Kui 2021. aasta jaanuaris oli Meediaettevõtete Liidu liikmeslehtede digitellimusi tehtud 135 345, siis aprillis oli see number juba 153 838 (Eesti Meediaettevõtete Liit, 2021a). Väljaannete summaarne lugejate arv seega kasvab, vaatamata paberlehtede tiraaži vähenemisele (Vihalemm, Kõuts-Klemm, 2017: 259). Meediakasutuses on siiski erinevusi nii rahvuste kui põlvkondade vahel: noored on agaramad sotsiaalmeedia kasutajad ja nende seas on märgata ka gruppe, kes ajakirjandust väldivad (Vihalemm, Kõuts-Klemm, 2017: 258).

Eesti Meediaettevõtete Liit tellis Turu-uuringute ASi korraldatud uuringu, mis kinnitab, et internetikasutajatele on kõige olulisemad teabekanalid interneti uudiskeskonnad — nii leidis 81% protsenti vastajatest. Kõige enam valisid seda varianti kuni 49-aastased, televisiooni märkisid kõige olulisemaks üle 50-aastased ja raadio üle 74-aastased. Seega otsivad inimesed infot ikka ajakirjandusest, mitte sotsiaalmeediast, mis oli olulisuselt neljandal kohal (Eesti Meediaettevõtete Liit 2021b).

Oma magistritöös uuris Mihkel Tamm (2016) uudiste lugemist nutiseadmetest ja nii mõnedki tema leitud tegurid, mis nutiseadmes lugemist mõjutavad, võib üle kanda ka veebilehe lugemisele. Näiteks uudiste operatiivsus ja värskus, sõltuvus kasutajate oskustest ja teadlikkusest, hinnangud tasuta ja tasulisele sisule. Samuti on asjakohased lugejate valikud konkreetsete artiklite lugemisel näiteks vaba ajahetke täitmine, pealiskaudne lugemine, pealkirja, pildi ja teemavaliku olulisus, suhtumine reklaami jne (Tamm 2016, 42—43).

Härma (2015) leidis oma magistritöös, et pealkirja juures hinnatakse selgust ja avada ei taheta neid, mis ei anna piisavalt selgust loo sisu kohta. Pildi juures soovitakse, et see annaks loole lisainformatsiooni (Härma, 2015: 49). Uudisväärtuste osas leidis Härma, et lugejad hindavad uudiseid suuresti enesest lähtuvalt, olulisemad uudisväärtused on psüühiline ja füüsiline lähedus, aktuaalsus, ebatavalisus, info praktilisus jne. Mõju hinnati uudisväärtusena samuti endast lähtuvalt, s.t loo mõju lugeja enda jaoks. Konflikti ja prominentsust Härma uuritavad välja ei toonud (Härma, 2015: 55).

Härma (2015) leidis veel, et lugejad eelistavad üha enam Facebooki kaudu ajalehtede veebikülgedele jõudmist, sest eelistatakse sealsete sõprade ja tuttavate eelselekteeritud lugusid (Härma, 2015: 67). Sotsiaalmeedia integreeritust inimeste meediaharjumustesse kinnitasid ka MeeMa uuringu tulemused. Sotsiaalmeedias jagatakse ajakirjanduses avaldatud uudiseid, küsitakse sõpradelt nende kohta arvamust ja kommenteeritakse oma mõtteid (Vihalemm, Kõuts-Klemm, 2017: 258). 80% sotsiaalmeediakasutajatest on lugenud kellegi teise soovitatud lugu või vaadanud mõnd etendust, filmi, saadet vms.

Glasser (2000) kirjeldas, kuidas meediatarbimisel on märgatav ritualistlik aspekt. Ta tõi välja, et lugejate pahameel paberlehe hilise kojukande osas pole niivõrd tingitud hirmust saada uudistega hiljem kurssi, kuivõrd pettumusest rikutud rituaali üle (Glasser 2000, Costera Meijer, 2012: 762 kaudu). Meediarituaalid tekitavad inimeste päeva aja, milles nad on ühendatud ühiskonnaga ja see suudab inimeses tekitada rahu ka kurbade uudiste valguses (*samas*). Seda sama ritualistlikku naudingut võib pakkuda ka veebist uudiste lugemine – seal küll rohkem rahulolu ühiskonna pidevalt muutuva dünaamikaga kursisolemisest.

Veebis uudiseid lugedes loevad inimesed harva ära kogu veebilehel paistva teksti. Enamasti märkavad inimesed lehel kerides üksikuid sõnu, lauseid, pilte ja värve. Sellest vähesest infost peab piisama, et lugeja saaks aru, kas lugu on klikki väärt või mitte. Costera Meijer (2012) vahendab ühe oma uuringu respondendi suhtumist lehtede värvivalikutesse: näiteks hallides toonides pilt ütleb lugejale, et tegu on tõsisema artikliga. Erksad värvid ja rõõmsad lapsed pildil ütlevad lugejale, et tegemist on meelelahutusliku looga, mistõttu pole isegi pealkirja lugemine vajalik (Costera Meijer, 2012: 764). Pealkirjadele ja piltidele tähelepanu pööramine võib seega olla määrav veebilehe külastaja edasise lugemisotsuse tegemisel (*samas*).

Costera Meijer ja Bijleveld (2016) uurisid, milline on väärtuslik ajakirjandus taanlaste jaoks. Lisaks üldistele kriteeriumitele, mis kehtivad kogu meediale — usaldusväärsus, tõesus, hea loo jutustamine — toovad autorid välja lugejate ootused kohalikule meediale (Costera Meijer, Bijleveld, 2016: 829). Kohalik meedia võiks pöörata tähelepanu pikaajalistele muutustele ja probleemidele oma regioonis, et näidata, kus on vaja sekkumist või kus toimuvad arengud. Samuti meeldib lugejatele, kui lugude jutustamisel mainitakse kohalikku eripära ja lugejatele tuttavaid kohti (pargid, platsid, sillad jms), inimesi, loodust jne. Veel on lugejatele oluline, et lugude teemad tuleksid kogukonnast endast ja et ajakirjanik mõistaks kogukonda (*samas*). Eelmainitud punkti juurde võib lisada, et lugejad hindavad, kui lugudest paistab kohalikke kombeid ja traditsioone, sest see pakub uudistele konteksti ning selgitab, miks ja kuidas midagi aset leiab (Costera Meijer, Bijleveld, 2016: 830).

Lugejad väärtustavad, kui lugudes on erinevaid vaatepunkte, isegi kui need vahel lugeja enda omadest erinevad. See aitab isegi kohalikus kontekstis saada teistsugust vaatepilti oma

igapäevaelule ja tööspidamistele. Suurem osa Costera Meijeri ja Bijleveldi küsitletud inimestest eelistavad olemuslugusid huvitavatest kohalikest nähtustest. Need lood pakuvad inimestele kõneainet, millest tekkinud vestlused tugevdavad kogukonnatunnet (*samas*).

Konkreetsetest teemadest leidsid Costera Meijer ja Bijleveld, et inimesi huvitab loodus, nende kodukoht, ajalugu, julgeolek ja kohalik hoolekanne (Costera Meijer, Bijleveld, 2016: 834). Laiemalt aga on märksõnad kiireloomulisus, elanikkonna ühendamine, regiooni ja selle omapärade mõistmine ning auditooriumi kaasatus (Costera Meijer, Bijleveld, 2016: 835). Vähem pakkusid uuritavatele huvi religioon, haridus, multikultuursus ja kohalik sport (*samas*).

Reutersi instituudi uuring leidis, et inglased digiuudiste lugejad huvituvad enim uudistest, mis puudutavad nende linna või regiooni, seejärel ülemaailmsetest uudist, siis uudistest julgeoleku teemadel. Kõige vähem huvituvad nad aga elustiililugudest, meelelahutuslikest või kuulsatest inimestest rääkivatest lugudest ja kultuurilugudest (Schröder, 2019: 8). Enim loetud uudiste seas on kõmulugusid kuulsustest ja veidratest sündmustest siiski võrdlemisi palju. Peters (2015) on öelnud, et klikkide arvu järgi ei tohiks tingimata luua ettekujutusi inimeste huvidest või eelistustest, sest selline lähenemine ei arvesta inimeste muu meedia tarbimisega (Schröder, 2019: 9).

Schröder (2019) lõi mudeli, mis kirjeldab, millised määrajad loovad lugeja jaoks asjakohase uudise. Need tegurid on:

- uudist edastav organisatsioon ja lugeja usaldus tema vastu, põhinedes varasematele kogemustele ja avalikule imagole
- uudise teema, mida enamasti hinnatakse pealkirja ja juhtlõigu järgi
- varasemad teadmised teema kohta, mis on kogutud erinevatest meediakanalitest
- sotsiaalne faktor või eeldatav huvi, mis on sama teema vastu sõpradel ja tuttaval
- geograafiline ja sotsiaalne lähedus (Schröder, 2019: 16).

Schröder (2019) kirjeldas ka nelja profiili, millesse tema uuringus osalevad inimesed oma tarbitava meediarepertuaariga suuremas osas kuulusid:

- poliitilistest ja ühiskondlikest teemadest huvituvad lugejad,
- sotsiaal- ja humanitaarteedest huvituvad lugejad,
- kultuuriteemadest huvituvad lugejad
- uurivast ajakirjandusest huvituvad lugejad (Schröder, 2019: 17).

## 1.6 Toimetuste käsitlused maakonnalehtede kvaliteedist

Kohalikus ajakirjanduses seatakse tihti paberleht esikohale, mis tekitab vastumeelsust veebi ülemineku ja digisisu tootmise lisakohustuse vastu, mis on tihti pandud ülesandeks üksikutele ajakirjanikele. Kohalikul lehel on enamasti ka vähem rahalisi võimalusi, mida investeerida uute inimeste palkamiseks, digistrateegia loomiseks jne (Jeronimo jt 2020: 3). Jeronimo jt (2020) toovad välja, et kui üleriigilised lehed üritavad relevantsuse ja tähelepanu hoidmiseks jäljendada ülemaailmseid või suuri välismaiseid lehti, siis kohalikud lehed üritavad tihti jäljendada üleriigilisi lehti, võttes kajastusse ka üleriigilised lood (Jeronimo jt, 2020: 3).

Urban ja Schweiger (2014) nimetasid oma uurimistööst lähtuvalt kuus erinevat kvaliteedimäärajat kohalikule ajakirjandusele: mitmekesisus, asjakohasus, arusaadavus, erapooletus, täpsus ja eetilisuus. Need kuus dimensiooni keskenduvad sellele, et kohalik meedia kaasaks erinevaid ühiskonnagruppe, kajastaks sotsiaalseid teemasid, annaks lugejale võimaluse kajastusest lähtuvalt luua omaenda arvamusi ning oleks neutraalne ja tasakaalukas. Lisaks rõhutavad need määravad ajakirjanduse võimalust anda edasi kohalike elanike huvisid ja väärtusi, edendada kohalikku poliitikat ja uurida avalikkuse huvi köitvaid probleeme (Jenkins, Nielsen, 2020: 238).

Siiski on oluline märkida, et pikemate ja rohkem uuriva ajakirjanduse kategooriasse paigutuvate lugude loomise jaoks on vaja aega ja tööjõudu — lugude leidmine, taustauuringute tegemine, faktikontroll, toimetamine — see võtab enam ressursi, kui lehtedel on pakkuda. Selleks, et lugejaskonda ja reklaamipinna ostjaid siiski lugemas hoida ja lehte mitu korda nädalas välja anda, võivad lehed avaldada ka sisu, mida Jenkins ja Nielsen kutsuvad “populaarseks ajakirjanduseks” (*popular journalism*). Selle alla kuuluvad näiteks lood kuulsustest, skandaalidest, kergemast kuritegevusest jne. Populaarse ajakirjanduse

kriitikana tuuakse välja, et see on pinnapealne, negatiivne, emotsionaalne ja avaliku arutelu seisukohast sisutühi (Jenkins, Nielsen, 2020: 238). Veel mainivad Jenkins ja Nielsen (2020) “intiimset ajakirjandust” (*intimate journalism*), mis keskendub igapäevasele elule, inimeste kogemusele, teksti mõjule, lähedusele ja emotsionaalsematele teemadele. Intiimset ja populaarset ajakirjandust ei peeta normatiivsete standardite järgi siiski kvaliteetajakirjanduseks (*samas*).

Jenkins ja Nielsen (2020) uurisid, kuidas kohalikud ajakirjanikud ise oma rolli ja lugude kvaliteeti tajuvad. Uuringus osalenud ajakirjanikud selgitasid, et nende jaoks on oluline kirjutada kohalikust poliitikast ja probleemidest, kuid väärtus on ka lugudel, mis räägivad kohalike inimeste tegemistest. Selline vaade heale või kvaliteetsele ajakirjandusele liidab ajakirjaniku valvekoera (*watchdog*) rolli ja emotsionaalsema ajakirjanduse tootmise (Jenkins, Nielsen, 2020: 243). Veel lisasid ajakirjanikud, et oluline on leida kahe erineva lootüübi vahel tasakaal ning ka emotsionaalselt positiivne lugu võib olla ajakirjanduslikult väga hea. Seda võib kategoriseerida “avaliku kvaliteedina” (*public quality*), mis tähendab, et lugejate nauding ja heakskiit on juba iseenesest kvaliteedi märk (Jenkins, Nielsen, 2020: 250). Samuti võib igapäevastel ja lihtsatel lugudel olla suur mõju kohalikele inimestele ja kogukonnale, mistõttu on kohalike ajakirjanike ülesanne üleriigiliste ajakirjanike omast veidi erinev (Jenkins, Nielsen, 2020: 243).

Mis puudutab üleriigilisi uudiseid, vastas saksa kohaliku lehe toimetaja Jenkinsile ja Nielsenile (2020), et nemad üritavad kasutada “majaka võtet”. See tähendab, et üleriigiliste suurte probleemide kajastamiseks üritatakse leida kohalik nurk — arutatakse probleemi mõju oma piirkonnale, võetakse kohalikult asjatundjalt kommentaar, küsitakse teema valguses küsimusi, mid puudutavad nende endi piirkonda (Jenkins, Nielsen, 2020: 244).

Costera Meijer (2012) toob välja, et kuigi lugejate eelistustega arvestamine võib ajakirjanikele tunduda ajakirjandusliku standardi alandamisena, siis tihti võetakse lugejate arvamust arvesse ka enesele täielikult teadvustamata, klikkide või jagamiste numbreid jälgides. Üksnes numbreid jälgides on oht, et ajakirjanikud arvavad end lugejate huvisid hästi teadvat, kuid ei võta arvesse nende kriitikat ja murekohti ajakirjanduse osas (Costera Meijer,

2012: 755). Costera Meijer leidis oma uuringus, et lugejad ei taha ajakirjanikelt lihtsaid ja meelt lahutavaid lugusid, vaid narratiivi avardamist (Costera Meijer, 2012: 756). Costera Meijer kirjeldas lugejate vajadusi kolme määrajaga: kaasamine, esindatus ja esitlus. Kaasamise juures on oluline, et ajakirjandus kasutaks ära auditooriumi mitmekülgset ekspertiisi ja näeks oma lugejaid ka kui allikaid, eksperte ja mitmekülgsete teadmiste laegast (Costera Meijer, 2012: 758). Esindatuse punkt kirjeldab lugejate soovi olla kuulnud. Seda eriti naiste, noorte, majanduslikult kehvajärgel olivate ja vähemuste puhul, kes tunnevad, et nende muresid ajakirjanduses ei kajastata või kajastatakse ekslikul viisil (Costera Meijer, 2012: 760). Nii regionaalsel kui üleriigilisel tasemel tahavad inimesed, et ajakirjandus aitaks neil maailma mõtestada, toimuvast aru saada ning olla kursis oma regiooni elu ja inimestega. Enamgi veel, lugejad tahavad, et ajakirjandus neist endist aru saaks (Costera Meijer, 2012: 760). Esitluse osas lähevad lugejate eelistused kaugemale kui paber *versus* digileht: väärtuslik ajakirjandus on lugejate jaoks see, mis eristub teistest uudistekanalitest kvaliteetse info edastamise viisiga ning kasutab lugedes mitmekülgset infot ja haaravat stiili (Costera Meijer, 2012: 757).

## 2. Probleemipüstitus ja uurimisküsimused

### 2.1 Probleemipüstitus

Kohalik ajakirjandus ja maakonnalehed on olukorras, kus lehetiraažid vähenevad ja suure konkurentsi tõttu kahaneb reklaamitulu. Ühe toimetuleku võimalusena nähakse lugejaskonna finantsilise kaasatuse tõstmist, ehk suuremate lugude maksumüüri taha tõstmist ja digitellimuste võimalusre pakkumist. Hetkel kõigil maakonnalehtedel digipakette pakkuda ei ole. Ühe põhjusena võib välja tuua, et kontserniväliselt on veebilehe ja tellimussüsteemi pidamine keeruline ja vajab ülesseadmiseks investeringut. Nende lehtede põhjal, kes digitellimusi aga pakuvad, on teada, et digitellimuste tegemine ei ole Eestis tõusnud soovitud mahus (Kõuts-Klemm jt, 2019: 34). Osaliselt võib eeldada, et arvestades internetis leiduvat suurt informatsiooni hulka, ei näe inimesed lehetellimuse tegemise vajadust. Pealetulevad generatsioonid aga pole harjunud uudiste eest maksma. Siiski leidub ka neid inimesi, kes pole maakonnalehe digisisuga piisavalt rahul, et tellimust teha. Kõige selle valguses on digisisu pakkumine maakonnalehtedes arenenud võrdlemisi aeglaselt ja võib eeldada, et digitellimusi mittepakuvad lehed pole valmis pakettide pakkumisse investeringut ka tegema, kui pole selge, mida inimesed neist üldse ootavad.

Maakonnalehtedel ei ole läbivat lehetellimuste või digitellimuste süsteemi. Ühtlaselt on tellimused korraldatud vaid Postimees Gruppi kuuluvatel lehtedel ja neilgi on digitellimused Postimehega koos, maakonnalehte omaette tellida ei saa. Postimehe digipakett koosneb ligipääsust tasulistele lugudele Postimehes, Elu24-s, Tartu Postimehes, Pärnu Postimehes, Sakalas, Järva Teatajas, Virumaa Teatajas, Lõuna-Eesti Postimehes ning nende nišiväljaannetes 60+ ja MaaElu. Põhjaranniku digitellimuse süsteem eeldab paberlehe tellimist, ainult digilehte tellida ei saa. Võrumaa Teatajal eraldi digisisu ei ole, digitellimusega saab lugeja ligipääsu nende paberlehe digitaalsele versioonile, üksikuid lugusid osta ei saa. Meie Maal, Hiiu Lehel, Lääne Elul, Saarte Häälel ja Raplamaa Sõnumitel on võimalik teha digitellimus. Harju Elul paistab digisisu tasuta olema. Vooremaa veebileht pani varem üles lugude pealkirjad ja juhtlõigud, kuid terve loo lugemiseks suunas paberlehte

ostma, selle aasta veebruarist hakkas Vooremaa pakkuma ka digipaketti. Hetkel on digilehel paberlehe sisu, mõne üksiku operatiivsema looga.

Traditsiooniliselt on massimeedia kommunikatsioon asümmeetriline — tagasisidet edastatud sõnumitele ajakirjanikud tihti arvesse ei võta (Kõuts-Klemm, Seppel, 2018: 24). Tänapäeval on see aga üha vähem edukas kommunikatsioonimeetod, eriti kuna sõnumi vastuvõtja muutub üha enam ka sõnumi loojaks ja muutjaks. Auditoriumi rolli muutumise ja ka auditoriumi killustatuse tõttu (Kõuts-Klemm, Seppel, 2018: 25) on käesoleva töö autori arvates lugeja sisend olulise väärtusega. Kommunikatsioon võrgustub üha enam ja vastavalt demograafilistele, sotsiaalsetele ja regionaalsetele faktoritele on meediatarbimine ja sealhulgas meediaeelitused ja -vajadused inimeste seas tugevalt erinevad (Vihalemm ja Kõuts 2004, Kõuts-Klemm, Seppel, 2018: 25 kaudu) ning lugejauuringuga on võimalik neid vajadusi ja eelistusi paremini tundma õppida.

2016. aastal kirjutas Kertu Kula oma magistritöös maakonnalehtede tasulisest sisust ja lugejate suhtumisest ajakirjanduse eest maksmisesse. Uurimata on praeguseni olnud aga see, mida lugejad arvavad digipakettidest. Vaatamata sellele, et lugejate eelistus ei peegelda alati kvaliteeti, on see sisekaemus oluline osa pidevalt areneva meediaolukorra ülevaatest. Inimeste hoiakud ja vajadused meedia osas, samuti inimeste valmidus meedia eest maksta, on midagi, mis pidevalt ajas muutub ja selleks, et mitte ajast maha jääda, peavad ka maakonnalehed uute arengutega kursis olema.

## **2.2 Eesmärk ja uurimisküsimused**

Töö eesmärk on selgitada maakonnalehtede lugejate ootusi digisisule. Selleks uuritakse esmalt maakonnalehtede lugejate meediaharjumusi, seejärel nende suhtumist maakonnalehte, selle sisusse ja väärtusesse ning kolmandaks analüüsitakse, millist digisisu maakonnalehte lugeja vajab. Lisaks loodab töö autor, et saab pakkuda lehtedele ka infot nende lugejaskondade kohta, mida vajadusel kasutada oma digisisu arendamisel.

Eesmärkidest lähtuvalt on uurimisküsimused järgnevad:

1. Kuidas paigutub maakonnaleht lugejate meediaharjumustesse, võttes arvesse ökosüsteemi kontseptsiooni?
2. Kuidas hindavad lehtede lugejad praegu pakutavat digisisu ja millist sisu nad maakonnalehelt ootavad ja vajavad?
  - 2.1. Kas ja millistel tingimustel on lugejad valmis digisisu eest maksma?
3. Kuidas saavad lehed lugejate arvates digisisu edendada?

### **3. Valim ja analüüsimeetod**

Oma töös kasutan mitmetasandilist andmete kogumise mudelit. Esimesel tasemel on ankeetküsitlus, mis sisaldas suletud ja avatud küsimusi ning millele vastasid uuritavate maakonnalehtede — Sakala, Saarte Hääle, Vooremaa ja Võrumaa Teataja — lugejad. Teine tasand on semistruktureeritud intervjuu küsitlusele vastanutega. Küsitlusele vastanud said võimaluse osaleda semistruktureeritud intervjuus, mis aitab selgitada ankeetküsitluses antud vastuseid ning suhestuda detailsemal tasandil konkreetse päeva digisisuga.

Need neli lehte on valitud selle järgi, et neil oleksid erinevad digiprofiilid, s.t erinev rõhuasetus digisisu loomisele. Vooremaa ja Võrumaa Teataja keskenduvad praegu põhiliselt paberlehele: nende veebiküljel on üksnes artiklid, mis ilmuvad nende paberlehes, kusjuures Võrumaa Teataja digipakett ongi digitaliseeritud versioon paberlehest. Sakala ja Saarte Hääle on positsioonis, kus nad loovad oma veebiväljaandesse ka eraldi sisu, mis paberlehes ei ilmu. Samuti kasutavad nad erinevaid multimeedia võimalusi, nagu videolood, galeriid, raadio jne. Väljaannete valimiseks külastasin kõigi maakonnalehtede kodulehti ja tegin vaatluse põhjal valiku nende nelja kasuks. Sakala ja Saarte Hääle on digipaketi võimalust pakkunud kahest teisest lehest kauem, samuti on neil pikem kogemus erinevate meediumite, näiteks raadio ja videolugude, kasutamise digisisu pakkumisel. Sakala ja Saarte Hääle opereerivad mõlemad Postimehe platvormil, Sakala kuulub Postimees Gruppi. Võrumaa Teataja ja Vooremaa on iseseisvad lehed, mistõttu on nende jaoks digisisu arendamine suurem investeering.

#### **3.1 Lugejaküsitlus**

Ankeetküsitlus annab võimaluse vaadata mitme maakonnalehe lugejaskonda kvantitatiivselt, et luua baasmõistmine auditooriumi meedia- ja lugemisharjumustest. Samas pakuvad küsimustiku avatud küsimused võimaluse vaadelda lugejaskonda ka kvalitatiivselt ja lisavad lugejaskonna mõistmisse eripärasid ja detaile, mis on olulised killustunud lugejaskonna mõistmiseks. Samuti on lugejaküsitlus hea baas intervjuude läbiviimiseks. Ainult ankeetküsitlus ei anna piisavalt nüansse lugejate hoiakute, seisukohtade, teadmiste ja tunnete osas (Laherand, 2010: 176). Sääraste detailide määramine ankeetküsitluses nõuab pikka ja

põhjalikku küsitlust, millele inimesed pole tihti valmis vastama. Seetõttu on töö meetod ehitatud üles mitmetasandiliselt.

Ankeetküsimustiku koostamisel võtsin inspiratsiooniks 2015. aastal Tartu Ülikoolis läbi viidud kultuuriajakirjanduse teemalise küsitluse. Küsimustik koosnes kolmest osast: meediaharjumused, suhe kohaliku meediaga ja maakonnalehe sisu (terve küsimustik on lisas 1). Esimeses osas täitsid vastajad mõned demograafilisi näitajaid puudutavad küsimused ning seejärel uurisin lehelugejate meediaharjumuste kohta, mis puudutab sotsiaalmeedia kasutust, üleriigiliste lehtede lugemist ja muud kohalikku meediat, nagu valla- või linnalehed. Samuti uurisin esimeses osas lehelugejate suhtumist tasuta veebisisesse ja kogemusi uudiste eest maksimisega. Vastajate meediaharjumuste uurimine on meedia ökosüsteemi kontekstis väga oluline, sest kirjeldab, millise rõhuasetusega on üks või teine meediakanal ja kuidas need lugejate jaoks üksteist täiendavad.

Teises osas märkisid lugejad, kui oluline on nende jaoks kohalik ajakirjandus. Kuivõrd olulisust on raske mõõta, sest iga indiviid mõistab seda erinevalt, võib küsimust pidada vastaja üldist meeleolu uurivaks sissejuhatuseks. Teises osas pidid vastajad nummerdama infokanaleid selle järgi, kust nad oma kodukoha kohta kõige enam infot saavad.

Kolmanda osa küsimustes vastasid lugejad uuringus osaleva maakonnalehe kohta, mida nemad loevad. Uurisin lugejate suhet oma maakonnalehega, seda, mis on nende jaoks lehes oluline, mida teeb maakonnaleht hästi ja mida saaks teha paremini. Andsin vastajatele ruumi teha lehele ka ettepanekuid. Viimases küsimuses oli lehelugejatel võimalik lisada oma kontaktandmed, kui nad soovivad osaleda täiendavas intervjuus. Küsitlus toimus Tartu Ülikooli ligipääsuga LimeSurvey platvormil.

Ankeetküsitluse levitamiseks tegin koostööd lehtede toimetustega. Vooremaa ja Võrumaa Teataja avaldasid minu kirjutatud üleskutse nii veebis kui paberlehes ja jagasid seda oma Facebooki lehele. Kui Vooremaa eelistas lühikest üleskutset, siis Võrumaa Teataja palus, et selgitaksin veidi uuringu tausta ning stiliseerisid üleskutse endale sobivaks. Saarte Hääles ilmus samuti lühike üleskutsenupuke, kuid toimetus otsustas seda paberlehte mitte panna. Ka

Sakalas ilmunud nupuke ei läinud paberlehte, kuid toimetus palus mul üleskutse vormistada uudisena, mida ma ka tegin.

### **3.2 Semistruktureeritud intervjuud**

Teisel andmekogumistasandil tegin semistruktureeritud intervjuud maakonnalehe lugejatega. Intervjuude eelis on rikkalikum detailne info, mis vaatleb lugejate isiklikku ja sotsiaalset kogemust lehega ja pakub sissevaadet intervjuueeritavate maailmavaatesse meedia vallas (Laherand, 2010: 20). Intervjuu eelis, miks olen seda käesolevas töös meetodina kasutanud, on paindlikkus ja võimalus saada põhjalikku teavet, küsides vajadusel lisaküsimusi (Laherand, 2010: 177—178). Lehed on valitud selle järgi, et nende digisisu oleks võimalikult erinev. Sel moel on mul võimalik uurida lugejate vajadusi ja nõudmisi lehtedele, mis loovad eri võimaluste abil mitmekülgselt digisisu, ja teisalt lehtedele, mis on keskendunud seni paberlehe tootmisele ega ole digiportaali kuigivõrd arendanud. Teisel tasemel oleks olnud võimalik kutsuda kokku ka fookusgrupp, kuid pandeemia oludes pidasin paremaks individuaalset lähenemist ja eelistasin meetodina intervjuud.

Intervjuud olid esialgu plaanitud toimuma Zoomis või Skype'is, kuid selgus, et nii mõnigi intervjuuks nõusoleku andnud inimene ei soovinud või ei saanud video teel osaleda. Seega pakkusin lisavõimalusena välja telefoniintervjuu ja suurem osa intervjuudest telefonitsi toimuski.

Intervjuus oli nõus osalema 38 vastajat, nendest 27-ga viisin läbi intervjuud. Intervjuudest 19 toimus telefonitsi, neli Zoomi kaudu, kolm Facebook Messengeri videokõne kaudu ja ühel juhul polnud vastajal võimalik minuga rääkida, kuid ta soovis oma arvamust avaldada ja saatis mõnele küsimusele vastused kirjalikult. Telefonis intervjuud kokku leppides palusin, et vastajad oleksid kõne ajal arvuti lähedal, et neil oleks võimalik avada maakonnalehe veebikülge. Kahjuks ei olnud kolmel intervjuueeritaval arvutile ligipääsu, kuid ühe osa intervjuust saime siiski läbi viia. Intervjuu pikkus varieerus vahemikus 10 kuni 40 minutit.

Intervjuu alguses küsisin intervjuueeritavatelt mõne küsimuse nende täidetud küsimustiku kohta, et anda võimalus oma vastuseid laiendada. Samuti toimusid need küsimused

sissejuhatusena, et intervjueeritavad tunneksid end minuga rääkides mugavalt. Respondentide loal salvestasin kõned. Sissejuhatavad küsimused uurisid põhiliselt, miks eelistab vastaja üht või teist kanalit enda kodukoha kohta info saamisel, samuti küsisin nii veebi- kui paberlehe tellimuse kohta. Seejärel kirjeldasid respondendid oma maakonnalehe lugemisharjumusi: millal nad lehte loevad, kui kaua ja kuidas.

Soojendusküsimuste järel avasid intervjueeritavad oma loetava maakonnalehe veebilehe. Veebikasutuse uurimiseks kasutasin valjult mõtlemise või valjult rääkimise meetodit (*think-aloud* või *talk-aloud method*), mille abil sain osa lugeja tavapärasest kasutuskogemusest. Ma palusin lugejatel veebilehel ringi vaadata nii, nagu nad seda tavaliselt teeksid. Samal ajal palusin kirjeldada, millised lood neile esimesena silma jäävad, millised mitte, kuhu peale nad klõpsavad ja kuhu klõpsamata jätavad. Vestluse ajal jälgisin ka ise veebikülge, et küsida vajadusel täiendavaid küsimusi konkreetsete lugude ja leheosade kohta. Selle meetodi eelis on, et oma tegevuse valju häälega kirjeldamine annab inimese mõttetööst ja kogemustest täpsema ja realistlikuma ülevaate, kui tagantjärele oma tegude meenutamine (Eccles, Arsal, 2017).

### 3.2.1 Intervjuude valimi koosseis

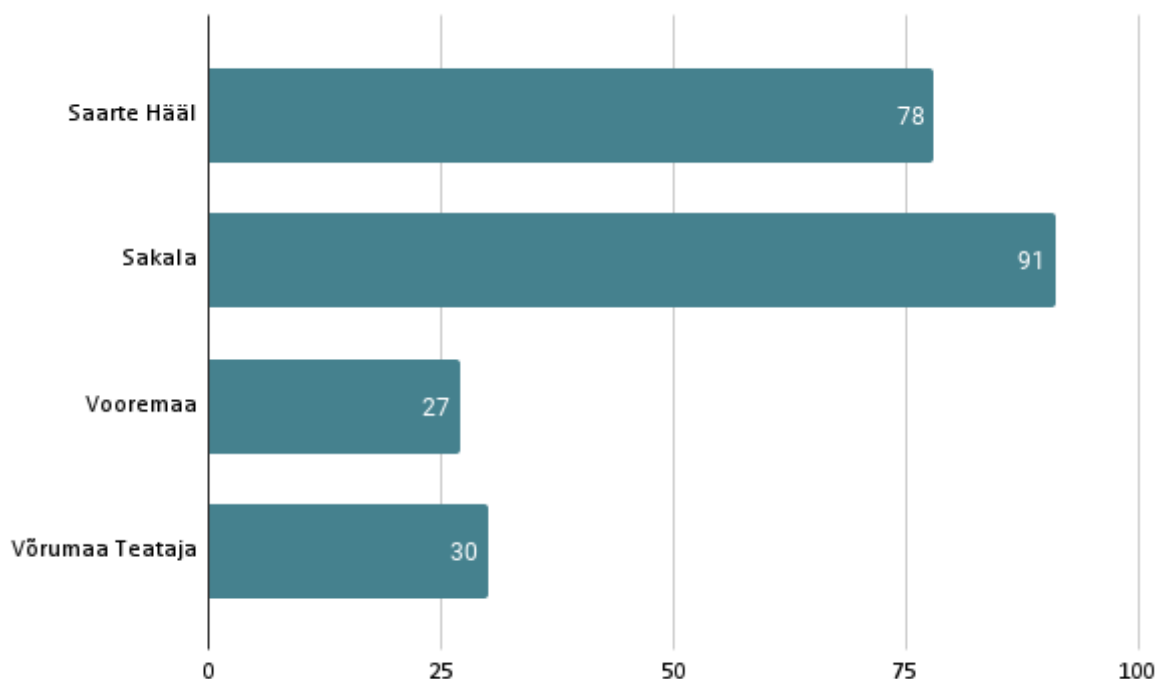
Maakonnaleht	Vastaja sugu	Vastaja vanus	Vastaja haridus
Saarte Hää	naine	25	magistri- või doktorikraad
Saarte Hää	naine	38	bakalaureusekraad
Saarte Hää	naine	49	magistri- või doktorikraad
Saarte Hää	naine	58	kesk- või kutseharidus
Saarte Hää	mees	54	magistri- või doktorikraad
Saarte Hää	mees	45	kesk- või kutseharidus
Saarte Hää	mees	54	kesk- või kutseharidus
Saarte Hää	naine	40	rakenduslik kõrgharidus

Sakala	naine	40	rakenduslik kõrgharidus
Sakala	mees	54	kesk- või kutseharidus
Sakala	mees	36	kesk- või kutseharidus
Sakala	naine	43	magistri- või doktorikraad
Sakala	naine	49	magistri- või doktorikraad
Sakala	mees	42	kesk- või kutseharidus
Sakala	naine	69	kesk- või kutseharidus
Sakala	naine	46	magistri- või doktorikraad
Vooremaa	mees	63	magistri- või doktorikraad
Vooremaa	naine	63	magistri- või doktorikraad
Vooremaa	naine	66	kesk- või kutseharidus
Vooremaa	mees	60	magistri- või doktorikraad
Vooremaa	naine	28	magistri- või doktorikraad
Vooremaa	naine	47	magistri- või doktorikraad
Vooremaa	naine	50	bakalaureusekraad
Vooremaa	naine	50	kesk- või kutseharidus
Võrumaa Teataja	naine	41	bakalaureusekraad
Võrumaa Teataja	naine	73	magistri- või doktorikraad
Võrumaa Teataja	naine	61	rakenduslik kõrgharidus
Võrumaa Teataja	mees	75	rakenduslik kõrgharidus

## 4. Ankeetküsitluse tulemused

### 4.1 Vastajate demograafilised andmed

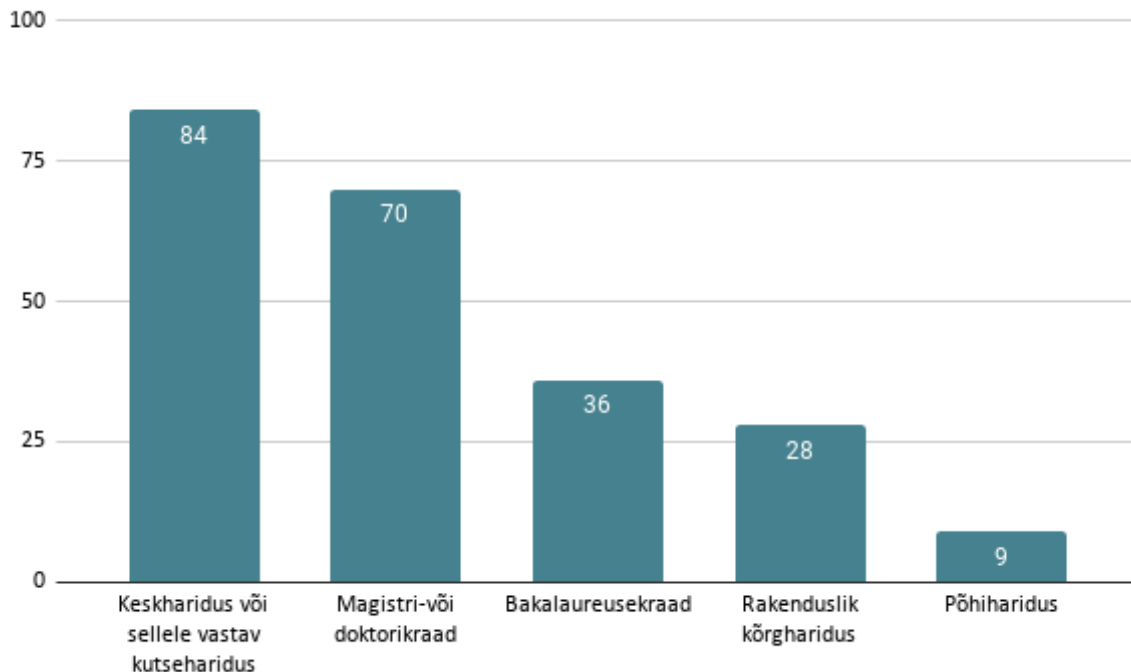
Ankeetküsitlusele vastasid 241 inimest. 14 neist tõid välja lehti, mida töös ei uurita. Nendeks olid Elva kuulutaja, Lõuna-Eesti Postimees, Lõunaeestlane, LõunaLeht, Tartu Postimees, Virumaa Teataja, Meie Maa ja Oma Saar. Järgnevast statistikast on need 14 vastust seega välja jäetud. Saarte Hääle kohta vastajaid oli 78, Sakala vastajaid 91, Vooremaa kohta vastasid 27 inimest ja Võrumaa Teataja kohta 31 inimest (vt joonis 2).



Joonis 2. Vastajate arv

Küsitlusele vastanutest 162, ehk ligikaudu 71% on naised. 61 vastajat, ehk pea 27% olid mehed ja neli inimest ei soovinud oma sugu avaldada. Vastajate keskmine vanus oli 47, kõige noorem vastaja 16 ja kõige vanem 83. Kõige enam oli aga 54-aastaseid vastajaid. Kõige enam vastajaid olid vanusegrupis 44–53. 84 vastajal on keskkharidus või sellele vastav kutseharidus. Järgmisena võib välja tuua magistri- või doktorikraadiga vastajad, keda oli 70.

Bakalaureusekraad on 36 vastajal, rakenduslik kõrgharidus 28 ja põhiharidus 9 vastajal (vt joonis 3). Suurem osa küsitlusele vastajatest elavad maakondades, mille lehti töös uuritakse, kuid lisaks tuli vastuseid Harjumaalt, Tallinnast ja Tartumaalt.

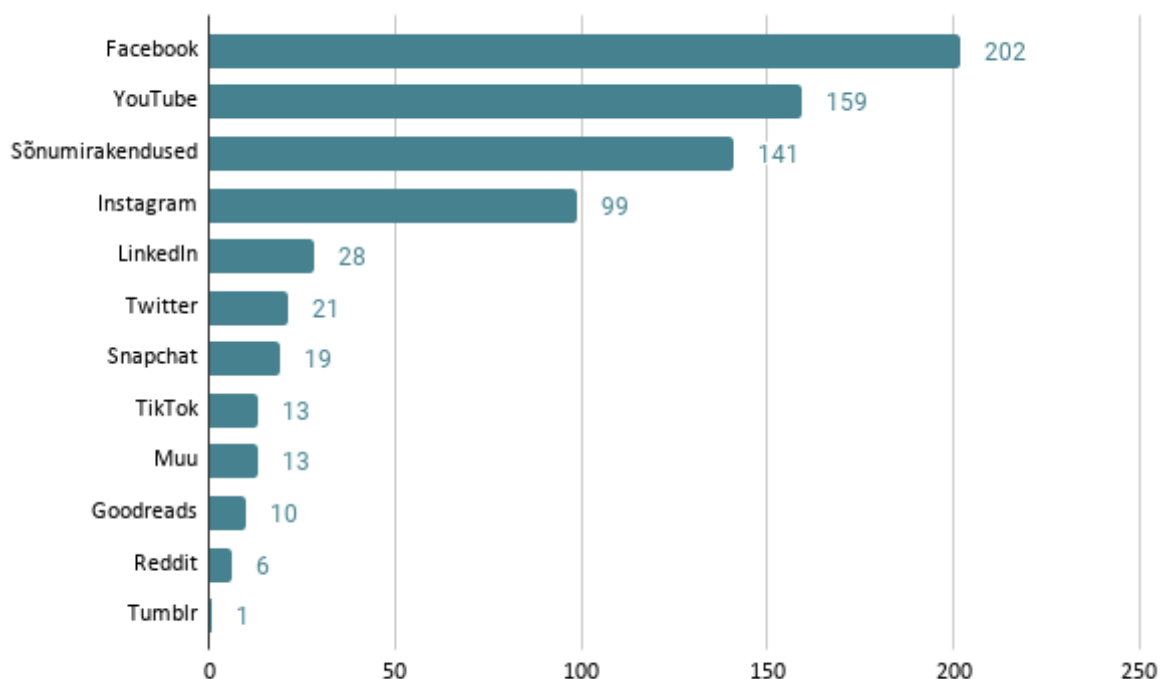


Joonis 3. Küsimustiku vastanute hariduslik jaotumine

## 4.2 Vastajate meediaharjumused

Sotsiaalmeedia kasutamise osas oli näha, et suurem osa vastanutest, 89%, kasutab Facebooki sagedamini kui kord kuus. Populaarsuselt teine oli vastajate seas YouTube ja seejärel erinevad sõnumirakeendused nagu Messenger, WhatsApp ja VKontakte (vt joonis 4). Vastusevariandi “muu” all toodi antud variantidele lisaks välja näiteks Pinterest, HackerNews, neti.ee ja ka sotsiaalmeedia mitte kasutamine või vähem kui kord kuus kasutamine.

Ette antud sotsiaalmeediakanalitest polnud ühtegi, mida ükski naissoost vastaja ei kasutaks. Meessoost vastajad aga ei külasta lehti nagu TikTok ja Tumblr. Naissoost vastajate keskmine vanus oli küll veidi väiksem, mis võib olla vastanud naiste suurema sotsiaalmeediakasutuse põhjuseks. Samuti oli noorim naissoost vastaja 16 ja noorim meessoost vastaja 20. Ka kõige



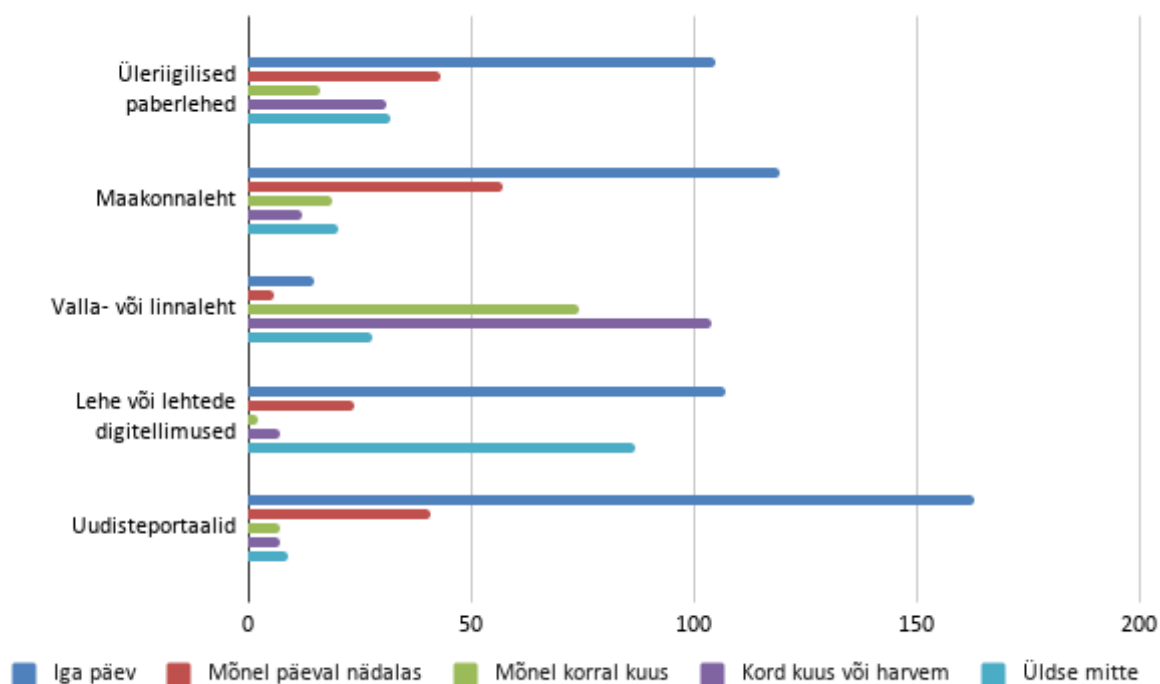
Joonis 4. Sotsiaameediakanalid, mida küsitlusele vastanud kasutavad enam, kui kord kuus

populaarsemat sotsiaalmeediakanalit Facebooki kasutavad vastanud mehed vähem. Kui naiste seas oli Facebooki mitte kasutajaid ligikaudu 5%, siis meeste seas oli neid peaaegu 25%.

See on oluline statistika just meediaökoloogia vaatepunktist, sest Facebookil on oluline roll inimeste meediarepertuaari mitmekesistamisel. Samuti jälgivad maakonnalehtede Facebooki külgi põhiliselt naised, mistõttu on lehtedel sealt saadav tagasiside sooliselt kallutatud. Kuna Facebooki tagasisidet (kommentaare, meeldimise, jagamise näol) võetakse lehtedes kohati arvesse lugejaelistuste tundma õppimise eesmärgiga (Nygren, 2019), on oluline lehetegijatel meeles pidada, et sealne kogukond pole representatiivne lugejaskonnast.

Kui maakonnalehte on varem peetud inimese esimeseks kokkupuuteks ajakirjandusega, mistõttu on väärtustatud üleriigiliste uudiste kajastamist maakonnalehes, siis ankeetküsimustiku tulemuste järgi tarbivad inimesed lisaks ka märgataval määral üleriigilist meediat. Iga päev loeb kõige suurem osa vastajatest erinevaid uudisportale nagu ERR, Delfi, Elu24 jne. Igapäevased lugejad olid vastajatest 72% ja mõnel korral nädalas külastab portaleid 18% vastajatest. Iga päev loeb 47% vastajatest lehtede digitellimusi ja 46% ka üleriigilisi

paberlehti. Maakonnalehe digiväljaannet loeb iga päev 52% vastajatest ja 25% teeb seda mõnel korral nädalas (vt joonis 5).



Joonis 5. Küsitlusele vastanute meediaharjumused

*N40: Mul hakkab hommik kohe sellise ringiga, et Postimees, Päevaleht, Sakala, Saarte Hääl. Ma jõuan hommikul lehed läbi lugeda, aga tegelikult ma olen päeva jooksul ka kursis ikkagi. Postimeest ma loen küll niimoodi iga natukese aja tagant.*

Joonis 5 kirjeldab ka, kuidas inimeste meediaharjumused on mitmekesised ja liialt ei loodeta ühe kanali peale. Lehe või lehtede digitellimuste variandile vastati enim, et seda üldse ei loeta, teisi pakutud variante loetakse aga kõige enam kas iga päev või mõnel päeval nädalas. Selle järgi võib eeldada, et mitmel inimesel on sarnased meediaharjumused kui eeltsiteeritud intervjuueritaval — erinevad kanalid täiendavad üksteist igapäevases meediarituaalis. Sarnast meediatarbimist kirjeldas ka Nygren (2019), paigutades sotsiaalmeedia eri kanalite keskele. Kõigist variantidest loetakse üksnes valla- või linnalehte enim kord kuus või harvem. Seda aga põhjusel, et valla- ja linnalehed üldiselt kord kuus ilmuvadki ja pidevalt täienevaid veebilehti neil ei ole.

### 4.3 Tasulise sisu eest maksmine

Mis puudutab lugude eest maksmist, siis 49% inimestest pole kunagi maksnud üksikute lugude eest uudisportaalides ega ajalehtede veebiportaalides. 30% on maksnud mõne üksiku eest ja 17% vastajatest on digitellimus või ligipääs digitellimusele, mistõttu pole lugude ostmine vajalik olnud. Tulemustes on näha ka seda, et lugude eest maksmine on harjumuse asi. Vastajatel, kellel on digitellimus või ligipääs digitellimusele, on varem suuremal määral ostnud üksiklugusid, kui need, kellel digitellimust ei ole. Digitellimusi mitte omavatest vastajatest 77% pole mitte kunagi maksnud veebis üksiku loo lugemisõiguse eest, digitelliija omanike seas oli see number aga 33%. Üksikuid lugusid on digitellimusi mitte omavatest vastajatest ostnud 17% ja digitellimuse omanikest 38%.

Selle osas aga, milliste lugude eest oleksid lugejad nõus maksma, eelistati selgelt lugusid endale tuttavate inimeste kohta ning järgmisena kohalikku elu puudutavaid uudiseid. See tulemus kattub ka Härma (2015) leiuga, et inimestele on kõige olulisem kriteerium vaimne ja füüsiline lähedus looga. Kõige vähem inimesi aga oleksid nõus maksma spordilugude eest. Seda võib põhjendada suure naissoost vastajate osakaaluga või sellega, et tegemist on võrdlemisi niši teemaga. Kui kohalikku elu puudutavate uudiste alla võivad käia erisugused teemad, osad, mis tegelikult lugejatele ehk ei meeldiks, siis sport on selgelt määratletud teema. Samuti oli poole rohkem inimesi nõus maksma lugude eest, mis puudutavad kohalikke ettevõtteid, kui nende eest, mis puudutavad kohalikke ametiasutusi. See vastus pole üllatav, kuna nende kohta käiv info on tihti ka tasuta erinevates kanalites kättesaadav. Vastusevariandis “muu” tõid 30 vastajat välja, et nemad üksikute lugude eest polekski nõus maksma. Mõni vastaja lisas juurde, et ostaksid loo, kui see puudutaks otseselt nende elu või loos peituvat infot kuskilt mujalt tasuta saada ei oleks. Samuti märgiti, et pigem teeks vastaja kuutellimuse või ostaks paberlehe. Siiski mainiti, et oldaks nõus maksma uuriva ajakirjanduse, enda erialaga seotud lugude või pikemate lugude eest.

*N61: Üldjuhul ma ei tahagi maksta. Jälle ava mingi uus leht, kus ma ei tea turvalisust, sisesta oma pangainfo. Ma ei taha seda. Tasulised artiklid ma jätan üldjuhul lugemata, ma ei ole teistel väljaannetel ka maksnud.*

Võrumaa Teataja lugejad märkisid teiste lehtedega võrreldes kõige enam, et nad ei soovi tellida ei paber- ega digilehte. Kuigi 30 vastajast 27% on siiski paberlehe tellijad ning 23% varem tellijad olnud. Veebitellimus on Võrumaa Teatajat lugevatest vastajatest vaid kahel ja kolm on varem tellijad olnud. 60% vastajatest jälgivad lehte ka Facebookis. Lehte hindavad suurem osa vastajatest keskpäraseks või heaks, kõige vähem vastajaid aga väga heaks.

*N41: Põhimõtteliselt saan sealt [Facebookist] teada, mis pealkirjad ja teemad on. See on selline kiire voog, kust saabki ülevaate teemade kohta, et mis mind äkki rohkem huvitaks.*

*N41: Kuna ma Võrumaa Teataja veebitelliija ei ole – ühel hetkel kuutellimuse tegin – aga kuna töö juurde käib paberleht, siis seda ma ikka loen. Ma ei loe sealt alati küll kõike ja mõnikord loen vaid pealkirju.*

Vooremaa lugejatest 41% vastasid, et on paberlehe tellijad ja 41%, et on varem paberlehte tellinud, kuid enam mitte. 27 vastajast aga 44% ütlesid, et ei soovi digitellimust teha ja 26% on digitellimuse tegemisele mõelnud. Ühel vastajal on Vooremaa digitellimus. Erinevalt Võrumaa Teatajast aga suurem osa Vooremaa vastajatest lehte Facebookis ei jälgi (52%). Suurem osa Vooremaa lugejad hindavad lehte keskpäraseks (52%), väga heaks ei pea lehte keegi.

*N28: Nende veebilehel on kogu sisu niikuinii tasuta, siis mul ei ole mõtet seal käia, aga nende sotsiaalmeedias näen ära teemad, mis huvi pakuvad ja siis ütlen vanematele, et nad paneksid mulle paberlehe kõrvale, kus see mõni mulle oluline lugu sees on. See on mugavam, kui nende veebilehel käimine.*

*M60: Ma pole põhimõtteliselt veebi vastane, aga mulle tundub, et kui mul on paberleht olemas, siis võiks saada lugeda ka nende digipaketti. Selleks, et ma eraldi selle eest juurde maksaks, see peaks ikka väga hea asi olema. Vooremaa kvaliteedi ja mahu juures mitte.*

Sakala vastajate seas oli samuti suurem osa neid, kes paberlehte juba tellivad. Kõige vähem aga neid, kes on paberlehe tellimuse tegemist kaalunud. Nii Võrumaa Teatajal kui Vooremaal on digitellimuse küsimuse juures enam neid, kes digitellimust teha ei soovi, kui neid, kes juba tellijad on. Digitellimust mitte soovijaid on kõige vähem aga Sakala kohta vastanute seas.

*M36: Ma ei tahagi eraldi digitellimust teha, minu jaoks oleks sobiv see, kui ma maakonnalehe [paberlehe] tellijana saaksin ka digilehte lugeda. Ma lõpetasin maakonnalehe tellimuse sellepärast ära, et veebis pidi lugude lugemise eest juurde maksma. Aga paberleht on otsast otsani reklaami täis ja siis küsitakse veebis veel raha. See polnud väärt seda lisasummat.*

*N43: Mul käib nii paberleht, kuid loen ka veebis. Kui on ikka väga huvitav artikkel, siis on ta enne veebis loetud, kui ajaleht postkasti jõuab.*

Samuti on Sakala nelja lehe hulgas ainus, mille uuringus osalenud lugejaskonnast, on rohkem digitellijaid (55%) kui paberlehe tellijaid. Sakala digitellimus on 55% vastanutest ja Facebookis jälgib lehte 47% vastanutest.

Saarte Hääle 78 vastajast 40% on paberlehe tellijad ja 14% digilehe tellijad. 51% Saarte Hääle vastanuist jälgib lehte ka Facebookis. Sakala ja Saarte Hääle lugejad hindasid lehte keskmiselt kõrgema hindega, kui kahe teise lehe lugejad. Nii Saarte Hääles kui Sakalas andsid suurem osa vastajaid lehele hinnangu “hea”, seejärel “keskpärane” ja “väga hea”.

*N38: Jah, ma olen tellimisele mõelnud ja paberlehe eelis oleks meie jaoks kõik kuulutused ja reklaamid, mida veebis ei ole. Kui ma juba maksan, siis ma võin maksta natuke rohkem ja ma saan ka selle eest natuke rohkem.*

*N25: Kui see [Saarte Hääle] mul kodus ei käiks paberil, siis ma telliks digipaketi. Aga me loeme vanaemaga mõlemad lehte ja tema digitellimust ei loeks, sellepärast ma*

*pole näinud mõtet. Kui ma elaks ehk kusagil mujal ja mul poleks pabertellimusele ligipääsu, siis teeks digitellimuse.*

Kõigis lehtedes on lugejad kaalunud digitellimuse tegemist rohkem, kui paberlehe tellimuse tegemist, mis võib anda märku lugejate valmidusest kohalikku ajakirjandust veebist tarbima.

#### **4.4 Lugemiseelistused**

Küsimuses, kus vastajad pidid märkima kuni kolm aspekti, mis nende jaoks on digiväljaande juures kõige olulisemad, peeti kõige olulisemaks kvaliteetset sisu. Järgmisena valiti mitmekülgse teemavaliku variant ja seejärel toodi välja eri seadmetest ligipääsetavus ja mugav kasutamine. Populaarsed variandid olid veel “lihtne kasutada” ja “lihtsa maksesüsteemiga”, rõhutades kasutusmugavuse olulisust lugejate jaoks veel enam. “Muu” variandi juures lisati veel valikuid nagu vähese reklaamiga või reklaamivaba, mõistliku hinnaga ja erapooletu.

Kõige olulisemate infoallikatena enda kodukohta kohta info saamiseks märkisid vastajad maakonnalehe veebiväljaande ja üleriigilise meedia. Kõige vähem oluliseks peeti aga kohalike elanike sotsiaalmeedia gruppe. Need vastajad, kes sotsiaalmeedia gruppe siiski eelistavad, tõid välja, et see aitab neil kursis olla oma piirkonna tegemistega, seega on neil gruppidel eelis hüperlokaalsuse osas.

*N25: Ma saan enamasti oma valla kohta, või selle endise valla siis infot. On erinevad lehed, rahvamajale ja kohalike tegemiste leht ja sealt ma saan rohkem kohalike tegemiste kohta infot, mida maakonnalehes ei ole, sest need pole terve Saaremaa jaoks nii olulised teemad.*

*N38: Kuna ma olen selle grupi ise valinud, siis seal jagatakse infot, mis mulle korda läheb. See on eelselekteeritud. Nüüd on ju üks suur Saaremaa vald, aga ma olen ühe endise vallapiirkonna sotsiaalmeediagrupid ja seal jagatakse uudiseid, mis on just selle piirkonna jaoks olulised. Seal on juba sõelatud need lood välja.*

Nii Sakala, Saarte Hääle kui Vooremaa lugejad vastasid kõige enam, et loevad igat lehenumbrit, siis Võrumaa Teataja lugejad loevad enim üksikuid numbreid. Sakalal ja Saarte Häälel jäi iga numbri lugejate arv üle poole (vastavalt 66% ja 62%), Võrumaa Teatajat ja Vooremaad loevad igal korral aga alla poole vastanutest (vastavalt 40% ja 48%). Suurem osa kõigi nelja lehe lugejatest märkisid ka, et on lehte lugenud üle 20 aasta (44%), teisel kohal selles küsimuses 10-20 aastat lugenud vastajad (27%).

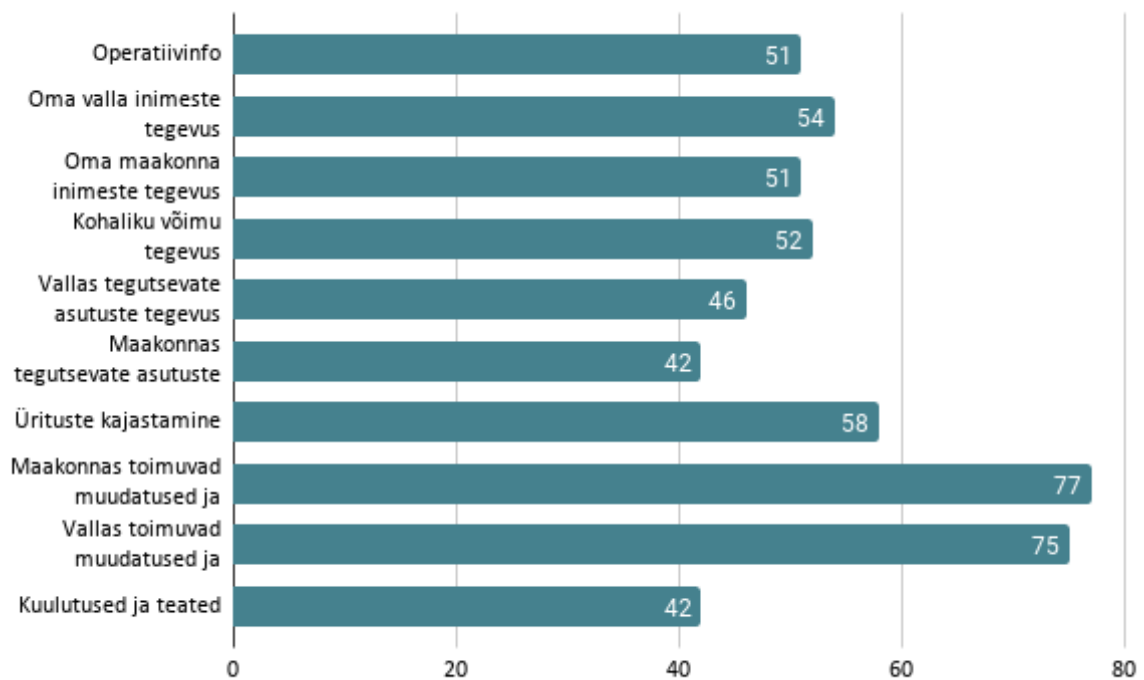
Samuti loevad suurem osa vastajatest neid lehekülgi, mis neile huvi pakuvad. Võrumaa Teatajas valisid selle variandi 50%, Vooremaas 52%, Sakalas 63% ja Saarte Hääles 60% vastajatest. Teisena märgiti kõigis lehtedes peale Vooremaa, et loetakse üksikuid artikleid. Vooremaas märgiti aga, et loetakse terve leht läbi. Üksnes pealkirjade sirvimist märgiti igas lehes kõige vähem.

#### **4.5 Hinnangud ja eelistused ajalehtede sisu osas**

Oluliste või huvipakkuvate aspektide nimetamisel märkisid kõigist vastajatest kõige enam enda jaoks esmatähtsaks või kõige huvitavamaks maakonnas toimuvate muudatuste ja uudistega kursis olemise. Veel on vastajate jaoks oluline vallas toimuvate muudatuste ja uudistega kursis olemine, toimunud või toimuvate ürituste kajastamine ja oma valla inimeste tegevuse kajastamine. Kõige vähem huvitava ja olulisena nähakse teateid ja kuulutusi, ülevaadet maakonnas tegutsevate asutuste tegevusest ja ülevaadet vallas tegutsevate asutuste tegevusest (vt. joonis 6).

*M54: No rohkem ikka võiks olla kohaliku võimu kohta. Seda suurt valitsust tead peast, aga seda kohalikku... Ma ei pane inimest ja nägu kokku.*

*N25: Need on uudised, mis mõjutavad rohkem minu elu saarlasena ja mu vanaema ka loeb kohalikke uudiseid, siis ma tean, et saan arutada temaga ja tean, millest ta räägib. See aitab kaasa omavahelisele suhtlusele teiste inimestega, et ma tean ka, mis toimub. Ja siis oma kogukonnaga kursis ka olemine on minu jaoks oluline. Näiteks kui on lusikapeod, siis neist on alati galerii ja me saame sõbrannadega arutada, kes tuttavatest on lapse saanud.*



Joonis 6. Vastajatele olulised või huvitavad teemad protsentides.

Küsimuses, mida maakonnaleht hetkel hästi ei tee, said vastajad valida endale kolm kõige sobivamat varianti. Võrumaa Teataja kohta vastati kõige enam, et leht pole piisavalt informatiivne või asjalik. Seejärel toodi välja, et leht ei tekita teemade vastu huvi ega pole piisavalt põhjalik.

*N41: Minu jaoks Võrumaa Teataja on selline, et mõnikord paneb päris otse pressiteated sinna ära ja võib-olla on see rohkem selline teadete leht rohkem, aga tahaks ikka rohkem lugeda uudiseid või lugusid selle kohta, mis päriselt korda läheb.*

Vooremaa osas leiti, et leht pole piisavalt objektiivne, leht pole piisavalt informatiivne või asjalik, illustratiivne materjal pole tasemel ning lood ei tekita teemade vastu huvi. Need neli varianti said lugejatelt sama palju märkimisi.

*M60: Tundub, et nad nagu ei tahagi olla päevakajaline ja ei taha täita seda rolli, mis ühel tõsiseltvõetaval lehel võiks olla. Tihtipeale uudised on ammu Tartu Postimehes juba ilmunud, kui Vooremaa ka mingi nupukese leiutab.*

Sakala puhul valiti kõige enam, et leht pole piisavalt asjakohane või erialaselt oskuslik, järgmisena leiti, et leht pole piisavalt informatiivne või asjalik. Samuti vastati, et leht pole piisavalt põhjalik.

*M42: Praegu Sakalas on nagu pinnapealsus või ei ole sisu minu jaoks. Paljuski kopeerib või kordab ka seda, mida ma kuskilt olen juba lugenud.*

Piisav põhjalikkus oli ka see, mille Saarte Hääle lugejad märkisid mitte piisavalt heaks. Samuti toodi välja asjakohasus ja erialane oskuslikkus ning põhjalikkus.

*M54: Saaremaa on üks vald, üks omavalitsus ja meil on kaks maakonnalehte ja see objektiivsus, mis paljude valdade puhul aastaid tagasi oli, mis puudutab kohalikku elu, on muutunud selliseks pealiskaudsemaks ja tagasihoidlikumaks, sest keegi ei taha ühe omavalitsusega vastuollu minna või kontakte kaotada.*

Piisava põhjalikkuse puudumine oli kõige sagedasem vastusevariant ka kõigi lehtede peale kokku. Sellele järgnes piisava asjakohasuse või erialase oskusliku puudumine ning piisava informatiivsuse või asjakohalikkuse puudumine. Kõige vähem aga märgiti, et leht pole piisavalt arusaadav. Variandi “muu” juurde kirjutasi vastajad veel variante nagu erakondlik kallutatus, väike maht, liigne reklaam, veebiportaali vähene uuendamine, kitsas teemade valik ja liigne maakonnakeskusele keskendumine. Samuti lisati, et leht on üldiselt väga hea ja nuriseda ei saa (kõik “muu” variandi vastused on lisas 4).

Selle osas aga, mida maakonnaleht hästi teeb, vastasid Võrumaa Teataja lugejad kõige enam, et leht on arusaadav. Seejärel märgiti, et leht on informatiivne ja asjalik ning objektiivne. Vooremaa lugejad leidsid samuti, et leht on objektiivne ja informatiivne. Veel leiti, et Vooremaa tekitab kajastatud teemade vastu huvi. Arusaadavus toodi lisaks Võrumaa Teatajale

kõige enam välja Sakalas. Lisaks leidsid lugejad, et Sakala on informatiivne ja asjalik ning selle illustratiivne materjal on tasemel. Arusaadavus on ka Saarte Hääle lugejate arvates lehe tugevus. Seejärel märgiti, et leht on piisavalt võimukriitiline ja tekitab kajastatud teemade vastu huvi.

*N25: Saarte Häälel on alati värvid ja graafikud, mis tõmbab mind rohkem vaatama. Pilk jääb paremini peale. Nad kasutavad fonte ja kirjavärve ka erinevalt, midagi on paksem, midagi on õhem, midagi on värviline.*

*N49: See leht [Saarte Hääle] on väga järjepidev ja kindel ja huvitavalt kajastab teemasid, see oli nagu oluline.*

Arusaadavus toodi kõigi lehtede lõikes enim välja. Informatiivsus ja asjalikkus ning kvaliteetne pildimaterjal olid märgitud variantide hulgas populaarsuselt järgmised. Kõige vähem märgiti, et leht on piisavalt võimulähedane ja ka põhjalikkust ei märgitud sagedasti. Variandi “muu” alla lisasid vastajad veel, et leht kajastab surmakuulutusi ja kohalikku elu hästi (kõik “muu” variandi vastused on lisas 4).

*N40: Mõnes mõttes need kohalikud lehed on toredad, et mingi hoopis teine maailm on seal.*

Lugejatel oli võimalik vabavastusena kirjutada, mida nende arvates maakonnaleht saaks paremini teha. Neist vastustest paistis enim lugejate soov erapooletu ajakirjanduse vastu, mis oleks operatiivne ja mitte liialt negatiivne. Samuti toodi välja maakonnakeskuse väliste alade vähene kajastamine ja reklaamirohkus. Samuti toodi mitmeid kordi välja lehe hind ja veebis sisu eest maksmine, mis nii mõnelegi lugejale ei meeldi, kui neil on juba paberlehe tellimus olemas. Saaremaa lugejaid häirib kahe maakonnalehe konkureerimine. Kõik soovitusel on lehtede kaupa leitavad lisas 5. Siiski on oluline märkida, et vastajad kasutasid soovitude kasti emotsioonide ja frustratsiooni välja elamiseks, mida konstruktiivseks kriitikaks pidada ei saa, kuid annab siiski edasi lehelugejate arvamust.

## 5. Veebilehe lugejate hinnangud ja eelistused

Selles osas kirjeldan läbi viidud intervjuude tulemusi, mille transkriptsioonide põhjal olen teinud sisuanalüüsi. Jagan tulemuste osa kaheks plokiks: esiteks, kuidas inimesed selgitavad oma veebikäitumist ja ootusi veebi suhtes (5.1, 5.2, 5.3, 5.4); teiseks see, kuidas nad hindavad konkreetseid olemasoleva veebisisu aspekte: veebilehe struktuur ja välimus, reklaam veebilehel, operatiivsus (praegu 5.5, 5.6, 5.7) ja viimaks valmisolek sisu eest maksta (5.8).

### 5.1 Veebikäitumine: millal, kuidas, kui kaua

Intervjueeritud 27 lugejast on paberlehe tellijad 13, paberlehe tellimust ei soovi kaks intervjueeritavat ja ülejäänud 12 on kas varem tellijad olnud või tellimisele mõelnud, kuid pole seda veel teinud. Digilehe tellimus on intervjueeritute seitsmel, kaheksa vastasid, et ei soovi digitellimust teha ja ülejäänud 12 on kas varem olnud tellijad või on mõelnud tellijaks hakkamisele.

Intervjuudest selgus, et kõige enam eelistavad respondendid veebiuudiseid lugeda kas hommikul või siis, kui aega leiavad. Mõni vastaja tõi välja, et loeb üleriigilisi uudiseid hommikuti, kuid kuna maakonnalehes ajakriitilisi lugusid väga palju ei ole, loetakse neid, millal vaba aega tekib. Välja toodi näiteks ühistransport, töö lõuna- või kohvipaus jne. Siiski leidub ka neid, kes hommikukohvi kõrvale uudised lahti võtavad, või teavad juba, et kella 10 või 11 paiku ilmuvad koroonauudised ja seavad lugemise sellele ajale. Paberlehe tellijad tõid aga välja, et on selleks ajaks, kui leht postkasti jõuab, juba pealkirjad ja pildid veebist ära vaadanud. Nende puhul, kellel lisaks paberile ka veebitellimus on, on selleks ajaks veebist ka lugude sisu teada.

*N69: Hommikul kindlasti [loen lehte]. Sellepärast mind häiribki kõige rohkem see kojukanne, et kui mul ei oleks võimalust veebist lugeda, siis mida ma enam õhtul sealt loen.*

Veebilehe külastuseks on mitme vastaja jaoks ajendiks sotsiaalmeedia. Sotsiaalmeediast jälgitakse kas lehte ennast, kohalikku omavalitsust või väiksemaid kasutajate loodud grupe, kus lehe lugusid võidakse jagada. Kasutajagrupidest rääkides mainisid vastajaid külade või valdade (sealjuures endiste valdade) elanike grupe, kuhu jagatakse selle konkreetse kohaga seotud lugusid. Säärane meediatarbimine rõhutab lugejate soovi hüperlokaalsusele — vahel on terve maakond isegi liialt suur. Ühele loole juba klõpsanuna võivad need vastajad siiski soovitatud lugude kaudu lehte edasi liikuda ja seal aega veeta.

*N47: Ma tavaliselt veebist näen, kui Facebookis on jagatud mingit artiklit näiteks Mustvee kohta. Kui ma näen mingit huvitavat lugu, siis ma vaatan nii palju ära, kui see Vooremaa tasuta näitab ja siis ootan paberlehte ja loen sealt.*

*N25: Ma tavaliselt loen selle ühe loo ära, mille pärast ma nende lehele läksin Facebookist ja siis kui mõni lugu veel silma jääb, siis vaatan seda ka, neil [Saarte Hääl] on lugude soovitusel juures ja sealt tavaliselt midagi jääb ikka silma*

Veebilehel aja veetmise osas intervjuueeritute hulgas selget mustrit esile ei tulnud, isegi ühe lehe raames mitte. On näha, et inimesed tarbivad meediat ikka piisavalt erinevalt, nii et oli inimesi, kes arvasid, et 10—15 minutiga saavad lehe vaadatud, kui ka neid, kes võtavad ligikaudu tund aega, terve leht läbi lugeda. Kuigi intervjuude läbiviimise ajal ma inimestele lugemispause ei andnud, oli selge, et inimesed, kes ütlesid, et sirvivad ligikaudu 15 minutit pealkirju, seda nii pikalt siiski ei teinud. Näiteks jõudsid mõned vastajad pärast viit minutit juba enda jaoks vanade ja juba nähtud lugudeni. Seega on näha, et lugejad ise oma ajakasutust hinnata ei oska ning selle uurimiseks peaksid lehed ise kasutama veebilehel pakutavaid andmetöötlusvõimalusi.

## **5.2 Lugejate temaatilised ja uudiste eelistused**

Valjusti mõtlemise meetod pakkus sisevaadet lugejatesse kõige enam just selles osas, et mida nemad lugeda tahaksid. Üks põhiline argument loo avamiseks ja huvi äratamiseks oli lugejate jaoks lähedus. Näiteks toodi välja, et lugu huvitab, kui pildil on näha lugeja jaoks tuttavat

kohta või inimest. See läheb kokku ka küsimustikuga, kus vastajad märkisid kõige enam, et oleksid valmis maksma loo eest endale tuttavatest inimestest. Tuttavate inimeste alla kuulusid muuhulgas oma valla või küla inimesed, keda nägupidi teatakse, endised õpetajad, ettevõtjad, kellega tööalaselt kokku on puutunud ja ka tuntud inimesed oma kodukandist.

Järgmiseks võib välja tuua kohalikku elukorraldust puudutavad lood. Sinna alla kuuluvad näiteks lood teetöödest, muutustest bussiliikluses, lood, mis puudutavad koole või lasteaedu ja seega mõjutavad vastajate lapsi või lapselapsi, vastajate töökohti puudutavad lood, elektrileviga seotud lood, erinevate toetuste ja projektidega seotud lood. Oluline on siiski mainida, et politseiteated sinna alla ei kuulu. Mitu vastajat ütlesid, et nad politseiteateid kas ei loe üldse või loevad väga põgusalt. Sama võib öelda koroonastatistika kohta. Igapäevaseid COVID-19 haigusjuhtude arve kajastatakse igas uuritud lehes, kuid suurem osa vastajatest ütlesid, et nad saavad uue info esmalt üleriigilisest meediast.

Temaatiliselt pakuvad lugejatele huvi veel näiteks lood loodusest, kultuuri- ja persoonilood. Vaatamata sellele, et nii kultuurilood, kui ajaloolise sisuga lood, polnud need, mille eest inimesed oleksid kõige tõenäolisemad maksma, olid need intervjuudes üpris populaarsed. Üks Vooremaa lugejatest märkis aga intervjuus, et ajaloolise sisuga lugu, mis temast teisele poole maakonda jääb, teda ei huvita. Sakalast toodi aga välja teemaveebide seas kultuurirubriigi puudumine, samas aga kiitsid mitu intervjuueeritavat Sakala kajastust looduse teemadest. Looduse kajastuse olulisuse ja huvi looduslugude vastu tõid igast lehest välja vähemalt üks intervjuueeritav.

Mõistagi kõik lugejad siiski teemade osas ühel meelel ei ole — üks Vooremaa lugeja näiteks tõi välja, et temale pikad persoonilood ei meeldi, sest suuremas osas huvitavad need kitsast kontingenti. Mõni intervjuueeritav leidis ka, et olemuslugusid või reportaaže toodetakse uudiste puudumisel lehte manuaalselt ja kajastatakse ajakirjanike endi kogemusi, näiteks kalal käiku, matkamist jne. Ühele lugejale tundub ka, et ürituste reportaažid on tihti ülistavalt positiivsed.

Siinkohal ongi oluline märkida, et üksnes olemuslugusid lehelugejad ka näha ei taha. Paistab, et intervjuueeritavad tajuvad samuti Jenkins ja Nielseni (2020) kirjeldatud “avalikku kvaliteeti”, sest lugejad soovivad lugeda ka kriitilisemat käsitlust kohalikust elust. Näiteks mainiti, et soovitakse näha enam lugusid kohalikust majandusest ja erinevate projektide maksumusest, samuti statistikal baseeruvaid lugusid maakonna arengust.

Samuti ei taheta, et leht ainult teadetetahvel oleks. Teemadesse süvitsi minek oli jällegi üks punkt, mille tõid välja mitmed intervjuueeritavad. Saarte Hääle lugeja tõi välja, et uudised, mis puudutavad kohalikku elu on tihti pigem pinnapealsed, sest ei taheta kaotada häid suhteid kohaliku omavalitsusega. Sama mainisid ka mõned Vooremaa lugejad, kes väitsid, et neile tundub, et leht on kohati võimu poolt kallutatud ja osad teemad jäävad seetõttu kajastuseta või pole objektiivselt kirjutatud.

*M45: Ega nad ei saa ka paljusid asju muidugi kirjutada. See on arusaadav. Siin on selline väike konnatiik ka, et kõik tunnevad kõiki. Pärast on kurjad pilgud ja ai-ai.*

*M60: Maakonnas tegelikult toimub pidevalt midagi, mis vajaksid ajakirjanduslikku sekkumist ja süvitsi minekut ja tausta uurimist ja mõnikord ka teravate küsimuste tõstatamist, aga seda praktiliselt ei tehta või tehakse väga harva ja kummalistel puhkudel.*

Üks Sakala lugeja tahaks aga näha, et süvenetaks enam kohalikesse probleemidesse, sest isegi kui teemasid kajastatakse, paistab, et kõik on JOKK, kuid probleemid kestavad edasi. Sama mainis üks Vooremaa lugeja loo juures, mis rääkis bussiliikluse vähendamisest. Intervjuueeritav oleks tahtnud, et ajakirjanik uuriks lähemalt, miks busse vähendatakse ja kas need võidakse kunagi tagasi lisada. Saarte Hääle kohta tõstatas üks intervjuueeritav sama probleemi — kajastatakse, kui midagi tehakse või midagi toimub, kuid ei uurita, miks seda tehakse või kui palju raha selleks kulub. Võrumaa Teataja osas leidis üks vastaja, et leht võiks rohkem aidata elanikel mingeid probleeme ja kontseptsioone mõista, näiteks nagu töötukassa, erinevad ehitusload ja piirangud.

### 5.3 Üleriigiliste uudiste kajastamine

Lehe operatiivsuse teema juures ei saa mainimata jätta maakonnalehtede kajastust üleriigilistest uudistest. Kõik intervjueeritud loevad kas üleriigilisi päevalehti või uudisteportaale, mistõttu ei ole üleriigiliste uudiste kajastus maakonnalehes nende jaoks eluliselt vajalik. Hoiakud maakonnaväliste uudiste osas aga varieerusid. Osa lugejatest olid neutraalsed — nad mõistsid, et kõik ehk üleriigilist meediat ei loe ja seetõttu on maakonnaleht oluline allikas. Neid ei häiri säärane kajastus, kuid ise saavad info mujalt.

*N43: Ma saan selle info kuskilt mujalt ja see pole minu jaoks oluline, aga ma arvan, et maakonnalehtede sihtrühm on ikkagi vanemaealised inimesed ja pensionärid, kes ongi harjunud ajalehti lugema hommikul paber kandjal. Nende jaoks võib olla see väga oluline, et saavad ka mujalt maailmast uudised kätte.*

Teised olid positiivsed ja leidsid, et kuigi loevad üleriigilist meediat, siis vaatavad lugusid ka maakonnalehest ja dubleerimine neid ei häiri. Kolmas osa lugejatest olid need, kes on üleriigiliste või -maailmsete uudiste kajastamise vastu. Nende seast kõlas enam, et säärane uudiste dubleerimine on niigi piiratud leheruumi raiskamine. Samuti leiti, et kuna maakonnalehed ei ilmu iga päev või nende veebi ei uuendata iga päev, siis on üleriigilised uudised juba kuuldud ja seega aegunud. Välja toodi näiteks poliitikute sõnavõttude kajastamine temadel, mis pole kohaliku eluga seotud.

*N73: Ma iga päev vaatan ka ju Aktuaalset Kaamerat. Nii et selles mõttes mulle kohe absoluutselt ei meeldi [üleriigiliste uudiste kajastamine]. Ja siis veel need üleriigilised teated, ma absoluutselt ei salli maakonnalehes. Viimane näiteks Indrek Saar, Sotside juht, kirjutab „Kiri peaministrile..“, no mida kuradit, Võrumaa Teatajas, tere hommikust! Püha jumal, ega Võrumaal ei ela ju peaminister.*

### 5.4 Hüperlokaalsus

Lugejate intervjuudest oli näha, et kui üleriigilistest uudistest maakonnalehes huvitatud ei olda, siis hüperlokaalsest ajakirjandusest küll. Nagu ka lugejaküsitluses märgiti, tõmbab inimesi oma valla või külaga seotud sotsiaalmeediagrupid ja kodulehed, sest pakub rohkem lähedust, kui maakonnaleht. Ka intervjuudes toodi välja, et maakonnalehest loetakse kohati üksnes lugusid, mis seotud oma kodukohaga. Oma valla kohta käivad lood leitakse sotsiaalmeediast, neist lugudest aga klõpsatakse maakonnalehe veebiküljel edasi soovitatud artiklite kaudu, mis pikendab lugeja külastust.

Veel mainisid intervjuueeritavad, et maakonnalehed kajastavad kohati liiga palju maakonnakeskuseid. Osasid lugejaid see ei häiri, sest huvitav on teada ka, mis linnas toimub. Teine osa lugejatest peab seda aga võrdlemisi segaseks, eriti, kui artiklites mainitakse konkreetseid tänavanimed, kuid linna või küla nime mitte. Üks Vooremaa lugeja arvas, et lehed võiksid kajastada ka väiksemaid kohalikke tegevusi, näiteks koolide või rahvamajade elu. Intervjuueeritav arvas ka, et need lood võiksid veebilehel olla tasuta, sest see kutsuks inimesi veebilehte lugema ja ehk ka digipaketti tellima. Mõni lugeja väitis, et just sel põhjusel loeb ka oma kohalikku vallalehte, et sealne sisu on rohkem kodukohast ja pealegi tasuta.

*M54: Täna Saaremaal on tõsine probleem, et ajakirjanikud, eriti Saarte Hääl, nad ei hooa, et Saaremaa ei ole ainult Kuressaare. Tihtilugu on pealkirjas näiteks teeremontidest ja nimetatakse mingi tänavanimi, aga kuskohas see on? Nad mõtlevad, et kõik saavad aru, et see on Kuressaare, tegelikult meil on asulaid päris palju.*

*N43: Viljandikesksus kohati häirib — keskenduvad sellele liiga palju. Pool Sakalast on ikkagi Viljandikeskne — väga palju. Pool Viljandimaast ei ole ju Viljandi linn.*

Üks Vooremaa lugeja tõi välja samuti, et tema eelistaks, kui traditsioonilise teemajaotuse (uudised, kultuur, arvamus jne) asemel oleks leht jaotatud valdade või külade kaupa, et oleks lihtsam enda piirkonna lugusid leida.

## 5.5 Digilehe struktuur ja välimus

Suurem osa intervjueeritavatest veetsid lehelugemist kirjeldades põhiliselt aega veebilehe avalehel. Sealse ringivaatamise osas oli küll erinevusi ja toodi välja nelja lehe avalehe häid ja halbu külgi. Üks intervjueeritustest on nii Saarte Hääle kui Sakala lugeja ja seega oskas lehti võrrelda. Näiteks tõi ta välja, et tema jaoks on Saarte Hääle avalehe eeliseks selge temajaotus — avalehel on väiksemalt toodud uuemad artiklid teemarubriikidest arvamus, intervjuud, galeriid, ajalugu jne (vt. Lisa 2). Sakalas aga tunneb lugeja, et rubriigid pole avalehel hästi välja toodud. Ta lisis veel, et päises võiks olla kultuurirubriik.

*N40: Mis mulle Saarte Hääle saidil väga meeldib ja mis Sakalal on nõrgem — ma ei kritiseeri neid, kõik teevad sellist lehte nagu ise tahavad — aga mulle see lahterdatus tegelikult tundub, et on väga hea. Kui hakkad alla tulema, siin on Arvamus — selge, siin on arvamusrubriik, Intervjuu — selge.*

Selleks, et paremini mõista lugejate suhet avalehe ja teemaveebidega, küsisin pea kõigilt, kas nad tavaliselt vaatavadki uudiseid avalehelt või liiguvad päises välja toodud rubriikide linkide kaudu edasi ka. Selles osas olid inimesed võrdlemisi suures osas ühel meelel, et teemarubriikide peale minnakse siis, kui otsitakse mõnd kindlat lugu, sest üldiselt korratakse avalehe lugusid ning lugejatel ei jää kahe lehelugemise vahele piisavalt aega, et vanu lugusid tahta lugeda. Teemaveebe ei uuendata kohati operatiivselt, isegi kui rubriiki sobiv lugu on avaldatud avalehel. Seega ei ole lugejad alati teemaveebidesse edasi liikuma ja veedavad veebilehel vähem aega, kui võiksid. Vähene operatiivsus ja digirubriikide uuendamine on regulaarsele digilugejale pettumust valmistav, sest tihti on digilugeja harjunud üleriigilise meedia kiirema tempoga.

Teemaveebide osas oli inimeste seas ka segadust. Üks Vooremaa lugeja vastas, et tema jaoks jääb segaseks teemaveerg “elu”, sest pole kindel, millised lood sinna kuuluvad. Ühe Vooremaa lugejast intervjueeritava suunasin siiski kultuuri rubriigi peale klõpsama. Vastaja märkas, et esimene lugu on küll talle tuttavast inimesest, mis talle huvi pakub, kuid lugu on 16. märtsist (intervjuu toimus 12. aprillil) ja seega temal juba loetud. Sakala lugeja vastas, et

vaatab kuulutusi teemaviite järgi, kuid muud mitte. Saarte Hääle puhul mainiti küll galerii teemaveebi minekut, kui on teada, et mõnest toimunud üritusest on tehtud pildid, kus võib ennast või tuttavat märgata.

*N49: Ma olen galeriisse läinud, kui ma olen ise mõnel üritusel olnud ja siis tahan pilte vaadata. Muidu ma ei klikki siin üleval. Ma käin siin regulaarselt ja siis kui avalehel jõuab ulgusaarlaste sarja intervjuu juurde, siis mul on tunne, et ma olen kõike uut juba näinud.*

Vaatamata sellele, et üks lugeja Saarte Hääle avalehe temajaotust kiitis, tõid kaks teist vastajat välja, et avalehel kerides tundub neile teemakasti juurde jõudes, et seal edasi on juba vanad uudised. Samuti leiti, et teemakastide väiksema mõõduga kõrvutiasetsevad lood ei haara tähelepanu ja seega ei kutsu lugema (vt. Lisa 2).

Siiski oli ka neid inimesi, kes ütlesid, et vaatavad teemaveebe samuti, et kogu leht läbi lugeda. Kaks intervjuueeritavat läksid uudiseid lugema ka Saarte Hääle “viimaste uudiste” veeru kaudu avalehelt, klõpsates nupu “kõik uudised” peale. Säärase käitumisviisi eelisena toodi välja, et kõik lood on ühesuurused ja järjest üksteise all, mitte kõrvuti ning seal lehel puudub reklaam. Üks Võrumaa Teataja lugejaist aga tõdes, et tema enim loetud pealkirjade veergu ei vaatagi, sest üldiselt on seal samad pealkirjad, mis kohe seal kõrval avalehelgi, aga väiksemalt. Niimoodi lugude kordumine aga lugejaid häirib.

*M45: Postimees ja nüüd Delfi ka muidugi, on hakanud panema nii, et sa seda ühte uudist näed seal lehekülje peal viis korda üksteise all praktiliselt. Või noh korduvana kogu aeg. Pluss seal on 100 reklaami veel vahel, et suht tüütuks ja naljakaks on see asi muutunud.*

Digilehe miinusena tõi Võrumaa Teataja lugeja välja, et üksnes pealkiri ja pilt jätab tihti eksitava ja ebameeldiva mulje, eriti kui pealkiri on liialdatud või üldistatud. Paberlehe eelis on lugeja jaoks just see, et kuna loo sisust saab kiiremini aru, ei mõju pealkirjad niivõrd

ebameeldivalt. Rohkem aga klikipealkirju või eksitavaid pealkirju intervjueeritavad välja ei toonud.

Piltidel on intervjueeritud inimeste jaoks suur tähtsus. Võrumaa Teatajas jäi intervjueeritavale näiteks silma, et kui kursoriga pildi peale lähed, siis pilt liigub. See polnud lugeja jaoks just ebameeldiv asi, aga midagi, mis jäi silma. Saarte Hääle lugeja aga tõi välja, et suuremate ja värviliste piltidega lood jäävad veebis rohkem silma. Samuti peatus ta lool, kus oli taustal näha tema endist koolimaja. Kuigi lugu koolimajast ei rääkinud, ütles ta, et ilmselt vaataks seda lugu ikka, sest seos kohaliku ja endale teada oleva kohaga on olemas. Pilte mainisid teisedki Saarte Hääle lugejad. Üks intervjueeritav kiitis lehe fotograafiat väga, tõi miinusena ainult liigse (ja kohati näivalt sunniviisilise) naeratamise igal pildil. Samuti kiideti Saarte Hääle galeriisid ja öeldi, et neid ikka vaadatakse. Vooremaa lugejate seas mainiti aga paar korda, et pildid võiksid paremad olla. Üks lugeja võrdles pildikvaliteeti kuvatõmmisega ja lisas, et tundub, et piltide kvaliteedile palju ei mõelda. Mitu lugejat lisasid ka, et kui pildil on sõbrad või tuttavad, siis kindlasti nad loo ka avavad. Samas tõi üks Sakala lugeja välja, et ühe loodusartikli pildilt jäi talle kärnkonn silma, sest konnad talle endale üldse ei meeldi.

Lisaks pildile ja pealkirjale mõjutab lugejate otsust, kas lugu avada või mitte, ka loo autor. Kohati olid autorid inimestele tuttavad, kas isiklikust elust või töötutvuste kaudu, mis ajendas nende ajakirjanike lugusid avama. Kahel korral oli üks Saarte Hääle autor ka vastajate endine õpetaja. Nii mõnigi vastaja aga tõi välja, et teatud ajakirjanike kirjutamise stiil on neile meelde jäänud ja autori nime järgi siis kas kindlasti lugu loetakse või jäetakse vahele. Meeldivate ajakirjanikena toodi enim välja need, kes kirjutavad meelelahutuslikus võtmes lugusid, või väga ausaid arvamslugusid. Negatiivselt suhtutakse, kui autoriks on pandud leht ise (ehk anonüümne autor), eriti kui tegemist on arvamusslooga.

*N40: Tegelikult siin on õudselt äge üks ajakirjanik ja nimi on Üllar Priks. Ma ei tunne teda isiklikult, aga ma olen kõiki tema artikleid lugenud. Tal on eriliselt lahe jutustamisoskus. Teha ennast selliseks mõnusaks, natuke rumalaks, enda üle naerda. Et kui ma hakkam lugema seda ja näen, et tema on kirjutanud – juba on huvitav.*

Sakala ja Saarte Hää! loovad mõlemad veebi ka eraldi sisu — videouudiseid, raadiosaateid ja galeriisid. Kuna intervjuueeritavad oma meediakäitumise kirjeldamise osas seda sisu ei maininud, küsisin selle kohta eraldi juurde, kuivõrd sellise sisu tootmine on just veebi eripära. Saarte Häälest ütles üks intervjuueeritav, et tema videolugusid ei vaata, aga ei tee seda üheski lehes, ka üleriigilises mitte. Galeriisid kohalikest sündmustest aga vaatavad heal meelel kõik Saarte Hääle intervjuueeritavad, retrogaleriid on nähtavad üksnes digitellijatele, mistõttu need jäävad mitme intervjuueeritava poolt vaatamata. Sakala intervjuueeritavad vaatavad samuti galeriisid. Videolugusid vaadatakse ka, kuid selle jaoks peab olema õige asukoht või kõrvaklapid peas, et teisi inimesi mitte segada. Üks vastaja tõi välja, et video sisu peab olema väga hea, et tähelepanu haarata, niisama ümmargust juttu ta kuulata ei viitsi. Sakala raadiokanalit Sakala Stúdio aga ükski intervjuueeritav järjepidevalt ei kuula, kui siis kuulatakse neid osi, kus jututeema on väga põnev.

## 5.6 Suhtumine reklaami

Lugejate suhted reklaamiga varieerusid üpris tugevalt. Üks Vooremaa lugeja tõi välja, et tema suhtub reklaami pigem positiivselt, sest oma maakonna tegijate reklaame vaatab isegi huviga. Osa lugejatest suhtub reklaami neutraalselt ja lähevad sellest veebis automaatselt mööda, kohati isegi nii, et ei märka, mida reklaamitakse. Samuti toodi välja, et mõistetakse, et reklaamirahad hoiavad lehte töös ja seega reklaami hulka pahaks ei panda.

Siiski oli ka neid vastajaid, kelle jaoks just reklaam on see, mis esimesena lehel silma jääb. Üks intervjuueeritav Võrumaa Teatajast tõdes, et kuna päises on tihti üks ja sama reklaam, mida ta juba näinud on, siis kerib sellest automaatselt edasi, mistõttu jääb tal ka teemaveebide riba lehe ülaosas nägemata (vt. Lisa 3). Ta tunnistas, et vaatas neid meie intervjuu ajal esimest korda.

*N41: Kuna kõige rohkem selle lehe puhul tõmbab tähelepanu see reklaam, siis ma kohe mõtlen, et kerin sellest allapoole ja siis see ülemine menüü-riba jääb kahe silma vahele. Ma praegu isegi alles märkan, et siin on selline tore teema nagu väik-uudised.*

Reklaam ja selle hulk häiris nii mõndagi vastajat ja seda nii veebilehel kui paberlehes. Üks vastaja ütles, et lõpetas oma paberlehe tellimuse just suure reklaamihulga tõttu, kuna tundis, et selle arvelt on lehes sisu vähem. Teine vastaja aga tõi välja, et teda häirib reklaam just paberlehes rohkem, kui veebilehes. Samuti arutlesid paar vastajat, et ei saa päris hästi aru, miks lehes peab olema nii palju reklaami ja ka tasuline sisu. Selle arutelu juurde nentisid lugejad, et pole kindlad, kuidas lehe rahastamine toimib.

## 5.7 Veebiinfo operatiivsus

Operatiivsus on märksõna, mis käis mitme lehe intervjuudest läbi. Kuna Vooremaa ilmub hetkel COVID-19 olukorra tõttu kaks korda nädalas ja Võrumaa Teataja ilmub kolm korda nädalas, leiavad lugejad, et operatiivsetest uudistest tuleb puudu. Mõlemad lehed uuendavad oma veebikülgi enam-vähem samas rütmis paberlehe ilmumisega, mistõttu märkavad lugejad, et mitmed lood on neil loetud enne konkurentide külgedelt — Tartu Postimees, Lõuna-Eesti Postimees ja LõunaLeht on peamised, mis välja toodi. Muidugi on mõistetav, et ilmumissageduse tõttu ei ole kummagi lehe toimetus piisavalt suur, et iga päev veebi uuendada, eriti kuna mõlema lehe prioriteet on suuremas osas paberleht. Ka Sakala puhul toodi välja veebi uuendamine jooksvate uudistega, kuid sel puhul lisas vastaja, et mõistab, et nädalavahetusel peavad ajakirjanikud puhata saama.

Intervjuudes Vooremaa lugejatega tõid pea kõik neist välja Vooremaa “viimaste uudiste” veeru, kus olid kohati kuu aega vanad lood, kuigi leht oli vahepeal ilmunud ja uued lood veebi laetud. Intervjuud toimusid suuremas osas märtsi lõpus ning 1. aprillil märkasin, et Vooremaa on veebilehelt “viimaste uudiste” veeru eemaldanud. Viimaste uudiste all ilmusid Vooremaal varem lehes ilmunud nupukesed ja peatoimetaja Kerttu-Kadi Vanambi sõnul ei tasunud nende eraldi veebi sisestamine end ära.

Üks Sakala lugeja mainis, et tema vaatab veebist alati kuulutusi, kuid selle negatiivse poolena tõi välja, et kui mõni firma on ostnud paberlehte kuulutuse reklaamina, siis seda digilehes ei ole. Teine intervjuueeritav aga tõi välja, et kui mõnda kindlat kuulutust otsib, siis teeb seda veebis, muidu loeb kuulutusi enam paberlehest. Intervjuueeritud Saarte Hääle lugeja aga

vaatab alati huviga kuulutusi ka veebist ja toob välja, et paberlehes ilmumise ajaks võivad kuulutused juba 10—12 tundi vanad olla. Võrumaa Teataja lugejate jaoks on paberlehes ilmuvad kuulutused väga olulised kohalike ettevõtete jms kursis olemiseks. Üks intervjuueeritav toob aga välja, et pole kindel, kas need ka veebis avaldatakse, kuigi võidaks. Vooremaa lugejad avaldasid pettumust, et Vooremaa veebilehe avalehel asetsevas kuulutuste kastis on aegunud kuulutused, millega intervjuueeritavatel enam midagi teha ei ole.

*N41: Loen siis, kui on vaja kuulutusi lugeda, kui on küttepuude tegemise aeg või mingi tööde aeg – seal on kohaliku elu kuulutused ja neid ma küll loen. Sellistel kuulutustel on maakonnalehel küll väga suur väärtus. Kui ma lihtsalt googeldan, et kes sellist tööd teeb, siis ei pruugi leida, aga lehest leiab.*

*N28: Kuulutused on kõik väga vananenud, 30. detsembri kuulutused [intervjuu toimus 26. märtsil], nendega pole enam teha vast midagi. Kui nad oleksid uuendatud, siis nad võiksid olla seal, aga praegu see kastike on täiesti arusaamatu.*

Surmakuulutuste olulisust märkisid iga lehe lugejad. Võrumaa Teataja lugejatest intervjuueeritud tõid välja, et surmakuulutused on lehes “ausad” ja see on üks põhjus, miks lehte loetakse, kuigi sealgi pakub konkurentsi muu kohalik meedia (näiteks LõunaLeht). Vooremaas puhul toodi ka välja, et lugeja telliks ehk digipaketi, kui sinna kuuluksid ka surma- ja mälestuskuulutused, kuivõrd Vooremaa erakuulutused lisab veebi, kuid surmakuulutusi mitte (Nii era- kui surmakuulutused on Vooremaa lehel siiski lingitud pdf. kujul avalehel kuulutuste kastis). Vooremaal jälgitakse era- ja surmakuulutusi põhiliselt paberlehes, seda vahel lausa esimese asjana. Üks Saarte Hääle lugeja ütles, et just kuulutused hoiavad neid paberlehte tellimas ja mitte digipaketile üle minemast.

*N50: Meil ikka viskavad nalja siin, et vanemad inimesed Vooremaad tellivad selleks, et surmakuulutusi lugeda. Ma olen ise ka täheldanud, et ikka vaatad need ka läbi kõigepealt.*

## 5.8 Lugude eest maksmine ja digipaketid

27 intervjueeritust kaheksal on maakonnalehe digitellimus, ühel lugejal on nii Sakala kui Saarte Hääle tellimus. Suuremal osal intervjueeritavatest on paberlehe tellimus või ligipääs paberlehele. Paberlehte, enam kui digitellimust, jagatakse mitme pereliikme vahel, mistõttu ei tunne perest eemale kolinud lapsed vajadust digitellimust teha, sest pealkirjad loetakse veebist ja huvitavamad lood hiljem paberlehest järele.

Digipaketi mittetellimise põhjusena tõi näiteks üks Saarte Hääle lugeja välja, et paberlehest saab lugeda kuulutusi ja reklaame, mis teda huvitaksid. Samuti leidis üks Võrumaa Teataja lugeja, et tema pigem ostaks üksiku artikli, kui teeks terve tellimuse, sest ühe artikli summa ei tundu nii suur ja seega tuleb ost kergemini. Samas leiab üks Sakala lugeja, et tema pole ühtegi üksikut lugu osta soovinud, kuna pole tundnud, et info oleks hädavajalik.

*N41: Minu jaoks on see suur hinnavahe, et kui ma Võrumaa Teataja ja Lõuna-Eesti Postimehe mõlema eest maksan 7.99, siis need ei ole võrdsed, sest Võrumaa Teatajast saad sama raha eest nii palju vähem. Ühe loo eest 1 või 2 eurot maksuma oleksin nõus mingi loo eest, mida väga lugeda tahan.*

Digitellimuse mittetegemise põhjusena toodigi kõige enam välja, et lugedes pole piisavalt sellist sisu, mida tahaks kindla peale lugeda. Samuti mainisid kaks Vooremaa lugejat, et kuna veebis on samad lood, mis paberlehes, siis ei nähta digilehe vajalikkust, tellimise jaoks peaks digisisu olema paberist erinev. Intervjueeritav Sakala lugeja aga leidis, et digitellimusel pole mõtet, kuna info saab kätte muudest allikatest nagu sotsiaalmeedia või tuttavad.

*M42: Kui on hea sisu, siis ma olen selle eest valmis maksuma. Heade asjade eest pole rahast nagu vahet. Aga siis ta peab olema unikaalne, mitte kuskilt copy-paste või pinnapealne.*

Veel mainisid kõigist lehtedest mõned lugejad, et nende arvates oleks sobilik, kui paberlehe tellimusega oleks digipakett tasuta. Ühe Vooremaa lugeja arvates oleks lihtsam, kui leht

kuuluks näiteks Postimees Grupi alla, et tellimuse tegemine oleks mugavam ja kasumlikum, sest saaks ka Postimehe enda artikleid lugeda.

*N66: Mul on Postimehe tellimus ja sealt sain näiteks Virumaa Teatajat ka mugavalt lugeda ja teisi maakonnalehti ka. Ma nüüd tegin Vooremaa digitellimuse. See on üpris kallis ikka, 6 eurot kuus, koos Postimehega saaks nagu soodsamalt.*

Positiivsete aspektidena lehtede digipakettide tellimise osas toodi välja näiteks kohaliku eripära, elu ja kogukonna kajastamine, digilehe mugavus ja mobiilsus, lisaks ligipääs toredatele galeriidele. Samuti mainis üks Sakala lugeja, et paberleht jõuab postkasti liiga hilja ja seetõttu on digipakett operatiivsem, kuna intervjueeritav eelistab hommikul lehte lugeda.

*N43: Viljandimaa on ju nii väike koht, et keegi tuttav või tuttava tuttav on kohal. Need galeriid on väga tänuväärased asjad – saab kohe ülevaate sellest, mis toimus.*

*M54: Digit ma saan igal pool... Haiglasse lähen, loen telefonist.*

Veebi miinusena tõid lugejad aga välja selle, et paberlehte saab pereliikmetega ja sõpradega jagada, nendega, kes internetti ei kasuta. Sel moel lehe ja info omavaheline jagamine edendab kogukonda, sest inimesed on infoga kursis ja saavad omavahel päevakajalisi teemasid arutada.

## **5.9 Intervjuutulemuste kokkuvõte**

Läbiviidud 27 intervjuu käigus selgus, et lugejad on nõus lugema maakonnalehte nii paberilt, kui veebist — meedium pole nende jaoks nii oluline kui sisu. Intervjueeritud lugejatest 13 on maakonnalehe paberlehe tellimus, vaid kaks ei soovi paberlehe tellimust ja teistel on kunagi tellimus olnud. Intervjueeritute 7 on digilehe tellimus, 8 ei soovi digitellimust ja ülejäänud kas on varem olnud tellijad või on mõelnud tellijaks hakkamisele. Suurem osa intervjuudest toimus telefoni teel, intervjueeritav ja töö autor olid samal ajal kummalgi poolel

maakonnalehe veebilehel. Lugeja pidi veebilehel ringi vaatama, samal ajal oma tegevust kirjeldades.

Intervjuude tulemused on töö kontekstis väga olulised, sest pakkusid nii täiendust ankeetküsimustikule, andes võimaluse intervjuueeritavatel mõnda oma vastust täiendada ja selgitada. Valjult mõtlemise meetod võimaldas paremini mõista intervjuueeritavate lehelugemis- ja meediaharjumusi. Lisaks said intervjuudes osalenud kirjeldada, mis neile digilehe juures meeldib, mis häirib ja mis paneks neid seda tulevikus sagedamini lugema.

Kuigi intervjuueeritavad tõid välja nii mõndagi, mis maakonnalehe juures saaks parem olla, nähakse selles siiski väärtust ja paistab, et lehe lugemist plaanitakse jätkata — kas siis paberis või juba veebis.

*N50: Maakonnalehte on ikka vaja. Ükskõik mil moel või kuidas, ikkagi ju inimene loeb. Ikka inimesed ootavad, üks vajalik leht ikkagi. Võibolla vahel ei ole sealt eriti midagi lugedagi, aga noh ikkagi inimesed ootavad. Ja siis nii öelda nalja visates, et vaatan või surmakuulutused ära. Tellin või selle pärast.*

## 6. Järeldused ja diskussioon

Magistritöö eesmärk oli selgitada maakonnalehe lugejate ootusi ja vajadusi kohaliku ajakirjanduse digisisule, võttes arvesse inimese üldist meediakasutust ja suhtumist maakonnalehte. Töö jaoks viisin läbi ankeetküsitluse ja intervjuud, mille järeldusi kirjeldan vastusena töö alguses püstitatud uurimisküsimustele. Diskussioonis sidusin järeldused teoreetiliste lähtekohtadega.

### 1. Kuidas paigutub maakonnaleht lugejate meediaharjumustesse võttes arvesse ökosüsteemi kontseptsiooni?

Olsen (2020) leidis, et tema intervjuueeritud kohaliku ajakirjanduse lugejad ja potentsiaalsed lugejad olid digitaalselt meelestatud ja lugesid vähe paberlehti. Mis puudutab aga maakonnalehte, siis käesolevas uuringus eelistavad vastajad pigem paberlehte. Huvitav on aga märkida, et digilehe tellimist on kaalunud rohkem vastajaid, kui paberlehe tellimist. Seega võib lugejatepoolne digipööre olla praegu toimumas, võttes arvesse ka, et digitellimuste arv on Eestis üldiselt tõusnud (Eesti Meediaettevõtete Liit, 2021a).

Ankeetküsitlusest tuli välja, et nii Saarte Hääle, Sakala kui Võrumaa Teataja lugejatest jälgib suurem osa (veidi üle 50%) väljaande Facebooki külge. Vaid Vooremaad jälgitakse teistest vähem. Vooremaa puhul tuli aga intervjuudest esile, et lugejad jälgivad Facebookis kohalike elanike gruppide, mis on enamasti mõeldud valla- või külaelanikele mõeldud. Nendes gruppides jagatakse vastava elupaiga uudiseid, seega toimivad grupid justkui uudiste eelfitreeringuna. Samuti jälgivad intervjuueeritavad kohaliku omavalitsuse ametlikku Facebooki lehte või kodulehte. Sama arutles Nygren oma meediaökoloogia lähtekohaga uuringus (2019), kus ta leidis, et kohaliku ajakirjanduse väljaanded kasutavad Facebooki, et sealtkaudu oma lugusid lugejatega jagada, tagasisidet saada ja ideid lugude jaoks leida. Mitmed intervjuueeritavad tõid välja, et liiguvad just sotsiaalmeedia kaudu maakonnalehe veebilehele, pärast mida soovitatud lugude põhjal uudiseid edasi loevad. See on märk, et ka Eestis on maakonnaleht seotud sotsiaalmeedia ümber koondunud ökosüsteemiga. Mõistagi tuleb arvesse võtta, et intervjuueeritud inimesed ja ankeetküsitlusele vastajad on suuremas osas digilehe lugejad ja

sotsiaalmeedia kasutajad. Kuigi paberlehe lugejad otseselt sellest süsteemist osa ei võta, teevad nad seda siiski kaudselt, kuna digilehes ja paberlehes lood ja teemad korduvad ning osa neist teemadest on saadud sotsiaalmeediakanalitest. Maakonnaleht ei ole inimestele seega ainus kanal, kust oma kodukoha käivaid lugusid leiavad. Kuna hinnati, et maakonnalehti hinnati kohati ka liialt maakonnakeskusele keskenduvaks, tõid mõned intervjuueeritavad välja, et oma kogukonna lood on neil enne lehe ilmumist juba kuulnud, olgu sotsiaalmeediast või sõpradelt-tuttavatelt.

Ökosüsteemi kontseptsiooni järgi võib öelda, et maakonnaleht on üks osa inimeste mediarepertuaarist. Uuringus osalejad tarbivad üleriigilist veebisisu tavaliselt iga päev või mõned korrad nädalas, saades sealt suure osa nii Eesti kui välismaa uudistest. Samuti on populaarne sotsiaalmeedia, eelkõige Facebook. Ka seal võetakse osa kogukondlikust infovahetusest – kas maakonnalehe Facebooki külge jälgides, kohalike elanike gruppides osaledes, kohaliku omavalitsuse või linna/valla/maakonna sotsiaalmeediakanalit külastades. Info saamiseks kasutatakse veel kohaliku omavalitsuse veebilehte. Kohalike elanike Facebooki grupid pakuvad inimestele hüperlokaalsust, ehk annavad eelselekteeritud infot üksnes nende kodukoha või piirkonna kohta, sest vahel võib maakonnaleht jääda liiga maakonnakeskuse lähedaseks. Kuigi maakonnaleht on lugejatele oma maakonna kohta info saamiseks põhiline allikas, ei ole see kindlasti ainus.

Mis puudutab üleriigilisi uudiseid, siis üksikud ankeedi täitjad ja intervjuueeritavad arvasid, et üleriigiliste uudiste kajastamine maakonnalehes on vajalik. Suurem osa andis aga mõista, et kuna maakonna paberleht iga päev ei ilmu ja veebi liiga tihti ei uuendata, on lugejatel üleriigilised uudised juba mujalt kanalitest teada, mistõttu on see paberlehes ruumi raiskamine ja veebis nad selle eest maksta ei sooviks. Samas tuleb arvesse võtta, et küsitletud inimesed on valdavalt internetikasutajad, seega on nad uudisteportaalide kasutamisega harjunud.

**2. Kuidas hindavad lehtede lugejad digisisu, millist sisu nad maakonnalehelt ootavad ja vajavad?**

Maakonnalehti hinnati peamiselt keskpäraseks. Digisisu osas andsid intervjueeritavad mõista, et kõige enam vaatavad nad maakonnalehe veebiküljelt pealkirju ja pilte, et olla kursis jooksvate uudistega. Neil vastajatel, kellel on paber- või digilehe tellimus, rääkisid, et loevad lood läbi võrdlemisi põhjalikult. Neid aga, kellel tellimust ei ole, lood väga tellimust tegema või lugu ostma ei kutsunud.

Valjult mõtlemise meetodi kasutamise käigus kirjeldasid lugejad, millised lood neile huvi pakuvad ja mida nad lugeda tahaksid. Enim tõid nad välja lugusid tuttavatest inimestest või kohtadest, oma valla või külaga seotud hüperlokaalseid lugusid, artikleid kohalikust kultuurist ja loodusest, uudiseid, mis puudutavad maakondlikke ümberkorraldusi või muudatusi, samuti arvamislugusid. Koroonauudiste ja valitsusega seotud uudiste juures märkisid intervjueeritavad, et võivad neid lugeda, kui pole juba üleriigilisest ajakirjandusest infot kätte saanud – enamasti nad olid. Politseiudiste kohta vasta mitu intervjueeritavat, et neid nad kunagi ei loe. Olemuslugude, intervjuude ja kriitilisemate uudiste osas olid inimesed eriarvamusel. Leiti, et olemuslood on küll toredad, kuid kohati vähese uudisväärtusega või lehe täiteks ülistavalt kirjutatud. Osa inimestest tunnistas, et naudib just positiivsemaid ja kergemaid lugusid kohalikest tegemistest. Saarte Hääle lugejad tõid intervjuudes välja, et naudivad väga “Ulgusaarlase” intervjuude sarja ja loevad seda alati. Teistes lehtedes sooviti samuti näha enam intervjuusid edukate kohalike inimeste või tublide noortega. Säärased olemuslood ei tohiks aga lugejate arvates varjutada uudiseid. Uudislugudes sooviksid lugejad näha rohkem teemadesse süvitsi minekut ning hoidumist kohaliku võimu kiitmisest või liigsest pehmusest võimu suhtes. Lugejatele tundub, et just uudistes on ka lehe omaniku võimu näha, mistõttu on artiklid, mis kajastavad omanike tuttavaid, nende hinnangul kallutatud või ei kajasta probleemi üldse. Veel toodi välja, et tahetakse näha rohkem analüütilisi statistikal põhinevaid lugusid, mis kirjeldaksid maakonna arengut. Skandaale ja teiste inimeste “materdamist” lugejad aga näha ei taha.

Digilehe rubriikide osas selgus, et info esitamine rubriikides on mõttekas eelkõige siis, kui toimetused suudab tagada ka rubriikide sisu piisavalt sagedase uuenemise. Piisavalt regulaarsed külastajad eeldavad, et kõige uuemad lood on avalehel ning rubriikidesse nad sel põhjusel ei

liigu. Kui nad uuringu käigus rubriike siiski avasid ja leidsid kõige uuemana eest kuu või kaks vana loo, siis andis see intervjuueeritavale kinnituse rubriikide ebavajalikkuse kohta.

Ühtlasi selgus, et lugejad ootavad veebis ka erakuulutuste ja teadaannete lugemise võimalust, mida mitmel korral peeti paberlehe eeliseks. Kui digiväljaanne pakuks võimalust inimestel operatiivselt infot vahetada ja uuendaks seda tihti, oleks see lisapõhjus digiväljaande kasutamiseks.

## **2.1. Kas ja millistel tingimustel on lugejad valmis digisisu eest maksma?**

Kula (2016) leidis oma magistritöös, et üldiselt ei ole maakonnalehtede lugejad valmis ajakirjanduse eest maksma ja seda tõdemust oli mingil määral näha ka selles töös. Ankeetküsitluse vastustest tuli välja, et inimesed, kellel on mõni digipakett või ligipääs digipaketile, on tõenäolisemalt valmis lugude eest maksma. Seega võib öelda, et ajakirjanduse eest maksmine on mingil määral harjumuse ja hoiaku küsimus. Kõigist vastajatest 30 lisas küsimuse “milliste lugude eest olete kõige tõenäolisemalt nõus maksma” vabavastuseks, et nemad ei ole üldse nõus lugude eest maksma. Need intervjuueeritavad, kellel digitellimust ei ole, kirjeldasid samuti, et kui maksumüüri taga peituv info on neile väga oluline, laenavad nad sõprade-tuttavate käest paberlehte, sirvivad paberlehte poes või kuulevad infot muudest kanalitest — suusõnaliselt kohalike inimeste käest või sotsiaalmeediast. Kula (2016) kirjeldas samuti, et inimesed jääksid pigem tasulisest loost saadavast infost ilma, kui selle eest maksaksid. Seda põhjusel, et artiklite sisu ei ole piisavalt oluline või huvitav.

Nii ankeetküsitluse vabavastustes kui intervjuudes tõid lugejad välja, et sooviksid veebis näha tasuta lugemisõigust paberlehe tellijale – üks vastaja lisas ka, et oleks siis nõus maksma paberlehe eest paar eurot rohkem. Üks intervjuueeritav märkis et väljaanne võiks veebis pakkuda tasuta lühemaid lugusid ja nupukesi kohalikest tegemistest. Intervjuueeritav usub, et see oleks tema jaoks põhjus veebilehte rohkem külastada ja ehk ka digitellimust teha.

Ankeetküsitlusele vastanud on kõige enam nõus maksma lugude eest, mis räägivad neile tuttavatest inimestest, või kohaliku eluga seotud uudiste eest. Siiski tõid nad välja, et ühe loo lugemiseks tervet kuutellimust teha ei soovi, seega võiksid lehed pakkuda ka üksikute lugude ostmise võimalust.

Selleks, et lugu osta, peab see vastajate sõnul olema erilise sisuga ja kajastama infot, mida mujalt ei saa. Samuti peab lugu olema objektiivne ja hästi uuritud — kvaliteetne sisu on vastajatele digilehe juures kõige olulisem. Selline suhtumine läheb kokku ka Himma-Kadakas ja Kõuts-Klemm (2015) läbi viidud uuringu tulemustega. Erinevusena võib tuua vaid loo pikkuse, mis Himma-Kadaka ja Kõuts-Klemmi uurimistulemustes oli samuti oluline määraja loo väärtuse näitamisel, kuid selles töös välja ei tulnud. Mõni vastaja ütles ka, et temal ei ole digilehe või uudiste eest maksmise vastu üldiselt midagi – kõige olulisem on pakutava sisu väärtus. Lihtne maksesüsteem ja kasutusmugavus on samuti olulised faktorid, mis mõjutavad, kas inimene tahab lugu osta või mitte.

### **3. Kuidas saavad lehed lugejate arvates digisisu edendada?**

Digisisu vormi osas tahavad lugejad näha lugude selget jaotust rubriikidesse, võimalikult vähe silmatorkavat reklaami ja pigem lihtsat lugude paigutust. Väikesed pildid ja liiga palju lugude kastikesi üksteise kõrval lugema ei kutsu. Piltidel on oluline roll tähelepanu haaramisel, seepärast peavad need olema hea kvaliteediga. Samuti jäävad lugejatele enam silma pildid, millel on neile tuttavad kohad ja inimesed. Pealkirjade kohta uuringus osalejatel suuremas osas kriitikat ei olnud.

Teemavalikust eelistavad lugejad kohaliku tähtsusega uudiseid, eriti selliseid, mis võivad nende igapäevast elu mõjutada, näiteks teetööd, kohaliku elu parandamise meetmed, erinevad piirangud jne. Veel pakuvad neile huvi kultuur, majandus, ürituste kajastused, lood kohalikust loodusest ja süvitsi minevad analüüsid maakonna käekäigust. Samuti huvitavad inimesi kohalikud edulood, sealhulgas lood tublidest noortest, edukatest ettevõtjatest ja aktiivsetest elanikest.

Nagu eespool mainitud, kasutavad inimesed kohalikest elanikest koosnevaid sotsiaalmeediagruppe, et saada infot konkreetselt oma piirkonna, valla või küla kohta. Sel põhjusel väärtustavad nad ka valla- ja linnalehti. Seega võib lehtedele soovitada mitte kajastada digilehes üleriigilisi uudiseid, vaid panna selle asemel rohkem rõhku maakonna väiksemate kohtade kajastusele.

Eelkirjeldatud leiud lähevad kokku Tamme (2016) uurimistööga, kus ta kirjeldas, et lugejate valikuid konkreetsete lugude lugemisel mõjutavad pildid, pealkirjad, teemavaliku olulisus lugejale endale, aga ka vaba ajahetke täitmine ja reklaami hulk. Samuti tõi Härma (2015) esile läheduse kui uudiskriteeriumi olulisuse.

Sisu osas tahavad lugejad näha rohkem teemadesse süvitsi minekut ja info esiletoomist. Samuti on oluline, et leht ei oleks liialt omanikust või võimust mõjutatud — et ei kiidaks kedagi liialt ega kajastaks probleeme liiga pehmelt. Sisu võiks veebis olla praegusest veidi rohkem, et paberlehe lugemisega pikalt harjunud inimesed näeksid mõtet veebi ümber kolida. Paberleht ei ilmu iga päev, kuid veebis tahaksid lugejad näha tihedamalt uuenevat uudisvoogu (ka päevadel, mil paberleht ei ilmu), et paberlehe kättesaamise ajaks poleks lood juba mujalt kanalitest teada.

## **6.1 Meetodi kriitika ja soovitused tulevastele uurijatele**

Uurimismeetodi kriitikana võib välja tuua, et uurisin töös ainult maakonnalehe lugejate veebiharjumusi. Täieliku pildi saamiseks maakonnalehe olulisusest inimese mediarepertuaaris tuleks tulevikus valimisse kaasata ka inimesed, kes ei ole lehelugejad — olgu paberil või veebis — või on varem olnud lugejad, kuid loobunud. See annaks lehesisule teistmoodi vaate. Samuti toimus ankeetküsitlusele vastamine veebis, mis tähendab, et suurem osa vastajatest olid interneti kasutajad. Võrumaa Teataja avaldas küll küsimustiku paberlehes, nii et lugejad said selle ära täita ja toimetusse saata, kuid kuna neil lugejatel veebis uudiste lugemisega kogemust ei olnud, pidin nende vastused kõrvale jätma – muidu poleks saanud analüüsida tulemusi meediaökoloogia teooriaga. Tulevikus võiks paberlehe lugejateni jõuda just paberlehes avaldatud küsimustiku kaudu.

Ankeetküsitluse koostamisel sain inspiratsiooni Tartu Ülikooli 2015. aasta kultuuriajakirjade uuringu küsitlusest. Võimalik, et koostatud küsimustik oli liialt keeruline ja detailne, mistõttu võisid potentsiaalsed vastajad loobuda osalemast. Vastajate väikese arvu tõttu polnud võimalik teha representatiivset uuringut ega põhjanevaid järeldusi.

Intervjuud toimusid suuremas osas telefoni teel – koroonapiirangute ning osalejate tehnoloogiaelistuste ja -piirangute tõttu. Ühes ruumis viibides ja koos arvutiekraani vaadates oleks valjult mõtlemise meetod potentsiaalselt pakkunud veel enam infot.

Käesolevale tööle oleks hea lisandus, kui tulevikus uuritaks ka lehetoimetuste endi nägemust sellest, kuhu paigutub nende digileht lugejate meediarepertuaaris ning kuidas nemad näevad enda rolli kogukonnaajakirjanduses. Uurida võiks seega, kui palju võtavad toimetused uudissisu tootmisel arvesse lugejate eelistusi ja vajadusi, traditsioonilisi uudisväärtusi ning Jenkinsi ja Nielsen (2020) kirjeldatud “avalikku kvaliteeti”.

Tööle ei olnud võimalik lisada intervjuude transkriptsioone, sest intervjuueeritavad kirjeldasid oma töökohta ja pereelu ning transkriptsioonide lisamine oleks rikkunud nende anonüümsust. Kuivõrd üks töö eesmärke oli pakkuda maakonnalehtedele sisevaadet enda lugejaskonda, siis tuleb märkida, et tulemused on mingil määral filtreeritud ja lehed ei pruugi saada tervet pilti.

## Kokkuvõte

Magistritöö “Lugejate ootused digisisule Saarte Hääle, Sakala, Vooremaa ja Võrumaa Teataja näitel” eesmärgiks on kirjeldada maakonnalehtede lugejate suhtumist digisisusse, võttes arvesse nende meediavajadused ja eeldused kohaliku ajakirjanduse jaoks. Kuivõrd uuritavatel lehtedel on erinevad digiprofiilid — Sakala ja Saarte Hääle pakuvad veebis lugusid, mida paberlehes ei ole, samuti videolugusid ja galeriisid ning Vooremaa ja Võrumaa Teataja hetkel paberlehega sama sisu — on auditooriumi vajadused neile lehtedele erinevad.

Töö empiirilise osa läbiviimiseks kasutasin ankeetküsitlust, millele vastasid 241 inimest. Ankeetküsitlusega sain ülevaate vastajate meediaharjumustest — nii üleriigilistest kui kohalikest. Lugejate meediarepertuaari kaardistamine on aga oluline, kuna maakonnaleht ei ole kohalikus ajakirjanduses enam põhiline infoallikas — seda esmajoonel interneti kasutuse tõusu tõttu. Maakonnaleht paigutub seega meediaökoloogia süsteemi, kus erinevad kanalid ja väljaanded täiendavad üksteist inimese meediatarbimises. Ankeetküsitlustiku tulemused illustreerisid lugejate soovi ja vajadust uudiste läheduse jaoks. Läheduse alla kuulub soov lugeda endale tuttavatest inimestest, kohalikest edulugudest ja elukorraldust puudutavatest sündmustest. Sealjuures on väga oluline, et maakonnaleht ei kirjutaks liialt maakonnakeskusest, põhjalikumalt kajastust tahavad lugejad valdadest ja küladest. Ankeetküsitlusest tuli välja ka, et maakonnalehtede lugejad eelistavad praegu veel rohkem paberlehte, kuid digitellimuste tegemist siiski kaalutakse.

Küsitlusest saadud info täienduseks viisin töös läbi ka 27 intervjuud. Intervjuudes osalejad kirjeldasid, et maakonnalehe veebiküljel uudiseid vaadates on nad põhiliselt avalehel, temaveebidesse satutakse üksnes kindlaid artikleid otsides. Seda põhjusel, et temaveebe ei uuendata lugeja jaoks piisavalt. Vähesel määral uuendamise tõttu ei pea lugejad vajalikuks ka maakonnalehest üleriigiliste uudiste lugemist. Kuivõrd veebis sirvitakse põhiliselt pealkirju ja vaadatakse pilte, on loo avalehel esitamine väga oluline. Pilt tuttavast inimesest või kohast võib saada lool klõpsamisel määravaks. Hetkel leiavad intervjuueeritavad, et suuremas osas saavad nad ilma digitellimusest hakkama, kuna ei näe, et lehe lugude sisu oleks piisavalt huvitav või hädavajalik, et nende eest raha maksta. Lugude väärtust tõstaks teemadesse

rohkem süvitsi minek, analüütilisem lähenemine probleemidesse ja paberlehest erineva sisu pakkumine. Kuigi sisu uurimine ei olnud selle töö esialgne kavatsus, siis lugejatele on just sisu olulisem, kui meedium, milles seda esitatakse. Sisu osas meeldib lugejatele näha hüperlokaalseid lugusid, teemadest pakuvad huvi loodus, kultuur, kohalikud üritused, noorte inimeste tegemised. Lisaks meeldib inimestel näha enda tuttavaid lehes, kas siis arvamust avaldamas või millegi toredaga tegelemas.

## Summary

The purpose of this master's thesis titled Audience's Expectations of Digital Content in Local Newspapers on the basis of Saarte Hääl, Sakala, Vooremaa and Võrumaa Teataja is to analyse and chart Estonian local county newspaper reader's needs and expectations towards digital content. The theoretical framework focuses on local newspapers being a part of audience's media habits and local news being a part of local media ecologies.

The empirical part of the thesis consists of two methods of data collection — the first being an audience questionnaire and the second being semi-structured interviews with the readers of aforementioned newspapers. The questionnaire was filled by 241 people. The results of the survey described the media habits of the audiences, which showed that while the traditional legacy media county-wide newspapers in Estonia have a place in people's media habits, but they are no longer the most valued part of it. Along with the newspaper the audience gets their information from social media — from citizen groups, pages of local government and smaller free papers. Those media outlets satisfy people's need for hyperlocal media. Hyperlocal media is important as closeness is one of the key factors the audience looks for in news, along with good quality.

27 interviews were also conducted for this thesis. The interviewees described their news consuming habits on the websites on the local newspapers. For them continual updates on the site are important, as well as good quality images, and an aesthetically pleasing website. Many of the interviewees did state that they do not find that a digital subscription is necessary for them, as the information that the newspapers offer is not valuable or interesting enough. The interviewees would like to see articles with more in-depth research, analytical pieces on the welfare of the region, and as many of the papers do not offer exclusive content online, but the same articles as in the paper, the interviewees would like to see some exclusive or different content online. However, the content of articles is more important to the reader than the medium in which it resides.

## Kasutatud kirjandus

- Bruns, A. (2003). Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News. *Media International Australia*. 10:7
- Carpentier, N., Lie, N., Servaes, J. (2003). Community Media: Muting the democratic media discourse? *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. 17:1, 54—56
- Cook, C., Bakker, P. (2019). Viable, Sustainable or Resilient? Understanding the hyperlocal business ecosystem. *Nordicom Review*. 40:2, 31—33.
- Costera Meijer, I. (2012). Valuable journalism: A search for quality from the vantage point of the user. *Journalism*. 14:6, 762—764.
- Costera Meijer, I., Bijleveld, H. P. (2016). Valuable Journalism: Measuring news quality from a user's perspective. *Journalism Studies*. 17:7, 829—835.
- Eccles, D.W., Arsal, G. (2017). The think aloud method: what is it and how do I use it? *Qualitative Research in Sports, Exercise and Health*. 9:4.
- Donauskaitė, D., Fridrihsone, M., Krancevičiūtė, M., Krūtaine, A., Lastovska, A., Reiljan, P., Tetarenko, A. (2020). Baltic Media Health Check 2019–2020. The Media After Covid: Finding strategies to survive and thrive. Riga/Tallinn/Vilnius. 18—19.
- Eesti Meediaettevõtete Liit. (2021a). Statistika 2021. Kasutatud 15.05.2021, <https://meedialiit.ee/statistika/>
- Eesti Meediaettevõtete Liit. (2021b). Uuring näitab interneti uudiskeskondade olulisust lugejate jaoks. Kasutatud 20.05.2021: <https://meedialiit.ee/uuring-naitab-interneti-uudiskeskondade-olulisust-lugejate-jaoks/>
- Gamzejev, E. (2019). Erik Gamzejev: maakonnalehed kui maakondade elujõulisuse peeglid. *ERR uudisteportaal*. Kasutatud 2.05.2021: <https://www.err.ee/928712/erik-gamzejev-maakonnalehed-kui-maakondade-elujouulisuse-pegliid>
- Heise, N., Loosen, W., Reimer, J., Schmidt, J.-H. (2014). Including the Audience: Comparing the attitudes and expectations of journalists and users towards participation in German TV news journalism. *Journalism Studies*. 15:4, 411—424.
- Himma-Kadakas, M., Kõuts-Klemm, R. (2015). Who Is Willing to Pay for Online Journalistic Content? *Media and Communication*. 3:4, 108—111.
- Härma, K. (2015). Uudiste lugemine internetis noorte ja nooremate keskealiste hulgas. Magistritöö. Tartu Ülikool.

Jenkins, J., Nielsen, R.K. (2020). Proximity, Public Service, and Popularity: A Comparative Study of How Local Journalists View Quality News. *Journalism Studies*. 21:2, 238—250.

Jeronimo, P., Correia, J.C., Gradim, A. (2020). Are We Close Enough? Digital Challenges to Local Journalists. *Journalism Practice*. 3—4.

Kammer, A. (2013). Audience Participation in the Production of Online News: Towards a Typology. *Nordicom Review*. 34.

Kammer, A., Boeck, M., Hansen, J.H., Hauschildt, L. J. H. (2015). The free-to-fee transition: audiences' attitudes toward paying for online news. *Journal of Media Business Studies*. 12:2, 109—110.

Kula, K. (2016). Tasuline veebisisu maakonnalehtedes: strateegiad, praktikad ja lugejate kogemused ning ootused. Magistritöö. Tartu Ülikool. 60—68.

Kõuts-Klemm, R. (2019). Ajakirjanduse valikud digiajastul. *Sirp*. Kasutatud 23.05.2021: <https://www.sirp.ee/s1-artiklid/c21-teadus/ajakirjanduse-valikud-digiajastul/>

Kõuts-Klemm, R., Seppel, K. (2018). *Juhatus meedia ja kommunikatsiooni teooriatesse*. Tartu Ülikooli kirjastus. 24—52.

Kõuts-Klemm, R., Harro-Loit, H., Ibrus, I., Ivask, S., Juurik, M., Jõesaar, A., Järvekülg, M., Kauber, S., Koorberg, V., Lassur, S., Loit, U., Tafel-Viia, K. (2019). Meediapoliitika olukorra ja arengusuundade uuring. 8—59.

Laherand, M.-L. (2010). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Sulesepp. 20—178.

Lauristin, M., Vihalemm P., Uus, S., Peegel J. (1987). *Rajoonileht ja lugeja*. Eesti Raamat: Tallinn. pp: 5—13.

Loosen, W., Schmidt, J.-H. (2012). (Re-)discovering the Audience: The relationship between journalism and audience in networked digital media. *Information, Communication & Society*. 16:6, 871.

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

Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., Rowley, K.M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media & Society*. 13:5, 774

Myllylahti, M (2014). Newspaper Paywalls—the Hype and the Reality. *Digital Journalism*. 2:2, 182—190.

Napoli, P.M., Stonbely, S., McCollough, K., Renninger, B. (2017) Local Journalism and the Information Needs of Local Communities. *Journalism Practice*. 11:4, 373.

- Nielsen, R.K. (2015). Introduction: The Uncertain Future of Local Journalism. *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. Reuters Institute of the Study of Journalism.
- Nygren, G. (2019). Local Media Ecologies: Social media taking the lead. *Nordicom Review*. 52—61.
- Olsen, R.K. (2020). Understanding the relationship people in their early adulthood have to small-town news and paywalls. *Journalism*. 21:4, 513—515.
- Olsen, R.K., Kammer, A., Solvoll, M.K. (2019). Paywalls' Impact on Local News Websites' Traffic and Their Civic and Business Implications. *Journalism Studies*. 21:2, 197—206.
- Plüschke-Altöf, B., Loewen, B., Leetmaa, K. (2020). Keskuse ja ääremaa lõhe Eestis. Eesti inimarengu aruanne 2019/2020. Kasutatud 20.05.2021: <https://www.inimarengu.ee/keskuse-ja-aaemaa-lõhe-eestis.html>
- Rebane, M. (2007). Online-ajakirjanduse areng Eestis. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool. 4
- Sarapuu, M. (2014). Internetikasutajate valmisolek digitaalse sisu eest tasumiseks. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool. 25—26
- Schröder, K.C. (2019). What do News Readers Really Want to Read about? How Relevance Works for News Audiences. *Digital News Project*. 7—17
- Tamm, M. (2016). Nutiseadmetest uudiste lugemine. Magistritöö. Tartu Ülikool. 42—43
- Turundajate Liit. (2021). Lääne-Virumaa saab uue uudisveebi. Kasutatud 23.05.2021: [https://turundajate.liit.ee/laane-virumaa-saab-uue-uudisveebi/?fbclid=IwAR0imyR3dMk\\_6h6iTQSIPADnhhkgEf6CeJ1s3flgcpL0-QgZY\\_CuAgA](https://turundajate.liit.ee/laane-virumaa-saab-uue-uudisveebi/?fbclid=IwAR0imyR3dMk_6h6iTQSIPADnhhkgEf6CeJ1s3flgcpL0-QgZY_CuAgA)
- Vapper, M. (2021). Eesti maakonnalehed Facebookis: erinevad sisu levitamise tüübid. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool. 45.
- Vihalemm, P., Kõuts-Klemm, R. (2017). Meediakasutuse muutumine: internetiajastu saabumine. *Eesti ühiskond kiirenevas ajas*. 254—259.
- Yun, G.W., Morin, D., Ha, L., Flynn, M., Park, S., Hu, X. (2018). A pillar of community: Local newspapers, community capital, and impact on readership and advertising. *Community Development*. 49:5, 522—523

# Lisad

## Lisa 1. Lugejauuringu ankeet

Lugupeetud lugeja!

Käesolev küsitlus on osa magistritööst “Maakonnalehe lugejate ootused digisisule”. Uurimistöö eesmärk on kaardistada nii maakonnalehe lugejate meediaharjumusi kui ka ootuseid ja vajadusi maakonnalehtede veebiväljaannete jaoks. Uurimistöö tulemusi kasutatakse kohaliku ajakirjanduse jätkusuutlikkuse paremaks mõistmiseks.

Küsimustik koosneb kolmest osast. Esimeses osas on küsimused Teie meediakäitumise kohta, et mõista, millised meediakanalid Teile kõige enam meeldivad. Teises osas on küsimused Teie suhtest kohaliku meediaga. Kolmandas osas on küsimused Teie loetava maakonnalehe kohta.

Ankeedi täitmisega annate nõusoleku oma vastuseid uurimistöös kasutada. Uuringus osalemine on anonüümne.

Küsimuste korral võite ühendust võtta töö autoriga:

Lotte Parksepp  
Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava magistrant  
[lotteparksepp@gmail.com](mailto:lotteparksepp@gmail.com)

### MEEDIAHARJUMUSED

Esmalt mõni küsimus Teie enda kohta

1. Teie Sugu
  - A. Naine
  - B. Mees
  - C. Ei soovi vastata
2. Teie Vanus
3. Kõrgeim lõpetatud haridus
  - A. Põhiharidus
  - B. Keskkharidus või sellele vastav kutseharidus
  - C. Rakenduslik kõrgharidus
  - D. Kõrgharidus (sh bakalaureusekraad)
  - E. Magistri- või doktorikraad
4. Millises maakonnas elate?
  - A. Tallinna linn
  - B. Harjumaa
  - C. Hiiumaa
  - D. Ida-Virumaa
  - E. Jõgevamaa
  - F. Järvamaa
  - G. Läänemaa

- H. Lääne-Virumaa
- I. Põlvamaa
- J. Pärnumaa
- K. Raplamaa
- L. Saaremaa
- M. Tartumaa
- N. Valgamaa
- O. Viljandimaa
- P. Võrumaa

5. Märkige kõik sotsiaalmeediakanalid, mida regulaarselt kasutate (tihedamini kui kord kuus)

- A. Facebook
- B. Twitter
- C. Instagram
- D. TikTok
- E. YouTube
- F. Goodreads
- G. Tumblr
- H. LinkedIn
- I. Snapchat
- J. Reddit
- K. Sõnumirakendused (VKontakte, Telegram, WhatsApp, Messenger)
- L. Muu:

6. Kui sageli loete järgnevat väljaandeid?

	Iga päev	Mõnel korral nädalas	Mõnel korral kuus	Kord kuus või harvem	Üldse mitte
Üleriigilised paberlehed (Eesti Päevaleht, Postimees, Eesti Ekspress, Õhtuleht, Maaleht, Äripäev, Müürileht, MK-Estonia)					
Maakonnaleht					

Valla- või linnaleht					
Lehe või lehtede digitellimused					
Uudisteportaali d (ERR, Delfi, Elu24 jne)					

7. Kui vastasite, et loete mõnd digitellimust, siis kirjutage palun, millisele digitellimusele on Teil ligipääs?

9. Kas olete maksnud ajalehtede või uudisportaalide üksikute lugude eest internetis?

- A. Ei ole kunagi
- B. Olen maksnud mõne üksiku eest
- C. Olen maksnud paljude eest
- D. Ei pea maksma, sest mul on digitellimus või ligipääs digitellimusele

10. Kas olete maksnud maakonnalehe veebiküljel üksikute lugude eest?

- A. Ei ole kunagi
- B. Olen maksnud mõne üksiku eest
- C. Olen maksnud paljude eest
- D. Ei pea maksma, sest mul on digitellimus või ligipääs digitellimusele

11. Milliste lugude eest oleksite kõige tõenäolisemalt valmis maksma (valige kõik sobivad variandid)?

- A. Lood Teile tuttavatest inimestest
- B. Lood, mis on seotud kohalike riigiasutustega
- C. Lood, mis on seotud kohalike ettevõtetega
- D. Lood kohalikust võimust
- E. Majanduslood
- F. Arvamuslood
- G. Lood tuntud kohalikest inimestest
- H. Kohalikku elu puudutavad uudised
- I. Spordilood
- J. Lood kohalikust kultuurielust
- K. Galeriid kohalikest üritustest
- L. Ajaloolise sisuga lood
- M. Üleriigilised uudised
- N. Välismaised uudised

O. Muu:

12. Milline peaks Teie arvates olema üks digiväljaanne? (Valige enda jaoks kolm kõige olulisemat aspekti)

- A. Mitmekülgse teemavalikuga (arvamuslood, uudised, spordiuudised, persoonilood, majanduslood, kultuuriuudised jne)
- B. Tihti uueneva sisuga
- C. Kvaliteetse sisuga
- D. Lihtne kasutada
- E. Moodsa kujundusega
- F. Kvaliteetse visuaaliga
- G. Kasutab erinevaid meediumeid lugude esitamiseks (videolood, pildigaleriid, audiolood, graafikud)
- H. Lugude kuulamisvõimalusega
- I. Lihtsa maksesüsteemiga
- J. Digipaketi tellimise võimalusega
- K. Ligipääsetav ja mugav kasutada eri seadmetest
- L. Muu:

#### SUHE KOHALIKU MEEDIAGA

13. Kuivõrd oluline on Teie jaoks kohalik ajakirjandus (maakonnaleht, vallaleht, kohalik raadio jne)?

- A. Väga oluline
- B. Mõnevõrra oluline
- C. Mitte väga oluline
- D. Pole üldse oluline

14. Valige järgnevast loetelust kolm kanalit, kust saate kõige enam päevakajalist infot ja uudiseid oma kodukoha kohta ja reastage need olulisuse alusel (esimesel kohal kanal, kust saate kõige enam infot).

Meediakanal	Märkige kolm olulisimat ühest kolmeni
Kohaliku omavalitsuse koduleht	
Maakonnalehe paberväljaanne	
Maakonnalehe veebiväljaanne	
Maakonnalehe sotsiaalmeedia	
Kohaliku omavalitsuse sotsiaalmeedia	
Erinevad kodanike sotsiaalmeedia grupid	
Vallaleht või muu tasuta leht	

MAAKONNALLEHE SISU (konkreetse lehe kohta)

15. Kirjutage palun maakonnalehe nimi, mida loete ja vastake järgnevad küsimused selle lehe kohta (uuringus osalevad lehed on Võrumaa Teataja, Vooremaa, Saarte Hää! ja Sakala). Kui loete neist rohkem, kui ühte lehte, palun, et täidaksite iga lehe kohta küsimustiku eraldi.

16. Kas ja kui sageli loete maakonnalehte (nii veebis kui paberil)?

- A. Loen igat numbrit
- B. Jätan üksikud numbrid vahele
- C. Loen üksikuid nubreid

17. Kui kaua olete maakonnalehe lugeja olnud?

- A. Rohkem kui 20 aastat
- B. 10–20 aastat
- C. 3–9 aastat
- D. Viimased paar aastat
- E. Ei oska öelda

18. Kui suures mahus tavaliselt lehte loete?

- A. Loen terve lehe läbi
- B. Loen neid lehekülgi, mis huvi pakuvad
- C. Loen üksikuid artikleid
- D. Sirvin pealkirju
- E. Muu:

19. Kas olete mõenud maakonnalehe paberväljaande tellimisele?

- A. Jah, olen tellija
- B. Olen varem olnud tellija, kuid enam mitte
- C. Olen mõelnud tellijaks hakkamisele
- D. Ei, ma ei soovi lehte tellida

20. Kas olete mõelnud maakonnalehe digipaketi tellimisele?

- A. Jah, olen tellija
- B. Olen varem olnud tellija, kuid enam mitte
- C. Olen mõelnud tellijaks hakkamisele
- D. Ei, ma ei soovi digitellimust

21. Kas te jälgite lehte Facebookis?

- A. Jah
- B. Ei

22. Kuidas hindate maakonnalehte?

- A. Väga hea
- B. Hea
- C. Keskpärane
- D. Kehvapoolne
- E. Kehv
- F. Ei tea, ei oska öelda

23. Mõelge paari viimase kuu jooksul maakonnalehes (digi või paber) ilmunud artiklitele ning hinnake, kui olulised või huvipakkuvad need aspektid Teie jaoks maakonnalehes on. Kui Te ei ole viimase paari kuu jooksul maakonnalehte lugenud, siis jätke sellele küsimusele vastamata

	Mulle esmatähtis, kõige huvitavam	Oluline, huvitav	Mõnevõrra oluline, üsna huvitav	Pigem ebaoluline, mitte väga huvitav	Ei ole minu jaoks oluline ega huvitav
Operatiivinfo (politseiteated, pandeemiateated, maanteeametid info jne)					
Oma valla inimeste tegevuste kajastamine					
Oma maakonna inimeste tegevuste kajastamine					
Ülevaade kohaliku võimu tegevusest					
Ülevaade vallas tegutsevate asutuste tegevusest					
Ülevaade maakonnas tegutsevate asutuste tegevusest					
Toimunud või toimuvate ürituste kajastamine					
Maakonnas toimuvate muudatuste ja uudistega kursis olemine					

Vallas toimuvate muudatuste ja uudistega kursis olemine					
Kuulutused ja teated					

24. Mida ei tee maakonnaleht Teie arvates praegu hästi? Märkige kuni kolm. (Kui Te ei ole viimase paari kuu jooksul maakonnalehte (digi või paber) lugenud, siis jätkke sellele küsimusele vastamata)

- A. On liialt võimukriitiline
- B. On liialt võimulähedane
- C. Pole piisavalt objektiivne
- D. Pole piisavalt asjakohane või erialaselt oskuslik
- E. Pole piisavalt arusaadav
- F. Pole piisavalt põhjalik
- G. Pole piisavalt informatiivne või asjalik
- H. Pole isikupärane
- I. Illustratiivne materjal pole tasemel
- J. Ei tekita teemade vastu huvi
- K. Muu:


25. Mida teeb maakonnaleht Teie arvates praegu hästi? Märkige kuni kolm. (Kui Te ei ole viimase paari kuu jooksul maakonnalehte (digi või paber) lugenud, siis jätkke sellele küsimusele vastamata)

- A. On piisavalt võimukriitiline
- B. On piisavalt võimulähedane
- C. On objektiivne
- D. On erialaselt oskuslik, asjatundlik
- E. On arusaadav
- F. On põhjalik
- G. On informatiivne, asjalik
- H. On isikupärane
- I. Illustratiivne materjal on kvaliteetne
- J. Tekitab teemade vastu huvi
- K. Muu:


26. On Teil ettepanekuid lehele?

27. Oleksin väga tänulik, kui oleksite valmis oma vastuseid põhjalikumalt selgitama. Kui olete nõus, et Teiega paari nädala jooksul ühendust võtan, siis palun kirjutage lahtrisse oma telefoninumber või meilaadress.

## Lisa 2. Saarte Hääl



MAAKOND  
**MAA ELU** > Koostöö maaomanike ja jahiseltside vahel on napp  
Elu näitab, et maaomanike mured üldiselt jahindusnõukogus kõneks ei tule




FOTOGALERII  
**RETROGALERII** > Üleujutus Kuressaares ja Nasval 1990. aastal

Viktor Ühis: sinine kogukond on purjetamise ja jääpurjetamise suurim vara

Kas olete rahul oma internetiühenduse kiiruse ja kvaliteediga?

- Jah.
- Ei.
- Mul pole internetiühendust.


Küsitluses on osalenud 358 inimest




**Saare Laen**  
Laenu aastast 1994

Näiteks laenates 1000 € 3 aastaks intressiga 19,5% laenujäägilt aastas on kuumakse 36,91 €, krediidi kulukuse aastamäär 23,53%, krediidi brutosumma 1353,73 € ja tagasimaksete summa 1328,73 €. Tutvu laenu tingimustega meie kodulehel. Vajadusel konsulteerige asjatundjaga.


**ARVAMUS**



ARVAMUS  
Kas koroonaga abiga saaks pidukombeid muuta?




ARVAMUS  
Aitäh! Tegite 15 000 tassi jagu head




MAAKOND  
**JUHTKIRI** > Pelgupaik ääremaal


**INTERVJUUD**




INTERVJUU  
**ULGUSAARLANE** > Kaja Tampere: kui tahad ellu jääda, pead olema kange nagu kadakas (1)



INTERVJUU  
**ULGUSAARLANE** > Kapten Indrek Lepp: ootame aega, kui koroonakriis taandub



INTERVJUU  
**INTERVJUU** > Risto Lillemets: tore oleks maailmameistriks tulla



INTERVJUU  
**ULGUSAARLANE** > Teatrijuht Velvo Väli: tahtsime teha parimat teatrit

## GALERIID



FOTOGALERII 25  
**FOTOMEENUTUS** > Saare maakonna esikaunitari valimine Saarepiiga 2010



FOTOGALERII 9  
**FOTOMEENUTUS** > Kuressaare merepäevad 2010



FOTOGALERII 22  
**FOTOMEENUTUS** > Õlletoober 2010 Oitmel

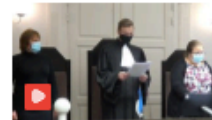
## SAARTE HÄÄLE VIDEO



VIDEO 85  
**VIDEO** > Rain Seepõld lõpetas ümber Saaremaa jooksu



VIDEO 122  
**VIDEO** > Raili Rüütel ja Rain Seepõld jooksevad ümber Saaremaa



MAAKOND  
**VIDEO** > Kuula Andres Reinartile määratud kohtuotsust



MAAKOND  
**3D RAKENDUS** > Milline näeb välja sinu maja uuel 3D-kaardil?

## OMA KODU



OMA KODU 48  
**OMA KODU** > "Anu, kuidas sa seal oma muuseumis elad?"



MAAKOND 145  
**OMA KODU** > Naiskodukaitse Saaremaa ringkonna esinaine Mare Kirr: siin on minu staap!



OMA KODU 51  
**OMA KODU** > Irina ja Tõnis Jõevere kena nimega kodu

## AJALUGU



MAAKOND 77  
**AJA LUGU** > Nasva keedukursusel küpsetati



MAAKOND 108  
**AJA LUGU** > Saaremaa rallikrossi laulupeod peeti



MAAKOND 13  
**AJA LUGU** > Rahva usalduse kaotus viis Jüri



MAAKOND 24  
**Alfa mürtsus koolis, kõrtsus ja sõjaväeosades**

## Lisa 3. Võrumaa Teataja

**Võrumaa Teataja** AVALEHT TOIMETUS DIGILEHT **SISENE** PDF KUULUTUSED TELLIMINE REKLAAM PILDIGALERII TV KAVA OTSI  
KÕIK UUDISED SURMAVIKAT SISUTURUNDUS TARK TEE VÄLKUUDISED SILDID BEEBID



**PUIGA REHVIKESKUS ON SUVEKS VALMIS!**

**TELLI REHVID e-poest:**  
[www.puigar.ee/rehvid/](http://www.puigar.ee/rehvid/)

**BRONEERI AEG rehvivahetuseks:**  
[www.puigar.ee/broneeri-aeg](http://www.puigar.ee/broneeri-aeg)

**TUTVU pakkumistega:**  
[www.puigar.ee](http://www.puigar.ee)

 Puigar  529 8393

**Liugused ja garderoobid odavaima hinnaga Eestis**  
[www.vorumoobel.ee](http://www.vorumoobel.ee)



President Kallulaid kuulutas välja korruptsiooni vähendamist ja



Uue nädala algus toob kuni 17 soojakraadi



Kodused olümpiamängud toovad õpilased toast õue



Võru jaotuskeskust teenindab 26 Omniva logosid kandvat sõidukit



**BabyCity**



Otsi...

Otsi

Kasutajanimi

Parool

Registreerimine

## **Lisa 4. Vastusevariant “muu”**

Vastused on lisatud muutmata kujul.

**Milliste lugude eest oleksite kõige tõenäolisemalt valmis maksma (valige kõik sobivad variandid)? [Muu]**

### **Saarte Hääl:**

- Pigem lähen ja ostan siis vastava väljaande paberlehe, või üürin tuttavate käest.
- Ei oma praktikat
- Mitte ühegi
- Ükskõik mis teemal, mille kohta mujalt tasuta infot ei saa
- Lood mind otseselt puudutavatest sündmustest
- ei osta artikleid ka edaspidi
- Oma erialaga seotud lood
- Kui tõesti saan aru et nüüd selle artikli ostuta ma edasi elada ei saa
- ei ole nõus maksma
- Tõenäoliselt ei ole nõus maksma.aksma
- mitte ühegi
- Mitte ühegi meedia saasta eest ei sentigi
- Ei ole nõus maksma
- Ei ole nõus maksma, sest maksan makse!
- Ei ole valmis maksma
- Ei ole nõus ühegi loo eest maksma.
- Ei ole nõus
- kodutud loomad.

### **Sakala:**

- Vajalikku infot sisalduvad lood, kuulutused.
- Ei olegi
- ei maksa lisaks midagi
- Ei ole valmis maksma üksikute lugude eest
- pikemad, põhjalikumad lood
- ei ole eraldi nõus tasuma
- Mitte kunagi
- Kui info on hädavajalik
- Ei ole seni veel phtegi mõjuvat põhjust ette tulnud
- mitteühegi eest
- Lood, mis mu enda elusituatsiooniga sel ajal kokku lähevad ja sealt vajalikku ning tarbekohast infot saan
- Mitte ühegi eest
- Ei ole nõus maksma
- Eraldi lugude eest ei maksaks, kui siis kogu kuu tellimus

- Uuriv ajakirjandus
- Ma ei tahaks maksta, kui leht nagunii käib

#### **Vooremaa:**

- Lugu peab olema väga oluline ja huvitav, et selle eest maksta.
- erialased lood
- Ei maksa kunagi millegi muu eest peale internetiühenduse.
- Mitte ühegi, kuna küsimus kattub eelnevatega

#### **Võrumaa Teataja:**

- ei ole nõus maksma
- Mitte ükski

**Milline peaks Teie arvates olema üks digiväljaanne (valige enda jaoks kolm kõige olulisemat aspekti)? [Muu]**

#### **Saarte Hääl:**

- digitellimusega aga hinnad on hetkel kallid ja sisu ei vasta hinnale. Odavama hinnaga oleks pakettide tellijaid rohkem.
- Reklaamideta
- mõistliku hinnaga
- hea eesti keel
- Erapooletu erakondlikust ja maailmavaatelistest eelistusest!

#### **Sakala:**

- Vähe reklaami
- Aus ja tegelikkusele vastava sisuga, mitte poliitiliselt kallutatud

#### **Võrumaa Teataja:**

- Reklaamivaba võimalusega
- aga kõigil pole interneti!!!!!!

**Mida ei tee maakonnaleht Teie arvates praegu hästi? Märkige kuni kolm kõige sobivamat varianti. Kui Te ei ole viimase paari kuu jooksul maakonnalehte (digi või paber) lugenud, siis jätke sellele küsimusele vastamata. [Muu]**

#### **Saarte Hääl:**

- Igapäevaselt lehte sirvides, jõuan tõdemusele, et pole nagu midagi erku lugeda. No ega midagi erku ei toimu ka. Nn. "sisutäidet" on üksjagu.
- Väga häirib pealkirjade kallutatud ja ülevõimendamine. Eriti kovi suunal. Leidke rohkem positiivset ja kajastage seda!
- patt oleks nuriseda
- Galeriid ei saa vaadata. Peab ostma
- Rohkem võiks mahtu olla

- Ei oska vastata sellele, ma ei ole kriitiline
- erinevate ja põnevate teemade vähesus
- Kallutatud
- Ei oska vastata
- Liigselt reklaami täis
- Kallutatud Reformierakonna-Laaneti poolt
- igavad teemad, lood ühedest ja samadest inimestest
- kõik sobib
- Autorite eelhoiakud on tajutavad
- Ei oska kommenteerida

### **Sakala:**

- Liiga konservatiivne
- On viimastel kuudel justkui "hapukurgihooajal" ja teated vahelduvad üliaeglaselt.
- pole midagi ette heita
- Liialt sageli kumab ajakirjaniku arvamus faktidest üle. Teatud ajakirjanikud kirjutavad aastaid AINULT ühest ja samast, täielik stagnatsioon (Aotäht, Valdaru jne), tekib mulje, et nad polegi paremaks võimelised. Videosisu puudumine on katastrofaalne. Suurmäe arvamuslood on sageli lihtsalt kriitika kriitka pärast, vinguv toon on selle mehe kaubamärk, tekitab vastumeelsust ka siis, kui olla tema mõtetega suures plaanis nõus. Sporti on liiga vähe, liiga palju valdarulikku-aotähelikku möga varestest, seentest ja lotopiletitest või kellegi ilusast lillepeenrast. See, et sitta on loetav, ei tähenda, et igas lehes peaks sitta trükkima.
- Sakala on väga hea
- Lugusid võis rohkem olla, üle-Eestilisi.
- Ei oska vastata sellele, ma ei ole kriitiline
- Teemade valik võiks olla laiem või sisu rohkem.
- Pole piisavalt operatiivne
- Tasemel igati
- Spordi uudised on peamiselt jalgpallist ja Viljandi linna põhised. Maakonna lehe tellijana ootaks ka teiste maakonna osade spordiuudiste kajastamist.
- Ei oska midagi välja tuua
- Negatiivseid aspekte ei märka
- Kallutatud Reformierakonna poole
- Ei ole kriitikat.
- Kõik sobib

### **Võrumaa Teataja:**

- leht koosneb surma-ja myygi kuulutustest ning mõttetutest tõlkeartiklitest, mida on sotsiaalmeedia
- Nähtavalt ühe erakonna mõju all, järjest ebaobjektiivsem.
- Mulle meeldib ajaleht

**Mida teeb maakonnaleht Teie arvates praegu hästi? Märkige kuni kolm kõige sobivamat varianti. Kui Te ei ole viimase paari kuu jooksul maakonnalehte (digi või paber) lugenud, siis jätke sellele küsimusele vastamata. [Muu]**

**Saarte Hääl:**

- Midagi nagu on, aga nende see, et nad ei tunnetata enda rolli kogukonnatunde loomisel, nullib kõik muu
- Surmakuulutused
- Kehv
- Raske on midagi välja tuua, minu vanaema ütles ikka et surmakuulutustest Rohkem
- on liiga Postimehe nägu
- Kirjutab kirjavigadega
- Kõike jama ei saa lõpuni lugeda, sest on tasuline
- Kippereri persooni lood on huvitavad
- on jäänud mugavustsooni ja ei leia huvitavaid teemasid ja persoone enda ümber

**Sakala:**

- Kohe ei oskagi öelda
- Ei kajasta kõiki vaktsiinihirme, nagu üleriigilised.
- nõrk kõiges
- on igav

**Vooremaa:**

- Kajastab kohalikku elu

**Võrumaa Teataja:**

- Teeb kokkuvõtteid raadios (turundus)
- Kui ma ei peaks seal kajastatuga töö tõttu kursis olema, siis ma seda ei loeks.
- Surmakuulutuste avaldamine
- ei ole huvitav

## Lisa 5. Soovitused maakonnalehele

Vastused on esitatud muutmata kujul.

### Soovitused Saarte Häälele

- Enam sõltumatut ajakirjandust - ja palju saab juba lihtsalt vaid sellega paremaks.
  - Ajakirjanduse töö kvaliteet on küsitav ja lood kallutatud. Fakte ei kontrollita.
  - Ütleks, et suhtumine neisse pea sama nagu valitsusse, st ei tekita usaldust. Alati on tunda, et kuskil tahetakse kellelegi ära panna või promotakse kindla erakonna vaateid.
  - Ajakirjandus võiks olla uuriv ja erapooletu, aga see rong on läinud. Lugejad ei võta lugusid samuti tõsiselt, sest artiklid ei kutsu arutlema vaid lõõbitakse niisama kaasa, ajaviiteks.
- Kurb
- Rohkem ajakohasust. Jääb ajast maha sest ei ilmu esmaspäeval. Mis toimub laupäeval ei jõua lehte küllalt ruttu
  - Kindlasti on maakonnalehe ülesanne kajastada kõiksugu negatiivseid aspekte, kuid aegajalt võiks enne artikli avaldamist mõelda, kellele see kasuks tuleb? Võib-olla pole selle avaldamine muud kui ainult klikimagnet? Mõni teema vajaks enne avaldamist ehk pisut rohkem uurimist ja süvenemist, pooliku tõe avaldamine teeb enamasti rohkem kahju kui kasu.
  - Kindlasti on skandaalihõngulised artiklid lehele olulised, kuidagi peab ju ennast müüma (eriti antud haruldases olukorras, kus on ikka veel kaks maakondlikku päevalehte), aga mõne puhul tekib küsimus, kas ei saeta oksa, millel ise istutakse? Lihtsustatult - leht annab kohalikust elust ülevaate, selles ülevaates domineerib negatiivsus, kaua ma seda kannatan, lõpetan tellimise/lugemise...halvemal juhul kolin üldse kuskile mujale või jätan siia kolimata...
  - Jah. Hakake mitte kallutatud ajakirjandust lõpuks tegema! Enne lehte info panemist, kontrollige oma info usaldusväärsus üle. Ühe-kahe perekonna kallutatud sõna, ei peaks olema kogu saare infoväli.
  - Saarte Hääle võiks oma peremehe kuulamise lõpetada ja kord ka objektiivseks muutuda. Ei kajastata kunagi oma peremehe äpardusi. Kallutatud meedia, ei maksa eales sentigi neile.
  - Minu meelest on leht igati asjalik.
  - Paberlehe tellijale võiks digilehe tellimus olla soodsam
  - Edu!
  - Rohkem võiks käia avatud silmadega ringi ja leida põnevaid teemasid-meil on noored lapsed, huvitegevusst seinast seinast.
  - Ajakirjanikud peavad olema erapooletud, ei tohi läbikumada, et osa neist on teatud poliitikute/ ärieste suuvoodrid. Rohkem tuleks kajastada ka positiivseid uudiseid, mitte alati ei müü ainult negatiivne, mida loomulikult tuleb ka kajastada
  - Olge objektiivsed ja positiivsed, ärge olge kollased
  - liiga palju kulutatakse lehemahutu erakuulutuste ja muu mitteolulise info jaoks. (igasugused daatumid viimasel lk.)
  - Võiks olla rohkem tervist puudutavaid rubriike ja miskit muud ka laiast maailmast.
  - Palju, palju jaksu ja vastupidavust edaspidiseks! Saarte Hääle saab sel aastal 15 aastaseks, seega palju, palju õnne tegijatele!!

- Kaasata uusi ajakirjanikke väljaspoolt maakonda. Avaldada olukorda kirjeldavaid artikleid. Suhelda lugejaga s.t kutsuda arvamusi avaldama
- Võiks rohkem esile tuua kohalike luuletajate-kirjanike töid. Kajastada pisut rohkem rahvamajades( maal) tegutsevate ringide-(eriti harrastusteatri) esitusi.
- Ega ma oskaks maakonnalehte ise paremini teha. Nagu väikeses eraldatud kogukonnas ikka, on Saaremaal inimesed omavahel liialt seotud, et lõpuni ausat ja objektiivset lehte teha.
- Edaspidi rohkem kajastada omavalitsuse ja kogukonna töid/tegemisi.
- Digitellimuse hind on liiga kõrge. Teemadering võiks olla laiem- rohkem kajastada kohalike MTÜde, ääremaade jne tegevusi
- Taastada kommentaarium. Kahju, et Saarte Hääle oma nägu on kadunud.
- Saarte Häält tellin ja olen igati rahul.
- Lehe üle omab mõju Reformierakond ja paljud lood on sellest lähtuvalt ülesse ehitatud.
- Tunnustus Saarte Häälele selle eest, kui operatiivselt on leht tegutsenud koroonapandeemia ajal (eriti eelmisel kevadel).
- Kuna olen kaua lehte tellinud siis sooviks fotogaleriid vaadata mitte osta.
- Meie maakonnas on 2 lehte, mis on ülearune luksus, kuna kajastatakse ühte ja sama topelt, sest maakond on väike. Vahe on ainult selles, et Saarte hääl ei luba anonüümselt kommenteerida, aga Meie maa lubab, mis ongi kommentaariumi selletõttu muutnud solgiauguks, kuna leidub alati inimesi, kes tahavad oma seisukohti avaldada sõnu valimata.
- Sõltumatust ja selgroogu oleks juurde vaja. Ajakirjanikele rohkem vabadust kirjutada kõigest, mitte olla kohalike varakate persoonide käpiknukud.
- Saarte Hääle - ilus veebiväljaanne, ilusad fotod , palju sisutihja juttu, suurelt kallutatud, tsensuur.
- telliksin kohaliku lehe digipaketi, kui see oleks mõne üleriigilise väljaandega koos, nagu nt Postimees mitmes teises maakonnas
- Saaremaa lehed võiksid leivad ühte kappi panna. Olgu päevapoliitiliselt sõltumatud ja tegutsegu tegeliku neljanda võimuna.
- Tehke paksemad ja suuremaidreklaami täis lehti palun, et ühest lehest ahju alla tuld tehes, tule ikka põlema ka saaksin!

## Soovitused Sakalale

- Põhjalikum kajastus Viljandi vallas toimuvast, nt kajastus valminud päikeseparkide jm ehitiste omadustest.
- Digileht ei jäta mulle kahjuks köitvat muljet. Jääb Postimehe varju ja seguneb sellega. Kohalikes omavalitsustes toimuvat võiks kajastada võrdsemalt. Kohati tundub, et teemad v inimesed valitakse vastavalt ajakirjaniku isiklikele eelistustele v tutvustele. Paberlehte ei loe.
- Liiga igav, ei kajastata toimunud üritusi, ei tutvustata üritusi mis on kohaliku tähtsusega .... ei jaga infot. Pildid igavad ja laiutavad üle lehe... Aastas vb paar fotot mis on vaadeldavad. Ei kajasta infot objektiivaselt. Sisutud ja igavad arvamused. Puudub isikupära. Arvamused pikad ja lohisevad. Pealkirjad mitte midagi ütlevad. Võiks olemasolevad lehetegijad kooli saata ja uus meeskond komplekteerida.

- Üldiselt on veebisait üsna kehva, aga ega nõnda kogu Postimehe konglomeraadil. Reklaamiblokeerija kasutamine on praktiliselt kohustuslik, sest isegi makstes on reklaame ja sisuturundust täis.
- Ei olle
- Hoiate järjepidevust ja baaskvaliteeti kenasti, ent olete muutunud viimastel aastatel tuimaks ja isikupäratuks. Stagnatsioon, mugavus ja teatav ummuksisolek karjub paraku vastu pea igast Sakala lehenumbri, mõnest vähem, mõnest rohkem.
- Alati tore on lugeda Margus Haava lugusid, ka Üllar Priks üllatab sageli, hästi on lisandunud Triin, kelle perenimi ei tule praegu meelde, andke andeks. Samas tekib okserefleks, kui avad järjekordse lehe, kus Aivar Aotäht jälle seentest kirjutab või ilmastatistikast. Kas ta PEAB teil seal töötama mingi kvoodi alusel või miks te ei asenda teda mõne noore ja ärksa ja vihase tegijaga, kes tahab teha sisu, mis inimestele korda läheb? Ma ei ütle, et varestest üldse kirjutama ei pea, aga... Mul on raske uskuda, et te seal toimetuses ise Aotähe varese-seene-lotopileti lugusid maru tõsiselt võtate. Ja kui ei võta, siis... Miks te neid ära trükite, nädalast nädalasse, kuust kuusse, aastast aastasse? See ei ole efektiivne juhtimine ega tootmine! Kultuuri ja sporti on Sakalas samas selgelt liiga vähe ja ometi on need kaks asja, kus on ühest küljest piiramatud võimaluses sisutootmiseks ning mille vastu rahval on huvi suur, kui materjali esitada ja kajastada hästi. Haavale ja Õmblusele ressursi juurde, ja ruttu! Videosisu on Sakalas praktiliselt null, elaksite seal toimetuses justnagu 2003. aastal. Ja ma ei saagi aru, miks. Ise olete rahul? Videolugusid annab teha ju praktiliselt kõigest ja igal pool.
- Mitte leppida poliitikute esimeste vastustega vaid julgelt teemasid üleval hoida ning uurida süviti. Teemade puhul kajastada ka rohkem kui kahe osapoolse arvamust. Küsida rohkem juurde kolmanda osapoolse ekspertarvamusi.
- Paberlehe tellijale digipakett veebileht tagasi tasuta loetavaks
- Mis pealkirjad. Mis sõnakasutus. Kohutav. Puhtalt selle pärast vahel ei loe.
- Mitmekesisus. Sakala on muutunud väga igavaks.
- Olen neid esitanud.
- Soov lugeda rohkem edu lugusid nii inimeste kui ka ettevõtete kohta. Lisaks huvitavaid/kummalisi ettevõtmisi mida ei tea. Ka keskkonna temalisi artikleid võiks olla.
- Võiksite maksta kõrgeimaid palku, et teile tuleksid tööle professionaalsemad ajakirjanikud. Viimastel aastatel on leht muutunud järjest igavamaks. Tundub, et kaadri voolavus on suur. Ka arvamuskülg on alla käinud. Võiks olla rohkem kultuuriteemalisi artikleid. Digilehes ei tohiks lugude juures olla valimatult palju fotosid - see on lubamatu digireostus! Sakala ajakirjanikud on võtnud eesmärgiks inimeste maha tegemise ja intriigide tekitamise, mis ajakirjanikule maakonnalehes ei tohiks olla eesmärgiks. Palju on artikleid, mis on kirja pandud pealiskaudselt ja ei kajasta kõiki osapooli, kes võiksid sõna saada. Loodetakse, et kriitilisele artiklile tuleb vastulause väljaspool, ajakirjanik ise vastulauset ei küsi. Apsakate eest ei vabandata, vaid parandatakse artikkel veebiväljaandes sobivaks ilma vastavat märget juurde tegemata.
- Jõudu ja jaksu õigete asjade eest väljas olemiseks
- Rohkem tähelepanu Viljandist väljapoole!
- Internetis oleks vähem reklaame, mis segavad lugemist.
- Sakala võiks ise sündmused üles otsida, mitte oodata, et nendest teada antakse ja kokkuvõtte valmis kirjutatakse, mida avaldada.

- Sakala võiks trükkida ära oluliste telefoninumbrite loetelu. Perearsti infoiliin, maanteeinfo jne.
- Linna ja maakonna tulevased üritused tuleks päevade kaupa varakult teada anda. Väga hästi on see näiteks Pärnu Postimehes tehtud.
- Igas maakonna osas peaks olema neil isik, kes jagab neile infot. Vahepeal kumas läbi, kui ajakirjanik oli nt Karksi-Nuiast, siis olid uudised põhiliselt Karksi-Nuiast. Minul kui Suure-Jaani elanikul ei olnud huvi iga päev neid lugeda.
- Valgustaks rahvast tegevusest, mida liberaalne peavoolumeedia ei kajasta.
- Üks lehekülj võiks olla üle-Eestilise uudistega, hetkel on lugemismaterjali pigem vähe.
- Häirib liiga suur reklaam! Tunda on kui materjali napib, siis on pealkirjad väga suured. Häirib kui mingi kas hea või halva teoga hakkama saanud inimest iga natukese aja tagant promotakse! Meeldivad artiklid, kus tutvustatakse linna ja maakonna ettevõtteid, kodusid, tegevusi, inimesi.... Ma sooviksin teenust tellida oma maakonna või linna ettevõtelt, kuid tegelikult ei tea me nendest ettevõtetest üldsegi, kes siin tegutsevad ja mis teenust pakuvad
- On kahju maksta uudise eest, kui selle sisu pettumuse valmistab ja ei ole piisavalt põhjalik.
- Ettepanek on, et leht oleks ka hinnamuutuste ja hindade osas alati läbipaistev ning kajastaks muutusi jooksvalt ka omalt poolt. Praegu püütakse jätkuvalt lugejat lollitada erineval moel, kus pakutakse esimest kuud lugemiseks 1 euroga ja ülipisikeses kirjas et tulevikus võetakse automaatselt telefoniarvelt juba 10 eurot. On alatu tegelikku hinda varjata püüda või lihtsalt inimestelt teadmatuses tasu küsida. Ka digilehe tehnilise poole muudatused on korraldatud viletsalt. Pidevalt probleemid lugejana sisselogimisel või mõne reklaami sulgemisel. Võrreldes teiste väljaannetega on Sakala-Postimees digitaalse lehe osas üks mannetumaid.
- Võiks operatiivsemalt kajastada ürituste toimumist või teateid paberlehes. Tihtilugu on teade, et täna kell 10-12 toimub midagi Viljandis. Sellest ilmselgelt pole kasu kui pool maapiirkonda saab paberlehe postkasti peale kella 10-t.
- Ei ole otseselt, võiks vahel rohkem vaeva näha veebilugudega ja rohkem lisaväärtust anda asjakohaste allikate abil
- Lehes võiks kirjutada ka teistest asjalikkest inimestest nii linnas kui vallas. Ühed ja samad näod kipuvad korduma pidevalt. Maakonna leht peaks tutvustama järjest kõiki riigi ametnike vallas ja linnavalitsuses kes kus töötavad, nende kohustused, nende vastutus, nende palk millel põhineb. Väiksemate ürituste reklaamimine spordi, kultuuri jne. kipud teada saama kui see on läbi.
- Rohkem uudiseid palun! Siis võiks mõelda ka tellimuse tegemise peale :)
- Ei oska praegu midagi pakkuda
- Tuleb rohkem tähelepanu pöörata artiklite sisu õigsusele. Täna liialt kiirustatakse avaldamisega ja seoses sellega palju fakti ja sisu vigu.
- Rohkem majandusuudiseid
- Oleks mõistlik taastada süsteem mille alusel paberlehe tellijad said veebis artikleid normaalselt ja täies mahus lugeda.
- Laupäeva leht võiks olla paksem, mõne kohaliku inimese tegemistest, ilusatest kodudest, aedadest, retsepte. Võiks ka kasutada näitek üliõpilasi mõnigate lugude kirjutamisel.
- Ajakirjanikud peaks avarama pilguga jälgima, mis ümberringi toimub ja järjekindlamalt torkima neid, kes asju korraldavad või ei korralda. Üks näide - talvine lumekoristus linnas - abilinnapea arvates, et on see rahuldav. Aga miks see ei ole hea või veel parem. Kas

koristusleping tehaksegi nii, et oleks vaid rahuldav? Sama käib suviste tolmupilvede kohta. See oleks kohaliku ajakirjanduse rida konnatiiki järjekindlalt torkida, et ei peaks leppima ainult rahuldavaga.

- Minu meelest on Sakala üks Eesti parim maakonnaajaleht. Toimib väga hästi ja teistest maakondades võiks ideaalis olla sama hea kohalik meediaväljaanne.

### **Soovitused Vooremaale**

- teravamaid teemasid
- Kajastada kultuuri ja inimesi rohkem kogu maakonnas, pöörata tähelepanu fotodele, foto tähtsusele (Toliku ja Riina ajal oli tase väga hea)
- Hetkel pole. Just äsja avastasin, et on võimalik tellida Vooremaa digipakett. Senini ei saanud mitmeid olulisi artikleid lugeda, kuna netis olid vaid nende algused ja kaupluses paberleht välja müüdnud.
- Kui päris otse öelda, siis ei sobi kohe kuidagi selline reporter nagu Mati Alev, kes on äärmiselt kallutatud ja ebakompetentne omal alal ja kellest tuleb hoida mitme meetri kaugusele intervjuerimisel. Aga võib-olla on asjast arusaadud ka juhtkonnas, sest pole enam silma hakanud tema allkirjaga üllitisi.
- Kuna peavoolumeedia jõuab uudiseid kiiremini kajastada, siis võiks maakonnalehes olla rohkem olemuslugusid, arvamusi, reportaaže etc.
- Operatiivsem sisu veebi! Videod jm puudu. Illustratiivne materjal kehvapoolne, vaja rohkem keskenduda digisisule!
- Digilehena ilmumine, paberlehe tellimist rohkem reklaamida maakonnas seni.
- Lugudele kvaliteeti ja informatiivsust
- Teha rohkem persoonilugusid. Reedeses lehes võiks olla mõni mõnus retsept, tervislik, mittetervislik, vahet pole, peaasi, et maitsev. Nt. Salme Masso kokanurk, Liisa Kaasiku retseptid vms. Suve algul võiks tutvustada Eesti RMK radasid...
- Jõgeva maakonnaleht Vooremaa on väga viletsa teemapüstituse ja sõnakasutusega. Kohati tundub, et ka suvaline koolileht on võimeline paremat ja kvaliteetsemat sisu pakkuma. Keele- ja sõnakasutus paneb iga vähegi teadjama inimese punastama. Lugude operatiivsus on olematu, sisu on kõvasti kallutatud ja omaniku - Aivar Koka - nägu paistab iga vähegi tundlikuma teema tagant. Kodulehel on viimane uudis täna (19.03) 16. veebruari kuupäevaga. Võib-olla on värsked saadaval ainult tellijatele? Pealkirjad võiks ikka isu tekitamiseks näha olema. Võib-olla on digilehele ligipääs ka paberlehe tellijatel, aga sellist infot kodulehelt ei leia.
- Vooremaa võiks pakkuda digitellimust koos mõne teie suurema lehega. Loen Postimehest Virumaa Teatajat ja teisi maakonnalehti.

### **Soovitused Võrumaa Teatajale**

- Oluline on probleemide lahkamisel erapooletuks jäämine ja kaasata seisukohtade väljatoomisel mitte poliitikuid, vaid eriala spetsialiste eri seisukohtadega leeridest.
- Võiks olla rohkem sisukaid, uurivaid, analüüsivaid lugusid
- Rohkem sallivust võru keelega seotud teemade suhtes ja keelega tegelevate asutuste suhtes.

- Positiivseid kohalikku elu ja inimesi kajastavaid uudiseid ootan rohkem.
- Leht võiks kajastada rohkem vaba aja tegevusi.
- Jätkata samas vaimus
- 1. Arvan, et maakonnaleht ei peaks avaldama (dubleerima) üleriigilise massimeedia uudiseid, sest info on juba kätte saadud. Samuti võiks avaldada meie maakonna arvamussliidrite arvamused, mitte vabariigis tuntud inimeste lugusid ajalehe teisel leheküljel. On ju ühe ajalehe (oli vist Lõuna Eesti Postimees) poolt välja selgitatud meie maakonna mõjukamate inimeste edetabel. 2. Miks peab maakonnaleht edastama skandaale ja intriige maakonnas, pigem võiks edastada infot, uudiseid ja lugusid maakonna asutustest, üritustest, inimestest. Teha seda senisest sisukamalt ja huvitavamalt. Samuti võiks teemad ajalehes teatud valdkondadesse paigutada (majandus, kultuur, haridus, poliitika jne.). Need rubriigid peaksid kajastust leidma igas ajalehe numbris. 3. Maakonna igas vallas võiks olla info edastaja -lugude kirjutaja. Praegu seda laadi info edastamine ei ole huvitav, kui lihtsalt loetakse üles faktid igal päeval toimunud sündmuste kohta, näiteks Võru valla info katab pool leheküljest. Tegelikult on Võru vallal oma leht, seal peaks see info olema.
- Rohkem sisukust (hetkel õhuke ja sisutihed), spordiudiste rubriik, ristsõna või mõni mõtet virgutav ül.
- Kaasajastada lehel kujunduse, lisada sisu, mitte lehekülgi täitvaid reklaame. Kajastada rohkem ka positiivseid uudiseid.
- Rohkem positiivsust, objektiivsust, vähem kollast ja kõmu. Viimasel ajal tohutult palju kajastatud Rõuge valda, sest seal on võimutüli ja see müüb. Kajastatakse Isamaa erakonna tegelasi liialdatult positiivselt, nagu nad maksaks selle eest ja ostaks ise endale leheruumi? Väga tüütu. Teiste võrumaa valdade inimestel pole sealt midagi lugeda, Rõuge poriloopimine ei paku huvi, leht on kallutatud.

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

Mina, Lotte Parksepp,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose “Lugejate ootused digisisule: Saarte Hääle, Sakala, Vooremaa ja Võrumaa Teataja näitel”, mille juhendaja on Ragne Kõuts-Klemm, PhD, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commonsi litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Lotte Parksepp

31.05.2021