

TARTU ÜLIKOOL
SOTSIAALTEADUSKOND
AJAKIRJANDUSE JA KOMMUNIKATSIOONI OSAKOND

Evelin Pullerits

Euroopa avalikkus ja euroinfo Eestis

Magistritöö

Juhendaja: Prof. Marju Lauristin

TARTU 2007

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	3
I TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	7
1.1 Avaliku sfääri teoreetilised käsitlused.....	7
1.2 Euroopa avaliku sfääri empiirilised käsitlused.....	11
1.2.1 Koopmansi avaliku sfääri mudel.....	15
1.2.2 Kriitilised aspektid Euroopa avaliku sfääri kujunemise võimalikkuses.....	18
1.2.3 Empiiriliste uuringute tulemused	19
1.3 Meedia roll Euroopa avalikkuse kujunemises.....	20
1.4 Auditooriumi suhe Euroopa avalikkuse kontseptsiooniga	22
1.5 Probleemi seade – kuidas uurida Eesti avalikkuse euroopastumist	25
1.5.1 Kommentaarid teoreetilistele käsitlustele	26
1.5.2 Kontseptuaalne mudel Eesti avalikkuse euroopastumise uurimiseks	29
II MEETOD.....	32
2.1 Meedia sisuanalüüs	33
2.2 Ajakirjanike ja Brüsseli korrespondentide intervjuud.....	34
2.3 Auditooriumi huvi analüüs.....	37
III TULEMUSED.....	39
3.1 Meedia sisuanalüüsi tulemused.....	39
3.2 Ajakirjanike ja korrespondentide intervjuude analüüsi tulemused	48
3.2.1 Eesti ajakirjanike vaade.....	48
3.2.2 Brüsseli korrespondentide vaade.....	59
3.2.3 Kokkuvõtavad tulemused ajakirjanike ja korrespondentide intervjuudest	65
3.3 Auditoorium	68
IV JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	73
KOKKUVÕTE.....	83
KASUTATUD KIRJANDUS	88
LISA 1 – tabelid	92
LISA 2 - meedia sisuanalüüsi kodeerimisjuhend.....	100
LISA 3 – meedia sisuanalüüsi teemakategooriate koondamine.....	106
LISA 4 – Eesti ajakirjanike intervjuukava	107
LISA 5 – Brüsseli korrespondentide intervjuukava	109

SISSEJUHATUS

Kui Euroopa ei ole üksnes koht, vaid ruum, milles luuakse Euroopa suhteid ja viiakse ellu Euroopa tulevikuvisionid, siis sõltub see samavõrd palju avalikkuses toimuvast kommunikatsioonist, kui Euroopa kultuurist, poliitilistest institutsioonidest, majandusest või sotsiaalsetest võrgustikest. (Calhoun 2003)

Euroopa avalikkus on mõiste, mis käesolevast tööst palju läbi käib, vaatamata sellele, et esialgu on akadeemilises plaanis tegemist teoreetiliselt vaieldava ja empiirilisele olematu kontseptsiooniga, mis sellegi poolest toidab tuliseid vaidlusi nii akadeemilistes kui poliitilistes ringkondades. Mõiste on seotud asjaoluga, et Euroopa seni peamiselt majanduslikule ja poliitilisele integratsioonile on tekkinud sotsiaalne mõõde, seoses millega on muutunud oluliseks ka küsimused Euroopa identiteedist ja avalikkusest. Euroopa Liit ei ole vaid poliitiline ja majanduslik institutsionaalne ühendus, see on järjest enam rahvuslike ühiskondade sees ja vahel toimivad kommunikatiivsed sidemed ja võrgustikud.

Olukorras, kus üha enam olulisi poliitilisi otsuseid tehakse riigiülel või valitsustevahelisel tasandil, on rahvusriik endiselt peamine identiteedi allikas ning avaliku debati ja poliitilise osaluse areen. Kriitilise diskursuse olemasolu riigivõimu ja kodanike vahel on hakatud pidama tänapäevaste demokraatiade oluliseks tunnuseks, et tagada võimu legitiimsus. Euroopa Liidu tasandil on selline demokraatia mehhanism paljuski puudu, mistõttu on hakatud rääkima demokraatia defitsiidist Euroopas. Euroopa Parlamendi valimistel 2004. aastal otsustas Euroopa Liidu 340 miljonist hääleõiguslikust kodanikust üle poole jätta oma hääli valimistel andmata, seejuures märkimisväärselt madal oli valimistest osavõtt just vastsetes liikmesriikides – sealhulgas Eestis käis valimas kõigest 27% hääleõiguslikest kodanikest, mida on tõlgendatud märgina demokraatia defitsiidist (Rose 2005). Uuringud näitavad samas, et üle poole vastajatest (53%) leiavad, et nende arvamus ei loe Euroopa Liidus ning samuti umbes pooled (49%) leiavad, et nad ei tea Euroopa Liidu institutsioonidest (EB 65). Euroopa Liidu kiire institutsionaalne areng viimastel aastakümnetel ja üha kasvav roll liikmesriikide elus ei ole vastavuses kodanikega toimuva teabevahetusega. Viimastel aastatel on ka Euroopa Komisjon selle kitsaskoha olemasolu teadvustanud ning teinud algatusi kommunikatsiooni parendamiseks Euroopa Liidu ja tema

kodanike vahel, mis koonduvad peamiselt kahte olulisse dokumenti – kommunikatsiooni „valge raamat” (Euroopa Komisjon 2006) ning plaan D (Euroopa Komisjon 2005). Valge raamatu juhtmõte „lõhe vähendamine” ja plaan D märksõnad „demokraatia, dialoog, diskussioon” viitavad ühtmoodi vajadusele kodanikke senisest enam otsustusprotsessi kaasata ning liikuda ühepoolsest kommunikatsioonilt kahepoolsele dialoogile, mida iseloomustab aktiivne kuulamine ja kohalik lähenemine – vähem institutsionaalsust ja rohkem inimlikkust.

Euroopa avalikkuse mõistet kasutab ka kommunikatsiooni valge raamat, rääkides vajadusest süvendada arutelu ja dialoogi – „Seega toimub suurem osa Euroopa poliitikaga seotud avalikust arutelust liikmesriikide sisepoliitiliste arutelude raames. Kui Euroopa küsimused üldse päevakorda kerkivad, siis vaadeldakse neid oma riigi vaatepunktist. Keelebarjääri tõttu on igal riigil endiselt oma massiteabevahendid ning eri riikide kodanikel on vähe võimalusi, et üksteist tundma õppida ja arutada ühist huvi pakkuvate küsimuste üle” (Euroopa Komisjon 2006: 4). Lahendusena nähakse, et „Euroopa Liit peab samuti leidma oma koha praegu riiklikul, piirkondlikul ja kohalikul tasandil toimivas avalikus arutelus ning sellist arutelu tuleb süvendada kõigis riikides. See on eelkõige liikmesriikide ametiasutuste ülesanne. Riigi valitsus ning piirkondlikud ja kohalikud omavalitsused peavad teavitama kodanikke poliitilistest otsustest, sealhulgas EL-i poliitikast ja selle mõjust igapäevaelule, pidama kodanikega nende üle nõu ning looma foorumi sellealase arutelu elavdamiseks” (Euroopa Komisjon 2006: 5). Adekvaatne avatud ja kahepoolne kommunikatsioon on loomulikult ääretult oluline, kuid avalik sfäär ei ole midagi sellist, mis oma loomult ja loogikalt saaks olla „eelkõige liikmesriikide ametiasutuste ülesanne.” Riik ja Euroopa Liit saavad tagada ainult pideva ja järjekindla teavituse, professionaalse ja kvaliteetse informatsiooni ja teabevahetuse, aga ükski ametiasutus ei saa ära teha kodanike ja meedia asjadest arvamise ja nende üle arutlemise tööd. Teoreetiliselt hägusast ja empiirilisel nõrgast Euroopa avalikkuse mõistest on saanud sellises käsitluses normatiivne poliitiline vahend, kuid toimiv ja elujõuline avalik sfäär saab tekkida ainult alt-üles protsesside tulemusena, mitte ülevalt-alla poliitilise algatusena.

Euroopa Komisjoni teabevahetuspoliitika meetmetes teadvustatakse meedia rolli olulisust Euroopa kommuniqueerimise protsessis – arutelu Euroopa temade ja tuleviku üle saab olla edukas vaid juhul, kui selles osaleb ajakirjandus, seejuures peetakse eriti oluliseks televisiooni rolli, kuna just see meedium jõuab kõige suurema hulga eurooplasteni. Eurobaromeetri

uuringud on näidanud, et nii eestlaste kui teiste eurooplaste jaoks on just televisioon üks olulisemaid Euroopa Liidu alase informatsiooni allikaid. Euroopa Liidu alase informatsiooni saamiseks vaatab umbes 70% Euroopa inimestest televisiooni, ligikaudu 40% loeb päevalehti, 30% kuulab raadiot ning pisut üle 20% otsib infot internetist (EB 65). Teised meediaga mitte seotud informatsiooni allikad on tunduvalt ebaolulisemad. Käesolevas magistritöös on vaatluse all Euroopa Liidu teemaline meediasisu ja Euroopa Liidu teemade kajastamine laiemalt. Lisaks meediasisu kirjeldamisele on olulisel kohal ajakirjanike tõlgendused Euroopa Liidu kajastamisest ja teemade olulisusest, kuna ajakirjanikud on olulised subjektid meedia kõneaine ja tonaalsuse kujundamisel ning erinevate teemade tõlgendamisel ja seletamisel laiemale auditooriumile.

Avalik sfäär on ainult meediakajastuse representatsioon sama vähe, kui ta on poliitiline algatus. Avalikkuse kontseptsioonile annavad sisu eelkõige poliitilistest otsustest ja ühiskondlikest probleemidest huvitunud kodanikud, kes arutlevad kriitiliselt võimu tegevuse üle, mille läbi sünnib avalik arvamus, mis peaks olema võimudele juhiseks otsuste kujundamisel ja ellu viimisel. Avalikkuse puhul on tegemist alt-üles protsessiga, mis saab alguse konkreetsete inimeste konkreetsetest vajadustest. Inimesed astuvad kommunikatiivsetesse suhetesse üksteisega siis, kui neil on midagi vaja – näiteks on üles kerkinud teema, mida inimesed tajuvad olulisel määral oma elu mõjutavana. Seetõttu on Euroopa avalikkuse kujunemise käsitlemisel oluline sisse tuua ka auditooriumi kontseptsioon. Auditoorium ei ole lihtsalt passiivne kogum, keda Euroopa Liit aina teavitab erinevatest otsustest, vaid reaalsed inimesed, keda iseloomustavad teatud sotsiaalsed ja kultuurilised ressursid, millest lähtuvalt nad saavad informatsiooni tõlgendavad (või seda ise otsivad?) ning maailmast enda ümber aru saavad. Käesoleva magistritöö eesmärk on kirjeldada Eesti meediat ja inimesi sellises Euroopa avalikkuse võimalikkuse kontekstis, seejuures pööratakse tähelepanu nii Euroopa Liidu kajastamisele meedias, ajakirjanike reflektatsioonidele Euroopa Liidu teema kajastamisest ja auditooriumi huvist selle vastu kui ka auditooriumi tegelikule huvile saada informatsiooni Euroopa Liidu kohta.

Magistritöö teoreetiline osa annab ülevaate avaliku sfääri ja Euroopa avaliku sfääri käsitlustest, millest olulisemad on rahvusliku meedia euroopastumise ja sotsiaalsete kujutluste kontseptsioonid. Kuivõrd senistes teoreetilistest lähenemistes on esikohal meedia roll avalikkuse kujundajana ning auditoorium on nendes käsitlustes päris puudu või sekundaarne, siis käesolevas töös on eesmärk ka auditoorium avalikkuse kontseptsiooniga siduda. Eelkõige

on olulisel kohal auditooriumi sotsiaalsed ja kultuurilised ressursid avalikkuses osalemise seisukohast ning auditooriumi tegelik huvi Euroopa Liidu suhtes. Sellest lähtuvalt vaatleb empiiriline osa nii meediasisu Euroopa Liidu kajastust, ajakirjanike kui oluliste sotsiaalsete agentide tõlgendusi Euroopa Liidu käsitlemisest ja auditooriumi huvist nende teemade vastu, samuti auditooriumi tegelikku huvi Euroopa Liidu vastu ja seda huvi kirjeldavaid erinevaid dimensioone.

Käesoleva töö empiiriline materjal pärineb suures osas Euroopa Liidu kuuenda raamprogrammi rahvusvahelise uurimisprojekti „Adequate information management in Europe” ehk AIM raames läbi viidud uuringutest, mille Eesti poolseks täitjaks oli Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond professor Marju Lauristini juhtimisel, tööühma kuulusid lisaks professor Peeter Vihalemm, Mart Raudsaar, Piia Tammpuu ja töö autor. Nimetatud projektist võttis osa 11 Euroopa riiki ning see tegeles laiemalt Euroopa Liidu kommunikatsiooniga ning Euroopa avalikkuse kujunemise võimalikkusega rahvuslike ajakirjanduskultuuride kontekstis. Rohkem informatsiooni nimetatud projekti kohta leiab internetis aadressil aim-project.net. Töö autori roll nimetatud uurimisprojekti raames aastatel 2005-2007 oli erinevatel uuringu etappidel meediasisu, ajakirjanikke ja korrespondente puudutava empiirilise materjali kogumine, töötlemine ja analüüsimine. AIM projekti raames on nendest tulemustest valminud juba ka kaks raportit (Tammpuu & Pullerits 2006, Tammpuu & Pullerits 2007).

I TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Euroopa jätkuva sotsiaalse ja poliitilise integratsiooni kontekstis pälvib Euroopa avaliku sfääri kontseptsioon üha kasvavat akadeemilist tähelepanu, mille märgiks on ka mitmed viimastel aastatel läbi viidud võrdlevad uurimisprojektid (Koopmans 2004, Risse 2002, 2003, Trenz 2000, AIM). Nende empiiriliste, enamasti meediaanalüüsile toetuvate uuringute kõrval leidub veel napilt nimetatud teemale otseselt keskenduvat ja terviklikult lähenevat teoreetilist materjali, millest järgnev peatükk esmase ülevaate annab.

1.1 Avaliku sfääri teoreetilised käsitlused

Euroopa avaliku sfääri teoreetilised käsitlused lähtuvad põhiosas Habermasi avalikkuse kontseptsioonist nagu see on esitatud teoses „Avalikkuse struktuurimuutus” (Habermas 2001a) ning hiljem ka raamatus „Theory of Communicative Action”(Habermas 1986, 1989). Habermasi teoorias on kesksel kohal kodanike vaba kriitiline arutelu võimu tegevuse üle, mis ühelt poolt peaks olema aluseks kodanike ratsionaalsetele valikutele ja teiselt poolt tekitab võimu vastutuse oma tegevuse suhtes avalikkuse ees. Kriitilises arutelus ehk diskursuses saab võim koguda legitiimsust ehk tunnustatust. Teoreetiliselt on selline avalik sfäär avatud kõigile ja peaks olema võimu ja ühiskonna vahendajaks. Ajalooliselt, Habermasi klassikalises käsitluses on selline kodanike ja võimu vaheline seos olnud piiritletud riigipiiride ja mitmete sellest lähtuvate eeldustega, mistõttu tekib rida teoreetilisi probleeme ja vastuolusid, kui soovime lisada mõistele „avalik sfäär” eesliite „Euroopa”, „globaalne”, „rahvusülene” vms. Fraser (2005) toob välja kuus teoreetilist eeldust, mis muudavad problemaatiliseks avaliku sfääri käsitluse rakendamise mistahes rahvusüleste diskursiivsete kommunikatsioonivoogude kirjeldamiseks:

- avaliku sfääri seostamine sõltumatu riigipiiridega;
- avaliku sfääri seostamine riigipiiride territooriumil ja seadustel toimiva majandusega;
- avaliku sfääri seostamine riigipiiride territooriumil paikneva kodanikkonnaga, kellel on teatud rahvuslikud huvid;
- avaliku sfääri seostamine ühise keelega;
- avaliku sfääri seostamine rahvusliku kirjandusega, mis on kujuteldud kogukonna (*imagined community*) ja identiteedi formatsiooni ja taastootmise meediumiks;
- avaliku sfääri seostamine rahvusliku meediasüsteemiga;

Eelkõige tekib vastuolu sellest, et avalik sfäär on vahend valiidses avaliku arvamuse mobiliseerimiseks poliitilise jõuna, mis annab kodanikkonnale mõjujõu riigi tegevuse üle. Raske on seostada valiidses avalikku arvamust kommunikatiivsete ruumidega, milles osalejad ei moodusta poliitilises mõttes kodanikkonda, ning mis ei ühti sõltumatu poliitilise võimuga. Klassikalises käsitluses vajab avalik sfäär kindlat hulka osalejaid ehk kodanikke, kes arutlevad mingi kindla poliitilise võimu ehk riigi tegevuse üle.

Hilisemates töedes on Habermas (1998) väitnud, et postnatsionaalse ühiskonna suunas toimuva integratsiooni algseks ajendiks pole väidetava “Euroopa rahva” olemasolu, vaid üle-Euroopalise poliitilise avaliku sfääri kommunikatiivne võrgustik, mis rajaneb jagatud poliitilisel kultuuril. Ühe võimaliku lahendusena on Habermas (2001b) välja pakkunud kodanike rahvuse (*civic nation*, võrdle etniline rahvus) tekkimise. Sellist lähenemist võib nimetada ka konstitutsiooniliseks patriotismiks (*constitutional patriotism*). Antud käsitlus seob väga selgelt küsimuse demokraatia defitsiidist ja Euroopa avalikust sfäärist – demokraatia defitsiidile ei ole rohtu ilma toimiva Euroopa avaliku sfäärita. Sellise kommunikatsioonilise infrastruktuuri ülesanne demokraatlikus avalikus sfääris on muuta ühiskonnale olulised teemad arutlusaineks, mis annab laiemale publikule võimaluse olla kursis samade teemadega samal ajal ning nende suhtes positiivne või negatiivne hoiak võtta. Aja jooksul kujuneb sel viisil välja avalik arvamus, kuigi enamus kodanikke annavad tagasisidet ainult hääletades või mitte hääletades valimistel. Habermasi arvates saab selline Euroopa avalik sfäär tekkida ikkagi ainult rahvuslike avalike sfääride baasil, sest Euroopa tasandil puudub selleks vajalik infrastruktuur (rahvusteüleline meedia). Üle-euroopalist avalikku sfääri ei tohi kujutleda sarnase struktuuri projektsioonina rahvuslikult tasandilt Euroopa tasandile, pigem kerkib see esile juba olemasolevate rahvuslike avalike sfääride vastastikkusest üksteisele avanemisest. Samuti ei ole vaja poliitilise süsteemi mitmetasandilisusele vastavat avalike sfääride süsteemi, vaid Euroopa poliitiline agenda peab saama osaks rahvuslikest avalikest sfääridest. Tõeliseks edasiminekuks oleks aga see, kui rahvuslikud meediad hakkaksid rääkima ka olulistest vastasseisudest teistes riikides, nii et avalik arvamus võiks koonduda sarnaste teemade ümber hoolimata nende päritolust. Midagi sellist toimub ajutiselt Euroopa Nõukogu tippkohtumiste ajal, kui tegeletakse teemadega, mis on sarnaselt olulised kõigile Euroopa kodanikele. Asjaolu, et sellised horisontaalsed kommunikatsioonivood peavad läbima tõlkefiltri, ei vähenda nende sisulist olulisust.

Avalikus sfääris toimuvat kriitilist arutelu võib mõista kommunikatiivse tegevusena (Habermas 1986; 1989), mille käsitlus põhineb Weberi ratsionaalsuse tüüpidel ning tegevusteoorial ning selle kriitikal, millest lähtuvalt ühiskondliku ratsionaliseerumise protsessi saab vaadata ainult Weberi sihiratsionaalsuse kontekstis. Sihiratsionaalne tegevus põhineb ootustele teiste inimeste käitumise suhtes ja on suunatud edu saavutamisele. Kommunikatiivne tegevus aga on Habermasi mõistes selline sotsiaalne tegevus, mis on suunatud vastastikkuse mõistmise saavutamisele. Kommunikatiivse tegevuse puhul pole osalised orienteeritud isiklikule edule, nad järgivad oma isiklike eesmärgid vaid tingimusel, et neil on võimalik harmoniseerida oma tegevusplaane ühiste situatsiooni definitsioonide põhjal. Situatsiooni definitsioonide läbi rääkimine on oluline osa tõlgenduslikest saavutustest, mis on vajalikud kommunikatiivseks tegevuseks. Kokkulepe ei saa olla saavutatud jõuga, vägivallega ega ühepoolset. Samuti ei saa olla tegemist pelgalt kollektiivse samameelsusega ning tänu lingvistilisele struktuurile ei saa olla indutseeritud välismõjude poolt, vaid peab olema omaks võetud või eeldatud valiidsena kõigi osalejate poolt. Mõistmist on võimalik saavutada üksnes läbi kõne, kusjuures kõne kasutamine teatud (omakasupüüdlike) tagajärgede saavutamiseks vähendab kõne väärtust mõistmise saavutamise mudelina. Habermasi jaoks on ühiskonna kontseptsioon seotud elaviku kontseptsiooniga, mis on omakorda komplementaarne kommunikatiivse tegevuse kontseptsiooniga ehk kommunikatiivne tegevus on elaviku taastootmise meedium.

Taylor (2004: 83-99) peab avalikku sfääri metaruumiks, poliitika väliseks ja sekulaarseks. Metaruum tähendab, et avalik sfäär ei ole piiratud ühegi koha, sündmuse või eesmärgiga, vaid ühendab mitmesugused ruumid üheks suuremaks ühiseks mõtteliseks kogunemiskohaks. Lisaks sellele, et avalikul sfääril ei ole ruumilisi piiranguid, puuduvad ka ajalised raamid – avalik sfäär ulatub üle aja. Antud kontseptsiooni seisukohalt ei ole mingit põhjust arvata, et arutelu ja sotsiaalne aktiivsus, mis läbi avaliku sfääri on võimalik täna, ei peaks seda olema homme. Avalikule arutelule on seega iseloomulik läbida erinevaid ruume ja aegu, moodustades samas mõttelise terviku. Avalik sfäär on poliitika väline, mis viitab seal toimuvate arutelude võimust eraldiseisvale positsioonile. Arutelu ja selle tulemusena tekkinud avalikku arvamust on võimul küll moraalne kohustus kuulda võtta, kuid selline arutelu ei ole iseenesest võimu ilming. Tänu sellele saab avalikus sfääris toimuv arutelu olla ideaalselt ratsionaalne ja vaba omakasupüüdlikest huvidest. Sekulaarsus tähendab, et võimu kontrolliv väline jõud ei põhine jumalikul korral, vaid seadusi ja otsuseid teevad inimesed ühise poliitilise tegevuse tulemusena.

Samuti eristab Taylor avaliku sfääri kahte tasandit – esiteks, mis (kus?) avalik sfäär *on*, ja teiseks, mida avalik sfäär *teeb*. Selleks, et avalikus sfääris toimuva kriitilise arutelu tulem ehk avalik arvamus sellisena ka arvesse läheks peegeldab asjaolu, et avalik sfäär saab eksisteerida ainult juhul, kui seda sellisena kujutletakse. Kui asjaosalised ei suuda kujutleda kõiki eraldiseisvaid arutelusid kui osasid ühest suures kommunikatiivsest vahetusest, siis ei saa tekkida ka arusaama tulemusest kui valiidselt avalikust arvamusel.

Samuti paneb Taylor (2004) suurt rõhku sotsiaalsetele kujutlustele, mis on tänapäevase modernse ühiskonna kujunemise aluseks. Avalik sfäär on aga üks kolmest võtmetähtsusega sotsiaalsest kujutlusest majanduse ja demokraatliku isevalitsemise kõrval. Sotsiaalse kujutluse (Taylor 2004: 23-30) all tuleb mõista väga üldist käsitlust sellest, kuidas inimesed mõistavad oma sotsiaalset eksistentsi, kuidas nad teistega kokku sobituvad, kuidas inimeste vahelised suhted toimivad, milliseid ootusi tavaliselt eeldatakse erinevates situatsioonides olevat ning millised on sügavamad normatiivsed arusaamad ja kujutlused, mis on selliste tavapärase ootuste taustaks. Sotsiaalsed kujutlused on mõnevõrra sarnased sotsiaalteooriatega, kuna neid mõlemat kasutatakse sotsiaalse eksistentsi paremaks mõistmiseks. Oluline erinevus seisneb selles, et sotsiaalsed kujutlused kuuluvad tavalistele inimestele mitte ainult teoreetikutele; sotsiaalsete kujutluste kandjaks on pildid, jutud ja legendid, mitte teoreetilised käsitlused; ning sotsiaalseid kujutlusi luuakse igapäevastes praktikates ja tavades, mitte ainult teoreetilistes refleksioonides. Sotsiaalsete kujutluste jõud seisneb selles, et need on jagatud paljude inimeste poolt, teevad võimalikuks ühised tegevused ja loovad laialdaselt jagatud legitiimsust. Selline arusaamine on igal hetkel nii faktiline kui normatiivne, mis tähendab, et meil on ettekujutus sellest, kuidas asjad tavaliselt lähevad, aga see käib koos arusaamisega sellest, kuidas asjad peaksid käima ning millised vead muudaksid tegevuse kehtetuks.

Calhoun (2003) märgib, et avalik sfäär on „ruumiline metafoor suuresti mitte-ruumilisele fenomenile”, mis omab Euroopa integratsiooni protsessis tähtsust vähemalt kolmes mõõtnes. Esiteks, avalik sfäär võimaldab osalust kollektiivsetes valikutes ning seeläbi poliitiliste otsustusprotsesside ja institutsioonide mõjutamises. Teiseks, avalikus kommunikatsioonis toimub sotsiaalsete kujutluste loomine, taastootmine ja teisenemine, mis annab integratsioonile kultuurilise vormi ning muudab Euroopa reaalseks. Calhoun mõistab siin sotsiaalseid kujutlusi sarnaselt Taylorile sotsiaalse elu mõistmise viisidena, mis samas seda loovad. Kolmandaks, avalik sfäär on iseeneses sotsiaalse integratsiooni meedium ja sotsiaalse solidaarsuse üks vorm, kus integratsioon toimub jagatud diskursuste ja kommunikatiivsete

praktikate kaudu. Euroopa loomine avalikus kommunikatsioonis on põhimõtteline baastingimus selleks, et Euroopa institutsioonid võiks olla demokraatlikud. Avalikku sfääri ei peaks pidama ainult ratsionaalse-kriitilise arutelu areeniks ning ühist poliitilist kultuuri avalikus sfääris osalemisele vajalikuks eelduseks. Avaliku arutelu funktsiooni kõrval rõhutab Calhoun ka avaliku sfääri sotsiaalset solidaarsust loovat funktsiooni. Osalus avalikus elus loob sotsiaalset solidaarsust suurendades teatud kategooriaalsete identiteetide tähtsust ning soodustades uute sotsiaalsete suhete loomist. Veelgi enam, avalikus sfääris osamine iseeneses on sotsiaalse solidaarsuse vorm, mis ei ole piiritletud üksnes ratsionaalse-kriitilise aruteluga, vaid on sotsiaalsete kujutluste allikaks. Nii kultuur kui identiteet luuakse osaliselt avalikus interaktsioonis.

Sarnaselt eristab Nieminen (2006) avaliku sfääri kahte erinevat tasandit. Esiteks, on olemas teatud sotsiaalsete kujutluste pagas ehk jagatud taustateadmised ja arusaamad, mis peaks olema mingil määral ühine kõigile haritud Euroopa kodanikele, ning teiseks, on olemas „õige” avalik sfäär, mis on aktuaalne, meediaga seotud või meedia abil konstrueeritud ning toimiv. Selline õige ratsionaalset arutelu kandev avalik sfäär aktualiseerub, kui teatud teema muutub inimeste jaoks piisavalt oluliseks ja haarab meie tähelepanu ühel või teisel põhjusel. Sellise sündmuse või teema esile kerkimisel muutuvad vajalikuks tõlgendamist võimaldavad taustateadmised, mis pärinevad jagatud sotsiaalsetest kujutlustest.

1.2 Euroopa avaliku sfääri empiirilised käsitlused

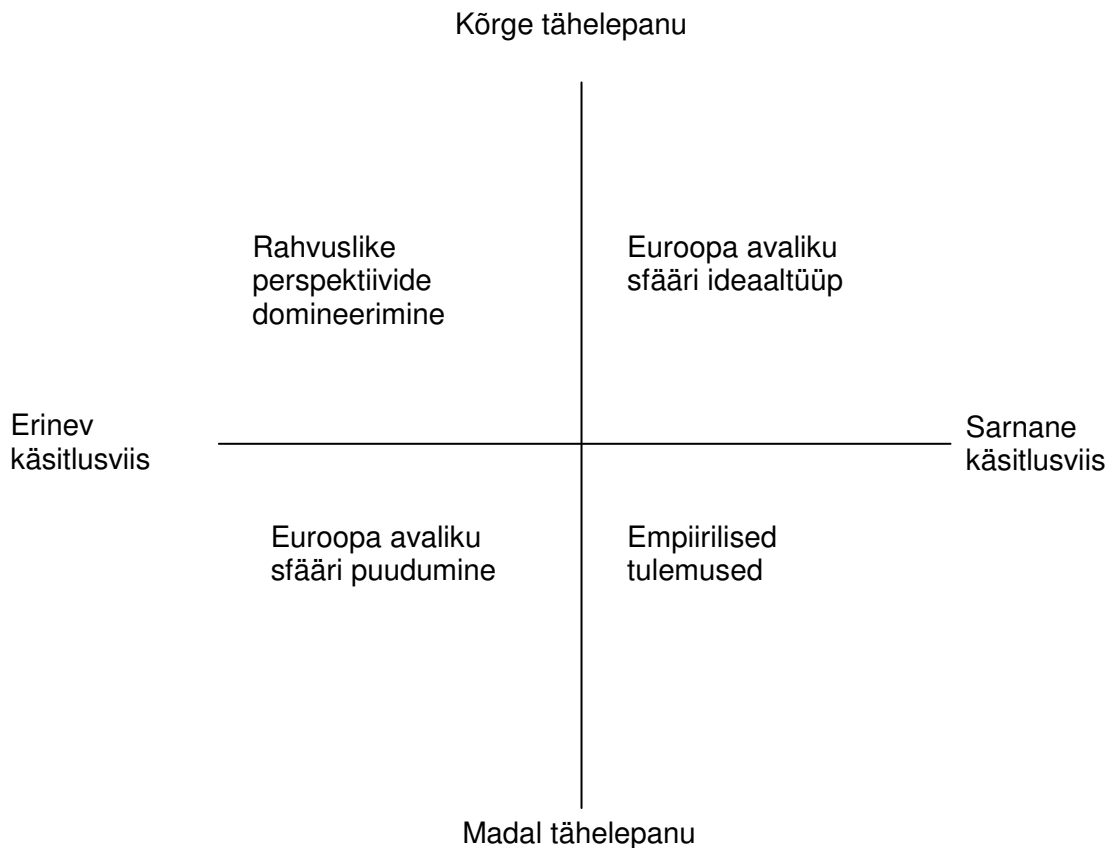
Euroopa avaliku sfääri oluliste tingimustena toovad erinevad autorid välja mitmeid aspekte. Kõige üldisemalt käsitlevad need lähenemised Euroopa teemade meedias esinemise hulka ja/või laadi. Läbi viidud empiiriliste uuringute põhjal võib eristada kahe laiemat kontseptuaalset lähenemist Euroopa avaliku sfääri uurimisel, mis omakorda viivad erinevate empiiriliste hinnanguteni Euroopa avaliku sfääri võimalikkusest ja olemasolust (Risse 2003). Esimene lähenemine on pigem kvantitatiivne ja keskendub sellele, kui palju ja millistes kontekstides Euroopa teemad rahvuslikes meediates käsitlemist leiavad. Empiiriliselt on siin tegemist peamiselt laiaulatuslike meedia kontentanalüüsidega. Teine lähenemine on pigem kvalitatiivne, kus oluline ei ole mitte niivõrd teemade esinemise sagedus, vaid kuivõrd erinevad rahvuslikud avalikud sfäärid Euroopa teemade käsitlemisel kasutavad sarnaseid

tähendusi, tõlgendusi ja raamistikke. Empiirilisel on sedalaadi uuringute puhul tegemist eelkõige meedia diskursuse analüüsidega.

Kvantitatiivse lähenemise puhul hinnatakse Euroopa avaliku sfääri olemasolu selle alusel, kui võrd ja millistes kontekstides „Euroopa teemad” rahvuslikes avalikes sfäärides käsitlemist leiavad, sisuliselt mõõdetakse nende teatud teemade esinemissagedust meedias. Sedalaadi uuringute tulemuseks on sageli, et Euroopa teemad pälvivad muude regionaalsete, rahvuslike või kohalike teemade kõrval suhteliselt vähe tähelepanu. Nii näiteks on Gerhards (viidatud Koopmans 2004 ja Risse 2002, 2003) analüüsinud Euroopa teemade käsitlemist Saksa ajakirjanduses aastatel 1951-1995 ja jõudnud tulemuseni, et selle aja jooksul on Euroopa teemade kajastamine ainult vähesel määral tõusnud. Antud lähenemise eelduseks on, et kui meedia pöörab Euroopa teemadele vähe tähelepanu, on ka avalikkuse teadlikkus Euroopa küsimustest suhteliselt madal. Euroopa avaliku sfääri seisukohalt on oluline Euroopa teemade suur hulk meedias ning teemade käsitus ja hinnangud peavad lähtuma Euroopa perspektiivist ja ühishuvist, mitte rahvuslikust perspektiivist ja huvidest. Selline avaliku sfääri „euroopastumine” ei nõua rahvasteülese massimeedia olemasolu, küll aga eeldab poliitika ja poliitikate euroopastumist sarnasel moel erinevates rahvusriikides. Avalike sfäärirde piirid aga jäävad suures osas identseks demokraatiate territoriaalsete piiridega, kuna valitud esindajad suunavad oma avaliku kommunikatsiooni eelkõige oma valijaskonnale, kellest nad moraalselt sõltuvad (Risse 2003).

Kvalitatiivne lähenemine analüüsib võrdlevalt teatud konkreetsete teemade käsitlemist eri riikide meedias ja hindab, mil määral need kasutavad samu tähendusi, tõlgendusi ja raamistikke. Sedalaadi uuringute tulemused näitavad pigem, et Euroopa teemasid käsitletakse erinevates meedias üle Euroopa samal ajal, samaväärse tähelepanuga, samal moel ning annavad seeläbi üldjoontes positiivsema hinnangu Euroopa avaliku sfääri võimalikkusele. Sisuliselt on tegemist juhtumi analüüsiga, mis on keskendunud ühe konkreetse teema ümber, mille käsitlemist on analüüsitud erinevates rahvuslikes avalikes sfäärirde. Nii näiteks on analüüsitud Haideri debatti nii Austria kui teiste riikide meedias ning jõutud järeldusele, et erinevate Euroopa riikide ajakirjanduses tõepoolest kasutati sarnaseid raamistikke ja tõlgendusi ning samas erines see teema käsitlemisest USA ajakirjanduses (Risse 2002, 2003). Samas Saksamaa ja Hispaania ajakirjanduse võrdlev uurimus Euroopa Komisjoni korrupsioonijuhtumist, millesse oli segatud Hispaania volinik, leidis, et käsitusviisid erinesid oluliselt ning olid mõjutatud rahvuslikest kontekstidest (Trenz 2000, viidatud Risse 2003).

Euroopa avaliku sfääri dimensioonid senistes käsitlustes võib kokku võtta alljärgneva Risse (2003) kirjeldusel põhineva joonise abil:



Joonis 1. Euroopa avaliku sfääri dimensioonid.

Teoreetiline ja normatiivne arutelu Euroopa avaliku sfääri olemuse üle on kaugelt mahukam kui empiirilised uuringud, mis lähtuvad erinevatest konstruktsioonidest ja jõuavad seetõttu ka väga erinevate järeldusteni. Antud skeemist on näha, et praeguste uuringute kohaselt ei kajasta meedia Euroopa Liiduga seotud teemasid nii palju kui võiks ja Brüsselile ehk meeldiks, aga kui Euroopa asjadest meedias räägitakse, siis kasutatakse valdavalt samu raamistikke ja tähendusstruktuure.

Eelnevat kokku võttes esitab Risse (2002, 2003) kolm olulist tingimust Euroopa avalikule sfääri tekkimisele:

1. samasid Euroopa teemasid arutatakse samal ajal sarnase tähelepanuga erinevates rahvuslikes avalikes sfäärides ja meedias, s.o tekib avalikkuse kaasatus

2. teemade käsitlemisel kasutatakse samasid teema püstitamise raamistikke, tähendusstruktuure ja tõlgendusviise, s.o tekib tähenduslik diskussioon ja refleksioon
3. tekib rahvusteülene kommunikatiivne kogukond (*community of communication*), kus üksteist tunnistatakse vastastikku kui legitiimseid osalejaid ühises arutelus.

Euroopa avalik sfäär Risse sellises käsitluses on rangelt sotsiaalne konstruktsioon, mis ei teki iseenesest ega eksisteeri väljaspool sotsiaalseid ja poliitilisi diskursusi. Seda konstrueeritakse pidevalt läbi sotsiaalsete ja poliitiliste diskursuste, mis loob ühise perspektiivi ja rahvusülese kommunikatiivse kogukonna teemade osas, mis puudutavad meid kõiki pigem eurooplastena kui oma rahvuse seisukohalt. Avalikud sfäärid tekivad asjade üle arutlemise protsessis. Mida rohkem arutletakse teemade üle, seda rohkem haaratakse teisi kaasa avalikes diskursustes ning seda rohkem luuakse poliitilisi kogukondi. See aga, et mingi teatud teema ümber tekib avalik sfäär, ei tähenda veel, et see teemade üleselt eksisteeriks. Seega oleks Risse arvates vale eeldada, et Euroopa integratsioon ja institutsionaliseerumine viiks automaatselt rahvusülese Euroopa avaliku sfääri tekkimiseni.

Risse (2002, 2003) leiab, et teemade käsitlemisel on oluline vaidlus ja eriarvamused ning erinevate arvamuste vastandamine. Mida rohkem on arutelu Euroopa poliitika osas, seda rohkem toimub sotsiaalset koondumist teatud teemade ümber ning seda rohkem on võimalik pidada tõeliselt euroopalikke debatte. Kui poliitilisi teemasid ei vaidlustata ja poliitika jääb eliitide asjaks, siis jääb ka tähelepanu Euroopa Liidule madalaks. Euroopa teemad peavad olema silmatorkavad ja olulised erinevates avalikes debattides, et Euroopa avalik sfäär võiks tekkida. Vaidlused ja tulised debatilised teemadel on demokraatliku avalikkuse oluliseks osaks, seejuures ei ole piisav, kui toimub sotsiaalne mobilisatsioon ja avalik debatt Euroopa teemade üle, mis lähtub ainult rahvuslikust perspektiivist. Kui teemade raamistik lähtub rahvuslikest huvidest, siis vaieldakse küll endiselt samadel teemadel, kuid raamistikud oleksid täiesti erinevad. Vastastikune teadlikkus üksteise perspektiivist tuleb küll kasuks, kuid ei ole piisav. Väga raske on omavahel tähenduslikul viisil suhelda, kui ollakse mitte lihtsalt eriarvamustel mingis küsimuses, vaid ei suudeta kokku leppida, milles üldse probleem seisneb.

Kantner (2003: 13) toob oluliste tingimustena välja samuti, et

1. samadest ühistest Euroopa teemadest räägitakse samaaegselt

2. kasutatakse samu raamistike teemade tõlgendamisel ja tehakse seda ühesugusel olulisuse tasemel,

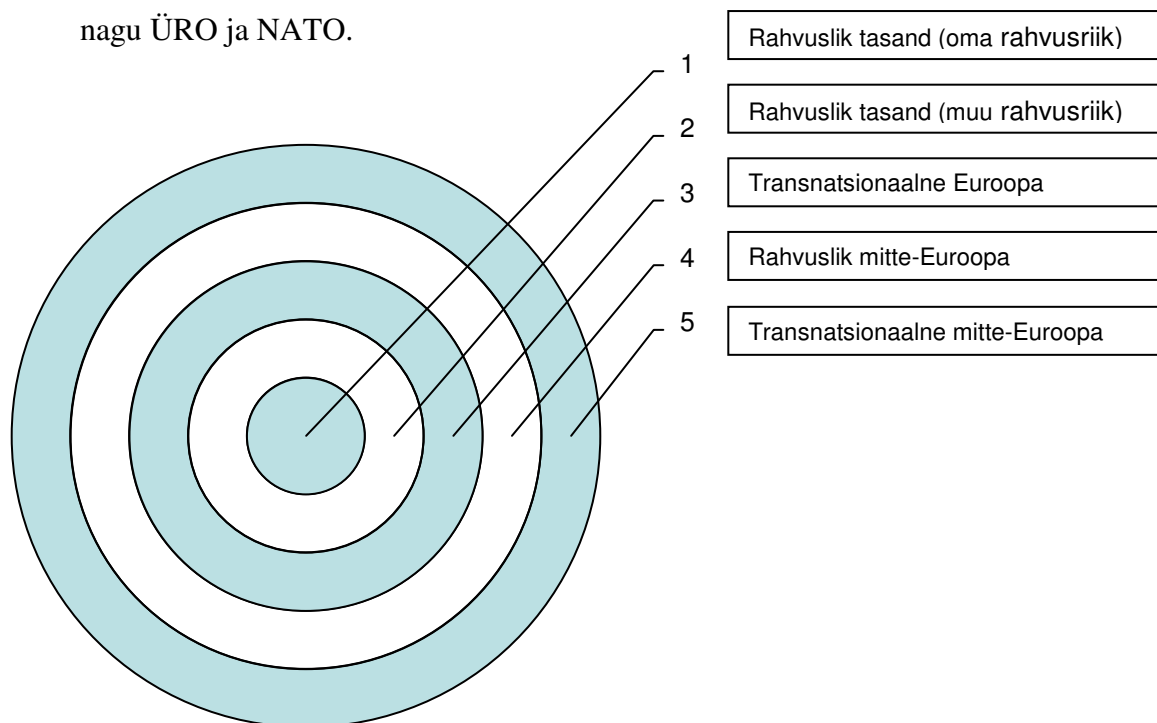
ning niipea kui kõneisikute arutelu poliitilistel teemadel saab avalikult kättesaadavaks peamiselt, kuid mitte ainult läbi meedia, kerkib esile avalik sfäär. Risse on kahelnud, kas „samad teemad samal ajal samasuguse asjakohasusega” on piisav definitsioon, kuid Kantner on seda seiskohta kaitsnud väitega, et rahvuslikes avalikes sfäärides ei ole avaliku debati areenid tingimata ühendatud samade kõneisikute või samade auditoriumite kaudu. Osasid teemasid arutatakse vaid marginaalsetes gruppides, osasid inimesi lihtsalt ei huvita teemad, mis mõjutavad nende elu ning on teemasid, mida ei arutata üldse, vaatamata sellele, et nad võivad olla väga olulised. Kuna rahvuslikud avalikud sfäärid ei ole realselt homogeenised, ei peaks ka Euroopa avalikkusele selles suhtes kõrgemaid nõudmisi esitama. Kõik võivad osa saada poliitilisest kommunikatsioonist oma keeles, oma rahvuslikus meedias seni, kuni rahvuslik meedia kajastab Euroopa teemasid ning poliitilised diskursused on omavahel seotud. Kantneri arvates ei ole vaja oodata ühise keele, interneti demokraatia või tugeva Euroopa identiteedi tekkimist. Euroopa kodanikud küll ei jaga ühist keelt, kuid see ei takista neid osa saamast debattidest rahvuslikus meedias. Demokraatlikuks otsustusprotsessiks piisab, kui on võimalik arvamust kujundada samade teemade kohta.

1.2.1 Koopmans'i avaliku sfääri mudel

Keskenduses avaliku sfääri mõistele üldiselt ei anna Risse toodud kriteeriumid samas informatsioon avaliku sfääri seesmisele liigendatusele ja struktuurile, millele on tähelepanu juhtinud Koopmans (2004). Selle käsitluse kohaselt on võimalik avaliku kommunikatsiooni ruumilist ulatust ja piire määrata kommunikatsioonivoogude uurimise kaudu, hinnates avaliku kommunikatsiooni suhtelist tihedust erinevate poliitiliste ruumide vahel ja sees. Kui Risse, Kantner räägivad eelkõige Euroopa avalikust sfäärist või ka (uue) rahvusülese avaliku sfääri tekkimisest, siis Koopmans räägib rahvusliku avaliku sfääri euroopastumisest. Koopmans'i jaoks ei ole küsimus mitte uue kommunikatiivse tasandi tekkimises, vaid olemasoleva rahvusliku avaliku sfääri muutumises selliselt, et olulisel kohal on kommunikatiivsed sidemed teiste avalike sfääridega - näiteks, kas mingist teemast rääkides viidatakse vaid oma rahvusriigi kõneisikutele või refereeritakse ka teiste rahvuslike meediate käsitlusi ja teiste riikide poliitiliste kõneisikute seisukohti, kuivõrd tuuakse sisse rahvusteülene Euroopa Liidu perspektiiv jne. Sellise teoreetilise mudeli aluseks on poliitilise ruumi jagamine erinevateks

tasanditeks, mille vahel tekivad erinevad kommunikatiivsed seosed ja viited. Olgu siinkohal ära toodud Koopmansi (2004:7) enda joonise mõnevõrra lihtsustatud variant, mis koosneb järgmistest osadest:

- 1 Keskne oma riigi avalik sfäär.
- 2 Muu Euroopa riigi avalikud sfäärid, siia kuuluvad kõik teised Euroopa Liidu liikmesriigid.
- 3 Rahvusteülene Euroopa Liidu avalik sfäär, siia kuuluvad nt Euroopa Parlament ja Euroopa Komisjon.
- 4 Mitte Euroopa riigi avalik sfäär, siia kuuluvad teised riigid, mis ei kuulu Euroopa Liitu, nt USA.
- 5 Rahvusteülene mitte Euroopa avalik sfäär, siia kuuluvad sellised organisatsioonid nagu ÜRO ja NATO.



Joonis 2. Koopmansi avalike sfääride mudel.

Kokkuvõtvalt jõuab Koopmans (2004) järeldusele, et avaliku kommunikastiooni ja avaliku sfääri euroopastumiseks on teoreetiliselt kolm võimalust:

- rahvusteülene avalik sfäär
- vertikaalne euroopastumine
- horisontaalne euroopastumine

Rahvusteülene avalik sfäär kerkib esile Euroopa institutsioonide ja kollektiivsete huvigruppide vahelisest kommunikatsioonist Euroopa teemade ümber, millega ideaalis kaasneb ka üle-euroopaline massimeedia. Sellisest avalikust sfäärist võib rääkida, kui Euroopa kõneisikud esitavad nõudeid Euroopa adressaatidele Euroopa huvide nimel ilma ühegi viiteta mõnele teisele poliitilise ruumi tasandile. See oleks klassikalise rahvusliku avaliku sfääri replikatsioon Euroopa Liidu tasemel.

Avaliku sfääri vertikaalne euroopastumine koosneb kommunikatiivsetest sidemetest rahvusliku ja Euroopa tasandi vahel. Võib eristada selle alt-üles varianti, kus rahvusliku tasandi kõneisikud esitavad nõudeid Euroopa suhtes ja/või väiteid Euroopa teemade kohta, ning ülevalt-alla varianti, kus Euroopa tasandi kõneisikud võtavad rahvuslikul tasandil sõna Euroopa regulatsioonide ja ühishuvi nimel.

Avaliku sfääri horisontaalne euroopastumine koosneb kommunikatiivsetest sidemetest erinevate liikmesriikide vahel. Siin võib eristada nõrka ja tugevat varianti. Nõrk variant esineb, kui rahvuslik meedia räägib sellest, mis toimub teiste liikmesriikide poliitilises ruumis. Sellise meediasisu olulisust rahvusliku avaliku sfääri euroopastumisel saab hinnata ainult suhteliselt, näiteks juhul kui teiste liikmesriikide poliitilistele ruumidele on rohkem viiteid kui kolmandate riikide poliitilistele ruumidele, siis võib pidada seda oluliseks märgiks. Muudel juhtudel näitab see lihtsalt avaliku sfääri rahvusvahelistumist. Tugeva variandi puhul on olemas otsesed kommunikatiivsed sidemed kahe liikmesriigi poliitiliste ruumide vahel. Üheks võimaluseks on teemade kajastamine võrdlemise põhimõttel, näiteks kui oma riigi poliitika ja arenguid võrreldakse teiste riikide samalaadsete arengutega, mis puhul rahvuslikule lisandub Euroopa perspektiiv. Kõige tõenäolisem on kõigi nende variantide koosinemine. Euroopastunud avalikust sfäärist võib rääkida juhul kui oluline ja aja jooksul suurenev osa avalikust debatist ei jää rahvusliku poliitilise ruumi piiresse ega ulatu ka Euroopast üle ilma sellele viitamata.

Rahvusliku avaliku sfääri euroopastumine on suures osas sõltuv rahvusliku meedia väljundist, kuna rahvusteülese meedia auditorium jääb paratamatult kitsaks ja suhteliselt elitaarseks. Rahvuslike avalike sfääride euroopastumine ilmneb eelkõige meedia fookuse nihkumises sisepoliitiliselt areenilt Euroopa tasandile, seejuures on oluline nii Euroopa teemade ja subjektide kasvav osakaal meedias kui ka viited teistele kommunikatiivsetele tasanditele.

1.2.2 Kriitilised aspektid Euroopa avaliku sfääri kujunemise võimalikkuses

Eeltoodud Euroopa avaliku sfääri käsitluste peamise kriitikana tuuakse kirjanduses välja järgmist (Kantner 2003):

- Euroopa identiteet – eurooplastel puudub kollektiivne identiteet, Euroopa Liit koosneb rahvastest ja rahvusest ning ei ole võimalik rääkida Euroopa *demosest* või eurooplastest kui rahvusest. Puudub kuuluvustunne Euroopasse ja Euroopa tajumine „meie” mõistes. Rahvuslikud huvid on primaarsed võrreldes Euroopa huvidega, puudub ühine Euroopa perspektiiv.
- Rahvusülene kodanikuühiskond – puudub Euroopa kodanikuühiskond, näiteks üle-euroopalised poliitilised parteid, rahvusülesed ühendused, üle-euroopalised sotsiaalsed liikumised jne. Puuduvad poliitika ühiskondlikud kandjad ning rahvuslike kodanikuühiskondade tegijad tõstatavad pigem rahvuslike probleeme kui üle-euroopalisi probleeme Euroopa poliitilistes institutsioonides.
- Rahvusülene meedia- puudub rahvusülene meedia, mille olemasolu aitaks kaasa ka Euroopa identiteedi ja kodanikuühiskonna kujunemisele. Ühine meedia võimaldaks eurooplastel saada sarnast informatsiooni sarnasel ajal sarnases tõlgenduses.
- Ühine keel, *lingua franca* – rahvusülese tõelise Euroopa meedia läbikukkumise põhjuseks on Euroopa keeleline mitmekesisus, millest pole aga pääsu. Keel on informatsiooni ja osaluse kui demokraatliku eksistentsi võtmeküsimus. Ilma ühise keelela pole ka ühist avalikku sfääri.

Mitmete autorite arvates (Koopmans, Risse, Kantner) on selline kitsas nägemus Euroopa avalikust sfäärast ebapiisav, kuna see vaatleb võimalikku Euroopa avalikku sfääri rahvusliku avaliku sfääri ruumiliselt kõrgema taseme replikatsioonina, mis eeldab keelelist ja kultuurilist suhteliselt suurt homogeensust ning poliitilist tsentraliseeritust, mis ei võta arvesse Euroopa tegelikkust. Näiteks on analüüsitud avaliku sfääri tekkimist Hollandi ja Šveitsi näitel ja jõutud järeldusele, et kultuuriline ja poliitiline homogeensus ning keelelised erinevused ei pruugi olla takistuseks toimiva avaliku sfääri tekkimisel (Koopmans jt 2000).

1.2.3 Empiiriliste uuringute tulemused

Koopmans (2004: 15-30) on leidnud, et Euroopa Liit on oluline ennekõike kolmel teemal – rahandus, põllumajandus ja integratsioon, mis on ühtlasi valdkonnad, kus EL omab suurt poliitilist mõju. Vertikaalse euroopastumise näitena võib välja tuua, et Euroopa Liidu kõneisikuid esines aruteludes järgmiselt – integratsiooni teemadel 28%, rahanduses 22% ning põllumajanduses 16%. Teistel teemadel nagu nt sotsiaalküsimused ning ühtne välis- ja julgeolekupoliitika omavad Euroopa Liidu kõneisikud marginaalset rolli. Kui vaadata samade teemade lõikes ka horisontaalset euroopastumist, mis tähendab, et arutelus osalevad teiste riikide kõneisikud, siis tulemused on sarnased – integratsiooni, rahanduse ja põllumajanduse teemadel vastavalt 30%, 23% ja 16% kõneisikutest on teistest EL riikidest. See tähendab, et integratsiooni ning rahanduse küsimustes on vastavalt 59% ja 55% kommunikatsioonist ühel või teisel viisil euroopastunud.

Riikide lõikes on kõige vähem euroopastunud Suurbritannia meedia, kus EL kõneisikud moodustavad marginaalse 11% ning teiste EL riikide kõneisikud 15%. Samas on Hispaania enim euroopastunud – 20% on EL tasandi kõneisikuid ning 22% teiste EL riikide kõneisikuid. Kõikide teemade ulatuses erinevates riikides ulatub Euroopa kontekstiga artiklite hulk minimaalselt 34% Itaalias ja 35% Suurbritannias ja maksimaalselt 54% Hispaanias, keskmiselt aga jääb 42%-46% vahele (Saksamaa, Prantsusmaa, Holland). Artiklite positiivsust, negatiivsust, neutraalsust hinnates leiti, et EL institutsioonid saavad valdavalt küll negatiivseid hinnanguid, kuid kohalikud institutsioonid saavad meedias veelgi rohkem negatiivseid hinnanguid.

Ühe olulise momendina võib Koopmansi tulemustest välja tuua, et arutelud Euroopa integratsiooni teemadel on võrdlemisi elitaarsed. Riigi ja poliitiliste parteide osakaal kõneisikutena on suur kõikide teemade lõikes, kuid integratsiooni teemadel on ülekaal märkimisväärne 81%. Seejuures selle kategooria siseselt on valitsuse kõneisikutel suurem osakaal, kui teistel teemadel, kus seadusandlikel ning poliitiliste parteide kõneisikutel on suurem mõju. Majanduslikud huvigrupid ning muud ühiskondlikud huvigrupid on märksa vähemolulised integratsiooni teemadel (majanduslike huvigruppide puhul 2%, keskmiselt kõigis teemades 10% ning muud ühiskondlikud huvigrupid 5%, keskmiselt kõigis teemades 11%). Meedia ise on integratsiooni teemadel kõneisikuks keskmisest sagedamini, mis lükkab

ümber arvamuse nagu üheks demokraatia defitsiidi põhjuseks oleks meedia vähene huvi Euroopa asjade vastu.

Kantner (2003: 11) on samuti leidnud, et erinevates rahvuslikes meediates domineerivad samad Euroopa Liidu teemad, kuid mõnevõrra üllatavalt teiste autorite pessimismi taustal, et Euroopa Liidu viitega artiklite osakaal on 23 % kuni 49% vanade liikmesriikide ajakirjanduses. Sarnaselt Koopmansiga märgib ka Kantner, et diskursuses domineerivad institutsionaalsed ja poliitilised kõneisikud (2003: 13).

1.3 Meedia roll Euroopa avalikkuse kujunemises

Poliitiline kommunikatsioon tähendab eesmärgipärast kommunikatsiooni poliitilistel teemadel ning hõlmab: 1) kõiki kommunikatsiooni vorme, mida kasutavad poliitikud ja teised poliitilised subjektid teatud eesmärkide saavutamiseks; 2) kommunikatsiooni, mis on suunatud nendele subjektidele mitte-poliitikute poolt nagu valijad ja ajalehtede kolumnistid; 3) kommunikatsioon sellistest subjektidest ja nende tegevusest, mida võib leida näiteks uudistes, juhtkirjades ja teistes meedia arutelu vormides poliitika üle, kusjuures meedia on esimese ja teise poliitilise kommunikatsiooni vormi oluliseks platvormiks ja ajakirjanikud kui ametiala on vastutavad kolmanda poliitilise kommunikatsiooni vormi eest (McNair 2003). Hallin ja Mancini (2004) eristavad seejuures horisontaalset poliitilist kommunikatsiooni ja vertikaalset poliitilist kommunikatsiooni. Horisontaalne poliitiline kommunikatsioon toimub eliitide või poliitiliste esindajate vahel ja on suunatud poliitikate defineerimisele ja konfliktsete poliitiliste huvide läbi rääkimisele. Kodanikelt ja auditooriumilt oodatakse pigem nende arutelude jälgimist kui nendes osalemist. Vertikaalne kommunikatsioon vahendab poliitiliste eliitide ja tavaliste kodanike vahelist suhtlust ning on seega oluline poliitika ja avaliku arvamuse vastavuse, samuti nende poliitikate legitiimsuse seisukohalt.

Võrreldes rahvusriigi tasandiga sõltuvad kommunikatsioonivood Euroopa ja avalikkuse vahel veelgi enam massimeediast, millel on Euroopa poliitilises protsessis neli olulist funktsiooni (Koopmans 2004: 4-11):

- Legitimeerimise funktsioon (*legitimation*) – kuna otsesed kommunikatiivsed sidemed puuduvad peavad kõneisikud ja teemad saama nähtvaks massimeedias, kus nad võivad aga ei pruugi saavutada vastukaja ja tunnustatuse ehk legitiimsuse.
- Tagasiside funktsioon (*responsiveness*) – Euroopa poliitiliste protsesside suunajad saavad otseste kommunikatiivsete sidemete puudumisel tagasisidet kodanike muredest ja soovidest massimeedia kaudu. Arvamusküsitlused pakuvad ka teatud tagasisidet, kuid see on struktureeritud, planeeritud ja mitte-diskursiivne ning seega ebapiisav.
- Aruandev funktsioon (*accountability*) – avalikkus loob arvamused ja hoiakud Euroopa institutsioonide ja mitmetasandiliste poliitikate kohta eeskätt massimeedia loodud pildi põhjal ning saab sealjuures vaid väga vähesel määral toetuda isiklikule kogemusele.
- Osaluse funktsioon (*participation*) – kodanike osalus Euroopa poliitilises protsessis eeldab ligipääsu massimeediale. Kuigi osadel huvigruppidel võib olla võimalus ja ressursid ligipääsuks otsustajatele otse Brüsselis, siis enamus neist saavad protsessi mõjutada vaid oma seisukohtade nähtavaks tegemisega meedias.

Ühiskonna jätkuva diferentseerumise protsessi valguses (Luhmann 1982, viidatud Nieminen 2006: 109) muutub sotsiaalse tegevuse koordineerimisel järjest olulisemaks interpretatsioon ja selle alane ekspertiis. Demokraatlikes ühiskondades peaksid kõik sotsiaalsed tegevused olema arusaadavad ja õigustatavad lähtuvalt ühiselt jagatud taustateadmistest, millest tulenevalt tekib vajadus „kultuuri tõlkijate” järele, kes suudaksid rahuldavalt seletada avaliku kriitilise arutelu erinevaid valdkondi (Nieminen 2006: 113). Selline kultuuriline interpretatsioon toimub näiteks ajalehtede juhtkirjades, mis räägivad mitmetest spetsiaalseid taustateadmisi vajavatest valdkondadest ja esitavad soovitusi nimetatud valdkonna edendamiseks, korrastamiseks vms.

Lähtuvalt kahetasandilisest avalike sfääride kontseptsioonist – sotsiaalsete kujutluste ja ratsionaalse debati tasand – vajavad demokraatlikud ühiskonnad Niemineni (2006: 114) hinnangul kahte tüüpi „kultuuri tõlke” – ideoloogide ja vahendajaid. Ideoloogide ülesanne on uuendada meie taustateadmisi nii, et põhilised väärtused ja normid oleksid kooskõlas kogemusega maailmast. Peamised foorumid selliste ideoloogide tegevusele on haridus, teadus, kunst ja kultuur. Vahendajate ülesanne on leida vastuseid igapäevastele küsimustele ja nähtustele, tõlgendada neid lähtuvalt ideoloogide ekspertteadmistest. Vahendajateks võib pidada ajakirjanikke, õpetajaid, kriitikuid, intellektuaale, arvamuslimidreid. Euroopa avalikkuse

seisukohalt tähendab see, et reaalsed teemad ja sündmused peavad olema tõlgendatud läbi kohaliku ja rahvuslikult jagatud taustateadmiste. Kui avalikkuses osalejad ei jaga kasvõi minimaalselt ühiseid kontseptsioone, siis on ainult osa sellest avalikkusest võimeline toimuvat mõistma.

Niemineni arvates on Euroopa ja euroopalikkuse kontseptsioonid veel liiga muutlikud, mistõttu ei ole piisavalt ühist jagatud taustateadmist, et võimaldada ühiste definitsioonide teket, mis omakorda muudab keeruliseks vahendajate, st näiteks ajakirjanike töö Euroopa teemade ja sündmuste tõlgendamisel. Domineerivad definitsioonid peaksid alati olema seotud jagatud sotsiaalsete kujutlustega, mida tunnistavad enamus inimestest. Vastasel juhul ei ole eliidi diskursus Euroopast arusaadav, ei seostu enamiku sotsiaalsete kujutlustega ning ei leia seost inimeste reaalse kogemusega maailmast. Seejuures tuleb meeles pidada, et reaalselt on suured erinevused erinevate sotsiaalsete gruppide, rääkimata siis erinevate Euroopa riikide taustateadmistes ning suures osas on tuleneb Euroopa ja euroopalikkuse diskursus avalikus sfääris eliitide definitsioonidest, kusjuures eliidiks peab Nieminen (2006: 112) haritud keskklassi.

1.4 Auditooriumi suhe Euroopa avalikkuse kontseptsiooniga

Valdav osa Euroopa avalikkuse teoreetilisi käsitlusi jätab kõrvale auditooriumi kontseptsiooni. Eeldades, et avalik sfäär ei alga ja lõpe seal, kus meediasisu jõuab auditooriumini, vaid hõlmab ka seda kuidas inimesed sellest aru saavad ja kasutavad igapäevastes interaktsioonides teiste inimestega, on vajalik teoreetilisse kontseptsiooni kaasata ka auditoorium (Lingenberg 2006: 124-125). Kokkuvõttes sõltuvad avalikud sfäärid kodanikest, mistõttu on oluline pöörata tähelepanu nende kommunikatiivsele tegevusele rohkem kui lihtsalt auditooriumiks olemine. Avaliku sfääri kontseptsiooni seisukohalt on oluline vahet teha ka auditooriumil ja publikul, kus auditoorium moodustab publikuid teatud teemade ümber aktiveerudes ja üksteisega interaktsiooni astudes (Lingenberg 2006: 125) ehk avalik sfäär moodustub auditooriumi aktiveerunud kodanike põhjal. Dewey (1927, viidatud Lingenberg 2006) järgi aktiveeruvad publikud juhtudel, kus kodanikud taipavad poliitiliste ostuste kaudset mõju oma elule ning astuvad avalikku arutelusse, kuidas neid mõjusid suurendada (kui on positiivne otsus) või vältida (kui on negatiivne otsus). Selliste kaudsete mõjude märkamise ja esile toomise ülesanne on meedial ja teadusel.

Vetiku jt (2004) leidsid, et Eesti Euroopa Liiduga ühinemise teemalises arutelus oli kaks põhilist dimensiooni – praktiliste kaotuste ja kasude materiaalne dimensioon ning identiteedi kaitse kultuuriline dimensioon. Lauristin (2004) lisab siia kolmanda, võimu dimensiooni, mis on iseloomult ennekõike poliitiline ja ideoloogiline ning tõstatab ja vastab küsimusele „EL kelle jaoks?“. Need kolm Euroopa Liidu diskursuse olulist aspekti ei ole Euroopa Liiduga seotud teemade arutelust kadunud, vaid koguvad tähtsust rahvusliku avalikkuse Euroopa avalikus sfääris osalemise kontekstis (AIM Country Report 2004). Vetiku (2004) arvates üks olulisemaid faktoreid Eesti avalikkuse liitumiseelse euroskeptitsismi taga oli „diskursiivne identiteet“ ehk inimesed, kes nägid eurointegratsiooni „teistest“ eristumise maha surumisena suhtusid liitumisse Euroopa Liiduga negatiivsemalt kui need, kes seda ei tajunud. Vetiku uurimus toetub J. Lotmani teoreetilisele raamistikule, kus identiteeti võib defineerida kui piiri sisemise ja välimise vahel, mis täidab kahte olulist funktsiooni – esiteks, piir suhestab sisemise ja välimise, ning teiseks, filtreerib väljast tulevat informatsiooni ning juhib teatud väljast tulevad mõjud sisemisest eemale. Diskursiivne identiteet põhineb üheaegu nii eristumisel kui samastumisel, mis üheskoos tekitavad teatud polaarsuse, mis loob võimaluse dialoogiks. Dialoog omakorda annab võimaluse subjektiivsuseks, mis tähendab võimet näha ennast subjektina interaktsioonis „teisega“. Diskursiivset identiteeti nähakse „meie-nemad“ suhte konstrueerimise protsessis eristumise-samastumise baasil tekkinuna. „Diskursiivse“ all mõistetakse siin, et identiteet on sotsiaalne konstruktsioon, mida luuakse pidevalt diskursiivsetes praktikates. Diskursiivne identiteet tähendab esiteks võimet vastanduda välistele mõjudele ja neid blokeerida ja teiseks võimet samastuda ning astuda dialoogi „teisega“. Diskursiivse identiteedi normaalne toimimine eeldab tasakaalu samastumise ja eristumise protsesside vahel. Kui mõni nendest funktsioonidest on häiritud järgneb vastureaktsioon assimilatsiooni või vastandumise näol. Vetiku hinnangul on Euroopa integreerumise näol tegemist protsessiga, kus diskursiivse identiteedi normaalne tasakaal on häiritud erinevatel objektiivsetel ja subjektiivsetel põhjustel.

Põhiprobleem seisneb Vetiku arvates selles, et Eesti (ja teised uued liikmesriigid) on arengus maha jäänud ja selle tulemusena majanduslikult, sotsiaalselt ja poliitiliselt tunduvalt nõrgemad kui vanad liikmesriigid. Seetõttu on paratamatu, et polariseerumine kui diskursiivse identiteedi oluline element on liitumisprotsessi ja jätkuva eurointegratsiooni tingimustest alla surutud, mis tähendab, et eurointegratsioon jääb ühepoolseks monoloogiks, samas kui identiteedi seisukohalt oleks oluline saavutada dialoogi olukord. Tulemuseks on identiteediprobleemid, mis tekitavad alaväärsuskomplekse, millest ülesaamiseks kasutatakse

kahte strateegiat – assimilatsioon või vastandumine. Eestlaste euroskeptitsismi saab seega põhjendada viimase strateegia kasutamisega. Eesti juhtumi puhul on selgelt näha, kuidas ülevalt poolt peale sunnitud samastumine „teisega” tekitab hoopis tugeva vastandumise isegi kui enamus inimesi nõustub, et pragmaatiliselt seisukohalt toob Euroopa Liit majanduslikult ja poliitiliselt kasu. Lisaks võib öelda, et Eesti eliidi Euroopa Liidu diskursus on pigem aidanud kaasa diskursiivse identiteedi tasakaalutusele kui seda vähendanud. Nimelt eliidi diskursuses domineerib samastumine „teisega”, mis jätab kõrvale olulised sissepoole suunatud küsimused nagu „meie” unikaalsus ja liitumise dialoogiline olemus. Sellise identiteedi konstrueerimise tulemuseks on usaldamatus nii Euroopa Liidu kui eliidi suhtes. Selle usaldamatuse märgiks võib Vetiku hinnangul pidada ka äärmiselt madalat valimisaktiivsust Eesti esimestel europarlamenti valimistel juunis 2004.

Lähtuvalt eelnevalt välja toodud kolmest olulisest diskursiivsest dimensioonist suhtumises Euroopa Liitu, milleks on praktiline, identiteedi ning võimu dimensioon pakub Lauristin (2004) välja mudeli auditooriumi Euroopa avalikkuses osalemise ressursside kirjeldamiseks. Auditooriumi võimalikku osalust Euroopa avalikkuses kirjeldavad kolm olulist aspekti – avalikkuse usaldus EL ja kodumaiste institutsioonide vastu (võimu dimensioon), juurdepääs majanduslikele, sotsiaalsetele ning kultuurilistele ressurssidele (praktiline dimensioon) ning huvi teiste maade vastu ja kultuuriline avatus (identiteedi dimensioon). Auditooriumid, kellel on kõrgem usalduse tase institutsioonide vastu ning paremad ressursid, on positiivsemad Euroopa Liidu suhtes ning eeldatavalt valmis osalemiseks Euroopa avalikkuses ka vertikaalsest või elitaarsest perspektiivist. Selline auditoorium on ka rohkem huvitunud majandusest ning võimeline nägema isiklikku kasu ja kahju abstraktsete bürokraatlike konstruktsioonide taga. Auditooriumid, kelle usaldus institutsioonide vastu on madalam ning samas kultuuriline identiteet tugevam, võivad suhtuda negatiivselt Euroopa Liidu teemade vertikaalsesse dimensiooni, kuid olla vastuvõtlikud skandaalsetele teemadele. Kultuuriliselt avatud, kuid poliitiliselt vähem aktiivsed auditooriumid võivad olla vastuvõtlikud pehmetele teemadele nagu näiteks Eurovisiooni lauluvõistlus, uudised üleujutustest Euroopas ja dokumentaalfilmid.

Eurobaromeetri uuringud (EB 65.2) näitavad, et Eesti kodanike jaoks on kõige olulisem infoallikas Euroopa Liitu puudutavatel teemadel meedia, seejuures ülekaalukalt on kõige olulisem televisioon (70%), millele järgnevad raadio (41%), päevalehed (40%) ja internet (36%). Infoallikana mainitakse harvem vestlusi sugulaste, sõprade ja töökaaslastega (25%)

ning ametlikumaid infokanaleid nagu infolehed (12%) ja infoliinid (1%). Võrreldes Euroopa keskmisega on Eesti inimeste jaoks olulisemal kohal raadio ja internet. Internet on infoallikana eriti oluline 15-24 aastaste vanuserühmale, kes mainivad seda võrdväärselt televisiooniga (62%). Euroopa Liidust väidab end mitte huvitatud olema 12 % vastajatest, seejuures on nende hulgas keskmisest enam naisi, üle 54-aastaseid, väheharitudid ja maaelanikke. Televisiooni puhul leiavad 64% kodanikest, et Euroopa Liidust räägitakse seal piisavalt ning umbes veerand leiab, et infot jääb väheseks, raadio puhul on vastavad näitajaid 54% ja 22% ning trükiajakirjanduse puhul 63% ja 16%. Keskmiselt enam rahulolematust info piisavusega televisioonis on 40-54 aastaste ja töötute seas.

Pisut varasem Eurobaromeetri uuring sügisest 2005 (EB 64.2) näitab, et Eesti inimesed ei ole Euroopa Liidust siiski kuigi teadlikud. Uuring tõdeb, et kuigi Euroopa Liidu alase info osakaal on aja jooksul kasvanud ja erinevad võimalused infot saada on suurenenud, ei tähenda see seda, et kõik inimesed tunnetaksid vajadust vastavasisulist infot saada. Pooled Eesti kodanikest leiavad, et nad vajaksid Euroopa Liidu kohta rohkem infot, sarnased arvamused on ka Euroopa Liidus keskmiselt. Olemasolevaga on rahul 36% kodanikest ning neid kes leiavad, et nad vajavad oluliselt rohkem informatsiooni on 11%. Kõige enam soovitakse infot oma õiguste kohta Euroopa Liidu kodanikuna (56%), huvi pakuvad ka tervishoiu- ja sotsiaalpoliitika ning tööhõivepoliitika, samuti hariduse ja koolitusega seotud teemad. Euroopa keskmisest enam huvitab Eesti inimesi ka euroga seonduv. Oluliselt vähem kui Euroopa keskmine tunnevad eestlased huvi EL institutsioonide toimimise vastu (19% Eestis, 29% Euroopas).

1.5 Probleemi seade – kuidas uurida Eesti avalikkuse euroopastumist

Järgnevas osas on esitatud kommentaarid Euroopa avaliku sfääri teoreetilistele käsitlustele, mis on olulised käesoleva magistritöö empiirilise konstruktsiooni seisukohalt. Samuti määratletakse käesoleva magistritöö empiiriliste uuringute ulatus ja objektid Euroopa Liidu kommunikatsiooni probleemistiku üldises kontekstis, mis on palju laiem kui siin käsitlemist leiab.

1.5.1 Kommentaarid teoreetilistele käsitlustele

Kasutades mõisteid Euroopa avalik sfäär, Euroopa avalikkus või avaliku sfääri euroopastumine peavad erinevad teoreetilised käsitlused silmas mõnevõrra erinevaid nähtusi, mis on töö autori hinnangul siiski ühe ja sama loo olulised elemendid, mida siin töös kasutatakse samatähenduslikena, kuivõrd avaliku sfääri või avalikkuse euroopastumist võib mõista kui üht võimalikku viisi Euroopa avalikkuse tekkimiseks, mis eelkõige väljendab meedia kui avaliku ruumi teatud omadusi. Käesolev magistritöö lähtub Niemineni (2006) eeskujul avaliku sfääri tasemete erisusest – ühelt poolt võib rääkida klassikalisest ratsionaalsest avalikkusest ning vaielda, kas selle rahvusülene vorm saab lähtuda rahvuslikest avalikest sfääridest ja rahvuslikest meediatest või mitte; teiselt poolt viitavad mitmed autorid avalikkuse nõ pehmemale vormile, mis põhineb jagatud sotsiaalsetel kujutlustel, mille põhjal saavad tekkida teatud kujuteldavad kogukonnad, kes jagavad sarnaseid emotsioone ja väärtusi, kuid ei pruugi soovida millegi üle arutleda või midagi otsustada nagu on eesmärgiks ratsionaalse avalikkuse puhul. Kolmandaks võib siia lisada „üle Euroopalised arvamused”, mille raames tekib reaalne avalik arvamus teatud kogu Euroopat hõlmavatel kultuuri ja rahvusriigi ülestel teemadel. Selliste arvamused näidetena võib viimastest aegadest välja tuua linnugripi ja Muhamedi karikatuuri loo. Meedial on kõigis nendes vormides kahtlemata erinevad rollid nii funktsioonidelt kui olulisuselt, kuid seejuures ei tohi ära unustada meediast väljaspool eksisteerivaid ja toimivaid rahvusüleseid avalikke sfääre. Sellised ratsionaalse avalikkuse vormid on peamiselt üle-Euroopalised professionaalsed ja huvipõhised võrgustikud, mis oma iseloomult on elitaarsed – akadeemikud, majandus- ja finantsringkonnad, kultuuriinimesed, kelle koostöö edeneb ja süveneb muuhulgas tänu Euroopa Liidu seaduste integreerivale toimele.

Lähtudes Taylori (2004) sotsiaalse kujutluse kontseptsioonist ja mõistes sealjuures avalikkust, sh Euroopa avalikkust kui teatud sotsiaalse kujutluse vormi on võimalik eemaldada suure osa teoreetiliste käsitluste fiktsioonist vajalike struktuuride puudumise üle, kui Euroopa avaliku sfääri esile kerkimist oluliselt piiravast tegurist. Selline lähenemine peab olulisemaks, *mida* (Euroopa) avalik sfäär teeb mitte, *kus* parasjagu see avalik sfäär asub. Keskendudes avaliku sfääri funktsioonidele, selle asemel, et otsida taga struktuure, kus need funktsioonid toimida saaksid, on Calhouni (2003) eeskujul võimalik mõista, et rahvusülene meediasüsteem ja identiteet ei pea eelnema avalikule sfäärile, vaid avaliku sfääri protsessides sama hästi luuakse uusi kommunikatsiooni struktuure, identiteeti ja ühist kultuuri – struktuuridest olulisem on

sotsiaalsed kujutlused, mis võimaldavad astuda vastastikku tähenduslikku diskursiivsesse suhtesse. Antud töö seisukohalt on mõistlik vaadelda sotsiaalsetel kujutlustel põhinevaid pehmeid avalikkuse vorme latentsete avalike sfääradena, mis olulise teema üles kerkimisel on võimelised aktiveeruma ja toimima ratsionaalse kriitilise avaliku sfäärina selle klassikalises mõistes, jättes hetkel lahtiseks sellise arutelu võimaliku areeni Euroopa tasandil.

Euroopa avalikkus ei saa olla kunstlikult loodud meedia-avalikkus, vaid tõeline alt-üles protsessi tulemusena sündinud kommunikatiivne kogukond. Inimene väljub oma privaatsfäärist ja astub interaktsiooni teistega, sest tal on neilt midagi vaja – ühise huvi aluseks on vajadus, seega tuleb otsida neid sotsiaalseid situatsioone, milles sellised individuaalsed vajadused väljenduvad – samad meediavälised professionaalsed võrgustikud põhinevad näiteks ühistel vajadustel ja huvidel, mis on kommunikatsiooni aluseks. Teoreetilised käsitlused räägivad rahvusliku avaliku sfääri ja Euroopa avaliku sfääri tasandist, kuid sotsiaalsetel kujutlustel põhinevate kogukondade kontseptsioonist lähtudes on oluline teadvustada ka nende kahe tasandi vahele jäävaid võimalikke regionaalseid avalikke sfääre, mis põhinevad peamiselt geograafilisel ja kultuurilisel lähedusel. Eesti jaoks võiks kommunikatsiooni avardamise seisukohalt olla olulise tähtsusega näiteks Euroopa Põhja-Balti dimensioon, kus Eesti inimestel on muuhulgas rohkem isiklike ja tööalaseid kontakte ning sidemeid. Samuti võib täheldada meedias teatud teemade esile kerkimist, mis puudutavad eelkõige teatud Euroopa piirkondi – heaks näiteks siin on Vene-Saksa gaasijuhe, mille kohta on midagi öelda eelkõige Läänemere äärsetel riikidel.

Teadvustades meediavälise võrgustike ning sotsiaalsete kujutluste olulisust Euroopa avalikkuse kujunemisel, tuleb siiski tähelepanu pöörata ka meedia tasandile. Meedia on samuti sotsiaalsete kujutluste kandja, nende loomise ja taastootmise meedium. Lisaks ei ole meedia ainult impersonaalne süsteem, vaid ka selles süsteemis igapäevaselt töötavad persoonid – ajakirjanikud, kes on samuti sotsiaalsete kujutluste kandjad ja läbi oma töö neid ka meediasisus väljendavad ja tõlgendavad. Rääkides Euroopa avalikust sfäärist meedia kontekstis on ilmselt korrektsem rääkida rahvusliku meedia euroopastumisest nii nagu seda käsitleb Koopmans (2004), st läbi suurenenud tähelepanu rahvusülestele kommunikatiivsetele sidemetele, mistõttu on Euroopa avalikkuse või siis avaliku sfääri euroopastumise kontekstis oluline pöörata tähelepanu ka meediasisule. Senistest teoreetilistest käsitlustest torkab ühe olulise aspektina silma, et rohkem kui Euroopa Liidu teemade kajastamise hulka ajakirjanduses, peetakse oluliseks nende teemade kajastamise laadi. Olulisemal kohal on

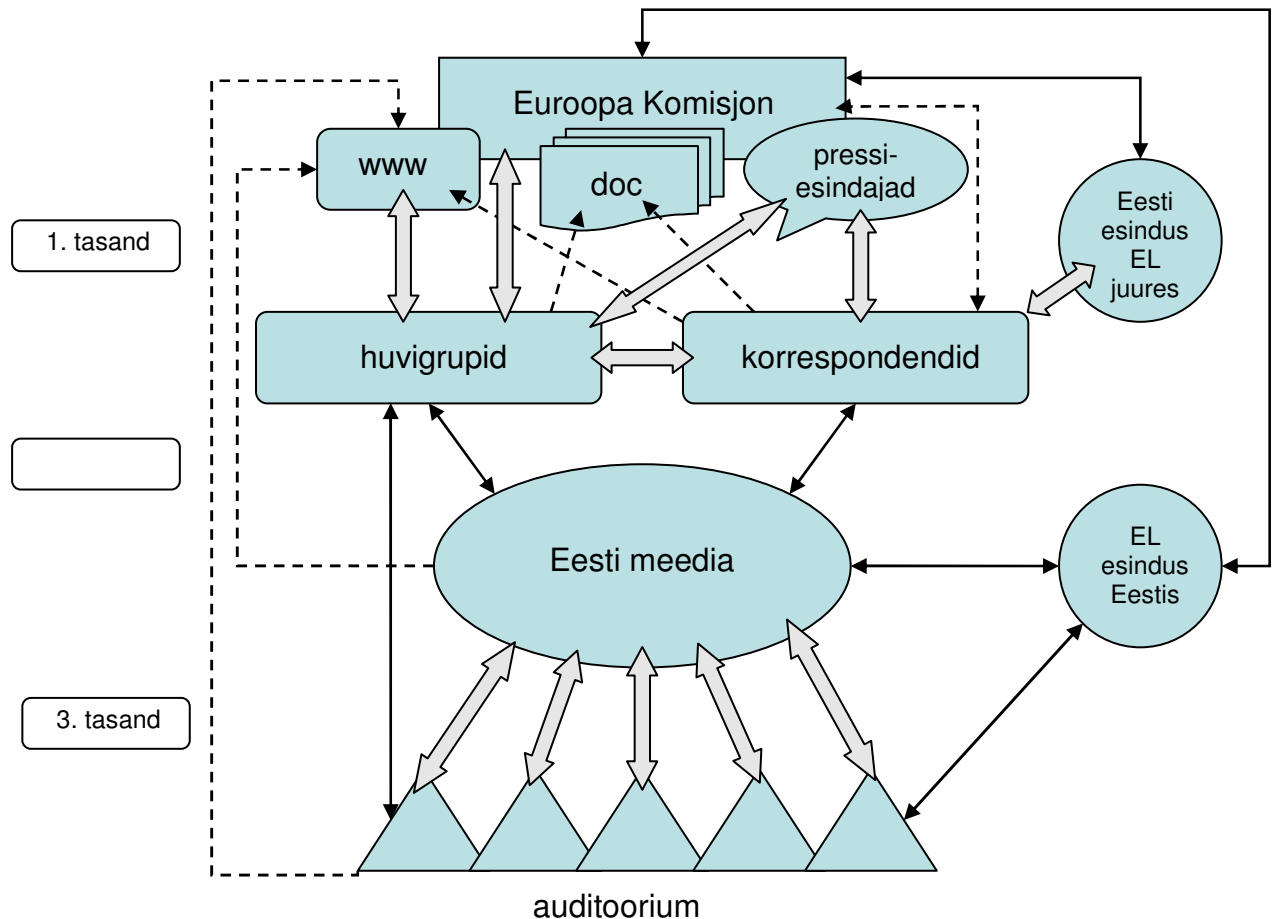
olnud *kuidas?* mitte *kui palju?* ning leitud, et tõepoolest meedia ei pööra Euroopa teemadele nii palju tähelepanu kui võiks, kuid teemasid käsitletakse kasutades sarnaseid raamistikke, mis viivad sarnaste tõlgendusteni erinevates rahvuslikes sfäärides samade Euroopa teemade osas. Siit lähtuvalt tekib küsimus – kas selline lähenemine on piisav analüüsimumaks Euroopa dimensiooni olulisust rahvusliku avaliku sfääri kontekstis? Kas on võimalik rääkida avalikkuse euroopastumisest puhtalt kajastuse laadi põhjal jättes olulisel määral kõrvale selle kajastuse hulga? Esmajärjekorras on autori arvates oluline, kui palju Euroopa Liidu teemadega meedia tegeleb, ning alles siis saab vaadelda seda, kuidas meedia seda teeb – kas uudiste modaalsus on negatiivne või positiivne, milliseid ühiseid väärtusi meediatekstid kannavad ja milliseid tõlgendusi antakse erinevatele teemadele võrreldes teiste liikmesriikidega. Ei ole võimalik rääkida avalikkuse euroopastumisest, kui Euroopa Liiduga seotud teemade kajastuse hulk meedias juhtub olema sedavõrd marginaalne, et Euroopa Liitu ei saa pidada kohaliku rahvusliku meedia jaoks oluliseks temaks. Selleks, et saaks rääkida avalikkuse euroopastumisest ja Euroopa Liidu legitiimsuse saavutamisest läbi rahvusliku meedia, peaksid Euroopa Liidu teemad olema meedias nähtavad.

Olemasolevad teoreetilised käsitlused ei puuduta otseselt auditooriumi küsimust ning täiesti puudub vastav analüüs praegustest empiirilistest tulemustest, mis keskenduvad meediasisule. Kaudne viide auditooriumile on seoses demokraatia defitsiidi käsitlusega – räägitakse sellest, et Euroopa Liidul puudub valijaskond ehk *demos* klassikalises mõistes, nii nagu on valijaskond rahvusriigil. Kriitiline kodanik, kes meedias toimuva arutelu põhjal teeb oma otsuseid on temaatikas küll kesksel kohal, kuid puudub sisuline arutelu, kas ja kes need kodanikud on, kes Euroopa Liidu teemade suhtes oma arvamusi kujundavad. Meediasisul on teatud hulk tarbijaid, kes sellele mingil moel reageerivad ja keda see mingil moel mõjutab. Ajakirjandus, erinevad väljaanded kirjutavad oma lugejatele, auditooriumile, tarbijatele, sellest, mis nad arvavad, et on nende jaoks oluline ja huvitav. Meedia funktsiooniks võib pidada ühiskonna jaoks oluliste teemade leidmist ja üles tõstmist, aga arutelu teatud teema üle ja avalik arvamus teema kohta saab kujuneda ikkagi ainult siis, kui on olemas huvitunud auditoorium, kes peab antud teemat enda jaoks oluliseks. Auditooriumi teoreetilise ja empiirilise käsitluse lähtekohaks Euroopa kujuneva avalikkuse kontekstis sobib hästi sotsiaalse kujutluse kontseptsioon, mida on võimalik mõista kui konkreetsete inimgruppide unikaalset ressursi Euroopa avalikus sfääris osalemiseks, mis hõlmab muuhulgas ka inimeste isikliku sotsiaalse ja kultuurilise ruumi avardumist ja/või euroopastumist. Seega võib arvata, et auditooriumi eeldusi Euroopa avalikkuses osalemiseks on võimalik kirjeldada läbi rea

poliitilist osalust, sotsiaalset ruumi ja kultuurilist kapitali hõlmavate tunnuste, mis kõik võiksid väljendada teatud sotsiaalsete kujutluste olemasolu, mis on määrava tähtsusega rahvusülestes kommunikatiivsetes sfäärides osalemiseks.

1.5.2 Kontseptuaalne mudel Eesti avalikkuse euroopastumise uurimiseks

Olulised teemad Eesti avalikkuse euroopastumise empiiriliseks uurimiseks on seega nii meedia kui ka auditoorium. Sellega seotud teemadering on aga palju laiem kui käesolevas töös käsitleda võimalik. Antud uurimuse objekti paremaks määratlemiseks olgu siinkohal ära toodud joonis Euroopa Liidu ja Eesti vahelistest kommunikatiivsetest sidemetest (Lauristin 2007).



Joonis 3. Euroopa Liidu 3-astmeline kommunikatsioonimudel.

Joonis 3 kirjeldab Euroopa Liidu kolmetasandilise kommunikatsiooni mudelit – esimene tasand tekib Euroopa Komisjoni kommunikatsioonipraktikatest, mis on esmajoones suunatud

Brüsseli korrespondentidele ja erinevatele huvigruppidele; teine tasand moodustub Brüsseli korrespondentide ja nende allikate infovõrgustikust, mille ülesanne on vahendada ja tõlgendada Euroopa Komisjoni kommunikatsiooni rahvuslikele meediatele; ning kolmas tasand on rahvusliku meedia ja erinevate auditooriumite vahelised suhted. Käesoleva töö analüüsist jääb täielikult välja Euroopa Liidu institutsionaalse kommunikatsiooni analüüs ning Brüsseli korrespondentide ja Euroopa Komisjoni vahelised suhted. Samuti jäävad kõrvale huvigrupid, aga ka Eesti esindus Brüsselis ja Euroopa Komisjoni esindus Eestis, mis on samuti kõik olulised subjektid kogu Euroopa Liidu kommunikatsiooni temaatika kontekstis. Järgnevas analüüsis on vaatluse objektiks kolmeastmelise kommunikatsioonimudeli kolmas tasand ehk eelkõige rahvuslik meedia ja auditoorium ning nende vaheline suhe. Selle töö raames on tähelepanu eelkõige Eesti korrespondentidel ja jäetakse laiemalt kõrvale kõikide Euroopa Liidu riikide Brüsseli korrespondendid kui teatud omaette kommunikatiivne kogukond, mistõttu on mõistlik Eesti korrespondente vaadelda osana rahvuslikust meediast, kelle ülesanne on kodusele meediale Euroopa Liitu vahendada ja tõlgendada.

Teoriast võime leida järgmised eeldused, mis on käesoleva töö empiirilise konstruktsiooni seisukohalt olulised:

- Avalikkuse euroopastumise märgiks on meedia kasvanud tähelepanu Euroopa Liidu teemadele (Koopmans 2004).
- Oluline osa Euroopa avalikkuse kujunemisel on sotsiaalsetel kujutlustel, mida ühtlasi luuakse ja taastoodetakse avalikus kommunikatsioonis (Taylor 2004, Calhoun 2003).
- Maailm muutub järjest keerulisemaks, mistõttu on vaja vahendajaid ehk ajakirjanikke, kes suudavad laiemale auditooriumile teemasid ja nähtusi tõlgendada, sellised tõlgendused on võimalikud läbi sotsiaalsete kujutluste (Nieminen 2006).
- Avaliku sfääri toimimine sõltub mitte ainult meediast, vaid ka kodanike kommunikatiivsest tegevusest ning ressurssidest teatud informatsioonist aru saada ja seda omakorda tõlgendada (Lingenberg 2006).

Järelikult tuleb empiiriliselt vaadelda kolme objekti ning nende omavahelisi suhteid:

- Meediasisu – milline on Eesti meedia Euroopa Liidu temaline meediakajastus? Kas, kui palju ja millistest teemadest kirjutatakse?

- Ajakirjanikud – milline on ajakirjanike refleksioon Euroopa Liidu teemade käsitlemisele meedias? Milline on ajakirjanike refleksioon Euroopa avalikkuse võimalikkusest? Milline on ajakirjanike kujutus auditooriumist ja hinnang auditooriumi huvile Euroopa Liidu teemade osas?
- Auditoorium – milline on auditooriumi huvi Euroopa Liidu teemade vastu? Millised on auditooriumi ressursid osalemaks võimalikus Euroopa avalikkuses?

Selline konstruktsioon eeldab, et kõik need kolm aspekti on omavahel seotud ja mõjutavad üksteist – ajakirjanike kujutlused Euroopa Liidu teemade olulisusest ja auditooriumi huvist mõjutavad meediasisu, meediasisu omakorda mõjutab auditooriumi teadlikkust ja huvi ning vastupidi.

II MEETOD

Käesolev magistritöö põhineb suures osas empiirilistel uuringutel, mis viidi töö autori osalusel läbi rahvusvahelise uurimisprojekti “Adequate information management in Europe” ehk AIM raames aastatel 2005-2006. AIM projekti eesmärgiks oli analüüsida Euroopa Liidu meediakajastuse kujunemist ning seda mõjutavaid tegureid, sealhulgas erinevate Euroopa riikide ajakirjanduskultuure- ja praktikaid Euroopa Liidu uudiste käsitlemisel ning samuti Euroopa Liidu kommunikatsioonipoliitikat. Uuringute raames keskenduti konkreetsemalt järgmistele aspektidele:

- 1) Euroopa Liiduga seonduvate uudiste kajastamine Euroopa riikide meediakanalites – märtsis 2005 viidi projekti raames läbi meedia sisuanalüüs, mis leiab käsitlemist käesolevas magistritöös
- 2) Euroopa riikide ajakirjanduskultuurid ja ajakirjanduspraktikad Euroopa Liidu informatsiooni ja uudiste kajastamisel – kevadel ja sügisel 2005 viidi läbi rida kvalitatiivseid süvaintervjuusid kohalike ajakirjanikega ning nende intervjuude auditooriumi ja Euroopa avalikkust puudutav osa leiab käsitlemist käesolevas magistritöös
- 3) Brüsselis töötavate Euroopa korrespondentide roll Euroopa Liidu meediakajastuse kujunemises – kevadel 2006 viidi läbi kvalitatiivsed süvaintervjuud Brüsselis töötavate korrespondentidega, mille auditooriumi ja Euroopa avalikkust puudutav osa leiab käsitlemist käesolevas magistritöös
- 4) Euroopa Liidu kommunikatsioonipoliitika ja Euroopa Komisjoni suhtlus ajakirjandusega – kevadel 2006 viidi läbi intervjuud Euroopa Komisjoni pressiesindajatega, Euroopa Komisjoni esindusega Eestis ja Eesti esindusega Euroopa Liidu juures, mille tulemused siin kajastamist ei leia, kuna põhieesmärk on kirjeldada rahvusliku meedia ja auditooriumi vahelist suhet.

AIM projektis osales 11 Euroopa riiki: Belgia, Eesti, Iirimaa, Itaalia, Leedu, Norra, Prantsusmaa, Rumeenia, Saksamaa, Soome ja Suurbritannia. Eestist oli uurimisprojektis esindatud Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond professor Marju Lauristini juhtimisel, töörühma kuulusid veel professor Peeter Vihalemm, Mart Raudsaar, Piia Tammpuu ja käesoleva töö autor. Töö autori rolliks käesolevas töös kajastuvate empiiriliste uuringute läbi viimisel oli meedia sisuanalüüsi teostamine ja raportiks vormistamine, ajakirjanike intervjuude osaline ja korrespondentide intervjuude täielik läbi viimine, samuti

osalemine analüüsis, seejuures uuringu raporti ajakirjanikke ja korrespondente puudutavad osad vormistas Piia Tammpuu. Täpsemat infot projekti eesmärkide, tulemuste ja osalejate kohta leiab internetis aadressil aim-project.net.

2.1 Meedia sisuanalüüs

Sisuanalüüsi eesmärgiks oli rekonstrueerida Euroopa Liidu temade esinemine rahvuslikus uudisruumis, mille tulemusena peaks selguma, kas ja millised teemad jõuavad meediaväljundisse. Sisuanalüüsi perioodiks valiti 07-27.märts 2005, sellesse perioodi jäi ka Euroopa Liidu tippkohtumine, millega eeldatavalt peaks kaasnema kõrgenenud meediakajastus kõigis liikmesriikides, mis annab hea võrdlusmomendi. Euroopa Liidu uudise definitsiooniks antud sisuanalüüsi raames oli otsene viide Euroopa Liidule või mõnele Euroopa Liidu institutsioonile. Analüüsitava kanalite valikule esitati nii kvalitatiivseid kui kvantitatiivseid kriteeriume. Kokkuvõtvalt on kriteeriumid ära toodud all järgnevas tabelis 1:

	Kvalitatiivne kriteerium	Kvantitatiivne kriteerium
Ajalehed	1. üle-eestiline päevaleht 2. kohalik päevaleht 3. populaarne päevaleht/tabloid	suurim lugejaskond
Telesaated	enimvaadatud uudistesaadet: 1. avalik-õiguslik kanal 2. kommertskanal	suurim vaatajaskond

Tabel 1. Kontentanalüüsi kanalite valiku kriteeriumid.

Nende kriteeriumite põhjal valiti Eestis analüüsitava kanaliteks Postimees, SL Õhtuleht, Pärnu Postimees, ETV „Aktuaalne Kaamera” ja TV3 „Seitsmesed uudised”. Algselt oli valimis ka BNS, mis on käesoleva töö raames välja jäetud, kuna uudisteagentuur jõuab piiratud hulga klientideni, kelleks on peamiselt teised meediaväljaanded ning muud ettevõtted, mitte aga laiema auditooriumini.

Postimees oli sisuanalüüsi läbiviimise ajal suurima turuosaga kvaliteetleht, veebruaris 2005 oli lehe tiraaž 62 400. Päevalehtedest oli suurem tiraaž ainult SL Õhtulehel (66 100), mida võib pidada suurimaks populaarseks päevaleheks ehk tabloidiks. Nii Postimees kui SL Õhtuleht ilmuvad kuus korda nädalas. 2004. aasta III kvartalis oli Postimehel 221 000 lugejat ning SL Õhtulehel 272 000 lugejat, mis tähendab, et need olid Eesti suurima lugejaskonnaga

ajalehed ning ainsad mille lugejaskond ületab 200 000 piiri (TNS Emor Eesti Meediauuring (EMU), <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1290>).

ETV kui avalik-õigusliku telekanali osakaal kogu vaatamisajast oli märtsis 2005 17,6% ning TV3 kui vaadatuima kommertskanali osakaal 23,6% (võrreldes Kanal 2 19,1%). ETV uudistesaaade Aktuaalne Kaamera on eetris igal õhtul kell 21 ning see oli märtsis 2005 Eesti populaarseim uudistesaaade 195 000 vaatajaga (14,9%), olles seega üldse populaarsuselt kuues telesaade. TV3 uudistesaadet Seitsmesed Uudised, mis on eetris iga päev kell 19, vaatas 144 000 inimest ehk 11% (TNS EMOR, Teleauditooriumi Mõõdikuuring, 1.03.-31.03.2005, <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1331>).

Sisuanalüüsi tulemuste hindamisel tuleb kindlasti tähelepanu pöörata kahele aspektile. Esiteks, tegemist on vaid kolme nädala pikkuse perioodiga, mis ei ole kaugeltki piisav üldiste trendide hindamiseks meediakajastuses. Lühikese perioodi puhul on tõenäolisem, et meediakajastuse iseloomu mõjutab oluliselt mõne muu sündmuse mõju, mis võib Euroopa Liidu temade kajastust nii varjutada ja vähendada kui ka võimendada rohkem kui antud meediaruumile harilikult omane. Teiseks tuleb silmas pidada, et tegemist on osaga võrdlevast sisuanalüüsist, mis tähendab, et kasutatud koodid pidid olema võrdlemisi universaalsed, et neid oleks võimalik rakendada 11 erinevas meediaruumis, mis teatud määral vähendab koodide tundlikust võimalike ainult Eestile omaste eripärade suhtes. Siiski on võimalik antud sisuanalüüsi raames saada esmane ülevaade Euroopa Liidu kajastusest Eesti meedias. Tugevuseks on kindlasti nii tele- kui trükimeedia kaasamine, samuti erineva suunitlusega kanalite kaasamine.

2.2 Ajakirjanike ja Brüsseli korrespondentide intervjuud

Käesoleva töö seisukohalt on ajakirjanike ja korrespondentide kvalitatiivsete süvaintervjuude eesmärk saada aimu meedia sisemise toimimise loogikatest, eelkõige on tähelepanu all ajakirjanike tõlgendused Euroopa Liidu temade olulisusest, auditooriumi olemusest ja huvist, aga ka Euroopa avalikkuse võimalikkusest. Nimetatud tõlgendused võiksid anda esmase pildi ajakirjanike sotsiaalsetest kujutlustest läbi mille toimub Euroopa Liidu temade interpretatsioon laiemale auditooriumile. Tegemist taas kord võrdleva uuringu ühe osaga, mistõttu intervjuude materjal sisaldab huvitavat informatsiooni terve rea teiste temade kohta,

sh toimetuste tööprotsessid, allikad, uudiste valik jpm, mis käesolevast tööst välja jäävad. Tervikliku ajakirjanike intervjuude analüüsi leiab AIM projekti raportist (Tammpuu & Pullerits 2006). Teiste riikide sarnased raportid leiab vastavast kogumikust (AIM 2006).

Intervjueeritavate valimisse kuulusid kõigi Eesti suuremate väljaannete peatoimetajad ja välisuudiste toimetajad, kuna suures osas on Euroopa Liit ka välisuudiste teema. Aprillis ja augustis 2005 intervjueeriti järgmiseid ajakirjanikke:

Merit Kopli, Postimees – peatoimetaja

Erkki Bahovski, Postimees – välistoimetuse juhataja

Urmet Kook, Eesti Päevaleht – peatoimetaja

Kaivo Kopli, Eesti Päevaleht – välistoimetuse juhataja

Urmas Soonvald, SL Õhtuleht – peatoimetaja asetäitja

Aadu Hiitam, SL Õhtuleht – välisuudiste toimetaja

Aarne Rannamäe, ETV – välistoimetuse juht, saatejuht

Helle Tiikmaa, ETV – välistoimetuse toimetaja-saatejuht

Lauri Hussar, TV3 – uudiste peatoimetaja

Tarmo Maiberg, TV3 – välisuudiste toimetaja

Anvar Samost, BNS – peatoimetaja

Aivar Valdre, BNS – välisuudiste peatoimetaja

Hannes Kuusma, Pärnu Postimees – peatoimetaja

Teet Roosaar, Pärnu Postimees – uudistetoimetuse juhataja

Intervjuusid viisid läbi lisaks töö autorile Piia Tammpuu, Arko Olesk ja Allan Adojaan. Kõik intervjuud lindistati (v.a Urmet Kook, kes vastas küsimustele e-maili teel) ning nendest tehti kirjalikud kokkuvõtted, mida kasutati edasises analüüsis.

Täiendavalt viidi läbi intervjuud mõlema Brüsselis töötava Eesti korrespondendiga – Indrek Treufeldtiga, kes on ETV korrespondent ja Ahto Lobjakaga, kes on Eesti Päevalehe vabakutseline kaastöötaja. Ahto Lobjakas teeb kaastööd ka raadiotele Vaba Euroopa, mis on tema põhiülesanne. Ahto Lobjakat intervjueeris töö autor märtsis 2006 Brüsselis, Indrek Treufeldt vastas küsimustele kirjalikult aprillis 2006. Korrespondentide intervjuukava erines koduste ajakirjanike intervjuukavast, kuid hõlmas üldjoontes samasid teemasid. Laiemalt käsitlevad intervjuud ka Brüsseli uudisruumi ja tööprotsesside eripärasid, mida käesolevas

töös ei analüüsita. Antud töö raames on ka siin tähelepanu alla peamiselt auditooriumi ja Euroopa avalikkusega seotud tõlgendused. Tervikliku korrespondentide intervjuude analüüsi leiab AIM projekti raportist (Tammpuu & Pullerits 2007).

Käesoleva magistr töö intervjuude analüüs võrdleb muuhulgas Eesti ajakirjanike ja korrespondentide intervjuude tulemusi AIM projekti raames välja töötatud võrdleva analüüsi raamistikuga, mis vaatleb ajakirjanikke kui olulisi sotsiaalse kujutluse kandjaid, kelle arusaamad Euroopa Liidu uudistega seotud teemadest informeerivad ja mõjutavad olulisel määral nende tööd (Heikkilä & Kunelius 2006). Võrreldes, kuidas ajakirjanikud tajuvad uudiste asukohta, kuidas nad defineerivad oma rolli suhtes auditooriumiga ning kuidas saavad aru Euroopa Liidu kommunikatsioonist laiemalt, on võimalik välja tuua kolm eristuvat professionaalset diskursust – klassikaline professionalism, sekulaarne diskursus ja kosmopoliitne diskursus (ibid.). Tabel 2 võtab kokku erinevatele diskursustele iseloomulikud jooned:

Teema	Klassikaline professionalism	Sekulaarne diskursus	Kosmopoliitne diskursus
Kontekst	Rahvusriik, poliitika	Igapäevane elu, tähendused	Rahvusvaheline poliitika
Uudise raamistik	Rahvuslik huvi	Utilitaarsus, nauding, vastavus avalikule arvamusele	Teiste mõistmine, tuleviku orientatsioon
Ajakirjaniku suhe auditooriumiga	Vaatelaja, neutraalne vahendaja, kriitiline kommentaator	Konsultant, „kella lööja”	Ekspert, maailmakodanik
Kujutletud lugeja	Informeeritud kodanik, rahvuslik kogukond	Tarbija, mitte-poliitiline	Multikultuursed, haritud eliidid
Euroopa Liidu poliitilised probleemid	Efektiivsuse ja populaarsuse puudumine	EL poliitikate ja nende mõjude haaramatus	Dünaamilisuse puudumine, suhted kolmandate riikidega
Euroopa Liidu kommunikatsiooni probleemid	Läbipaistvuse puudumine, propaganda	EL eliitide võõrandumine igapäeva elust	Suutmatuse kommunikeerida euroopalikke väärtusi

Tabel 2. Ajakirjanike intervjuudes väljenduvate diskursuste iseloomulikud jooned.

Käesolev analüüs kasutab selle võrdleva analüüsi raamistikku, vaadeldes kas ja millised nendest elementidest esinevad Eesti ajakirjanike intervjuudes. Esiteks pakuvad nimetatud diskursused huvitava raamistiku ning eesmärk on selgitada, kas rahvusvahelised võrdlevad

tulemused Eesti kohta kehtivad. Teiseks on AIM-i võrdlev analüüs üldine ja ei too välja konkreetselt Eesti erinevate väljaannete spetsiifikat, mistõttu oleks huvitav vaadelda ka erinevate Eesti väljaannete paiknemist antud raamistikus. Intervjuude analüüsi aluseks on kokkuvõttev tekstianalüüs, mille abil koondatakse sarnased tekstiosad kategooriatesse.

2.3 Auditooriumi huvi analüüs

Auditooriumi huvi ja ressursside analüüs põhineb Tartu Ülikooli 2005. aastal läbi viidud Mina. Maailm. Meedia kordusuurimuse andmestikul, mille valim koosnes 1495 vastajast ning 2007. aastal läbi viidud Meedia ja valimised andmestikul, mille valim koosnes 807 vastajast.

Mina. Maailm. Meedia 2005 andmestiku põhjal viidi läbi auditooriumi klasteranalüüs. Analüüsi meetodiks valitud klasteranalüüs K-keskmiste meetodil on mitmemõõtmeline kvantitatiivne analüüsitehnika, mida on võimalik kasutada erinevate indiviidide gruppide leidmiseks andmestikus määratud tunnuste alusel. Klasteranalüüs leiab andmetes struktuurid, samas selgitamata, miks sellised struktuurid esinevad (Everitt & Dunn 1997). Käesolevast tööst kasutatakse teoreetilise tüpologia loomist, mis tähendab, et tüüpi moodustavad tunnused on valitud lähtuvalt teoreetilistest eeldustest. Klasteranalüüsi K-keskmiste meetodil kasutatakse suure vaatluste arvu korral, vajalik on eelnevalt määrata klastrite arv.

Klasteranalüüsiks valitud tunnused on kõik uuringu andmestikus sisalduvad koondtunnused ehk indeksid. Indeksid on kõik 5-pallilisel skaalal, kus 5 väljendab tunnuse tugevat esinemist ja 1 väljendab tunnuse nõrka esinemist või ka tunnuse puudumist. Klasteranalüüsi oluliseks eelduseks on seejuures, et kõik kasutatavad tunnused oleksid samasugusel skaalal ja sama tüüpi tunnused. Tunnused on valitud silmas pidades teoreetilisi eeldusi (Lauristin 2004), millised aspektid võiksid mõjutada auditooriumi ressursse osalemaks Euroopa avalikkuses. Tunnused võib oma iseloomult jaotada kolmeks - esiteks, võimu dimensiooni ehk poliitilist osalust ja sotsiaalset kapitali väljendavad tunnused, milleks on üldine poliitikahuvi ja aktiivsus, sellele vastanduv poliitiline apaatia, ükskõiksus, lisaks usaldust väljendavad tunnused nagu üldine usalduslikkus, usaldus meedia vastu ja usaldus riiklike institutsioonide vastu, samuti kodanikeühendustes osalemine; teiseks, sotsiaalset ruumi iseloomustavad tunnused nagu huvi uudiste vastu teistest maadest, isiklik välismaal käimise kogemus ning isiklikud ja vahendatud kontaktid teiste maadega; kolmandaks kultuurilist kapitali ja avatust

väljendavad tunnused nagu keelteoskus, meediapäeva pikkus, informeeritus (vastaja enda hinnang) ning identiteetide paljusus. Identiteetide paljusus on töö autori poolt koostatud indeks, mis arvestab neid rahvuslikke ja territoriaalseid identiteete, mis viitavad samastumisele enda rahvuslikust identiteedist laiemate gruppidega. Seega identiteetide paljususe skaalal saab kõrgema skoori selline indiviid, kes lisaks samastumisele enda rahvusgrupiga märkis ära ka samastumise kõigi Eesti elanikega, põhjamaalastega, eurooplastega ja/või kogu maailmaga. Sobiv klastrite arv leiti katse-eksituse meetodil. Klastrite lõplikuks arvuks jäi neli, kuna kolme klastri puhul tulid selgelt välja küll kaks kõige erinevat klastrit, kui kolmanda klastri struktuur jäi ebaselgeks, viie klastri puhul, aga olid kaks klastrit omavahel väga sarnased, erinedes vaid tunnuste tugevuse poolest vähesel määral.

Meedia ja valimised 2007 andmestikku kasutatakse auditooriumi Euroopa Liidu alase huvi kirjeldamiseks. Kuivõrd uuringu põhirõhk on Riigikogu valimistel, siis sisaldab valim erinevalt Mina. Maailm. Meedia 2005 uuringust ainult Eesti kodakondust omavaid inimesi. Nimetatud andmestik sisaldab küsimust „Kas Teid huvitab saada rohkem informatsiooni Euroopa Liidu kohta?” ning sellele lisaks küsimusi erinevate allikate kohta, kust vastajad on Euroopa Liidu alast infot saanud, mis ongi analüüsi keskmes. Auditooriumi huvi kirjeldamiseks kasutatakse kõigepealt seoseanalüüsi erinevate sotsiaal-demograafiliste ja muude tunnuste lõikes. Seoseanalüüs näitab vaid seose olemasolu, kuid ei ütle midagi selle seose põhjus-tagajärg suuna kohta. Käesolevas töös on seose olemasolu hindamiseks kasutatud hii-ruut statistiku olulisuse väärtust. Võttes arvesse juba klasteranalüüsist tuttavaid erinevaid teoreetilisi dimensioone, mis võiksid olla olulised Euroopa Liidu alase huvi kirjeldamisel on andmestikus sisalduvate teatud tunnuste või nende põhjal moodustatud indeksitega läbi viidud faktoranalüüs peakomponentide meetodil. Faktoranalüüs on mitmemõõtmeline kvantitatiivse analüüsi tehnika, kus suure arvu vaadeldavate tunnuste kovariatsiooni kirjeldatakse väikese arvu uute tunnuste abil, mida nimetatakse faktoriteks (Kim & Mueller 1978). Faktoranalüüsi tarbeks on kõik kasutatavad tunnused eelnevalt ümber kodeeritud sarnastele skaaladele. Esialgne faktorite arv on leitud peakomponentide meetodil arvestades, et omaväärtus on üle ühe. Analüüsi järgmisel etapil on kasutatud Varimax pööramist, samuti proovitud faktorite arvu vähendamist. Faktoranalüüsi üheks oluliseks puuduseks on peetud, et kõik olulised tunnused ei pruugi olla valitud faktoranalüüsis kasutamiseks ega isegi andmestikus sisalduda, seega teeb uurija alati eelnevalt teatud teoreetilise valiku, mis ei pruugi kirjeldada kogu võimalikku tunnuste struktuuri ja nende omavahelisi suhteid (Kim & Mueller 1978).

III TULEMUSED

3.1 Meedia sisuanalüüsi tulemused

Sisuanalüüsiks valitud kolmel nädalal märtsis 2005 domineerisid meedias tugevalt sisepoliitilised teemad, mis võis osaliselt mõjutada antud perioodi tulemusi võrreldes mõne muu sisepoliitiliselt rahulikuma perioodiga. Analüüsi perioodi esimene nädal algas president Rütli otsusega mitte osaleda 9. mai pidustustel Moskvas, mille tulemusena sai alguse aktiivne arutelu Eesti-Vene suhetest laiemalt ja vajadusest selgitada rahvusvahelisele kogukonnale Eesti ajalugu ning presidendi otsuse tagamaid. Esimese nädala lõpuks sai avalikuks tolaegse justiitsministri Ken-Marti Vaheri korruptsioonivastase võitluse kava, mis sattus tõsise kriitika alla ning viis valitsuskriisini, mis lõppes peaministri tagasi astumisega analüüsi perioodi viimastel päevadel. Samas jäi valitud perioodi viimasesse nädalasse ka kevadine Euroopa Ülemkogu, mille toimumisega seoses võinuks eeldada kõrgendatud tähelepanu Euroopa Liidu teemadele ning uudislugusid arutlusele tulevate teemade ja kohtumise tulemuste kohta.

Kokku oli sisuanalüüsi perioodil Eesti meedias 181 uudislugu (Tabel 3), kus otseselt mainiti Euroopa Liitu. Kõige rohkem selliseid uudislugusid leidis Postimehes (38%) ja Pärnu Postimehes (28%). Kokku annavad need kaks väljaannet umbes 2/3 kõikidest kodeeritud uudislugudest. SL Õhtuleht kui teemavalikult pisut teist laadse suunitlusega väljaanne on ebaoluline EL uudiste allikas (13%). Samuti on EL uudiste osakaal oluliselt suurem avalik-õiguslikus telekanalis võrreldes kommertskanaliga – ETV osakaal on ligi kaks korda suurem kui TV3. Keskmiselt oli avalik-õiguslikus telekanalis iga kümnes uudislugu viitega Euroopa Liidule.

Väljaanne	Sagedus	%
Postimees	68	38
Pärnu Postimees	51	28
SL Õhtuleht	23	13
Eesti Televisioon	25	14
TV3	14	7
Kokku	181	100

Tabel 3. Uudislugude arv väljaannetes

Teemad

Algsetest sisukategooriatest oli kõige levinum välissuhete teema, mis moodustas viiendiku kõigist kodeeritud uudislugudest. Teised sagedasemad teemad olid majandus, rahandus (9%) ja Euroopa Liidu laienemine (7%). Põhiseaduslepe ja sellega seotud rahvahääletused, mis kevadel 2005 toimusid, samuti stabiilsus- ja kasvupakt, mis poliitikute jaoks tollel ajal üheks olulisemaks teemaks oli, moodustasid mõlemad vähem kui 3% valimist. Mainimist väärrib ka selliste uudislugude hulk, kus teemavaldkonda ei olnud võimalik üheselt määratleda (9%). Sisukategooriate koondamise tulemusena (Tabel 4) laiemateks teemavaldkondadeks selgus, et kõige enam olid uudislood seotud erinevate majanduslike teemadega, sh eelarve, siseturg jms (39%). Välissuhted moodustasid ligi kolmandiku uudislugudest ja Euroopa Liidu siseasjad 13%. Teised teemad olid vähem olulised.

Kategooria	Sagedus	%
Siseasjad	25	13
Välissuhted	61	31
Majandus, rahandus	77	39
Sotsiaalsfäär	13	7
Areng ja humanitaaria	4	2
Kultuur, teadus	16	8
Kokku	196	100

Tabel 4. Teemade esinemissagedus

Tähelepanu väärrib, et laienemine, mis oli üks algsetest sisukategooriatest silma paistnud teemadest, on ümber kodeeritud Euroopa Liidu siseasjade teemasse, samas kui teema ise leidis käsitus ainult välisuudiste lehekülgedel. Välissuhete alla liigituvad uudised esinesid aga suhteliselt ühtlaselt nii siseuudistes, välisuudistes kui arvamislehekülgedel, majanduse teemaga seotud teemasid esines samuti kõikides rubriikides, kõige enam aga välisuudistes, kohalikes uudistes ja arvamislehekülgedel. Siit tuleb hästi välja Eesti meedia ambivalentsus ja teatud vastuolu Euroopa Liidu teemade käsitlemisel, mis peegeldub ka intervjuudest ajakirjanikega – tihtipeale ei ole toimetuse jaoks päris selge, kas lugu peaks kuuluma välisuudiste või siseuudiste alla. Osalt on siin taga ajaloolised põhjused ja sellest tulenev harjumus – enne liitumist oli Euroopa Liit Eesti jaoks välisuudis. Muutnud olukorras aga ei suudeta veel tajuda, et tänu liikmelisusele on Euroopa Liidu siseasjadest saanud ka Eesti siseasjad ning sellest lähtuvalt ümber orienteeruda ja toimetuse töö protsessid ümber korraldada.

Välissuhete teemalistel uudistel võrdlemisi suur esinemissagedus võrreldes teiste teemadega tuleneb peamiselt kahest konkreetsest sündmusest - Eesti-Vene suhete teema seoses president Rütli otsusega mitte osaleda 9. mai pidustustel Moskvas ja Moldova valimised. Kumbki nendest teemadest ei ole oma olemuselt otseselt seotud Euroopa Liiduga, aga meedia käsitluses on antud nendele teemadele teatud Euroopa perspektiiv, kas võrreldes Eestit ja teisi Euroopa Liidu liikmesriike või viidates Eesti staatusel Euroopa Liidu liikmesriigina. Mis on ja mis ei ole kohane Euroopa Liidu liikmesriigile on oluline raamistik terve rea teemade puhul, mis võib olla iseloomulik uuele liikmesriigile ja avaliku kommunikatsiooni avardumise märk, mis näitab, et me hakkame teadvustama end teiste hulgas. Samuti võib selle aspekti arvele kirjutada suure osa ebaselge teemakategooriaga uudislugudest.

Võrreldes erinevaid väljaandeid teemakategooriate esinemise suhtes (Tabel 5) tuleb välja, et Postimehes, Pärnu Postimehes ja teleuudistest on olulisel kohal majandusega seotud teemad, samas kui SL Õhtulehest on ülekaalus välissuhete teema. Postimehes ja ETV uudistes on ka palju siseasjade teemalisi uudislugusid, samuti on need kanalid kõige mitmekülgsemad teemavaliku poolest.

	Postimees	Pärnu Postimees	SL Õhtuleht	ETV	TV3	Kokku
Siseasjad	8	2	4	6	5	25
Välissuhted	20	17	13	9	2	61
Majandus, rahandus	31	22	5	13	6	77
Sotsiaalsfäär	6	5	0	1	1	13
Areng, humanitaaria	3	0	0	1	0	4
Kultuur, teadus	8	3	1	3	1	16
Kokku	76	49	23	33	15	196

Tabel 5. Teemade esinemissagedus väljaannetes

Tegevuspaigad

Ligi veerandis kõigist kodeeritud uudislugudest on tegevuspaigaks Eesti (Tabel 6), seejuures nendest pooltel juhtudel on tegemist Tallinnast väljaspool asuvate kohtadega. Brüssel on tegevuspaigaks vaid kümnendikul juhtudest ning muud Euroopa Liidu riigid pisut veel vähematel juhtudel (8%). Kümnendikul juhtudest on tegevuspaigaks Euroopa Liitu mitte kuuluv riik. Peaaegu pooltel juhtudel (45%) ei ole tegevuspaik uudisest tuvastatav. Brüssel on oluliseks tegevuspaigaks ETV uudistes, mis on ilmselgelt tänu sellele, et ETV on ainus

meediakanal, millel on Brüsselis korrespondent, kes sealt ka regulaarselt uudislugusid toodab. Pärnu Postimehes seevastu on muu Eesti osakaal suur, mis ei ole ilmselt üllatav arvestades, et tegemist on eelkõige kohaliku lehega, kus on ka pigem kohaliku fookusega uudislood.

	Postimees	Pärnu Postimees	SL Õhtuleht	ETV	TV3	Kokku
Mainimata	27	30	16	4	4	81
Brüssel	5	0	0	10	3	18
Luksemburg	1	0	0	0	0	1
Tallinn	18	1	2	2	2	25
Muu koht Eestis	6	13	0	4	0	23
Teised EL riigid	7	2	2	2	2	15
Teised mitte EL riigid	4	5	3	3	3	18
Kokku	68	51	23	25	14	181

Tabel 6. Uudise tegevuspaik väljaannetes

Institutsioonid

Uudislugudes esinevatest institutsioonidest (Tabel 7) on ainsana mainimist väärt Euroopa Komisjon (15%). Esialgsete kategooriate järgi oli 2/3 uudistest esinevatest institutsioonidest kategoorias „muu”, täiendaval kodeerimisel selgus, et ligi pooled neist on Eesti ametiasutused, viiendik Euroopa Liidu ametiasutused ja ligi kolmandik mitte Euroopa Liidu institutsioonid, sealhulgas erinevad rahvusvahelised organisatsioonid.

Institutsioonid	Sagedus	%
Riigikogu	5	3,8
Eesti erakonnad	3	2,3
Muu riigi parlament	4	3,1
EL Parlament	4	3,1
EL Parlamendi fraktsioonid	2	1,5
Euroopa Komisjon	20	15,3
EL kohtud	1	0,8
EL Nõukogu	3	2,3
EL sõjaväelised asutused	1	0,8
Ei ole selge	2	1,5
Muu	86	65,6
... nendest Eesti ametiasutused	41	47,7
... nendest EL ametiasutused	16	18,6
... nendest teiste liikmesriikide ametiasutused	3	3,5
... nendest mitte EL ametiasutused, sh rahvusvahelised organisatsioonid	26	30,2
Kokku	131	100

Tabel 7. Institutsioonide esinemissagedus uudislugudes

Kategooriate koondamise tulemusena (Tabel 8) selgus, et Eesti institutsioone (37%) ja Euroopa Liidu institutsioone (36%) esineb uudislugudes enamvähem samaväärselt. Umbes viiendik on mitte Euroopa Liidu institutsioonid, sealhulgas rahvusvahelised organisatsioonid ja mitte Euroopa Liidu liikmete ametiasutused.

	Sagedus	%
Eesti institutsioonid	49	37,4
EL Parlament	6	4,6
Euroopa Komisjon	24	18,3
EL institutsioonid	17	13
Teiste liikmesriikide institutsioonid	5	3,8
Mitte EL institutsioonid	28	21,4
Ei ole selge	2	1,5
Total	131	100

Tabel 8. Koondatud institutsioonide kategooriad

Rubriigid

Mitte ühelgi Eesti väljaandel ei ole spetsiaalset Euroopa Liidu uudiste rubriiki või lehekülge. Kõige rohkem uudislugusid oli välisuudistes ja arvamislehekülgedel (Tabel 9), kokku üle poole, viiendik lugudest oli Eesti uudistes ja ligi kümnendik kohalikes uudistes. Teistes ajalehe rubriikides esines Euroopa Liidu mainimisi üksikutel juhtudel. Sisuanalüüsi perioodi jooksul oli ka 5 esikülje lugu – siinjuures tuleb märkida, et Postimees viitab oma esiküljelt erinevate rubriikide tähtsamatele uudistele ning kui selline viide tehti Euroopa Liidu uudisele, läks see kirja esikülje uudisena. Suhteliselt suur arvamislugude osakaal ei tähenda siin aga sugugi, et toimuks elav debatt Euroopa Liidu teemade üle. Antud kategooria suure osakaalu võib taas panna Euroopa Liidu referentsina kasutamise arvele erinevates muudes temades, millest eelnevalt juba juttu oli. Suur osa nendest arvamislugudest oli Eesti-Vene suhete teemal, kus Eesti Euroopa Liidu liikmelisus on saanud oluliseks argumendiks.

	Postimees	Pärnu Postimees	SL Õhtuleht	Kokku
Eesti uudised	9	14	4	27
Välisuudised	22	9	9	40
Majandus	7	0	0	7
Kultuur	3	0	0	3
Kohalikud uudised	3	13	0	16
Arvamus	21	10	9	40
Muu	0	4	0	4
Esikülge	3	1	1	5
Kokku	68	51	23	142

Tabel 9. Uudise asukoht väljaandes

Euroopa Liidu positsioon lugudes

Euroopa Liidu teemalisele meediakajastusele oli iseloomulik, et paljudes kodeeritud uudistes ei olnud Euroopa Liit peateema, vaid kvalifitseerus ainult tausta või viite tõttu Euroopa Liidule, samas kui loo peateema oli hoopis midagi muud. Nagu juba eelnevalt mainitud, oli Euroopa Liidu liikmelisus oluline dimensioon paljude teemade käsitlemisel. Euroopa Liit oli peateemaks napilt viiendikus lugudes, kusjuures pilt on suhteliselt sarnane kõigis väljaannetes (Tabel 10).

	Peateema	Kõrvalteema
Postimees	14	54
Pärnu Postimees	9	42
SL Õhtuleht	5	18
ETV	6	19
TV3	2	12
Kokku	36	145

Tabel 10. EL positsioon uudistes

Kõige rohkem selliseid lugusid, kus Euroopa Liit on esikohal, kirjutati välissuhete teemal, samal ajal kui siseasjade teemalistes lugudes on Euroopa Liit peateemana hoopis puudu (Tabel 11). Ka see jaotus räägib välisuudiste tunduvalt suuremast Euroopa Liidu temaatika osakaalust.

	Peateema	Kõrvalteema
Siseasjad	0	25
Välissuhted	19	42
Majandus, rahandus	12	65
Sotsiaalsfäär	1	12
Areng, humanitaaria	1	3
Kultuur, teadus	5	11
Kokku	38	158

Tabel 11. EL positsioon teemades

Eesti võrdluses teiste Euroopa riikidega AIM tulemuste põhjal

Käesolev osa põhineb kogumikus „AIM Research Consortium (ed.): Comparing the Logic of EU Reporting in Mass Media across Europe. Transnational analysis of EU media coverage and of interviews in editorial offices in Europe” avaldatud meedia sisuanalüüsi võrdlevatel tulemustel (Golding & Raeymaeckers 2007). Võrreldes teiste AIM uuringus osalenud riikidega oli Eesti Euroopa Liidu teemaline meediakajastus üks tagasihoidlikumaid (Tabel 12), seejuures tõdesid ka olulisemalt mahukama meediakajastusega riigid, et Euroopa Liit ei ole rahvuslikus meedias väga prioriteetne teema. Eesti vähest lugude arvu ei saa kindlasti põhjendada näiteks riigi enda väiksusega – Leedu (võrreldav nii oma positsioonilt uue liikmena kui rahva arvult) meediakajastus on tunduvalt mahukam. Meediakajastuse kujunemist mõjutasid ka erinevad siseriiklikud teemad, mis parasjagu üleval olid. Prantsusmaa suure kajastuse võib kirjutada Euroopa põhiseadusleppe teemalistele aruteludele, kuna analüüsitud periood eelnes sealsele referendumile, mis kindlasti andis Euroopa Liidu teemale hoopis teistsuguse tähelepanu. Suurbritannias oli samal ajal aga sisepoliitiliselt väga teravad ajad, mistõttu sealne meediakajastus on äärmisel tagasihoidlik võttes arvesse, et ka tavapäraselt ei ole Briti meedia kuigi sõbralik Euroopa Liidu suhtes.

Riik	Sagedus	%
Belgia	124	5,4
Eesti	181	7,9
Soome	216	9,4
Prantsusmaa	388	16,9
Saksamaa	352	15,3
Suurbritannia	66	2,9
Iirimaa	349	15,2
Itaalia	176	7,7
Leedu	314	13,7
Norra	130	5,7
Kokku	2296	100

Tabel 12. Uudiste arv erinevates riikides

Eestiga võrreldes oli teistes riikides olulisemal kohal majandusteemad ja siseasjad, samas kui Eesti paistis silma välissuhete teema rohkusega (Tabel 13), mis nagu juba eelnevalt mainitud, tulenes Eesti-Vene suhete kajastamisest viitega Eesti Euroopa Liidu liikmelisusele.

Kategooria	Eesti 2005 (%)	AIM 2005 (%)
Siseasjad	13	24
Välissuhted	31	17
Majandus, rahandus	39	46
Sotsiaalsfäär	7	4
Areng ja humanitaaria	2	5
Kultuur, teadus	8	4
Kokku	100	100

Tabel 13. Teemad lugudes Eesti ja teiste riikide valimis

Sarnaselt Eestiga oli ka kõikide riikide peale kokku rohkem selliseid teemasid, kus Euroopa Liit ainult kõrvalteemana, kuigi ülekaal ei olnud nii suur – kolmandikus lugudest on Euroopa Liit peateema ja kahes kolmandikus kõrvalteema. Sarnane on ka erinevate meediaväljaannete üldine suhtumine Euroopa Liidu teemadesse – ka mujal Euroopas kirjutavad suured päevalehed Euroopa Liidu teemadel rohkem kui tabloidid ja kohalikud lehed ning avalik-õiguslikus televisioonis näidatakse rohkem Euroopa Liidu teemalisi uudiseid kui kommertsjaamades.

Võrdlus 2007 aasta andmetega

Korduskodeerimine Postimehes, Pärnu Postimehes ja SL Õhtulehes viidi 2007. aasta märtsis läbi Tartu Ülikooli ajakirjanduse- ja kommunikatsiooni osakonna bakalaureuse töö raames (Veermäe 2007) ning kuna kasutusel oli AIM-i uuringu kodeerimisjuhend, mida vaid minimaalselt Eesti oludele sobivamaks kohaldati, siis on nende andmete näol tegemist huvitava võrdlusmaterjaliga käesolevas töös põhitähelepanu all olnud 2005. aasta andmetele. Vaatlusperiood oli 2007. aastal samuti 3 nädalat ning sellesse ajavahemikku jäi sarnaselt 2005. aastale Ülemkogu tippkohtumine, mis oli algse perioodi valiku puhul oluline kriteerium. Sisepoliitiliselt oli ka 2007. aastal tegemist väga tiheda perioodiga – nimelt olid just toimunud Riigikogu valimised ning tegeleti aktiivselt valitsuskoalitsiooni kokku panemisega. Euroopa Liidus toimus vaadeldud perioodil kaks olulisemat sündmust – Ülemkogu tippkohtumine Brüsselis ning Rooma lepingute 50. aastapäeva tähistamine.

2005. aastal kodeeriti vaatlusperioodi jooksul Postimehes, Pärnu Postimehes ja SL Õhtulehes kokku 142 lugu, 2007. aastal nendes samades väljaannetes aga 100 lugu, mis tähendab, et valimisse kvalifitseeruvate uudiste arv oli vähenenud umbes kolmandiku võrra. Kolm kõige

olulisemat muutust, mis 2005. aasta ja 2007. aasta võrdluses välja võib tuua on lugude jagunemine rubriikide vahel, lugude jagunemine teemade vahel ja EL positsioon lugudes.

Lugude jagunemisel ajalehe rubriikide vahel on olulisemateks muutusteks siseuudiste rubriigis avaldatud lugude osatähtsuse suurenemine ning arvamislugude osatähtsuse vähenemine. Majandus- ja rahandusteemad olid kõige enam kajastatud ka 2005. aastal, kuid 2007. aastal on juba lausa üle poole lugudest sellest temavaldkonnast. Selles mõttes on 2007. aasta tulemused märksa sarnasemad AIM 2005 11 riigi tulemustele, kus samuti 2005. aastal olid majanduse- ja rahandusteemad olulisemal kohal kui Eestis. Tunduvalt on langenud ka välissuhete osakaal võrreldes 2005. aastaga. Oluliselt on vähenenud nende lugude osakaal, kus Euroopa Liit esines vaid tausta või viitena ega olnud kõrvalteema – 2007. aastal moodustasid sellised lood „kõigest” poole kodeeritud uudistest, võrdluseks 2005. aastal oli kõrvalteema lugude ülekaal lausa 80%. See juures välisuudistes oli 2007. aastal Euroopa Liit enamasti põhiteemaks, samas kui siseuudiste puhul jäid sellised lood, kus Euroopa Liit on põhiteema selgesse vähemusse. Lugudes, kus Euroopa Liit põhiteemaks, oli jagunemine välis- ja siseuudisteks praktiliselt võrdne. Sarnaselt 2005. aastale on ka 2007. aastal Euroopa Liitu mainitud mitmetel kordadel seoses Eesti-Vene suhetega. Veermäe bakalaureusetöös on välja toodud näiteks järgmised kõnekad näited - „Seega saab uue valituse esmaseks välispoliitiliseks ülesandeks näidata oma usaldusväarsust Euroopa Liidu ja NATO partnerina, tõrjumaks Moskva väiteid, nagu oleks Eesti pisike paranoiline natsiriik.” „Kui õnnestuks luua ühtne Euroopa ajaloo õpik, aitaks see Eesti ja kogu Ida-Euroopa minevikku läänes paremini selgitada ning võtaks Venemaalt ära võimaluse Euroopa Liidu liikmesriike sel pinnal omavahel tülli ajada.”

3.2 Ajakirjanike ja korrespondentide intervjuude analüüsi tulemused

Käesolev osa võtab kokku ajakirjanike ja korrespondentide intervjuude tulemused, seejuures korrespondente nähakse antud juhul rahvusliku meedia olulise osana. Mõlemal juhul on antud ka lühike võrdlus teiste riikidega AIM-i tulemuste põhjal.

3.2.1 Eesti ajakirjanike vaade

Mitte-huvitunud auditoorium

Üldjoontes kujutlevad ajakirjanikud auditooriumi tervikuna kui suhteliselt passiivset ja Euroopa Liidu teemadest vähe huvitunut, mida seletatakse sageli teema keerukusega – liiga igav, liiga kuiv, liiga institutsionaalne, tavainimese jaoks liiga raskesti mõistetav ja seega ka ebahuvitav ajakirjandusliku materjalina. Samas teadvustavad ajakirjanikud vähemal osaliselt erinevate infovajadustega sihtrühmade olemasolu auditooriumis, kelle eelteadmised ja üldine huvi antud teema vastu on kõrgem, sageli on sellised grupid Euroopa Liiduga seotud professionaalsel tasandil, näiteks poliitikud, diplomaadid, ametnikud.

Katmata infovajadusega grupid on kindlasti professionaalsed diplomaadid ja välispoliitika tegijad, rahvusvaheliste suhete, riigiteaduste tudengid. Analüüse on liiga vähe, see on nõrk lüli. (Postimees)

Samuti nähakse teatud väiksemaid gruppe ühiskonnas, kellel eeldatavasti võiks suuremast teadlikkusest Euroopa Liidu suhtes kasu olla, näiteks erinevateks toetusteks kvalifitseeruvad grupid nagu kalamehed, aga ka töötud ja teised kehvas sotsiaal-majanduslikus olukorras olevad inimesed. Erineva infovajadusega gruppide olemasolu üldisest teadvustamisest hoolimata lähtuvad ajakirjanikud teemade valikul ja nende käsitlemisel siiski pigem nõ tavaliselt lugejast, kes vähem huvitunud ja vähem teadlik.

Need samad inimesed, kellel võiks olla igapäevases elus abi [Euroopa Liidu alasest infost] ei tarbi meediat eriti. Neil pole raha ja pole huvi ja püsivust seda analüüsida. Ringkond kalanduses pole väga suur, aga emotsionaalselt müüv teema ja hea näide. Samas pisike grupp – selliseid pisikesi gruppe ongi palju. (SL Õhtuleht)

Tüüpilise Euroopa Liidu teemade lugeja iseloomustamisel kirjeldatakse sageli keskmisest haritumat, keskmisest parema sissetulekuga ja pigem linnas elavat inimest või siis nooremat põlvkonda, kes on rohkem reisinud, omavad isiklikku kokkupuudet teiste Euroopa Liidu riikidega ja on ehk huvitatud välismaal õppimisest või töötamisest.

Tüüpiline huvitunud lugeja on noor, kes ei ole imbunud läbi nõukogude nostalgias, kelle jaoks uudised Moskvast ja jumal-teab-kust vene linnadest ei ole sellise tähtsusega nagu nad on vanemale põlvkonnale. Just nooremapoolsele, haritud põlvkonnale on EL, sest nad on EL-iga rohkem kokku puutunud kui Venemaaga, nad oskavad Euroopa keeli rohkem kui vene keelt, nende jaoks ei ole seda nõukogude taaka. Nad on ise käinud seal väga palju, õppinud vahetusüliõpilastena või õpilastena ja nad tahavad ka edaspidi teada, mis nendes maades toimub, kaasa arvatud EL-is. (Postimees)

Meie tüüpvaataja on tavalisest haritum, parema sissetulekuga, sageli ka edukas. (TV3)

Sotsiaaldemograafilise profiili järgi – noorem ja aktiivsem põlvkond, vanema generatsiooni jaoks liiga keeruline ja hoomamatu. Peamine vaataja võiks olla keskealised, üle 30-aastased, keda huvitab välispoliitika ja kes oskavad näha sidet oma eluga. (ETV)

Kujutlused sellest, kes võiks Euroopa Liidu teemalist lugu lugeda ja referents, mis reaalselt valitakse Euroopa Liidu teemalise loo kirjutamisel lahknevad seega kaunis järsult.

Kokkuvõttes peetakse auditooriumi ükskõiksust ja huvipuudust kõige olulisemaks Euroopa Liidu teemade kajastust piiravaks asjaoluks ning selles mõttes on Eesti meedia tugevalt orienteeritud auditooriumile ja lugejanumbritele, mis viitab ajakirjanduse üldisemale kommertsialiseerumisele. Eesti meediaturu väiksus ei võimalda edukalt positsioneerida väljaannet huvitunumale elitaarsemale lugejale, kuna üldnumbrites on selliseid potentsiaalseid tarbijaid liiga vähe ning seetõttu on paratamatu, et kõik Eesti suuremad väljaanded on suunatud masstarbijale ja laiale populaarsusele. Mõnevõrra eristuvad siin ehk Postimees ja ETV, kes lisaks auditooriumi huvile väidavad end lähtuvat ka teatud üldisest huvist.

Tagasiside puudumine

Tagasiside allikatena lugejatelt- vaatajatelt mainiti mitmeid erinevaid võimalusi. Postimees näiteks korraldas vähemalt intervjuude toimumise ajal igapäevaseid lugejaküsitlusi eelmise päeva lehe kohta ja uuris, milliseid konkreetseid lugusid inimesed lugenud olid. Postimehe peatoimetaja kommenteeris küsitluste tulemusi järgmiselt:

Me teeme ju küsitlusi. Nii kui on pealkirjas Euroopa Liit – null, null, no ei loeta, lihtsalt ei huvita.

Veel mainiti näiteks väikest kommentaaride arvu Euroopa Liidu teemalistele uudistele ajalehe võrguväljaandes, lugejakirjade ja telefonikõnede vähesust vastukajana Euroopa Liidu teemalistele lugudele. Kindlasti on omaette küsimus, kas ja mil määral on kommentaaride arv loo juures adekvaatne lugejahuvi indikaator, mida rõhutas ka üks intervjuueeritavatest, et viimane asi, mille põhjal lugejahuvi hinnata tohib, on kommentaaride hulk. Telekanalite jaoks on eelkõige olulised reitingud.

Kommentaarina tuleb märkida, et Eesti ajalehed ja Eesti telekanalid on pidevate lugejauuringute seisukohalt väga ebavõrdes seisukorras. Nimelt sõltuvad kõik Eesti meediakanalid uuringuinfo osas Emori pakutavast informatsioonist ning kui televisiooni puhul on kasutusel mõõdikute süsteem, mille eelmise päeva tulemused on kättesaadavad juba mõne päeva jooksul ning neid on võimalik minuti täpsusega analüüsida, siis trükimeedia uuring on oma olemuselt päevikuuuring, mis tähendab, et uusi andmeid on võimalik saada eelmise kvartali kohta kuu ajalise hilinemisega, erandjuhtudel vaheuurikutest ka viimase kuu kohta. Selline meetodiline lähenemine ei võimalda päevalehtedel saada informatsiooni selle kohta, kui populaarne oli mingi konkreetne number ning samuti ei tule andmetest välja, millised teemad ja lood inimesi rohkem või vähem huvitasid. Veel üks võimalus on jälgida igapäevaseid läbimüüginumbreid, mis ei anna ilmselt samuti päris selget pilti, kuna esiteks on enamus tiraažist tellitud ning teiseks võib jaemüügi suurenemine mingil päeval olla tingitud ka ühe konkreetse teema mõjust, mis parasjagu kajastamist leiab. Postimehe eeskujul täiendavaid väiksemamahulisi telefoniküsitlusi ei korralda aga sugugi kõik suuremad väljaanded. Nii võib öelda, et kuigi ajakirjanikel on suhteliselt selge arusaam auditoriumi huvist, mis puudutab Euroopa Liidu teemasid, siis reaalselt on tagasiside paljude väljaannete jaoks suhteliselt piiratud või praktiliselt olematu.

Teemad

Rääkides konkreetsemalt teemadest, mis kajastamist leiavad ja / või auditooriumile huvi pakuvad, võib eristada kahte erinevat diskursust ajakirjanike käsitluses oma tööülesannetest ja kujutluses auditooriumist. Esiteks on väga tugevalt esindatud nn sekulaarne diskursus, mis viitab auditooriumile pigem kui tarbijatele mitte kodanikele, keda iseloomustab teatud poliitiline passiivsus või ka apoliitilisus. Sellises käsitluses on auditooriumi jaoks huvitavad kõik praktiliste kasudega seotud, nn utilitaarsed teemad, st ennekõike uudised, mis puudutavad otseselt inimese rahakotti, tarbijaõigusi ja muid praktilisi majanduslikke teemasid, samuti teemasid, kus põhivaade on see, et meil on Euroopa Liidult midagi saada – ühesõnaga tegemist on mikrotasandi käsitlustega, kus esikohal on inimese konkreetsed praktilised kasud ja kahjud.

Lugejat huvitab eelkõige väga konkreetne asi, nõ mikrotasemel, et kuidas see tema rahakotile mõjub, suhkrutrahv nt. (Postimees)

Ilmselt kõik uudised, mis mõjutavad inimeste sotsiaalmajanduslikku olukorda. Kvoodid ja tollid ja mõju rahakotile. Teine asi liikumisvabadus, eriti tööga seotud. (Pärnu Postimees)

Eesti on väike turg, ei saa niši minna, seega peame samastuma keskmise eestlasega. Raha on kindlasti teema, seadused, mis inimeste töökohti mõjutab, on huvi. (SL Õhtuleht)

Teine selgelt jälgitav diskursus ajakirjanike refleksioonides on nn klassikaline professionalism, kuhu aega-ajalt satub sekka ka kosmopoliitsele diskursusele viitavaid elemente. Kõige lihtsamalt võiks klassikalise professionalismiga diskursusest lähtuvat teemavalikut kirjeldada kui „kõik see, mis Eesti jaoks oluline on”. Teatud ajakirjanikud ja väljaanded näevad oma ülesandeid Euroopa Liidu uudistega seoses laiemalt, kui ainult auditooriumi huvi rahuldamine ning teadvustavad ka seda, et auditoorium ei ole teadlik kõikidest võimalikest teemadest, mis neile tegelikult võiksid olulised olla ning näevad oma väljaandel rolli ka selliste teemade katmisel. Selline teemapüstitus on suunatud rahvuslikule poliitiliselt huvitunud kogukonnale, keda nähakse eelkõige kui kodanikke, mitte ainult tarbijaid.

Kõrgemalt haritud inimesed, kes näevad maailma laiemalt, kes näevad asja kontekstis, keda ei huvita mitte ainult tarbijavärk. (Postimees)

Ennekõike on siin tegemist Euroopa Liidu poliitilise ja institutsionaalseid arenguid ning seadusandlust puudutavate, nõ igavamate teemadega, mille lahti kirjutamist ja inimestele arusaadavaks ja lähedaseks tegemist peetakse siiski oluliseks.

Me teame, et me peame kirjutama Euroopa Liidust ja teeme seda regulaarselt, hoolimata lugejanumbritest. Kui me lähtuksime ainult lugeja arvamusest, siis me teeksime õhtulehte siin, seda me loomulikult ei tee. (Postimees 1)

Ma tahaks, et ajakirjandus oleks kvaliteetne ././ ja et inimesed oleksid informeeritud, et avalikkus oleks enam teadlik EL asjade kohta ja nende üle ka arutleks, aga praegu me seda ikkagi ei näe, mis mõnes mõttes on ka paratamatu, sinna läheb aega ilmselt aastakümneid enne kui avalikkuse teadvus jõuab sellisele tasemele ././ -seal ma näen missiooni küll, et inimesi pidevalt harida ja neile seda informatsiooni tuua. (Postimees 2)

Ma olen tihti rääkinud, et eestlasele ei lähe paljud asjad korda, ta ei suhestu sellega, mis talle tegelikult oluline on. Ah mis, see ei ole minu asi. Pärast selgub, et on vägagi tema asi. (ETV)

Üldjoontes võib öelda, et sarnaselt AIM võrdleva uuringuga kasutavad väljaanded mõlemat diskursust läbisegi rääkides oma töö erinevatest aspektidest, kuid kvaliteetlehtede, eriti Postimehe, ja avalik-õigusliku ETV puhul on tugevamalt esindatud klassikaline professionalism, samas kui kommertskanalite puhul nagu SL Õhtuleht, TV3, aga ka kohalik Pärnu Postimees on mõnevõrra tugevamalt esindatud sekulaarne diskursus, mis vastab ka erinevate väljaannete erinevatele turupositsioonidele.

Rahvusliku konteksti olulisus

Esmaseks uudise relevantsuse kriteeriumiks lugejahuvi ja praktilise väärtuse kõrval on kindlasti rahvusliku / kohaliku konteksti olemasolu – uudisel peab olema otsene ja lihtsalt hoomatav seos Eestiga, mis haakub eelkõige klassikalise professionalismi uudisväärtuste klassifikatsiooniga. Siia alla käib ka geograafiline ja kultuuriline lähedus.

Uudis pääseb saatesse loomulikult siis, kui ta on Eestiga seotud, mõjutab /./ – ega see ikka huvitav ei ole, kui seal kaugel midagi toimub. (TV3)

Esmane roll on kajastada Pärnu elu. EL on lihtsalt üks suurenevaid mõjutegureid kohalikus elus. (Pärnu Postimees)

Lugejatele pakuvad huvi needsamad asjad, mis on seotud Eestiga ja meid otseselt mõjutavad. (BNS)

Kui nad puudutavad Eestist, siis on tähtsad. Ainult see, mis Eestit puudutab on tähtis. (Postimees)

Olulisus rahvusliku poliitika jaoks, see on väga oluline [kriteerium uudiste valikul], samuti geograafiline, kultuuriline lähedus. (ETV)

Teiste võimalike uudisväärtuse kriteeriumitena toodi välja ka konflikti või intriigi olemasolu, skandaale ja kurioosseid juhtumisi. Telekanalite jaoks on oluline kriteerium ka pildimaterjali olemasolu. Uudisväärtuste seiskohalt hoiavad TV3 ja SL Õhtuleht planeeritult pigem meelelahutuslikku suundumust võrreldes teiste väljaannetega.

On vaja midagi erakordset, et EL-i teema esile tõuseks. Meie lehe nišš on skandaal, näiteks kokaiini leidmine europarlamenti hoonest. Sellised teemad lähevad Delfi kommentaatoritele hästi peale. (SL Õhtuleht)

TV3 laveerib piiril, asi peab olema selline kollase maiguga, aga tõsine uudis. Me üritame teistmoodi asja teha. Aga ega selliseid uudiseid väga palju pole. (TV3)

Institutsionaalsest inimese keskseks

Peamise väljakutsena ja olulise ülesandena näevad mitmed ajakirjanikud Euroopa Liidu teemade kajastamist selliselt, et need oleksid lihtsasti arusaadavad ja auditooriumi jaoks atraktiivsed. Teemat ennast peavad ka ajakirjanikud keeruliseks, igavaks ja süvenemist nõudvaks, seega on eriti oluline ajakirjaniku töö kvaliteet uudisloo „söödavaks tegemisel”.

Sellist lähenemist võiks kirjeldada kui vajadus muuta lähenemine Euroopa Liidu uudistele institutsionaalsest inimese keskseks.

Ma arvan, et [on oluline] Euroopat lähemale tuua, mis on sõnakõlks, aga millel on täitsa konkreetne sisu olemas, et eestlane tunneks, et ta on osa sellest. See on väga tähtis, [et sellest saaks aru] nii inimene tööpingi taga kui ajakirjanik. Selle [suhtumise] viimine, kui see oleks ajakirjanduse üldine hoiak – oleks väga vahva, mitte ei tegeleks ainult tulekahju kustutamiseiga. (ETV)

Inimesed sellepärast ei ootagi Euroopa Liidu uudiseid, et nad juba teavad, et sealt tuleb üks bürokraatlik, kantseliitlik, kohutav tekst. Võibolla vanasti nõukogude ajal lehed kirjutasid sellises rääges, jubedas keeles, mida ükski normaalne inimene ei loe. See ongi ajakirjanduse roll – teha asi inimlähedasemaks, lihtsamaks, mõistetavaks. Ma ei ütleks, et see on missioon, aga olulised küsimused me peame inimestele selgeks tegema. (Postimees)

Loen Financial Timesi just sellepärast, et pean seda EL-i temaatika osas parimaks väljaandeks üldse. Nende diskursus EL-i teemadest kirjutades on põhjalik, kuid samas ka üldnimlikult arusaadav, st ei olda liiga institutsionaalne, nagu paraku meie meedias EL-i temaatikast kirjutades tavaliselt ollakse (viimane etteheide käib nii ajakirjanike kui ka diplomaatide ja poliitikute kohta). Probleemid EL-i kohta info saamisel pole seotud info kättesaadavusega, vaid hoopis selle paljususega ja sellest tulenevalt "orienteerumisraskustega". /.../ Eesti Päevaleht teeb iga päev uuringuid lehe loetavuse kohta ja selle pealt võib öelda, et kui EL-i teema pole esitatud nii, et lugeja tunneks mingi otsuse isiklikku mõju, siis need lood kuigi loetavad pole. Seega on oluline EL-i temaatika puhul mitte jääda institutsionaalsele tasemele, vaid viia seletused n-ö rohujuure tasandile. Lugejale tuleb näidata, mis moodi üks või teine otsus teda mõjutab. Samas tuleb tunnistada, et EL-i teemade rohkuse ja keerukuse tõttu on seda väga raske teha, sest nõuab kirjutajalt väga häid teadmisi ja spetsialistioskust. (EPL)

Lisaks sellele, et keerulisi institutsionaalseid ja poliitilisi teemasid avada inimlikult ja huvitavalt, leiavad ajakirjanikud ka, et Eesti meedia võiks rohkem kirjutada Eesti inimestest Brüsselis ja teistes Euroopa riikides, aga ka lihtsalt teiste liikmesriikide elust-olust, mis

avardaks eestlaste inforuumi – Euroopa Liit ei ole ainult terve hulk institutsioone Brüsselis, vaid ka teised liikmesriigid, nende elanikud ja ühiskonnad, mis võiks samuti olla Eesti auditooriumile huvipakkuv lähenemine.

Ainus vahend on läheneda läbi teiste inimeste ehk tuua näiteid, storysid, hakata kirjutama eestlastest, kes töötavad kuskil või on vahetusõpilased. Neid [lugusid] peaks olema rohkem ja ka teiste maade lehtedest, mis kirjutaks ka teiste riikide inimestest. See tooks seda lähemale ja tekitaks diskussiooni. [Ajakirjandus on] liiga vähe inimesekeskne, praegu institutsiooni keskne ja see on lihtsama vastupanu teed minek. (Pärnu Postimees)

Teisest küljest võibolla laiem auditoorium sooviks näha rohkem inimese keskseid lugusid. Väga vähe teatakse eestlaste elust Brüsselis – kuidas nad elavad, mida nad seal teevad, kuidas toime tulevad, sest keegi ei ole ju Brüsselis. Ma arvan sealt annaks ka teha [lugusid] ja huvi on ju olemas. Selle vastu võiks olla laiemal publikul huvi. (Postimees)

Selline lähenemine on seotud ka arusaamaga, et Eesti inimesed tihti peale ei taju teatud Euroopa Liidu teemade olulisust Eesti ja iseenda elu kontekstis.

Eesti ajakirjandus, nagu ka Eesti ametkonnad, ei ole endale teadvustanud, kui palju hakkab Euroopa Liit nende elu mõjutama. EL on hõlmamas kõiki elu alasid, aga küsimus on selles, kui palju inimesed seda teadvustavad. (Postimees)

EL institutsioonide mõju on suurem inimestele, aga inimesed ei ole õppinud tajuma, kuidas neid mõjutab ja ei oska soovida peale selle, et andke rohkem raha. (Pärnu Postimees)

Ajakirjaniku roll

Ajakirjanikud näevad end ennekõike neutraalse, kuid kriitilise vahendaja rollis, kelle ülesandeks on informeerida, anda võimalikult palju ja adekvaatset informatsiooni, mis ühtib klassikalise professionalismi diskursusega. Informeeriva rolli olulisust rõhutavad eelkõige telekanalite esindajad, mille osalt tingib ka teleuudiste formaat – arvestades, et üks uudislugu

on poolteist kuni kaks minutit pikk, ei jää teleuudistest oluliselt palju aega taustinformatsiooni andmiseks ega laiemaks analüüsiks. Selle vahendava, informeeriva rolli kõrval näevad mitmed ajakirjanikud end ka selgelt harivas rollis nagu juba eelpool toodud tsitaatidest inimkeskse käsitluse olulisusest välja tuli. Hariva rolli rõhutamine ajakirjanduses lisab Eesti ajakirjanike refleksioonidele teatud kosmopoliitse diskursuse elemente, mis viitavad meedia funktsioonidele laiemalt kui ainult rahvuslikust ja lugejahuvi kontekstist lähtuvalt. Samas on ajakirjanikud seisukohal, et Euroopa Liidu alane teavitustöö ei ole ajakirjanduse, vaid siiski riigi ülesanne. Samuti ei tohiks ajakirjandus süstemaatiliselt teatud protsesside, näiteks Euroopa Liidu integratsiooni suunamisega tegeleda – ajakirjanduse roll teatud sotsiaalsetes protsessides saab toimida ainult läbi objektiivse kajastuse paratamatute kõrvalmõjude ehk kui on head põhjust Euroopa Liidust kirjutada, siis on ajakirjanduse ülesanne seda ka võimalikult adekvaatselt teha, mille tulemusena inimeste teadlikkus ja võime ise teatud arvamusi kujundada kasvab.

Kõikide nende erinevate rollide täitmisel nähakse ka mitmeid sisemisi piiranguid. Peamiselt nimetatakse ressursi puudumist – seda nii rahaliste, ruumiliste, aja- kui inimressursside osas. Üheks oluliseks paremat Euroopa Liidu kajastust võimaldavaks teguriks nimetatakse korrespondendi olemasolu kohapeal, mis aga seni jäävat rahaliste ressursside puudumise taha. Nii päevalehe kui teleuudiste formaat tingib ka selle, et väljaannetel ei ole võimalik lubada ajakirjanikul pikalt ühe uudislooga töötada, samas paljud Euroopa Liidu teemad vajaksid just põhjalikumat süvenemist ja rohkem taustateadmisi ajakirjanikult. Seega paljude ajakirjanike enda teadmised Euroopa Liidust ei ole kõige paremad, aga toimetuste töökorralduse raames ei ole neil ka realselt aega enda sügavamaks kurssi viimiseks, kui vähesed erandid tõeliste Euroopa Liidu ekspertide näol välja arvata. Samuti on piiratud leheruum ja eetriaeg, mida on võimalik Euroopa Liidu teemadele eraldada. Ühelt poolt on enamikel väljaannetel kasvav reklaamisurve Eesti jätkuva majanduskasvu tingimustes ehk vähem ruumi sisule ja rohkem ruumi reklaamile, teiselt poolt ei ole ühelgi Eesti väljaandel spetsiaalset Euroopa Liidu rubriiki, mis tähendab, et Euroopa Liidu teemad peavad võistlema erinevate teiste nii välis- kui siseuudistega ning võivad „huvitavamate” teemade olemasolul lihtsalt välja jääda.

Ühise avaliku ruumi tajumine

Ajakirjanikud hindasid kriitiliselt Euroopa ühise avalikkuse võimalikkust peamiselt seetõttu, et Eesti (ja teised Euroopa Liidu liikmesriigid) lähtuvad ennekõik rahvuslikest huvidest, mis

paistab tugevalt välja ka uudiste rahvusliku raamistamise käsitlusest. Lisaks sellele puuduvad Eestil kommunikatiivsed sidemed teiste liikmesriikidega, mis võiks avardada Eesti inimeste teabevälja ja inforuumi. Rääkides ühise avaliku ruumi tajumisest jõudsid mitmed ajakirjanikud ringiga tagasi juba üle räägitud teemale, et me ei taju veel ennast Euroopa Liidu täieõigusliku osana ning ei oska näha viise, mil moel Eesti saaks või peaks mõjutama Euroopas toimuvaid protsesse.

Annaks jumal, et kõik 25 riiki jääks omaette ühiskondadeks oma kultuuri keele ja põhimõtetega. On väga raske uskuda, et sakslastele läheb väga korda Eesti asjad. Vastupidi aga küll. (Pärnu Postimees)

Isegi kui ühtse kommunikatsiooni- ja inforuumi olemasolu nähakse mujal Euroopas – Brüsselis, vanades liikmesriikides, siis Eesti ei ole kindlasti veel selle osa ning sinna jõudmine on pikaajalise arengu tulemus, mis võtab erinevatel hinnangutel aega aastaid kuni aastakümneid.

Praegu me seda ikkagi ei näe, mis mõnes mõttes on ka paratamatu, sinna läheb aega ilmselt aastakümneid, enne kui avalikkuse teadvus jõuab sellisele tasemele nagu Prantsusmaal, Suurbritannias või Saksamaal, kus EL asjad – stabiilsus ja kasvupakt ning Euroopa keskpanga intressimäärad on igapäevase elu arutelu temadeks. (Postimees)

Üht võimalust sellise ühise inforuumi arenguks nähakse suurenevates isiklikes kontaktides teiste Euroopa riikidega – mida rohkem Eesti inimesed käivad teistes riikides reisimas, omavad seal isiklikke või töölaseid kontakte, mingil perioodil teistes riikides õpivad või töötavad, seda enam on nad ka võimelised teadvustama iseennast ja Eestist Euroopa Liidu osana.

Samas tajuvad mitmed ajakirjanikud teatud rahvusülese mõõtme tekkimist iseenda töös. Nii näiteks viitab Eesti Päevalehe peatoimetaja juhtumitele, kus Eesti ajakirjaniku lugu võidakse avaldada ka teistes Euroopa väljaannetes, mistõttu peavad lugude kirjutajad oma käsitluses ka sellise ootamatult laienenud auditooriumiga arvestama või siis pakutakse Eesti väljaannetele avaldamiseks juhtivate Euroopa poliitikute, arvamussliidrite kirjutatud lugusid:

Palju olulisem on see, et enam ei ole auditoorium ainult Eesti lugeja, ehkki sa kirjutad endiselt eesti keeles. Auditoorium on nüüd kogu EL ja enamik meie artikleid leiab ka tõlkimist-lugemist. Selle kinnistuseks on asjaolu, et paljud meil ilmunud artiklid (eriti arvamuskirjutused) leiavad hiljem avaldamist või trükkimist teistes Euroopa lehtedes. Seega, autorid peavad arvestama, et kirjutades küll eesti lugejale, kirjutavad nad tegelikult ka Euroopa lugejale, kes võib elada hoopis teistsuguses kultuuriruumis ja ei pruugi meie "sisetarbimisele" mõeldud tekste mõista või teha sellest väärased järeldusi kui ta konteksti ei hooma. Teine asi, mis viitab avarõuud informatsioonile, on Euroopa juhtivate poliitikute sagenevad pakkumised, et üks või teine artikkel võiks korraga ilmuda näiteks Financial Timesis, Die Presses, Die Weltis ja näiteks Eesti Päevalehes. Varem seda ei juhtunud, või kui, siis haruharva. (EPL)

Sarnaselt viitab suurenenud vastutusele oma sõnade eest ETV ajakirjanik:

See nõuab enesedistsipliini, et ei aja igast vahtu suust välja. Vastutus oma sõna eest on määratult tõusnud Eesti ajakirjanike hulgas. (ETV)

Ennekõike jälgivad Eesti ajakirjanduses öeldut-kirjutatud teiste Euroopa Liidu liikmesriikide saatkonnad, kindlasti aga ka Euroopa Komisjoni esindus Eestis, läbi mille läheb iga päev Euroopasse laiali ülevaade tähtsamatest uudistest Eesti ajakirjanduses, mis kokkuvõttes võib jõuda ka kolmandate riikide ajakirjanikeni.

Võrdlus teiste riikide ajakirjanikega

Käeolev osa põhineb kogumikus „AIM Research Consortium (ed.): Comparing the Logic of EU Reporting in Mass Media across Europe. Transnational analysis of EU media coverage and of interviews in editorial offices in Europe” avaldatud ajakirjanike intervjuude võrdleva analüüsi materjalidel (Kunelius & Heikkilä 2007). Üldjoontes sarnanevad teiste Euroopa riikide tulemused Eesti tulemustega. Ka teistes riikides eristuvad meediaväljaanded sarnastel põhimõtetel – üleriigilised päevalehed ja avalik-õiguslik televisioon võtab Euroopa Liidu suhtes tõsisema hoiaku, samas kui kommertslikuma suunitlusega meedia peab Euroopa Liitu ebaoluliseks. Samuti on teistes uuringus osalenud riikides selgelt domineeriv rahvuslik perspektiiv – see on valdav sõltumata väljaande üldisest suunitlusest ja omane nii nendele riikidele, kus domineerib klassikalise professionalismi käsitus kui nendele, kus domineerib

sekulaarne käsitlus. Kosmopoliitset lähenemist võib täheldada eelkõige suurriikide eliitväljaannete puhul.

Eesti eripäradena võiks välja tuua korrespondentide vähesuse võrreldes teiste uuringus osalenud riikidega – ka Leedust on Brüsselis vaid 2 korrespondenti, kõik teised riigid on esindatud olulisemalt rohkema arvu korrespondentidega, mis juba omaette näitab erinevate riikide meediate suhtumist Euroopa Liidu kajastamisse arvestades, et toimetused (ka need, kus Brüsseli korrespondent puudub) peavad korrespondendi olemasolu kohapeal tähtsaks informatsiooni ja adekvaatse käsitluse seisukohalt. Naaberriigil Soomel on Brüsselis näiteks 14 korrespondenti, Iirimaa 7, suurriikidel nagu Saksamaa ja Prantsusmaa vastavalt 155 ja 71 akrediteeritud korrespondenti, ülimalt euroskeptilisel Suurbritannial, kes paistis silma ka kõige tagasihoidlikuma artiklite arvuga sisuanalüüsis, on 117 akrediteeritud korrespondenti. Lisaks korrespondentide puudumisele eristab Eestit ka see, et Euroopa Liidu teemadele ei ole spetsialiseerunud ajakirjanikke – teemasid katavad ajakirjanikud, kes tegelevad ka mitmete muude teemadega, mis ei võimalda Euroopa Liidu teemadesse süvenemist, mis paljude hinnangul on selle teema puhul eriti oluline eeltingimus adekvaatseks kajastuseks.

3.2.2 Brüsseli korrespondentide vaade

Eesti korrespondentide positsiooni koduse uudisruumi ja toimetuste suhtes kirjeldab kõige paremini nende arv – Eestist on Brüsselis täpselt kaks korrespondenti, mis on ülekaalukalt kõige vähem korrespondente võrreldes teiste riikidega. Indrek Treufeldt töötab Eesti Televisiooni ja Eesti Raadio heaks ning on olnud Brüsselis alates 2003. aastast, mil ETV korrespondendipunkt Brüsselis taastati. Kevadel 2007 vahetab Treufeldti Brüsselis välja Katrin Vaga. Ahto Lobjakas on vabakutseline ajakirjanik, kes muuhulgas teeb ka regulaarselt kaastööd Eesti Päevalehele viimased kolm aastat. Muul ajal töötab Lobjakas raadio Vaba Euroopa korrespondendina Brüsselis ning seda juba aastast 1999. Brüsselis paiknevate korrespondentide vähesuse tõttu on nende panus kodustes toimetustes kõrgelt hinnatud ning korrespondendid naudivad suhtelist autonoomsust olles eksperdid Euroopa Liidu küsimustes ning usaldatud teemavalikutes ja käsitlustes, kuigi ka kodused toimetused esitavad korrespondentidele teemavaliku suhtes tellimusi. Ahto Lobjakas võtab olukorra kokku järgmiselt:

Eestist on Brüsselis ainult kaks ajakirjanikku, et neil ei ole lihtsalt valikut. Praegu korrespondent on nagu imeloom. Mul on unikaalne positsioon, aga see ei ole ära teenitud, olukord on lihtsalt selline.

Korrespondentide vähesus kirjeldab võrdlemisi hästi Eesti meedia suhtumist Euroopa Liidu temaatikasse ning vastupidiselt Eesti väljaannete esindajatele, kes peavad korrespondendi kohalolu küll oluliseks, aga väidavad asja jäävat finantside puudumise taha, leiavad korrespondendid ise, et põhjus on pigem üldises huvipuuduses kui milleski muus:

Millegi tõttu ei ole neil lehtedel ega raadiol ega BNS-il huvi või vahendeid või mõlemat inimest saata ja see ütleb rohkem Eesti meediamaastiku Euroopa Liidu dimensiooni kohta kui kõik muu kokku.

Korrespondentide hinnangul ei ole auditoorium lootusetult mitte-huvitunud Euroopa Liidu teemadest, vaid on võimeline lugema ja aru saama ka keerulisematest teemadest, kuigi tagasiside olulisel määral puudub nii kodustelt toimetustelt kui otse lugejatelt-vaatajatelt ning Eesti meediat peavad korrespondendid pigem tugevalt siseuudistele orienteerituks. Indrek Treufeldti sõnul on selline ajakirjanduslik lähenemine, kus tegeletakse praktiliste kasudega ja inimeste otseste probleemidega liiga lihtsustatud ning inimesed on võimelised seedima ka filosoofilisemaid teemasid nagu mis on Euroopa, kus asuvad Euroopa piirid ning võtma osa laiemast arutelust näiteks tööseadustest ja töötingimustest. Ahto Lobjaka arvates on teemadevalikul eelkõige oluline, kuidas ajakirjanik peegeldab seda, kuidas Euroopa Liit on üles ehitatud, kes on oluline, mis on oluline ja miks. Korrespondentide puhul on selgelt näha teatava hariva rolli omaks võtmine ja vastutuse tajumine kogu Eesti meedia suhtes:

Kui on valikut, siis relevantsus Eestile [on olulisem teemavaliku kriteerium], see on selge. Küll aga selle ääremärkusega, et ma näen, et mul on teatud hariv funktsioon – kui mina ei suru mingit teemat, mis ma arvan, et peaks olema Eesti jaoks oluline, aga ei ole, siis kes veel surub. /.../ Mingil määral ma arvestan sellega, et mõnikord ma suunan asju, mis muidu ei jõuaks kuhugi. Näiteks energiafirmade ülevõtmise takistamise – see teema oli pikalt üleval olnud [lääne lehtedes] ja ma saatsin toimetusele sõnumi, et ma arvan, et sellest tuleks lugu teha. Vaatasin, et Euroopas on see suur teema, ta ei kao ära ja Eestis sellest ei kirjutata ja tundsin mingil määral

kohustust. Harva on need muidugi nii suured teemad nagu praegu see proteksionismi teema.

Korrespondentide professionaalset diskursust võib seega pigem kirjeldada kosmopoliitsena, mis tähendab, et tajutakse teemade olulisust laiemalt kui ainult kitsalt Eesti kontekstis ning teemadevaliku oluliseks kriteeriumiks on ka Euroopa dimensioon ja see, mis Euroopa tasandil hetkel oluline on.

Omades laiemat vaadet Euroopa Liidus toimuvast on siiski ka korrespondentide jaoks oluline uudise kriteerium Eesti kontekst kasvõi juba sellepärast, et kodused toimetused ootavad neilt lugusid, mis on seotud ja seostatud Eestiga. Korrespondendid ise näevad siin kasutamata ressursi koostöös valmivate lugude kirjutamiseks, kus korrespondendid saaksid kokku panna Brüsseli poolt tuleva info ning Eesti ajakirjanik sinna lisada vastavalt Eesti ametnike kommentaare.

Auditooriumilt eeldatav eelteadmiste tase on suhteliselt madal – Ahto Lobjaka sõnul on eriti viimasel ajal tema jaoks oluline kaalutlus kirjutada lihtsat ja arusaadavat teksti. Ka Treufeldti jaoks on oluline kunstlikult loodud ühiste huvide retoorikast kaugemale näha ja asi auditooriumi jaoks huvitavaks teha, mis tele puhul olulise osana hõlmab ka sobiva pildimaterjali leidmist. Samuti leiab Indrek Treufeldt, et pigem on auditooriumi informeeritus Euroopa Liidu struktuuridest ja institutsioonidest väike ning põhineb pigem stereotüüpsetel arusaamadest ja müütidel, mis on tihtipeale ekslikud.

Nagu juba öeldud on teemavalik ja käsitlemise laad kantud eelkõige rahvuslikest perspektiividest ja tõlgendustest, mis väidetavalt paistab läbi juba viisist, kuidas erinevate riikide korrespondendid pressikonverentsidel küsimusi esitavad. Ahto Lobjaka arvates huvitab Eesti auditooriumi kõik Venemaa ja immigratsiooni teemadega seotu. Lisaks eristab ta huvitavaid ja sensitiivseid teemasid:

Üks asi on huvitav, teine asi on sensitiivne, irriteeriv, ma ei tea kas need on ühildatavad, aga ma mõtlen kõiki neid emotsioone, mis sunnib vaatama. Ma võin küll kellelegi liiga teha, aga mul on tunne, et rohkem neid teemasid ei ole.

Kumbki korrespondentidest ei pea Euroopa avalikkust reaalselt võimalikuks peamiselt seetõttu, et valdavad on rahvuslikud huvid ja uudiste rahvuslikud tõlgendused. Indrek Treufeldti sõnul ei usu ta kunstlikult loodud ühisesse avalikku ruumi, kuna reaalselt toimub kommunikatsioon erinevates rahvuslikes ruumides. Ahto Lobjaka sõnul on oluliseks takistuseks ka poliitiliste kultuuride erinevus:

Poliitilised kultuurid on väga erinevad, mis on Brüsselis ka hästi näha. See on paradoksaalne, et tuled Euroopa pealinna ja mida sa nägema hakkad on erinevused. See mis peaks ühendama, hoopis eristab ja samas ka lahutab. Need tingimused välistavad ettenähtavas tulevikus Euroopa avalikkuse.

Euroopa identiteedi olemasolu rahvuslike identiteetide kõrval ja täiendusena peab Indrek Treufeldt siiski võimalikuks. Ka Ahto Lobjakas leiab, et on olemas teatud „instinktiivsed Euroopa põlvenõksud”, mis ilmnesis näiteks Iraagi sõja ajal, kuid peab seda liiga negatiivseks, et olla identiteet.

Võrdlus teiste riikide korrespondentidega

Järgnev võrdlus põhineb AIM projekti kogumikus „AIM Research Consortium (ed.): Understanding the Logic of EU Reporting from Brussels. Analysis of interviews with EU correspondents and spokespersons” (AIM 2007) avaldatud 11 riigi korrespondentide intervjuude raportites avaldatud tulemustel. 11 riigi uuringuraportite põhjal on siin toodud võrdluse teinud käesoleva töö autor.

Enamiku liikmesriikide kodanike jaoks on ajakirjandus peamine informatsiooni allikas Euroopa Liidu teemadel vaatamata erinevatele alternatiividele. Sellegi poolest on ka erinevate riikide korrespondentide hinnangutes auditooriumi hoiakutele esikohal huvi puudumine Euroopa Liidu teemade vastu. Lisaks tajutud auditooriumi huvile on oluliseks uudiste valikut määravaks kriteeriumiks ka eeldatud eelteadmiste tase, mis võib sõltuvalt väljaande iseloomust erineda. Harilik strateegia on leida madalaim ühisnimetaja, mis tähendab pigem vähema kui rohkema huvi eeldamist.

Euroopa ajakirjandus on suurel määral kommertslik ning seega auditooriumis ja lugejanumbritest sõltuv, mille tulemusena jääb enamikes väljaannetes vähe ruumi Euroopa Liidu keeruliste poliitiliste protsesside jälgimiseks, sest nii korrespondendid kui toimetajad usuvad, et see jääb suure osa lugejate jaoks liiga kaugeks. Korrespondentide intervjuude teiseks läbivaks teemaks on seetõttu vajadus müüa Euroopa Liidu uudiseid nii kodustele toimetajatele kui auditooriumile. Prantsuse kvaliteetlehe korrespondendi suhteliselt otsekohest sõnastust kasutades:

See on nagu vaiba müümine. Ma näitan asjade tähelepanuväärset poolt ja peidan keerulise poole. Ma lähen otse asja juurde ja jutustan neile loo. See on Ilias ja Odüsseia 30 sekundi jooksul ja ma üritan nende tähelepanu äratada. Lähtekoht on huvipuudus. (Prantsusmaa, lk 12)

Oluline osa uudisloo müümisest kodusele toimetusele on rahvusliku konteksti rõhutamine või rahvusliku vaatenurga leidmine, mida enamus väljaandeid kõikides uuritud riikides pidasid Euroopa Liidu teemaliste uudiste kajastamise puhul esmatähtsaks. Teema peab olema oluline kohalikule auditooriumile, mis enamikel juhtudel tähendab teemasid, mis puudutavad inimeste isikliku rahakotti, tarbijaõigusi või skeptilisema poole pealt ka näiteks Euroopa Liidu suuri kulutusi, naljakat bürokraatiat vms. Ühe hea näitena teemast, millel on otsene seos tarbija isiklike kasude ja kaotustega, toodi välja mobiiltelefonide välismaal kasutamise tasustamise probleem, mis sai tugeva kajastuse isegi Suurbritannia meedias, mis on harilikult Euroopa Liidu suhtes väga passiivne ja skeptiline.

Kuigi enamus korrespondente usub, et Euroopa Liidu teemad on vaatajate ja lugejate jaoks ebaolulised, kahtlesid mõned sellise arvamuse tõepärasuses ja olid pigem seisukohal, et tegemist on toimetustes levinud kujutlusega, mis vajaks kontrollimist. Üks Itaalia korrespondent selgitas seda nii:

Probleem on sellet, et Euroopa Liit ei paku huvi. Me ei tea, kas ei paku lugejatele huvi, aga me teame, et toimetajad arvavad, et see ei paku lugejatele huvi. Ma ei tea, kas lugejaid tegelikult ka ei huvita, aga ma tahaksin selle peale kihla vedada. (Itaalia, lk 11)

Teistpidi asjale lähenedes võib seega väita, et Euroopa Liidu teemaliste uudiste vähesuse tulemuseks on auditooriumi huvi puudumine, mis omakorda võõrandab auditooriumi teemast veelgi rohkem, kuna meedia paneb paika avaliku agenda ja toimib avaliku arvamuse loojana.

Kui korrespondente tunnustatakse ekspertidena Euroopa Liidu suhtes, kes enamikel juhtudel valivad välja olulised teemad, mida kajastada, siis kodused toimetajad on eksperdid või filtrid auditooriumi teemadel, kuigi ka kodused toimetused ei ole sageli auditooriumiga lähedases kontaktis, kuna tagasiside kas puudub või on piiratud. Tagasiside puudub ka korrespondentidel – see puudutab nii tagasisidet oma kodustelt toimetustelt tehtud töö osas kui ka otsest tagasisidet lugejatelt-vaatajatelt. Kõige dramaatilisem näide tagasiside puudumisest on mõnedelt suures meediaorganisatsioonis töötavatelt Saksa korrespondentidelt, kelle jaoks jäi tihtipeale ebaselgeks isegi see, kas nende lugu jõudis lõpuks avaldamiseni või mitte (Saksamaa, lk 13). Sellele vaatamata on auditooriumi huvi või pigem küll selle puudumine alati esindatud korrespondentide ja koduste toimetuste vahelistes aruteludes teemal, kas ja milliseid lugusid avaldada. Korrespondendid võivad küll tunda, et nad on kodusest auditooriumist eemaldunud, kuid õpivad kiiresti koduste toimetajate ootustele vastama selles osas, millised Euroopa Liidu uudised võiksid olla soovitud arvestades väljaande suunitlust (meelelahutuslik vs kvaliteet), toimetuse suhtumist Euroopa Liitu (positiivne vs skeptiline) ja auditooriumi eeldatavat huvi. Ettekujutust sellest, mida kodune toimetus ootab, peetakse hea professionaalse korrespondendi tunnuseks, keegi ei ole huvitatud aja raiskamisest lugudele, mis võivad nende isikliku arvamuse kohaselt küll olulised olla, kuid mis kogemuse järgi koduses toimetuses läbi ei lähe.

Sellele vaatamata erinevad ajalehed ja telekanalite uudistesaadet Euroopa Liidu uudiste hulga, sügavuse ja laadi poolest. Esiteks võib näiteks eristada ühelt poolt avalik-õiguslike kanaleid ja kvaliteet päevalehti ja teiselt poolt kommerts, tabloid, erameediat, millest esimeste Euroopa Liidu uudiste kajastuse maht ja laad on tunduvalt laialdasem ja soliidsem. Teiseks on võimalik eristada ühelt poolt väljaanded ja uudistesaaeteid, mis on pühendanud eraldi rubriigi, leheküljed, eetriaja Euroopa Liidu teemalisele uudistele, mis tuleb igakordselt antud teemavaldkonna lugudega täita, ja teiselt poolt väljaanded, kus Euroopa Liidu teemalised uudised tuleb võistelda teiste sise- ja välisuudistega laiemas valikus, kus Euroopa Liidu uudis võib tunduda olulisena ühel päeval, kuid jääda muude teemade varju mõnel teisel päeval. Tulles tagasi korrespondentide müügi-retoorika juurde võib öelda, et ühel juhul tuleb toimetust veenda üldse Euroopa Liidu teemalise loo vajalikkuses, teisel juhul, aga lihtsalt

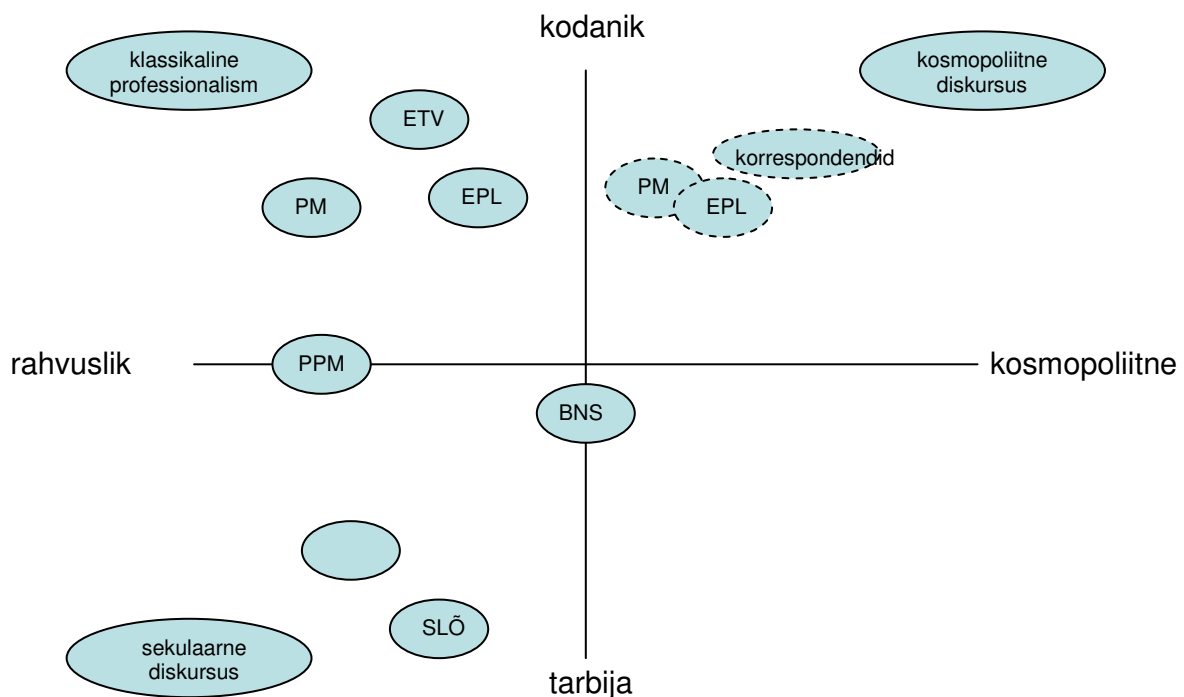
argumenteerida konkreetse väljapakutud loo rahvusliku huvi aspekti võrreldes teiste võimalike Euroopa Liidu teemadega.

Esimest liiki väljaanded tunnistavad ka teadlikuma, nõudlikuma ja huvitatud auditooriumi olemasolu, kelle infovajadused on suuremad, mis hõlmab nii uudiseid kui arvamusalugusid, kommentaare ja sügavamaid analüüse. Võib väita, et sellise kajastuse potentsiaalne auditoorium on piiratud või elitaarne, kuid samasid väljaandeid peetakse sageli nn referents-meediateks kas Euroopa või rahvuslikul tasandil, mida jälgivad nii teised korrespondendid, väljaande päritolu riigi teised ajakirjanikud kui ka teiste riikide kohalikud ajakirjanikud, et Euroopa Liidu teemadega kursis olla. Seega võib selliste referents-meediate Euroopa Liidu teemade agenda mõjutada käsitlusi ja uudiste valikuid ka teistest väljaannetes. Eelkõige on tegemist Lääne-Euroopa suurriikide juhtivate väljaannetega, mis on rahvusvaheliseks referentsiks või riigi suurima päevalehega, mis võib olla kohalikuks või ka regionaalseks referentsiks (nt Põhjamaad, Kesk-Euroopa vms). Sellest tulenevalt tuleb meeles pidada, et kuigi auditooriumi kujutus tundub erinevate riikide korrespondentide hulgas olevat suhteliselt homogeenne, ei ole võimalik rääkida ainult ühest auditooriumist, vaid tuleb arvesse võtta, et erinevatel meediatel on erinevad ja mõnikord ka väga spetsiifilised auditooriumid.

3.2.3 Kokkuvõtavad tulemused ajakirjanike ja korrespondentide intervjuudest

Eesti ajakirjanike ja korrespondentide käsitlustes Euroopa Liidu teemadest ja auditooriumi huvist võib jälgida kõigi kolme professionaalse diskursuse esinemist. Klassikaline professionalism vaatleb Euroopa Liidu teemasid eelkõige rahvuslikust kontekstist lähtuvalt ja rõhutab, seda kuidas miski Eesti mõjutab ja Eestiga suhestub. Lugejat nähakse kui kodanikku, kellel on õigus teada, mis toimub – milliseid otsuseid Euroopa Liidu tasandil vastu võetakse ning kuidas see mõjutab Eestit. Aega-ajalt eeldab selline lähenemine nende teemade kajastust, mida ajakirjanikud reeglina hindavad, kui keerulisi ja institutsionaalseid, kusjuures oluline on nende „igavate” teemade lahti kirjutamine selliselt, et need oleksid inimlikult mõistetavad ja atraktiivsed. Sekulaarne diskursus suhestub Euroopa Liidu teemadega eelkõige praktiliste kasude ja kahjude tasandil – olulised teemad on seotud rahaga, täpsemalt sellega, kuidas Euroopa Liidu tegevused mõjutavad konkreetselt lugeja rahakotti. Sellises käsitluses on lugeja pigem tarbija, kellele ei lähe korda Euroopa Liidu poliitilised ja institutsionaalsed arengud. Teemade valikul ollakse väga konkreetsed või spetsiifilisest huvist lähtuvad, olulisel

kohal on skandaalid ja kurioossed juhtumid. Kosmopoliitne diskursus jääb Eesti ajakirjanike hulgas eelmainitustest tunduvalt nõrgemaks ning sellist käsitlust kasutavad osaliselt vaid Brüsseli korrespondendid ning üksikutes hinnangutes paar koduste toimetuste ajakirjanikku. Kosmopoliitset diskursust iseloomustab rahvusteülene perspektiiv Euroopa Liidu teemadele, kus on oluline laiemat pildi kajastamine ja erinevate Euroopa huvide välja toomine, samuti otsuste mõju hindamine kodanike jaoks. Lugejat nähakse kui avara maailmavaatega huvitunud kodanikku, kes on võimeline arutlema ka laiemalt Euroopa väärtuste ja tuleviku üle.



Joonis 4. Meediakanalite diskursiivne paiknemine.

Nimetatud diskursusi on võimalik kirjeldada kahel teljel – esiteks kas teemade valikul ja tõlgendamisel lähtutakse pigem rahvuslikust või rahvuste ülesest raamistikust ning teiseks kas lugejat nähakse pigem kodanikuna või tarbijana. Joonis 4 (vt eelmine lehekülg) kujutab väljaannete tinglikku paigutust nende kahe diskursiivse telje suhtes. Paigutus on tõepoolest vaid tinglik, kuna nagu juba mainitud, siis teatud määral esineb nii sekulaarse diskursuse kui klassikalise professionalismi ilminguid peaaegu kõikides intervjuudes. Väljaande lõpliku paigutuse puhul sai määravaks väljaande mõlema esindaja koosmõjul kõlama jäänud seisukoht ning pigem eksplitsiitsed argumendid väljaande käsitluse laadi kohta. Sellise jaotuse kohaselt esindavad ETV, Postimees ja Eesti Päevaleht pigem nõ „tõsiseid uudiseid”,

kus vaatamata pessimistlikule seisukohale lugeja huvi suhtes peetakse siiski oluliseks kajastada Eestile olulisi teemasid ennekõike rahvuslikust vaatenurgast. Just Postimehe ja Eesti Päevalehe hinnangutes esineb mõnevõrra rohkem ka laiemat pildi tajumist ning kõige enam kosmopoliitsele diskursusele omaseid käsitlusi, mistõttu on need väljaanded joonisel kahes kohas ära märgitud. Kõige selgemalt võib kosmopoliitse diskursuse esindajateks pidada aga Brüsseli korrespondente. BNS uudisteagentuurina on saanud suhteliselt neutraalse paigutuse mõlema skaala suhtes, kuna antud kanali puhul on suuresti tegemist vahendamisega, mis ei raamista informatsiooni tugevalt ühel või teisel moel. TV3 ja SLÕ on sarnase paigutusega, kuna mõlemad on suunatud olulisemal määral meelelahutusele, aga ka skandaalidele ning rõhutavad eelkõige utilitaarse informatsiooni tähtsust, mis on iseloomulik sekulaarsele diskursusele. Pärnu Postimees on oma käsitluse laadilt selgelt rahvuslikust raamistikust lähtuv, mis nende puhul on isegi pigem selgelt kohalik. Lugeja huvi skaalal paiknevad nad seevastu suhteliselt neutraalselt, pidades oluliseks mõlemate aspektide käsitlemist. Selline väljaannete jaotus on mõnes mõttes loomulik või loogiline peegeldades erinevate väljaannete turupositsioone ja funktsioone. Selge, et me eeldame rahvustelevisionilt teist laadset uudiste käsitlemist kui selgelt meelelahutuslikuna positsioneeritud väljaandelt. Samuti oleks liigne oodata kohalikult lehelt millegi muu kui kohaliku perspektiivi tähtsustamist. Mitmed ajakirjanikud näiteks Postimehes ja Pärnu Postimehest viitasid ka võimalikule huvile nn *human interest* lugude suhtes, mis võiksid paigutuda joonise alumisse paremasse nurka, mis hetkel jääb tühjaks, kuna reaalselt seda lähenemist ei rakendata olulisel määral.

3.3 Auditoorium

Auditooriumi klasteranalüüsi tulemusel Mina. Maailm. Meedia 2005 põhjal selgus neli Euroopa avalikkuses osalemise eelduste ja ressursside suhtes võrdlemisi erinevat indiviidide gruppi (Tabel 14):

- A-gruppi iseloomustab kõrge poliitiline aktiivsus ja osalus, usaldus riigi ja meedia vastu, suur huvi uudiste vastu teistest maadest, samuti laialdased isiklikud kogemused ja kontaktid teiste maadega, informeeritus ja kultuuriline avatus (22% valimist);
- B-gruppi poliitika oluliselt ei huvita, nad ei ole eriti usaldavad, samuti on nad üskkõiksed uudiste vastu teistest maadest, neil on laialdased isiklikud kogemused ja kontaktid teiste maadega, samuti on nad kultuuriliselt pigem avatud (26% valimist);
- C-grupp on poliitiliselt võrdlemisi aktiivne, usaldavad riiki ja meediat, neid iseloomustab suur huvi uudiste vastu teistest maadest, samas puuduvad neil isiklikud kogemused ja kontaktid, kuid väga olulisel kohal on vahendatud kontaktid, kultuuriliselt pigem suletud (27% valimist);
- D-gruppi iseloomustab poliitiline apaatia ja ükskõiksus, usaldamatus ning suletud sotsiaalne ruum, samuti on nad vähe informeeritud ja kultuuriliselt suletud (25% valimist).

Sotsiaal-demograafiliste tunnuste lõikes erinevad klastrid tugevalt (Tabel 16). Aktiivses ja huvitunud A-grupis domineerivad eesti keelsed vastajad (88%), samas kui passiivses D-grupis on kogu valimiga võrreldes oluliselt rohkem vene keelseid vastajaid (45%). Teistes klastrites on jaotus enam-vähem sarnane valimile. Vanuse poolest on A-grupp ja B-grupp pigem nooremad ning C-grupp ja D-grupp pigem vanemad, kuigi väga suuri kõikumisi klastrite piires ei ole. A-grupis on kaks korda enam kõrgharidusega vastajaid kui kogu valimis, D-grupis on neid aga kolm korda vähem kui kogu valimis. B-grupis on pisut rohkem kõrgharidusega vastajaid kui kogu valmis ning C-grupis on pisut enam keskharidusega vastajaid kui kogu valimis. Sissetuleku poolest on A-grupis teistega võrreldes enim kõrgeima sissetulekuga vastajaid, samas kui B-grupi sissetulekute struktuur on sarnane kogu valimile. C-grupis, aga eriti D-grupis on keskmisest pisut rohkem neid, kes teenivad kuni 2500 krooni pereliikme kohta kuus. A-grupis on keskmisest rohkem neid, kes peavad end sotsiaalse staatuse poolest kõrg-keskkihti või kõrgkihti kuuluvaks, B-grupis on sama tendents, kuid

märksa tagasihoidlikumalt väljendunud. C-grupis ja D-grupis hindavad vastajad oma sotsiaalset staatust pigem madalamalt – keskmisest vähem on neid, kes peavad ennast kõrgematesse kihtidesse kuuluvaks ja keskmisest rohkem neid, kes peavad ennast madalamatesse kihtidesse kuuluvaks. Kõik need erinevused klastrite sotsiaal-demograafilises koosseisus on hii-ruut statistiku järgi hinnates statistiliselt olulised. Soolise jaotuse poolest on kõik klastrid suhteliselt sarnased valimi jaotusele, siiski on keskmisest enam mehi A-grupis ja keskmisest rohkem naisi D-grupis, kuid need erinevused ei ole hii-ruut statistiku järgi statistiliselt olulised.

Vaadetes moodustunud klastreid täiendavate tunnuste lõikes võib näha, et A-gruppi iseloomustab positiivne hinnang liitumisele Euroopa Liiduga – 73% puhul on positiivne hinnang märkimisväärne, tugev või väga tugev; B-gruppi ja C-gruppi iseloomustab mõlemat mõõdukamad hinnangud Euroopa Liiduga liitumisele, mis sarnaneb üldkogumi jaotusega ning D-grupis on pisut üle kolmandiku neid, kellel positiivne hinnang Euroopa Liiduga liitumisele üldse puudub. Siinkohal tuleb märkida, et kuna tegemist on indeksiga, mis hõlmab kolme tunnust, siis madalam tulemus, st vähem positiivset hinnangut, võib olla tingitud ka sellest, kui inimesel puudub konkreetne arvamus Euroopa Liidu mõjust ühele või teisele eluvaldkonnale ehk madalam tulemus võib väljendada suhtelist ükskõiksust. Üldjoontes sarnast jaotust erinevate klastrite vahel võib täheldada hinnangutes muutustele üldiselt ja hinnangutes iseseisvusaja valitustele. Siin on taas A-grupi hinnangud kõige positiivsemad – 50% annab väga positiivse hinnangu muutustele üldiselt ja 20% iseseisvusaja valitustele; ja C-grupi hinnangud kõige pessimistlikumad – ligi kolmandikku iseloomustab väga vähene positiivne hinnang muutustele üldiselt ja üle pooltel puudub positiivne hinnang iseseisvusaja valitsustele. B-grupp ja C-grupp hindab võrdlemisi sarnaselt muutuseid üldiselt, kui hinnangutes iseseisvusaja valitsustele on B-grupp positiivsem.

Meediakasutuse poole pealt on A-grupp kõikide meediatüüpide lõikes kõige aktiivsem ja mitmekülgsem, samas kui B-grupp ja C-grupp on suhteliselt sarnased ajalehtede lugemise, raadiokuulamise ja televaatamise osas. Oluline erinevus on interneti kasutamise aktiivsuses, kus B-grupp on väga aktiivsed interneti kasutajad, samas kui C-grupis jääb interneti kasutamise aktiivsus alla valimi keskmisele. D-grupp on pigem vähesed ja passiivsed meediatarbijad, seejuures kõige olulisem meediakanal on selle grupi jaoks televisioon, mille puhul erinevus teiste gruppidega on kõige väiksem. Kõige suurem erinevus teiste gruppide meediakasutusega võrreldes on interneti kasutamise aktiivsuse osas.

Huvi saada rohkem informatsiooni Euroopa Liidu kohta Meedia ja valimised 2007 põhjal on sotsiaal-demograafiliste tunnuste lõikes võrdlemisi sõltumatu (Tabel 17) – huviliste hulgas on nii mehi kui naisi, noori kui vanu, kõrgema ja vähema haridusega, suurema ja väiksema sissetulekuga inimesi. Seose olemasolu võib täheldada vaid vanuse ja hariduse puhul, seejuures nende hulgas, keda Euroopa Liit huvitab on sama palju kõrgharidusega inimesi kui keskmiselt, pigem on keskmisest vähem kõrgharidusega inimesi nende hulgas, keda Euroopa Liit ei huvita. Sama võib täheldada vanuse puhul – neid, kes ütlevad, et Euroopa Liit neid ei huvita on pisut enam nooremate hulgas, samas huviliste ja mitte-huviliste hulgas on keskmisega enam-vähem võrdselt vanemaid inimesi. Sissetulek ja ühiskonnakihti kuulumine huviga Euroopa Liidu vastu seotud ei ole. Samas tundub, et inimesed, keda huvitab Euroopa Liit, on ka üldiselt ümbritsevast maailmast keskmisest rohkem huvitatud. Euroopa Liidust huvitatute hulgas on keskmisest rohkem neid, keda huvitab välispoliitika, Eesti sisepoliitika ja kohalik poliitika. Eesti ja kohaliku poliitika puhul on vahed huviliste ja mitte-huviliste vahel isegi suuremad kui välispoliitika puhul – Eesti poliitika huvitab väga viiendikku kõigist vastajatest, aga tervelt kolmandikku neist, kes ka Euroopa Liidu vastu huvi tunnevad. Sarnaselt on nende hulgas, keda Euroopa Liit ei huvita, rohkem ka neid, kes Eesti poliitikast ja kohalikust poliitikast ei huvitu. Silmapaistvalt rohkem on huviliste hulgas ka neid, kes peavad otsust Euroopa Liiduga ühineda õigeks. Keskmiselt arvas nii 56% vastajatest, aga tervelt 75% huvilistest. Mitte-huviliste hulgas seevastu on pea kaks korda rohkem neid, kes ühinemist õigeks ei pea (13% ja 25%). Samuti on seotud huvi Euroopa Liidu vastu usaldusega nii Eesti riigi kui ka Euroopa Liidu vastu. Huvilistel on suurem usaldus nii Eesti kui Euroopa Liidu vastu ja mitte-huvilistel vastupidi väiksem usaldus nii Eesti kui Euroopa Liidu vastu võrreldes kõigi vastajate keskmisega. Euroopa Liidu huvilised on ka agarad meediatarbijad – 73% jälgib uudiseid vähemalt korra päevas või rohkem (keskmiselt 66%), mitte-huviliste seas on keskmisest rohkem neid, kes jälgivaid uudiseid harva või ebaregulaarselt (9% ja 17%). Euroopa Liidu huvilised loevad sagedamini ka arvamused artikleid ja jälgivad rohkem arutlussaateid raadios ja televisioonis. Kõige rohkem jälgitakse arutlussaateid televisiooni vahendusel – huvilistest vaatab järjekindlalt selliseid saateid 39%, arvamused artikleid loeb järjekindlalt 28%. Antud uuringu järgi on Eesti inimesed suured reisijad – vaid 12% vastajatest ei ole olnud üheski Euroopa riigis, statistiliselt oluline seos Euroopas reisimise ning Euroopa Liidu huvi vahel puudub. Isiklike kontakte on Euroopas enam kui pooltel Eesti inimestel ning ka siin puudub statistiliselt oluline seos huviga Euroopa Liidu vastu.

Kaugelt kõige enam on inimesed saanud infot Euroopa Liidu kohta Eesti meediast – peamiselt on sealt Euroopa Liidu alase info saanud 63% vastajatest ja mõningal määral 27% vastajatest. Teised olulisemad kanalid on internet – peamiselt 20% ja mõningal määral 29% vastajatest; ning teised inimesed – peamiselt 7% ja mõningal määral 33%. Kõige vähem oluline infoallikas on Euroopa Liidu projektidega seotud astutused või organisatsioonid, kust on infot saanud peamiselt 6% ja mõningal määral 16% vastajatest. Seos Euroopa Liidu huvi ja infoallikate vahel on olemas rahvusvahelise meedia, interneti ja Euroopa Liidu projektidega seotud asutuste puhul. Euroopa Liidu huviliste hulgas on keskmisest rohkem neid, kes nimetavad mõningal määral infoallikana rahvusvahelist meediat ning peamise infoallikana interneti. Huviliste hulgas on ka keskmisest vähem neid, kes EL-ga seotud projektidest üldse infot pole saanud. Esimesel kohal on infoallikana on küll selgelt meedia, kuid alahinnata ei saa ka inimestevahelise suhtlemise olulisust, mis ühes või teises vormis on paljude inimeste jaoks samuti olulised. Teisi inimesi mainisid peamiselt või mõningal määral infoallikana 40% vastajatest, töölt või koolist saadud infot 37% ja isiklikust kogemusest saadud infot 31% vastajatest. Üldjoontes on huviliste infoallikad mitmekülgsemad.

Erinevate poliitilist huvi, usaldust ja aktiivsust, uudiste jälgimist ja sotsiaalseid ressursse kirjeldavate tunnustega viidi läbi ka faktoranalüüs, mille tulemusena selgus viis faktorit (Tabel 18), mis võiksid kirjeldada huvi Euroopa Liidu vastu – poliitilise huvi faktor (1), ühiskondliku huvi faktor (2), Euroopa Liidu hinnangu ja poliitilise aktiivsuse faktor (3), riiklike institutsioonide usalduse faktor (4) ja sotsiaalsete ressursside faktor (5). Faktorite arvu vähendamisel on märgatav teatud faktorite omavaheline koondumine. Nelja faktoriga lahendi (Tabel 19) puhul näiteks koonduvad Euroopa Liidu hinnangu ja riiklike institutsioonide usalduse faktor ühiseks võimu dimensiooni faktoriks (1). 3 faktoriga lahendi puhul koonduvad poliitilise huvi ja ühiskondliku huvi faktor üheks üldise huvitatuse faktoriks, kui kuna selline lahend kirjeldab juba vähem kui poolt kogu variatiivsusest, siis ei ole seda siinkohal ära toodud.

Regressioonanalüüs viie faktori ja Euroopa Liidu huvi kohta (Tabel 20) näitab, et kõige paremini ennustavad huvi Euroopa Liidu vastu poliitilise ja ühiskondliku huvi faktorid ($p=0,000$) ning Euroopa Liidu hinnangu faktor ($p=0,000$). Klasteranalüüsi puhul oli oluliseks klastreid eristavaks tunnuseks ka usaldus riiklike institutsioonide vastu, siis antud juhul on tunduvalt tugevam seos usalduse ja hinnangutega konkreetselt Euroopa Liidule, mitte niivõrd kogu riigile ($p=0,12$). Nelja faktori ja Euroopa Liidu huvi regressioonanalüüs (Tabel 21)

näitab samuti, et võimu dimensioon ($p=0,000$) ning poliitilise ($p=0,000$) ja ühiskondliku huvi ($p=0,000$) dimensioon on Euroopa Liidu huvi seisukohalt olulisteks teguriteks. Nelja faktori puhul muutub regressioonanalüüsis Euroopa Liidu huvi ennustavaks tunnuseks ka sotsiaalsetet ressursside faktor ($p=0,001$).

Nii klasteranalüüs Mina. Maailm. Meedia 2005 andmestiku põhjal kui ka faktoranalüüs Meedia ja valimised 2007 andmestiku põhjal viitavad, et Euroopa Liidu teemade puhul on olulised kolm dimensiooni, mis kirjeldavad auditooriumi ressursse ja huvi. Esiteks eristab auditooriumi erinevaid grappe suhe riigi ja võimuga, mis kirjeldab auditooriumi usaldust Eesti riiklike institutsioonide vastu ja hinnanguid Euroopa Liidule. Faktoranalüüs näitas, et nendest tugevam Euroopa Liidu alase huvi ennustaja on hinnangud Euroopa Liidule. Klastreid eristavaks oluliseks aspektiks on gruppide erinev usaldus riiklike institutsioonide vastu, kusjuures grupid, kes usaldavad rohkem riiki on eeldatavalt vastuvõtlikumad ja usaldavamad ka Euroopa Liidu suhtes. Teiseks on auditooriumi erinevatel gruppidel erinevad huvid, mis samuti mõjutab nende vastuvõtlikust Euroopa Liidu teemadele. Need grupid, kellele üldisemalt pakuvad huvi poliitilised ja ühiskondlikud teemad, huvituvad rohkem ka Euroopa Liiduga seotud asjadest, kuna nende üldine eelhäälestus on selline, et peetakse oluliseks olla kursis ühiskonnas toimuvaga. Siia alla kuulub ka huvi teiste maade vastu, mis oli oluline eristav tegur klasteranalüüsis. Ühiskondlikule huvile vastandub isiklikest huvidest ja meelelahutusest lähtuv eelhäälestus, sellistele gruppidele võiks näiteks Euroopa Liidu puhul sobida pehmem teemade käsitus, aga ka näiteks skandaalsed juhtumised. Kolmas dimensioon kirjeldab auditooriumi erinevaid sotsiaalseid ressursse nagu näiteks keelteoskus, meediatarbimine, sealhulgas uue meedia tarbimine ja mitmekülgne internetikasutus, isiklikud kontaktid ja kogemused väljas pool Eestit, mis arvatavasti suurendab inimeste avatust nõ väljast poolt tulevatele teemadele nagu Euroopa Liit.

IV JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Meedia sisuanalüüsis tuli välja väljaannete erinev lähenemine Euroopa Liidu uudiste kajastamisele, mis leidis veelgi kinnitust ajakirjanike intervjuudes. Suurem osa Euroopa Liidu teemalisest kajastusest vaadeldud perioodil oli üleriigilises päevalehes Postimees ja avalik-õiguslikus telekanalis ETV. Meelelahutusliku suunitlusega SL Õhtuleht ja kommertskanal TV3 pöörasid Euroopa Liidu teemadele oluliselt vähem tähelepanu ning neid võib pidada suhteliselt ebaoluliseks Euroopa Liidu uudiste allikaks. Selline suundumus ei ole Eesti eripära, vaid on omane ka teistele AIM võrdlevas uuringus osalenud riikidele. Väljaannete erinev tonaalsus on osaliselt kindlasti seletatav nende erineva positsioneerimisega meediaturul, millest lähtuvalt peetakse oluliseks või vähe oluliseks erinevate teemade kajastamist, mis kujundab väljaande näo mitte ainult Euroopa Liidu uudiste kontekstis, vaid ka laiemalt. Turusurve ja meedia üldine kommertsialiseerumine on tuntav ka ajakirjanike reflektsoonides ja hinnangutes Euroopa Liidu teemade käsitlemisele. Sellises vaates allub meedia tavalistele turumajanduslikele jõududele – turu kujundab pakkumise ja nõudluse vaherkord, mille tulemusel on edukamad, st müüvad paremini need väljaanded, mis suudavad paremini vastata turunõudlusele. Võib eeldada, et selline auditooriumi hulgas populaarsuse pärast konkureerimine on olulisem meelelahutusliku suunitlusega väljaannetele ja kommertskanalitele, samas on Eesti meediaturg sedavõrd väike, et päris vabad ei ole sellest survest tegelikult ka end kvaliteetlehena positsioneerivad Postimees ja Eesti Päevaleht ega ka avalik-õiguslik ETV. Postimees ja Eesti Päevaleht näiteks on lisanud meelelahutuslikumat sisu oma *online* versioonidesse ja saanud selle tõttu ka kriitika osaliseks süüdistatuna kolletumises. Avalik-õiguslik televisioon võiks sellisest reitingute survest vaba olla, kuid ka siin on aega-ajalt kosta hääli, et pole mõtet teha kalli raha eest programmi, mida keegi ei vaata. Postimees ja Eesti Päevaleht ei ole kindlasti võrreldavad selliste suurte Euroopa kvaliteetlehtedega nagu *Frankfurter Allgemeine Zeitung* Saksamaal või *Le Monde* Prantsusmaal, kuid Eesti kontekstis võib neid siiski pidada pigem kvaliteetlehtedeks.

Avalik-õiguslik televisioon on siiski usaldusväärsem meediakanal (Vihalemm jt 2004), eriti võrreldes trükimeediaga. Eesti avalik-õigusliku televisiooni positsioon ühiskonnas on sellisena Euroopa Liidu riikide hulgas suhteliselt unikaalne, mistõttu on tegemist olulise kanaliga ka Euroopa Liidu kajastuse seisukohalt. Kui SL Õhtulehe lugejanumbrid on Postimeest kui edukaimat kvaliteetpäevalehte juba aastaid edestanud, siis teleuudiste osas on nihe meelelahutusliku suunitluse kasuks toimunud alles viimastel aastatel. Kevadel 2005, mil

viidi läbi käesolevas töös kajastatud sisuanalüüs, oli ETV Aktuaalne Kaamera vaadatuim uudistesaaade üldse ning TV3 populaarseim kommertskanal. Vahepealse kahe aasta jooksul, täpsemalt viimase telehooaja jooksul on Kanal 2 teinud aga jõulise tõusu vaadatavuses ja TV3-st populaarsuses möödunud. Kanal 2 Reporter on vaadatuim uudistesaaade, kuigi nii tugevalt meelelahutusliku suunitlusega, et mõned ei tihka seda uudisteks üldse pidada. Aprillis 2007 vaatas Aktuaalset Kaamerat keskmiselt 160 000 inimest, mis on 35 000 vähem kui kevadel 2005. Reporterit vaatas samal perioodil keskmiselt 170 000 inimest – vahe pole siin küll suur, kuid trend muutub kõnekamaks tuues kõrvale talvised reitingud, mil televaatamine on üldiselt kõrgem. Talvisel perioodil vaatas ETV uudistesaadet endiselt umbes 160 000 inimest, samas kui Kanal 2 uudiseid jälgis novembris-jaanuaris keskmiselt 220 000 inimest (TNS Emor, http://www.emor.ee/failid/top/top10vaadatavamat_saadet.html). See näitab, et ETV vaatajaskond on siiski suhteliselt stabiilne seltskond, samas kui Kanal 2 vaatajaskond allub teleauditooriumi tavalistele reeglitele – kui väljas ilmad soojemaks ja ilusamaks lähevad, siis kaob mingi seltskond teleka eest ära ehk nende huvi ei ole tingimata eraldi uudiseid vaadata, vaid pigem on nende eelhäälestus meelelahutuslikule ajaveetmisele. ETV usaldusväärsest ja positsioonist esimese oluliste uudiste allikana annavad tunnistused ka hiljutised ärevad sündmused seoses pronkssõduriga. Rahutuste perioodil kasvas ETV põhiuudistesaaade reitingud pisut vähem kui kaks korda, samas kui Kanal 2 ja TV3 uudiste puhul oli erinevus mõnikümmend protsenti, mis näitab, et kriitilistel hetkedel on avalik-õiguslik telekanal siiski eelistatuim informatsiooni allikas (TNS Emor, Teleauditooriumi mõõdikuuuring, 01.04-30.04.2007).

Euroopa Liidu uudiste kajastuse puhul on märkimisväärne selliste lugude arv, kus Euroopa Liit esineb kõrvalteemana. Ühelt poolt annab see tunnistust suhteliselt limiteeritud „tõeliste” Euroopa teemade kajastusest – Euroopa Liit ei ole uudiskriteeriumites ja teemavalikus Eesti meedia jaoks prioriteetne, teisest küljest loob meediasisule omaette huvitava fooni. Euroopa Liit ning meie liikmelisus on oluline viide või argument terve hulga mitte-Euroopa teemade puhul. Uudislood kasutavad võrdlust Euroopa Liidu keskmisega või teiste liikmesriikidega demonstreerimaks Eest edu või ebaedu erinevates valdkondades. Samuti on oluliseks perspektiiviks Euroopa Liidu liikmesriigile kohane või mitte-kohane käitumine, mis võib olla iseloomulik uuele liikmesriigile ja avaliku kommunikatsiooni avaratumise märk. Koopmansi mõistes on tegemist horisontaalse kommunikatsiooniga. Refleksioon sellele, mida teised meist võiksid arvata on Eesti meedias olulisel kohal. Euroopa Liidu viite või võrdluse arvele võib sellisel moel kirjutada näiteks suure osa välissuhete temaatikast, mille esinemise

sagedusega Eesti teiste riikidega võrreldes silma paistis, samuti suure osa arvamused, mis olid enamasti hoopis Eesti-Vene suhete teemal. Kindlasti ei tähenda see, et kõikidel teemadel kirjutatavates arvamused oleks Euroopa Liidule viitamine tavapärase praktika. Suurel määral sõltub see ilmselt teemast – kevadel 2005 sisuanalüüsiks valitud perioodi vältel oli Eesti-Vene suhete teema tugevalt esil seoses Arnold Rüütli otsusega 9.mai pidustustel Moskvast mitte osaleda, mis tekitas laiemat diskussiooni Eesti-Vene suhete teemal, mis kindlasti ei ole sama laialdane kõikidel perioodidel. 2007. aasta märtsi võrdlevad tulemused seda näitavadki – kadunud on arvamused ja välissuhete suur osakaal. Midagi sarnast võis taas märgata pronksõduri temaatika kajastamisel rahutuste ajal ja eriti vahetult peale rahutusi, kus oluliseks teemaks muutus, kuidas Euroopa meist aru saab. Sündmused siin ja Moskvast saatkonna juures tõid tugevalt fookusesse taas ka Eesti-Vene suhted, kus nii meedia jaoks kui Eesti poliitikute ametlikus retoorikas muutus väga oluliseks argumendiks Eesti Euroopa Liidu liikmelisus.

Kokkuvõttes iseloomustab sisuanalüüsi tulemusi Euroopa Liidu teemade kajastuse juhuslikkus ja sõltuvus konkreetsetest sündmustest, mida võib märgata nii 2005. aasta kui 2007. aasta andmete puhul, samuti AIM-i rahvusvahelise võrdluse puhul. Osaliselt on siin kindlasti tegemist meetodilise probleemiga – sisuanalüüsi mõistes on tegemist äärmiselt lühikese perioodiga, mis ei võimalda jälgida Euroopa Liidu kajastuse pikemaid trende. Perioodi lühidus tulenes eelkõige uurimuse rahvusvahelisest kontekstist, mille raames oli pigem oluline samal ajal erinevates riikides võrdlusmomenti saavutamine, mitte niivõrd pikemate trendide uurimine, mis oleks loogilisem puhtalt rahvusliku meedia kontekstis.

Meedia tundub olevat justkui äraootaval seisukohal Euroopa Liidu suhtes. Euroopa Liidu uudiste kajastamine erinevates rubriikides ja teemade rubriikidesse paigutamine peegeldavad Eesti meedia ambivalentset ning teatud vastuolu Euroopa Liidu teemade käsitlemisel, mis tuleb välja ka intervjuudest ajakirjanikega – tihtipeale ei ole toimetuse jaoks päris selge, kas lugu peaks kuuluma välisuudiste või siseuudiste alla. Enne liitumist oli Euroopa Liit Eesti jaoks välisuudis. Muutnud olukorras aga ei suudeta veel tajuda, et tänu liikmelisusele on Euroopa Liidu siseasjadest saanud ka Eesti siseasjad ning sellest lähtuvalt ümber orienteeruda ja toimetuse töö protsessid ümber korraldada.

Euroopa Liit ei ole prioriteetne teema ajakirjanike hinnangul, pigem hinnatakse seda liiga keeruliseks ja institutsionaalseks, millest on raske rääkida lugeja-vaataja jaoks atraktiivsel ja

arusaadaval moel. Ajakirjanike refleksioon auditooriumi vähesest huvist Euroopa Liidu teemade vastu on üks olulisemaid teema kajastamist kujundavaid ja piiravaid tegureid. Euroopa Liit ei müü – see on argument, mis on väljaannete jaoks sageli tugevam muudest kaalutlustest nagu näiteks teema olulisus Eesti jaoks. Teadvustatakse küll suurema infovajadusega gruppide olemasolu auditooriumi hulgas, kuid etaloniks valitakse siiski nõ tavaline inimene, keda Euroopa Liit ajakirjanike hinnangul ei huvita vähese teadlikkuse või teema suhtelise kauguse tõttu inimese isiklikust elust. Eesti meedia näeb auditooriumit pigem tarbijatena kui kodanikena. Selles kontekstis nähakse lugejat-vaatajat esmajoones kui meediatarbijat, kellele tuleb edukate müüginumbrite nimel võimalikult meelepärast meediasisu luua. Tarbijat huvitavad eelkõige teda ennast lähedalt puudutavad teema, reaalsed kasud ja kahjud, mis Euroopa Liit endaga kaasa võib tuua – ühisnimetajaks on siin raha. Heaks näiteks on suhkrutrahvi laialdane kajastamine, mis teatud perioodil oli Eesti meedias ilmselt populaarsemaid Euroopa Liiduga seotud teemasid. Kvaliteetlehtede ja avalik-õigusliku televisiooni esindajad peavad refleksioonides siiski oluliseks ka auditooriumist kui poliitiliselt huvitunud kodanikust lähtuvat perspektiivi, kus peetakse oluliseks kajastada teemasid, mis Euroopa Liidu tasandil Eestit mingil moel mõjutavad. Selline ajakirjandus lähtub printsiibist „kodanikel on õigus teada, mis toimub”.

Euroopa Liidu teemade kajastamisel on esmaseks uudiskriteeriumiks olulisus rahvuslikust perspektiivist, mis on iseloomulik mitte ainult Eestile, vaid ka teistele Euroopa ajakirjanduskultuuridele. Nii nagu kohalikule ajalehele ei saa ette heita kohaliku perspektiivi tähtsustamist, ei saa ka rahvuslikule ajakirjandusele ette heita rahvusliku perspektiivi tähtsustamist. Ometi tundub rahvusliku perspektiivi tähtsustamine olema auditooriumi huvipuuduse kõrval üks olulisemaid takistusi Euroopa Liidu teemade kajastamisel. Esiteks, Euroopa Liit on suures osas institutsionaalne ja keeruline ning sellisena ajakirjanduslikult igav ja raske teema, mis nõuab head professionaalset lähenemist ja teema avamist selliselt, et selle sisu ja tähendus oleks mõistetav tavalisele inimesele. Euroopa Liidu teemad vajavad oluliselt rohkem seletamist ja tõlgendamist kui mõni teine teema ning selles valguses on ajakirjaniku jaoks tegemist väljakutseid pakuva ülesandega. Teiseks, rahvusliku perspektiivi tähtsustamine ei soodusta teemade käsitlemist Euroopa ühishuvi aspektist, mis võiks vähemalt osaliselt olla oluline aspekt Euroopa avalikkuse kujunemisel. Meenutagem teoreetilisest osast kasvõi Risse kontseptsiooni, et Euroopa avalik sfäär eeldab teemade käsitlemist lähtuvalt samadest tõlgendusviisidest ja tähendusstruktuuridest, mis paratamatult on puudu teema

käsitlemisel lähtuvalt erinevatest rahvuslikest tõlgendustest. Mistahes arutelu ei ole vajalik, et osalejad nõustuksid selles osas, mis on lahendus, küll on aga vajalik, et kõik osalejad saaksid ühtemoodi aru sellest, milles probleem seisneb. Rahvuslike tõlgenduste domineerimisel on sellisel ühisosal keeruline tekkida. Euroopa Komisjoni kommunikatsioonipoliitika vaade on abstraktne „kodanike” Euroopa, samas nii Eesti kui ka teiste Euroopa riikide meediad lähtuvad selgelt „rahvuste” Euroopast, mis on oluline vastuolu. Nagu juba öeldud – ei saa rahvuslikule ajakirjandusele ette heita rahvusliku perspektiivi tähtsustamist, aga kui rahvused on tõepoolest „kujutletud kogukonnad” (Anderson 1991), siis ei ole rahvuslik perspektiiv loomulik ega ainuvõimalik, vaid sotsiaalne konstruktsioon, mis tähendab, et vähemalt teoreetiliselt on võimalik ka teistsugustest kujutletud kogukondadest lähtuvad sotsiaalsed konstruktsioonid.

Euroopa avalikkuse kujunemise võimalikkuse osas on ajakirjanikud sama skeptilised kui auditooriumi huvi osas Euroopa Liidu teemade vastu ning peamise takistusena näevad ajakirjanikud rahvusliku perspektiivi domineerimist. Eestit ei tajuta Euroopa ühise inforuumi osana, isegi kui eeldatakse, et see kusagil vanades liikmesriikides või Brüsselis olemas on. Osalt peetakse selle põhjuseks väheseid sotsiaalseid kontakte Eesti inimeste ja Euroopa vahel. Samas on hakatud teadvustama rahvusvahelist mõõdet oma töös – Eesti ajakirjaniku lugu võidakse avaldada ka teistes Euroopa riikides, mis tõttu tuleb kirjutada arusaadavalt laiemale publikule jaoks, samuti jälgitakse Eesti meedias toimuvat Euroopa Komisjoni esinduse ja teiste riikide saatkondade kaudu.

Kokkuvõtvalt võib ajakirjanike refleksioonides jälgida kolme diskursust Euroopa Liidu teemade kajastamisel. Pigem meelelahutusliku ja turule orienteeritud suunitlusega meediaväljaannete suhtumist nagu näiteks SL Õhtuleht ja TV3 kirjeldab eelkõige sekulaarne diskursus, kus domineerib lugeja-vaataja käsitlemine tarbijana, mistõttu tarbija isiklikest kasudest ja kahjudest ning meelelahutusest lähtuvat huvi peetakse Euroopa Liidu suhtes leigeks kui mitte olematuks. Teemadest leiavad käsitlemist tarbijaõiguste ja rahaga seotud teemad ning selline ajakirjandus pigem ei tunne, et neil oleks moraalne kohustus tõstatada ühiskonna jaoks olulisi teemasid. Ajakirjaniku roll on vahendada auditooriumile huvi pakkuvat informatsiooni. Avalik-õigusliku televisiooni ja pigem kvaliteetlehtedena positsioneerivate Postimehe ja Eesti Päevalehe käsitlusi Euroopa Liidu teemade kajastamisest

kirjeldab klassikalise professionalismi diskursus, mis näeb lugejat-vaatajat poliitiliselt huvitunud ja aruteluks võimelise kodanikuna, kellel on õigus teada ja kaasa rääkida poliitiliselt ja ühiskondlikult olulistest teemades. Teemadena kerkivad üles eelkõige rahvusliku perspektiivi olulisusest lähtuvad lood, mis on Eesti jaoks kuidagi olulised või Eestit mingil moel mõjutavad. Selline ajakirjandus näeb enda rolli avaliku sfääri ühe kandjana ning võtab sagedamini ka seletava ja tõlgendava hoiaku. Korrespondentide käsitlustes võib kõige enam täheldada kosmopoliitse diskursuse elemente, mis tähendab rahvuslikust huvist kõrgema perspektiivi vajalikkuse teadvustamist ning teemade nägemist teatud Euroopa ühishuvi seisukohalt.

Probleemi püstituses toodud üks teoreetilisi eeldusi oli, et Euroopa avalikkuse kujunemisel on oluline osa sotsiaalsetel kujutlustel, mida luuakse ja taastoodetakse avalikus kommunikatsioonis, sealhulgas meedias. Selliste sotsiaalsete kujutluste üheks oluliseks kandjaks on ka ajakirjanikud kui teatud professionaalide grupp, kes läbi sotsiaalsete kujutluste kujundavad muuhulgas Euroopa Liidu kajastamist ja tõlgendamist meedias. Eesti ajakirjanike refleksioonid Euroopa Liidu teemade kajastamisest ja auditoriumi huvist on pigem sellised, mis ei soodusta arutelude ega ühise avaliku ruumi tekkimist Euroopa teemade ümber. Meedia üldist suhtumist Euroopa Liidu teemadesse, mis peegeldub nii ajakirjanike intervjuudest kui sisuanalüüsi tulemustest, kirjeldab hästi ka järgmine tsitaat endiselt europarlamenti saadikult ja praeguselt Eesti presidendilt Toomas-Hendrik Ilveselt:

"Ajakirjanduse järelevalve peab suurenema. Täna suhtub Eesti meedia jätkuvalt ELi küsimustesse stiilis „nemad” kusagil „seal” otsustavad. Selle asemel tuleb omaks võtta suhtumine, et Eesti osaleb nende otsuste kujundamisel eeskätt Eesti sees langetet otsuste kaudu. Kuni Eesti enda ajakirjanikud ei hakka ministreid üksikasjalikult küsitlema ELi poliitikate kohta, st ei avarda oma küsimuste ringi laiemale Eesti-Vene suhetest ja suhkrutrahvist, ei parane ka valitsuse liikmete kompetents.” (T.H. Ilves 2006: 180)

Ilmselt on presidendil õigus, et Eesti ajakirjandus ja ühiskond ei taju veel päriselt Euroopa Liidu kasvanud rolli avalikus ja poliitilises kommunikatsioonis. Liitumiseelsel perioodil oli Euroopa Liit oluliseks arutelu teemaks meedias ja ühiskonnas, kuid liikmelisuse tingimustes Eesti avalikkus alles loob suhet Euroopa Liiduga. Kindlasti võib küsida, et milleks meile seda vaja on – kas me ei võiks rahulikult siin oma asjadega tegeleda, mis meile huvitavad on? Milleks me peaksime lähtuma mingist abstraktsest ja kahtlasest, igal juhul meile mitte omasest Euroopa ühishuvist? Euroopa Liidu majanduslik ja poliitiline integratsioon on Eesti

elu reaalsus, mistõttu on teatud määral selline eurointegratsioon vajalik ka avalikus kommunikatsioonis. Sellest lähtudes tuleb tõdeda, et Euroopa Liidu teemade kajastuse näol ei ole tegemist objektiivse või paratamatu faktiga (auditooriumi ei huvita, liiga keeruline ja kaugel), vaid teatud sotsiaalse konstruktsiooniga, mida kujundavad nii meedia enda kui laiemalt kogu ühiskonna suhtumine ja hoiakud. Sellisena peegeldavad ajakirjanike tõlgendused Euroopa Liidu teemade kajastamisest ja takistustest nende teemade kajastamisel pigem poliitilise kommunikatsiooni horisontaalseid kui vertikaalseid funktsioone (Tamppuu & Pullerits 2006), samas on nii üks kui teine demokraatia olulised elemendid.

Ühe võimaluse meedia hoiakute tõlgendamiseks annab Mikkeli ja Kasekampi (2005) välja pakutud eurotemaatika arutluse jaotus erinevatesse etappidesse Eesti avalikkuses, mille järgi aastatel 1995-1999 oli Euroopa teema põhihoiak Eesti avalikkuses euroentusiasmi, 1999-2002 euroskeptitsism ja 2002-2004 eurorealism. Euroentusiasmi perioodi algul esitas Eesti ametliku liitumisavalduse ning sellest ajast peale oli liitumine Euroopa Liiduga kõikide valitsuste poliitiline prioriteet ja kogu ühiskonna eesmärk. Euroskeptitsismi perioodi iseloomustas riikliku turvatunde kasv, süvenes umbusk eurointegratsiooni ja vähenes toetus Euroopa Liidule. Eurorealismi perioodi iseloomustas saavutatud Euroopa Liidu ja NATO liikmelisus, mis mingil määral vähendas teema olulisust poliitikute jaoks, samas toetasid Euroopa Liitu kõik parlamendierakonnad peale selles küsimuses lõhestunud Keskerakonna. Võibolla saab sarnaselt Euroopa Liidu teemalise meediakajastuse kohta öelda, et ajakirjandusse on saabunud eurorealism. Vähemalt ajakirjanike endi hinnangul oli Euroopa Liit meedia jaoks liitumiseelsel perioodil tunduvalt olulisem ja huvitavam teema (Tamppuu & Pullerits 2006) ning Euroopa Liiduga liitumise järgselt on see huvi jahtunud. Kui me eeldame, et uudised on osa reaalsusest, siis on Euroopa Liidu näol ilmselgelt tegemist tähelepanuväärse ja samas keerulise uudistestemaga. Meediaorganisatsioonide ja sotsiaalse reaalsuse omavahelised suhted on küll tunduvalt keerulisemad, kuid võib eeldada, et muutuv sotsiaalne kontekst mõjutab ka ajakirjandust. Selline muutus on küll vaevast vahetult tuntav meediasisus, kuid teatud muutused toob see uudiste tootmises tõenäoliselt kaasa nii struktuurilisel kui vaimsel tasandil, mis väljendub toimetuse töö korralduses ja igapäevastes praktikates ning ajakirjanike ametialastes ideaalides (Kunelius & Heikkilä 2007).

Inimeste tegelik huvi Euroopa Liidu vastu ei ole Tartu Ülikoolis läbi viidud uuringute andmete põhjal aga sugugi nii leige nagu ajakirjanikud seda hindasid – Meedia ja valimised 2007 uuringus sisaldunud küsimusele „Kas Teid huvitab saada rohkem informatsiooni

Euroopa Liidu kohta?” vastasid 40% küsitletutest positiivselt, kolmandik negatiivselt ja umbes veerand ei osanud seisukohta võtta. Auditooriumi analüüsi eelduseks oli, et inimeste võimalikku osalust Euroopa teemade arutelus ja huvi Euroopa Liidu vastu saab kirjeldada läbi erinevate hoiakute ja sotsiaalsete ressursside. Klasteranalüüs näitas, et auditooriumi grupid erinevad oluliselt suhtumises riiki ja Euroopa Liitu ning sotsiaalsete ressursside ja kultuurilise avatuse poolest. Faktoranalüüsi tulemustega läbi viidud regressioonanalüüs tõestas, et huvi Euroopa Liidu vastu sõltub eelkõige hinnangust Euroopa Liidule ja üldisest poliitilisest ja ühiskondlikust huvist. Esimese mitmekülgsest aktiivse grupi esindajat võiks tinglikult nimetada ka ühiskonna eliidiks – need inimesed on laia silmaringiga ja huvitunud enda ümber toimuvast, sedasorti inimesed, kes peavad oluliseks maailma asjadega kursis olla. Nad on umbes kolmekümnendates-neljakümnendates eluaastates, pigem kõrgemalt haritud ja ametialaselt edukad hästi hakkama saavad kodanikud, kes on võimelised osalema ühiskondlikes aruteludes ja keda ei pea samas selliste arutelude vajalikkuses ja nendes osalemises veenma, nad on ühtlasi suured meediatarbijad ning seejuures ei keskendu ainult meelelahutusele, vaid tahavad ja suudavad vastu võtta ka tõsisemat meediasisu. Teist gruppi võiks nimetada mitmekülgsest passiivseks, sest paljuski jagavad nad iseloomulikke jooni esimese grupi esindajatega, passiivsed on nad ennekõike oma suhtumises poliitikasse. Ka nemad on tublid, targad ja edukad inimesed, kellel on lai silmaring, teadmised ja kogemused. Isiklikus elus on nad vägagi aktiivsed – käivad tõenäoliselt palju reisimas ja tegelevad oma hobidega, aga erinevalt esimesest grupist ei huvita neid tegelikult eriti ühiskondlikud probleemid. Nad on veel tõenäoliselt liiga noored, näiteks kahekümnendates elusaastates, et olla põhjalikult poliitikutes pettunud ja seetõttu riigist võõrandunud, aga pigem neid lihtsalt ei huvita poliitika, sest maailmas on nii palju muud põnevat. Kolmas grupp seevastu jagab esimesega huvi poliitiliste ja ühiskondlike probleemide vastu – ka nemad peavad oluliseks olla kursis maailmas toimuvaga ja jälgida uudiseid ning seetõttu on ka Euroopa Liit teemana nende jaoks potentsiaalselt oluline, samas on nende sotsiaalse ja majanduslikud võimalused tõenäoliselt piiratumad kui esimesel ja teisel grupil. Kujutletavalt võiks kolmanda grupi tüüpiline esindaja olla neljakümnendates-viiekümnendates eluaastates ja elada mõnes Eesti väiksemas linnas. Teised maad on nende jaoks küll huvipakkuvad, kuid sageli ei ole neil olnud võimalust ise reisida. Neljandad gruppi iseloomustab eelkõige üldine apaatus – nad on poliitikutes tõenäoliselt pettunud, ei käi valimas ja ühiskonnas toimuv ei paku neile huvi, nad on lihtsalt käega löönud. Tegemist on vanemate inimestega, kellel ei ole elus ehk kõige paremini läinud ning kelle sotsiaalsed ressursid on pigem tagasihoidlikud.

Esimene ja kolmas grupp on nii oma omaduste kui eelhäälestuse poolest võimeline ja suure tõenäosusega ka huvitatud Euroopa teemalistes aruteludes osalema nii horisontaalse kui vertikaalse poliitilise kommunikatsiooni aspektist. Teine grupp – mitmekülgset passiivsed inimesed, on tõenäoliselt vastuvõtlikumad pehmematele käsitlustele, näiteks uudislood või telesaated teiste Euroopa Liidu liikmesriikide elust-olust ja kultuurist, aga miks mitte ka Euroopa Liidu poliitikatest, kui nendele läheneda inimkesksest mitte institutsionaalsest aspektist. Samuti võib eeldada, et esimene mitmekülgset aktiivne grupp, kellel olid kõrgemad identiteetide paljususe näitajad, on avatum Euroopa teemade käsitlemisele ka rahvasteülesest perspektiivist, samas kui kolmanda, kultuuriliselt suletuma grupi puhul on tõenäolisem, et nad reageerivad sellisest perspektiivist käsitlusele identiteedikaitsega nii nagu Vetik seda on kirjeldanud. Oluline on see, et erinevatele gruppidele sobivad erinevad lähenemised – auditooriumis on olemas nii arvestatav hulk inimesi, kes on võimelised vastu võtma Euroopa Liidu teemasid ka tõsisemast aspektist, kui inimesi, kes on avatud pehmematele teemadele ja käsitlustele.

Auditooriumi huvi on võimalik kirjeldada lähtuvalt kolmest dimensioonist, milleks on usaldus riiklike institutsioonide vastu ja hinnang Euroopa Liidule, üldine huvi poliitiliste ja ühiskondlike teemade vastu ning sotsiaalsed ressursid, mis hõlmavad isikliku sotsiaalse ruumi ulatust, meediatarbimise mitmekülgset jms kultuuriliste ressursside olemasolu. Kõige olulisemalt sõltub huvi Euroopa Liidu vastu hinnangutest Euroopa Liidule ja üldisest huvist poliitika ja ühiskondlike teemade vastu. Üldjoontes võib sellest järeldada, et huvi Euroopa Liidu vastu ei ole kuigivõrd erilisem kui üldine huvi poliitika vastu. Euroopa Liidu näol on tegemist lihtsalt järjest olulisemaks muutuva faktoriga kohalikus elus ja Eesti poliitikas, mistõttu üldiselt huvitunud kodanike jaoks on ka Euroopa Liidu teema kajastamine oluline. Käesolevas töös ilmnenu aspektid Euroopa Liidu huvi hindamisel on üldjoontes samad, mis teoreetilistes eeldustes (Lauristin 2004) kirjeldatud. Klasteranalüüsi ja faktoranalüüsi kokku võttes kerkivad kõige tugevamalt esile kaks dimensiooni – küsimus inimese suhtest riigi ja võimuga ning küsimus inimese kultuurilisest avatusest või suletusest, mis hõlmab sotsiaalsete ja kultuuriliste ressursside olemasolu ja huvi erinevate teemade vastu.

Poliitilise aktiivsuse, osaluse ja usalduse ning Euroopa Liidu toetuse omavahelisi seoseid on näidanud ka varasemad uuringud (Raudsaar & Kasemets 2004). Sotsiaalsete ja kultuuriliste ressursside olemasolu aga võib mõista samade sotsiaalsete kujutluste kogumina, mis teoreetiliste käsitluste järgi (Taylor, Calhoun, Nieminen) on Euroopa avalikkuse tekke

seisukohalt olulised. Tõsi küll – teoreetilised käsitlused räägivad sellest, et olulised on jagatud sotsiaalsed kujutlused ning käesolevas töös kasutatud andmed ei anna mingit informatsiooni nende sotsiaalsete kujutluste sisu kohta, samuti puudub võrdlusmoment, kas ka teiste Euroopa riikide inimesed jagavad sarnaseid sotsiaalseid kujutlusi. Kui me ajakirjanike puhul nägime, et nende sotsiaalsed kujutlused lähtuvad tugevalt rahvuslikest raamistikest, siis oleks põhjendamatu eeldada, et auditooriumi laialdaste sotsiaalsete ja kultuuriliste ressurssidega osa selles suhtes kuidagi erinev oleks, aga vähemalt on nimetatud grupi puhul tegemist inimestega, kes potentsiaalselt on võimelised aru saama ka teistsugustest, näiteks rahvusülestest perspektiividest. Maailm Eestist väljaspool saab paljudele järjest tuttavamaks ning nende elavik avardub, mis ühest küljest on seotud materiaalsete, sotsiaalsete ja kultuuriliste ressursside olemasoluga, kuid on samas ka ise ressursi loov tegur (Vihalemm 2004), mis annab lootust ka sotsiaalsete kujutluste avardumiseks.

Sotsiaalsed kujutlused kujunevad pika perioodi jooksul, seega oleks liigne eeldada kiireid muutusi, kuid kindlasti on siin meedial sotsiaalsete konstruktsioonide loojana ja kandjana oma roll. Mida enam meedia näeb Eestit Euroopa vaatenurgast ja mõtestab Euroopa Liidu arenguid mitte ainult Eesti seisukohalt, vaid dialoogis teiste liikmesmaadega, seda enam avaneb ka Eesti inimeste mõttemaailm Euroopale ning seda rohkem hakkavad Eesti kodanikud end tajuma ka Euroopa Liidu kodanikena. Euroopa Liit on selles plaanis üks poliitilise ajakirjanduse tasand kohaliku ja riikliku tasandi kõrval. Esmajoones võiks oluline olla just dialoog teiste Euroopa riikidega, teatud refleksiivsus võrdluses teistega ehk Koopmansi mõistes horisontaalsed kommunikatiivsed sidemed. Eesti avalikkuse traditsioon ja meedia roll selles on veel ise suhteliselt noor ja õhuke, mistõttu ei ole mõistlik eeldada, et see suudaks Euroopa küsimustes toimida kuidagi efektiivsemalt kui Eesti sisestes küsimustes. Oluline osa avalikkuse ja meedia edasisel arengul, ka Euroopa dimensioonis, on vertikaalse poliitilise kommunikatsiooni suurenemine, st poliitiliste eliitide ja tavaliste kodanike vahelise suhtluse tõhustumisel, mis on oluline poliitika ja avaliku arvamuse vastavuse ning poliitikate legitiimsuse seisukohalt. Käesolevas töös esitatud empiiriline materjal ei luba küll rääkida Eesti avalikkuse euroopastumisest, kuid Eesti avalikku kommunikatsiooni on selgelt tekkinud teatud Euroopa mõõde, mis on huvitav ja oluline ka osale auditooriumist.

KOKKUVÕTE

Käesoleva magistritöö laiem kontekst on Euroopa Liidu kommunikatsiooniga seotud probleemid demokraatia defitsiidi mõistest lähtuvas käsitluses, et kodanikud ei ole piisavalt teadlikud ja kaasatud otsusprotsessi rahvasteüleisel tasandil. Olulisteks märksõnadeks on Euroopa avalik sfäär, meedia roll selle kujunemises ning auditooriumi huvi Euroopa Liidu teemade vastu. Nimetatud teema on lai ja võimaldaks käsitleda mitmeid aspekte lähtuvalt erinevatest sotsiaalteaduslikest distsipliinidest, seejuures antud töö lähtekoht ja raamistik on seotud avaliku kommunikatsiooniga.

Teoreetiline osa annab ülevaate avaliku sfääri ja Euroopa avaliku sfääri käsitlustest, millest olulisemad on rahvusliku meedia euroopastumise ja sotsiaalsete kujutluste kontseptsioonid. Kuivõrd senistes teoreetilistest lähenemistes on esikohal meedia roll avalikkuse kujundajana ning auditoorium on nendes käsitlustes päris puudu või sekundaarne, siis käesolevas töös on eesmärk ka auditoorium avalikkuse kontseptsiooniga siduda. Eelkõige on olulisel kohal auditooriumi sotsiaalsed ja kultuurilised ressursid avalikkuses osalemise seisukohast ning auditooriumi tegelik huvi Euroopa Liidu vastu.

Empiirilises osas on kolm vaatluse objekti – Euroopa Liidu teemaline meediasisu, ajakirjanikud kui sotsiaalsete kujutluste kandjad, läbi mille kujuneb ka avalik kommunikatsioon ning auditooriumi tegelik huvi nende teemade vastu. Lähtuvalt järgmistest teoreetilistest eeldusest: 1) avalikkuse euroopastumise märgiks on meedia kasvanud tähelepanu Euroopa Liidu teemadele; 2) oluline osa Euroopa avalikkuse kujunemisel on sotsiaalsetel kujutlustel, mida ühtlasti luuakse ja taastoodetakse avalikus kommunikatsioonis; 3) maailm muutub järjest keerulisemaks, mistõttu on vaja vahendajaid ehk ajakirjanikke, kes suudavad laiemale auditooriumile teemasid ja nähtusi tõlgendada, sellised tõlgendused on võimalikud läbi sotsiaalsete kujutluste; 4) avaliku sfääri toimimine sõltub mitte ainult meediast, vaid ka kodanike kommunikatiivsest tegevusest ning ressurssidest teatud informatsioonist aru saada ja seda omakorda tõlgendada; esitab magistritöö kolm uurimisküsimust: 1) milline on Eesti meedia Euroopa Liidu teemaline mediakajastus? 2) milline on ajakirjanike refleksioon Euroopa Liidu teemade käsitlemisele meedias ja hinnang auditooriumi huvile Euroopa Liidu teemade osas? 3) milline on auditooriumi huvi Euroopa Liidu teemade vastu ning ressursid osalemaks võimalikus Euroopa avalikkuses?

Olulisemad tulemused on järgmised:

- Euroopa Liidu teemade kajastus on erinevat tüüpi meediaväljaannetes väga erinev – olulisemad uudiste allikad on üle-riigilised päevalehed ja avalik-õiguslik televisioon, meelelahutusliku suunitlusega väljaanded pööravad Euroopa Liidule minimaalselt tähelepanu.
- Euroopa Liidu teemade kajastusele on iseloomulik juhuslikkus ja sõltuvus konkreetsetest sündmustest, seejuures esineb Euroopa Liit sageli vaid tausta või viitena mitmetes lugudes, kus peateema on muu, üheks selliseks näiteks on Eesti-Vene suhted, kus Euroopa Liidu liikmelisus on saanud oluliseks argumendiks.
- Ajakirjanikud hindavad auditooriumi huvi Euroopa Liidu teemade vastu olematuks või äärmisel juhul leigeaks, auditooriumi vähest huvi nähakse ühe peamise takistusena Euroopa Liidu teemade laiemal kajastamisel.
- Ajakirjanike refleksioone võib kirjeldada lähtuvalt kolmest erinevast diskursusest – klassikaline professionalism käsitleb lugejaid-vaatajaid poliitiliselt huvitunud kodanikena, kellel on õigus teada saada Eesti elu oluliselt mõjutavatest teemadest ning Euroopa Liit on üks Eesti elu järjest enam mõjutavaid faktoreid; sekulaarne diskursus näeb lugejaid-vaatajaid eelkõige kui tarbijaid, keda huvitavad ennekõike utilitaarsed teemad, mitte keeruline ja institutsionaalne poliitika, mille alla liigitub ka Euroopa Liiduga seonduv; kosmopoliitne diskursus käsitleb Euroopa Liiga seotud teemasid laiemast Euroopa ühishuvist, ka elitaarsest aspektist lähtuvalt ning on mõningal määral omane vaid Brüsselis töötavatele korrespondentidele.
- Auditooriumis on erineva eelhäälestuse ja ressurssidega inimgrupe, kelle positsioon ja võimalik huvi Euroopa Liidu teemalistes aruteludes osalemiseks on erinev ning kellele seetõttu võiksid sobida erinevad lähenemised Euroopa Liidu teemade käsitlemisel – mitmekülgset aktiivne osa auditooriumist on võimeline vastu võtma ka tõsisemaid teemasid ja käsitlusi, samas kui poliitikast mitte-huvitunud auditooriumi võiksid paeluda pehmemad teemad ja institutsionaalsete teemade inimkesksem käsitus.

- Auditooriumi tegelik huvi Euroopa Liidu teemade vastu on arvestatav – 40% vastajatest ütleb, et neid huvitab saada rohkem informatsiooni Euroopa Liidu kohta. Auditooriumi huvi on võimalik kirjeldada lähtuvalt kolmest dimensioonist, milleks on usaldus riiklike institutsioonide vastu ja hinnang Euroopa Liidule; üldine huvi poliitiliste ja ühiskondlike teemade vastu; sotsiaalsed ja kultuurilised ressursid, mis hõlmavad isikliku sotsiaalse ruumi ulatust, meediatarbimise mitmekülgsus jms. Kõige olulisemalt sõltub huvi Euroopa Liidu vastu hinnangutest Euroopa Liidule ja üldisest huvist poliitika vastu.

Sellest lähtuvalt ei saa rääkida veel Eesti avalikkuse euroopastumisest, kuid Eesti avalikku kommunikatsiooni on selgelt tekkinud teatud Euroopa mõõde, mis on huvitav ja oluline ka osale auditooriumist. Mida enam meedia näeb Eestit Euroopa vaatenurgast ja mõtestab Euroopa Liidu arenguid mitte ainult Eesti seisukohalt, vaid dialoogis teiste liikmesmaadega, seda enam avaneb ka Eesti inimeste mõttemaailm Euroopale ning seda rohkem hakkavad Eesti kodanikud end tajuma ka Euroopa Liidu kodanikena – tulles tagasi käesoleva magistritöö alguses ära toodud sotsioloog Craig Calhouni (2003) tsitaadi juurde – kui Euroopa ei ole üksnes koht, vaid ruum, milles luuakse Euroopa suhteid ja viiakse ellu Euroopa tulevikuvõid, siis sõltub see samavõrd palju avalikkuses toimuvast kommunikatsioonist, kui Euroopa kultuurist, poliitilistest institutsioonidest, majandusest või sotsiaalsetest võrgustikest.

SUMMARY

This MA thesis titled *European public sphere and emerging EU publics in Estonia* is based in the broader context of EU communication and focuses around the concept of European public sphere (EPS). The most important theoretical concepts informing the empirical construction are Koopmans's Europeanization of national media and Taylor's social imaginaries. So far the literature and research on EPS focus on the role of media whereas this thesis also attempts to bring in the different dispositions and resources of the audience for participating in the EPS.

The empirical construction of this thesis assumes the following: 1) increased attention to EU related news is a sign of Europeanization of media; 2) social imaginaries that are produced and reproduced in public communication play an important role in constituting a EPS; 3) the process of social differentiation requires that the media interpret various issues and phenomena to wider audiences; 4) public spheres depend not only on media but also the communicative actions of citizens; and therefore focuses on three objects of empirical research – EU related media content, journalists' perceptions of EU news and the audience's interest in EU news.

The main findings are as follows:

- The main sources of EU news are national dailies and public broadcast television, more entertainment oriented media such as tabloid and commercial television newscast have less EU content.
- EU is mentioned in the news often as just background, for example the argument of Estonia as EU member is important in Estonia-Russian relationships related news coverage
- Journalists perceive the audience as disinterested in EU news and politically passive, which is one of the main obstacles for EU coverage.

- Journalists' perceptions can be described as three different lines of thought – the classical professional discourse which views the audience as politically active citizens and focuses the EU coverage around national interest; the secular discourse which views the audience as consumers and focuses the EU coverage around everyday issues, especially practical and economic matters; the cosmopolitan discourse which views EU topics from a transnational perspective and is to some extent characteristic to Brussels correspondents.
- There are groups of different resources and dispositions among the audience who might benefit from different styles of EU coverage.
- About 40% of Estonian audiences claim that they are interested in the EU. The three dimensions that EU interest depends on are trust of public institutions, including trust and positive attitudes towards EU; general interest in politics and other public affairs; social and cultural resources such as personal contacts outside Estonia, use of new media etc. The strongest predictors of EU interest are positive attitudes towards EU and general interest in politics and other public affairs.

These empirical findings do not suggest a strong Europeanization of public sphere, but there is clearly an emerging European dimension present in the public communication, which also seems to be interesting and important to parts of the audience. The more the media acknowledge Estonia in the context of EU, the more Estonian people will see themselves also as European citizens. As suggested by Craig Calhoun (2003) - if Europe is not merely a place, but a space in which distinctively European relations are forged and European visions of the future enacted, then it depends on communication in public, as much as on distinctively European culture, or political institutions, or economy, or social networks.

KASUTATUD KIRJANDUS

AIM Country Report: Estonia. (2005). Adequate Information Management in Europe. Lauristin, M., Vihalemm, P., Raudsaar, M., Tammpuu, P.

AIM Research Consortium (ed.). (2006). *Understanding the Logic of EU Reporting in Mass Media. Analysis of EU media coverage and interviews in editorial offices in Europe*

AIM Research Consortium (ed.). (2007). *Understanding the Logic of EU Reporting from Brussels. Analysis of interviews with EU correspondents and spokespersons.*

Anderson, B. (1991). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Revised Edition.* London, New York: Verso.

Calhoun, C. 2003. The Democratic Integration of Europe: Interests, Identity and the Public Sphere. In: Berezin, M & Chain, M. (ed). *Europe without Borders: Re-Mapping Territory, Citizenship and Identity in a Transnational Age* (pp 243-274). Baltimore: John Hopkins University Press.

Dewey, J. (1927). *The public and its problems.* New York: Holt.

Everitt, Brian, S. & Dunn, G. 1997). Cluster Analysis, In: *Applied Multivariate Data Analysis* (pp. 99-126). Kvalitatiivne andmeanalüüs (kompandium), koostanud Anu Masso, 2005.

Eurobarometer 65. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb65/eb65_en.pdf

Eurobaromeeter 64.2. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb64/eb64_ee_nat.pdf

Eurobaromeeter 65.2. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb65/eb65_ee_nat.pdf

Euroopa Komisjon (2006). Valge raamat teabevahetuspoliitika kohta. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/et/com/2006/com2006_0035et01.pdf

Euroopa Komisjon (2005). Plan D. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2005/com2005_0494en01.pdf

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

Gerhards, J. (2000). Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit in M. Bach (ed) Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Sonderheft 40 der Kölner Zeit-schrift für Soziologie und Sozialpsychologie (pp. 277-305). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Golding, P. & Raymaeckers, K. (2007). News Agenda Analysis for EU-related news: A Transnational Analysis. In: AIM Research Consortium (ed.) *Comparing the Logic of EU Reporting in Mass Media across Europe. Transnational analysis of EU media coverage and of interviews in editorial offices in Europe.*

Habermas, J. (2001a). *Avalikkuse struktuurimuutus : uurimused ühest kodanikühistikonna kategooriast* : eessõnaga 1990. aasta uusväljaandele. Tallinn, Kunst.

Habermas, J. (2001b). Why Europe Needs a Constitution.
<http://www.newleftreview.net/NLR24501.shtml>

Habermas, J. 1998. The Inclusion of Others. In: Cronin, C. & De Greiff, P. (ed). Cambridge MA: MIT Press.

Habermas, J. (1986; 1989). The theory of communicative action: volume 1 & 2. Cambridge, Polity Press.

Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.

Ilves, T. H. (2006) Eesti jõudmine: kõned ja kirjutised aastaist 1986 – 2006. Tallinn: Varrak.

Kim, J. & Mueller, Charles W. (1978). Introduction to Factor Analysis. What it is and How To Do It, pp. 7-75. Kvalitatiivne andmeanalüüs (kompendium), koostanud Anu Masso, 2005.

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

Koopmans, R. (2004). The Transformation of Political Mobilization and Communication in European Public Spheres. Integrated Report. <http://europub.wz-berlin.de>

Koopmans, Neidhardt, Pfetsch. (2000). Conditions for the Constitution of a European Public Sphere.

Kunelius, R. & Heikkilä, H. (2006). Journalists imagining the European public sphere. *Javnost - The Public*. Vol. 13, No. 4, pp. 63-80

Kunelius, R. & Heikkilä, H. (2007). EU News in European News Cultures: A Transnational Analysis. In: AIM Research Consortium (ed.) *Comparing the Logic of EU Reporting in Mass Media across Europe. Transnational analysis of EU media coverage and of interviews in editorial offices in Europe*.

Lauristin, M. (2004). Dispositions and resources of audience as condition for participation in the European public sphere: empirical typology of Estonian publics. Paper presented at the ESA Media Research Network Conference “New Directions in European Media”, Thessaloniki, 5-7 November 2004.

Lauristin, M. (2007). Euroopa Liidu kommunikatsiooni 3-tasandiline skeem. In: AIM Final report (käsikiri).

Lingenberg, S. (2006). The audience's role in constituting the European public sphere. In: Carpentier, N., Pruulmann-Vengerfeldt, P., Noordenstreng, K., Hartmann, M., Vihalemm, P. & Cammaerts, B. (eds). *Researching Media, Democracy and Communication* (pp. 105-120). Tartu: Tartu University Press.

Luhmann, N. (1982). *The Differentiation of Society*. New York: Columbia University Press.

McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.

Mikkel, E. & Kasekamp, A. (2005) Parties, European Integration and Euroscepticism. In: Pettai, V., Ehin, P. (eds). *Deciding on Europe: The EU Referendum in Estonia*. Tartu University Press.

Niemininen, H. (2006). What Do We Mean by a European Public Sphere? In: Carpentier, N., Pruulmann-Vengerfeldt, P., Noordenstreng, K., Hartmann, M., Vihalemm, P. & Cammaerts, B. (eds). *Researching Media, Democracy and Communication* (pp. 105-120). Tartu: Tartu University Press.

Kasemets, A. & Raudsaar, M. (2004). Osalusdemokraatia proovikivi: poliitiline aktiivsus ja usaldus. Kalmus V., Lauristin M., Pruulmann-Vengerfeldt P. (toim.). (2004). *Eesti elavik 21.sajandi algul*. Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest (lk 165-198). Tartu Ülikooli Kirjastus.

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

Risse, T. (2002). How Do We Know a European Public Sphere When We See One? Theoretical Clarifications and Empirical Indicators. Prepared for the IDNET Workshop "Europeanization and the Public Sphere". European University Institute, Florence, February 20-21, 2002

Rose, R. (2005). Europe Expands, Turnout Falls: The Significance of the 2004 European Parliament Election. Stockholm: International Institute for Democracy and Electoral Assistance.

Tammpuu, P. & Pullerits, E. (2006). Case of Estonia. In: AIM Research Consortium (ed.) *Understanding the Logic of EU Reporting in Mass Media. Analysis of EU media coverage and interviews in editorial offices in Europe*.

Tammpuu, P. & Pullerits, E. (2007). Case of Estonia. In: AIM Research Consortium (ed.) *Understanding the Logic of EU Reporting from Brussels. Analysis of interviews with EU correspondents and spokespersons*.

TNS Emor. Eesti Meediauuring (EMU), <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1290>.

TNS Emor. Teleauditooriumi Mõõdikuuuring, 1.03.-31.03.2005, <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1331>.

TNS Emor. Teleauditooriumi Mõõdikuuuring, 1.04-30.04.2007.

TNS Emor. Top 10 vaadatavamat saadet. http://www.emor.ee/failid/top/top10vaadatavamat_saadet.html

Trenz, Hans-Jörg (2000) 'Korruption und politischer Skandal in der EU. Auf dem Weg zu einer europäischen politischen Öffentlichkeit', in M. Bach (ed) Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Sonderheft 40 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, pp. 332-359. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Veermäe, Ü. (2007). Euroopa Liidu representatsioon kolmes Eesti ajalehes 2005 ja 2007. Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna bakalaureusetöö.

Vihalemm, P. (2004) Maailm Eestist väljaspool: kogemus ja kontaktid, huvid ja hoiakud. Kalmus V., Lauristin M., Pruulmann-Vengerfeldt P. (toim.). *Eesti elavik 21. sajandi algul. Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest* (lk 75-80). Tartu Ülikooli Kirjastus.

Vihalemm, P., Lõhmus, M., Jakobson, V. (2004). Ühiskond meediaruumis: traditsiooniline meedia. Kalmus V., Lauristin M., Pruulmann-Vengerfeldt P. (toim.). *Eesti elavik 21. sajandi algul. Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest* (lk 131-145). Tartu Ülikooli Kirjastus.

Vetik, R., Nimmerfeldt G., Taru M., Kivimäe M. (2004). Discursive Identity and EU Integration. *Studies in Public Policy* 391.

LISA 1 – tabelid

Tabel 14. Klasteranalüüsi tulemused

Tunnus (indeks)	A	B	C	D
Üldine poliitika huvi ja aktiivsus	xx	-	x	
Poliitiline apaatia, ükskõiksus	--	x	-	xx
Üldine usalduslikkus	x	-	x	-
Usaldus riiklike institutsioonide vastu	x	-	x	-
Usaldus meedia vastu	x	-	x	-
Kodanikeühendustes osalemine	xx	o	o	--
Üldine huvi uudiste vastu teistest maadest	xx	-	xx	--
Huvi uudiste vastu endisest N.Liidust	xx	-	xx	--
Huvi uudiste vastu Põhjamaadest	xx	-	x	--
Huvi uudiste vastu Lääne-Euroopast	xx	-	x	--
Isiklik välismaa kogemus (käimine väljaspool Eestit)	xx	x	-	--
Isiklikud kontaktid teiste maadega	xx	xx	--	--
Vahendatud kontaktid teiste maadega	x	-	xx	--
Kogemus ja kontaktid endises sotsialismileeris	xx	x	-	--
Kogemus ja kontaktid Põhjamaades	xx	xx	--	--
Kogemus ja kontaktid Läänemaailmas	xx	xx	--	--
Keelteoskus	xx	x	-	--
Meediapäeva pikkus	x	x	-	-
Informeeritus	xx	-	o	-
Identiteetide paljusus	xx	o	o	--

Tabel 15. Klasterite keskvaartused

	A	B	C	D	Total
Positiivne hinnang liitumisele Euroopa Liiduga	3,12	2,55	2,71	2,35	2,67
Positiivne hinnang muutustele	4,09	3,18	3,35	2,59	3,28
Positiivne hinnang iseseisvusaja valitsustele	3,14	2,48	2,28	1,99	2,45
Ajalehtede lugemise aktiivsus ja mitmekülgsus	3,54	3,02	3,00	2,39	2,97
Ajakirjade lugemise aktiivsus ja mitmekülgsus	3,59	3,16	2,96	2,44	3,02
Raadiokuulamise aktiivsus ja mitmekülgsus	3,25	2,96	3,05	2,58	2,95
Televaatamise aktiivsus ja mitmekülgsus	3,21	2,97	3,05	2,80	3,00
Interneti kasutamise aktiivsus	3,12	3,02	2,34	1,90	2,58

Tabel 16. Auditoriumi klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis (hii-ruut statistiku järgi olulised seosed märgitud *).

	A	B	C	D	Kokku
N	323	384	399	369	1475
%	21,9	26	27,1	25	100
Ankeedi keel*					
eesti	88	76	63	55	70
vene	12	24	37	45	30
Vanus*					
15-19	6	15	12	8	10
20-29	18	23	15	18	19
30-44	29	32	25	22	27
45-54	19	14	21	18	18
55-64	17	8	16	16	14
65-74	11	8	13	19	13
Praegune haridustase*					
alla kesk	7	16	20	34	20
kesk	47	57	63	59	57
kõrgem	46	27	17	8	24
Sissetulek pereliikme kohta*					
... - 1500	4	12	17	25	15
1501- 2500	11	19	25	26	21
2501- 4000	29	32	35	33	33
4001- 6000	27	20	14	11	18
üle 6000	29	17	9	5	14
Staatus*					
madal- kiht	5	10	14	16	11
madal- keskkiht	12	17	22	25	19
keskkiht	30	31	41	37	35
kõrg- keskkiht	30	25	15	16	21
kõrgkiht	23	17	8	6	13
Sugu					
mees	53	45	49	41	47
naine	47	55	52	59	53
Positiivne hinnang liitumisele Euroopa Liiduga*					
puudub	11	27	24	36	25
vähene	16	20	17	15	17
märkimisväärne	33	30	31	33	32
tugev	30	19	24	13	21
väga tugev	11	5	5	4	6
Positiivne hinnang muutustele*					
väga vähene	3	15	11	28	14
vähene	5	17	14	21	15
keskmine	22	30	31	27	28
tugev	20	15	18	11	16
väga tugev	50	24	26	13	28
Positiivne hinnang iseseisvusaja valitsustele*					
puudub	18	37	41	54	38
nõrk	17	16	20	17	18
märkimisväärne	19	17	16	10	15
tugev	26	21	15	15	19
väga tugev	20	9	8	4	10

Ajalehtede lugemise aktiivsus ja mitmekülgsus*					
puudub, väga vähene	3	7	7	22	10
vähene	14	26	26	33	25
keskmine	32	33	36	30	33
suur	29	25	22	12	22
väga suur	22	9	10	3	10
Ajakirjade lugemise aktiivsus ja mitmekülgsus*					
puudub	2	6	11	21	10
vähene	13	22	25	31	23
keskmine	32	33	33	32	33
suur	30	28	21	12	22
väga suur	23	11	11	4	12
Raadiokuulamise aktiivsus ja mitmekülgsus*					
väga vähene	7	10	11	22	13
vähene	20	26	23	27	24
keskmine	31	29	27	28	28
suur	24	26	27	16	23
väga suur	18	9	12	7	11
Televaatamise aktiivsus ja mitmekülgsus*					
väga vähene	6	13	9	13	10
vähene	18	18	24	28	22
keskmine	38	38	31	33	35
suur	24	22	26	17	22
väga suur	13	9	10	9	10

Tabel 17. Huvi Euroopa Liidu vastu erinevate tunnuste lõikes (hii-ruut statistiku järgi olulised seosed märgitud *).

Kas Teid huvitab saada rohkem informatsiooni Euroopa Liidu kohta? (%)					
		Jah, huvitab	Ei tea, raske öelda	Ei huvita	Kokku
N		320	208	266	794
%		40,2	26,2	33,5	100
Sugu					
	Mees	44	50	48	47
	Naine	56	50	52	53
Vanus*					
	18-24	16	10	20	16
	25-34	16	15	27	20
	35-44	18	22	17	19
	45-54	19	20	13	17
	55-64	15	18	14	15
	65-74	16	16	8	13
Haridustase*					
	Alg- ja põhiharidus	15	14	22	17
	Keskharidus	52	53	55	53
	Kõrgharidus	33	33	23	30
Ühiskonnakihti kuulumine					
	Madal	11	8	14	11
	Madal-kesk	15	13	21	17
	Kesk	27	32	21	27
	Kõrg-kesk	25	26	20	24
	Kõrg	21	20	23	22
Sissetulek leibkonna liikme kohta					
	kuni 1500 krooni	9	4	11	9
	1501-2500	10	11	13	12
	2501-4000	31	31	25	29
	4001-6000	26	24	22	24
	6001-8000	11	16	12	12
	üle 8000 krooni	13	13	17	14
Huvi välispoliitika vastu*					
	Huvitab väga	18	8	7	12
	Üldiselt huvitab	64	52	39	53
	Ei tea, raske öelda	5	9	10	8
	Eriti ei huvita	12	22	35	22
	Ei huvita üldse	1	8	9	6
Huvi Eesti poliitika vastu*					
	Huvitab väga	33	16	9	20
	Üldiselt huvitab	56	60	48	54
	Ei tea, raske öelda	3	6	10	7
	Eriti ei huvita	8	13	25	15
	Ei huvita üldse	1	5	7	4
Huvi kohaliku poliitika vastu*					
	Huvitab väga	29	14	11	19
	Üldiselt huvitab	56	53	40	50
	Ei tea, raske öelda	3	12	11	8
	Eriti ei huvita	10	14	29	18
	Ei huvita üldse	3	6	8	6

Kas otsus Euroopa Liiduga ühineda oli õige?*				
Jah, täiesti	75	53	34	56
Ei tea, raske öelda	19	38	41	32
Ei olnud	6	9	25	13
Usaldus - Eesti riik üldiselt*				
1 – ei usalda üldse	1	1	4	2
2	8	12	14	11
3	35	43	42	39
4	44	37	33	39
5 - usaldan täiesti	12	8	7	9
Usaldus - Euroopa Liit*				
1 – ei usalda üldse	2	5	10	6
2	10	19	29	19
3	46	51	39	45
4	33	26	19	26
5 - usaldan täiesti	8	1	2	4
Kui sagedasti jälgite erinevate meediakanalite poolt edastatavaid uudiseid? *				
Jälgin uudiseid harva	2	10	17	9
Küllalt regulaarselt	25	24	25	24
Tavaliselt kord päevas	36	32	35	35
Paar korda päevas	17	16	11	15
Mitu korda päevas	20	18	12	17
Kui sageli jälgite: Ajalehtede arvamusküljed*				
Üldse mitte	3	10	17	10
Väga harva, juhuslikult	17	24	30	23
Mõnikord	52	45	41	47
Sageli, järjekindlalt	28	20	12	21
Kui sageli jälgite: Arutlussaadet raadios*				
Üldse mitte	18	29	41	29
Väga harva, juhuslikult	30	33	30	31
Mõnikord	37	30	23	31
Sageli, järjekindlalt	14	9	6	10
Kui sageli jälgite: Arutlussaadet televisioonis*				
Üldse mitte	4	8	17	9
Väga harva, juhuslikult	11	16	19	15
Mõnikord	45	51	41	45
Sageli, järjekindlalt	39	25	24	30
Kui tihti kasutate Interneti?				
Praktiliselt iga päev	81	75	81	79
Paar korda nädalas	16	18	12	15
Mõni kord kuus	1	6	4	3
Kord kuus või harvemini	1	1	3	2
Kord-paar aastas	1			1
Reisimine Euroopas				
ei ole käinud	11	11	15	12
1-2 riigis, piirkonnas	23	29	30	27
3-4 riigis, piirkonnas	24	26	23	24
rohkem kui 4 riigis, piirkonnas	42	34	32	36
Isiklikud kontaktid Euroopas				
puuduvad	45	53	48	48
1-2 riigis, piirkonnas	32	33	34	33
3-4 riigis, piirkonnas	13	8	12	12
rohkem kui 4 riigis, piirkonnas	10	6	6	8

Saanud infot EL kohta - Eesti meediast				
Peamiselt, olulisel määral	66	65	58	63
Mõningal määral	26	29	28	27
Vähesel määral	7	5	7	6
Üldse mitte	2	1	7	3
Saanud infot EL kohta - Rahvusvahelisest meediast (välislehtedest, rahvusvahelistest telekanalitest) *				
Peamiselt, olulisel määral	8	6	7	7
Mõningal määral	30	17	19	23
Vähesel määral	27	28	21	25
Üldse mitte	35	49	53	45
Saanud infot EL kohta - Internetist*				
Peamiselt, olulisel määral	27	14	17	20
Mõningal määral	31	31	26	29
Vähesel määral	12	19	16	15
Üldse mitte	30	36	41	35
Saanud infot EL kohta - Euroopa Liidu projektidega seotud asutustest ja organisatsioonidest *				
Peamiselt, olulisel määral	8	5	5	6
Mõningal määral	21	13	11	16
Vähesel määral	26	24	18	23
Üldse mitte	45	57	67	56
Saanud infot EL kohta - Oma töölt või koolist				
Peamiselt, olulisel määral	14	14	10	13
Mõningal määral	29	23	22	25
Vähesel määral	21	24	23	22
Üldse mitte	37	38	46	40
Saanud infot EL kohta - Teistelt inimestelt				
Peamiselt, olulisel määral	6	6	8	7
Mõningal määral	36	34	28	33
Vähesel määral	43	39	41	41
Üldse mitte	15	20	22	19
Saanud infot EL kohta - Isiklikust kogemusest				
Peamiselt, olulisel määral	10	7	6	8
Mõningal määral	24	28	19	23
Vähesel määral	30	25	27	28
Üldse mitte	36	41	48	41

Tabel 18. 5 faktoriga lahend, peakomponentide meetodil, Varimax pööramine.

	1: poliitika huvi	2:ühiskondlik huvi	3:hinnang EL-le	4: usaldus riigi vastu	5:sotsiaalsed ressursid
Hinnang muutustele	0,125	-0,111	0,207	0,049	0,122
Huvi välispoliitika vastu	0,347	-0,039	0,037	-0,109	-0,019
Huvi Eesti poliitika vastu	0,445	-0,086	-0,057	-0,031	-0,024
Huvi kohaliku poliitika vastu	0,407	-0,095	-0,073	0,012	-0,091
Hinnang liitumisele EL-ga	-0,024	-0,020	0,574	-0,155	-0,059
Usaldus EL-i vastu	-0,088	0,004	0,514	-0,027	-0,086
Usaldus valitsuse vastu	-0,053	0,039	-0,089	0,542	0,019
Usaldus Riigikogu vastu	-0,040	-0,031	-0,064	0,541	0,008
Osalemine valmistel	0,059	0,161	0,062	0,080	0,022
Uudiste jälgimine	-0,107	0,357	-0,074	0,046	0,019
Ajalehtede arvamuskülgede jälgimine	0,022	0,263	-0,042	-0,059	0,063
Arutlussaadet televisioonis jälgimine	-0,049	0,376	-0,060	-0,020	-0,032
Arutlussaadet raadios jälgimine	-0,155	0,381	0,066	0,001	-0,091
Isiklikud kontaktid Euroopas (indeks)	-0,121	0,050	-0,044	0,053	0,455
Välismeedia tarbimine (indeks)	-0,011	0,009	0,036	-0,078	0,436
Interneti kasutuse mitmekülgsus (indeks)	0,021	-0,095	-0,131	0,075	0,537

Tabel 19. 4 faktoriga lahend, peakomponentide meetodil, Varimax pööramine.

	1 : võimu dimensioon	2 : poliitika huvi	3: ühiskondlik huvi	4: sotsiaalsed ressursid
Hinnang muutustele	0,165	0,108	-0,102	0,184
Huvi välispoliitika vastu	-0,059	0,324	-0,025	0,051
Huvi Eesti poliitika vastu	-0,059	0,440	-0,082	-0,013
Huvi kohaliku poliitika vastu	-0,034	0,406	-0,093	-0,092
Hinnang liitumisele EL-ga	0,250	-0,115	0,032	0,246
Usaldus EL-i vastu	0,310	-0,158	0,044	0,152
Usaldus valitsuse vastu	0,359	0,017	-0,002	-0,198
Usaldus Riigikogu vastu	0,374	0,026	-0,070	-0,194
Osalemine valmistel	0,101	0,061	0,159	0,020
Uudiste jälgimine	-0,012	-0,088	0,345	-0,042
Ajalehtede arvamuskülgede jälgimine	-0,074	0,026	0,260	0,049
Arutlussaadet televisioonis jälgimine	-0,052	-0,042	0,372	-0,056
Arutlussaadet raadios jälgimine	0,047	-0,162	0,385	-0,063
Isiklikud kontaktid Euroopas	-0,003	-0,084	0,025	0,342
Välismeedia tarbimine	-0,052	-0,001	0,000	0,407
Interneti kasutuse mitmekülgsus	-0,045	0,072	-0,128	0,376

Tabel 20. Regressioonanalüüs Euroopa Liidu huvi ja 5 faktoriga.

Tunnus	Sig.
(Constant)	,000
1: poliitika huvi	,000
2: ühiskondlik huvi	,000
3: hinnang EL-le	,000
4: riigi usaldamine	,121
5: sotsiaalne ressurs	,625
a Dependent Variable: Kas Teid huvitab saada rohkem informatsiooni Euroopa Liidu kohta?	

Tabel 21. Regressioonanalüüs Euroopa Liidu huvi ja 4 faktoriga.

Tunnus	Sig.
(Constant)	,000
1: võimu dimensioon	,000
2: poliitika huvi	,000
3: ühiskondlik huvi	,000
4: sotsiaalne ressurs	,001
a Dependent Variable: Kas Teid huvitab saada rohkem informatsiooni Euroopa Liidu kohta?	

NAA: codebook for analysis of EU-topics in newspapers and in news broadcast

IMPORTANT: Please code only topics related to the EU: This means all articles or news items that make explicit reference to EU policy, EU officials or EU institutions. A topic that has clear EU-dimensions but that is only mentioned in a national context will not be included in the analysis. Example: an article about fishing-policy in your country that has no clear EU-reference should not be included, even if our common sense tells us that fishing-policy in itself is largely connected with EU-policy.

1) REFERENCE NUMBER:

(we suggest a numeric code per country with a alphabetical extension. Proposal: 001BE, 002BE ...for Belgian coders, 001UK, 002UK ... for UK-coders and so on)

2) IDENTIFICATION OF CODER:

(initials of coder for administrative use only)

3) COUNTRY:

(click on corresponding country in input-box)

4) DATE (hour TV/news agencies) OF PUBLICATION:

*(what was the date of the newspaper or of the broadcasting news program)
dd.03.2005; for TV only: hh:mm*

5) NAME OF MEDIUM

(click on list in drop-down--box)

6) MEDIUM:

(click on corresponding category in input-box, we all explained the choice of our newspaper titles for the three categories; this explanation should be added in the final report to allow the interpretation of the transnational data of the analysis)

1: national newspaper

2: regional newspaper

3: popular press

4: public television news cast

5: commercial television news cast

6: news agency menu card or equivalent

7: other media (third media coded by country, if the national team chose for another combination: click in pop up box f.i. 1 if this is a national newspaper)

!!!!!!If newspaper (or news agency or other) topic!!!!!!

7) HEADLINE OF ARTICLE IN ORIGINAL LANGUAGE

(Introduce in the blank space the complete headline of the newspaper article, no subtitle to be mentioned)

!!!!!!If newspaper topic!!!!!!

8) PAGE NUMBER

first position only; e.g.: article on page 1 and continuing on page 15→ just mention 1)

!!!!!!If newspaper topic!!!!!!

9) SECTION (newspaper content category)

1. National political news
2. European news
3. Other International news
4. Economic news
5. Culture & miscellaneous
6. Local/regional news
7. Opinion
8. Other → *to be specified in blank space that pops up after clicking this answer category*

!!!!!!If newspaper topic!!!!!!

10) JOURNALISTIC GENRE

1. Editorial (*part written daily by a senior journalist or the editor; this is often a comment that reflects the point of view of the newspaper*)
2. External Commentary (*e.g. comments by opinion leaders*)
3. Letters to the Editor
4. All other journalistic forms (*e.g. facts and opinion mixed genres*)

11) PROMINENCE ON THE NEWS AGENDA:

- major
 minor

Comment: Please define major and minor topics according to the journalism culture in your country for each title you code and explain these definitions to the coders. Example: For tabloid-format newspapers the appearance on the last page can be as important as appearing on the first one. Attribution of a lot of editorial space on a specific page can also be interpreted as a reason to code 'major'.

For broadcast items we can refer to our top-3 of the news agenda for the coding decisions.

12) EU-PROMINENCE OF THE CENTRAL TOPIC

5 possible categories in analogy to foreign news theory:

- 1: EU news (*dealing with internal European policies etc.*)
- 2: EU news abroad (*EU matters with regard to third countries, e.g. USA*)
- 3: EU news at home (*e.g. a German newspaper reports about the German parliament discussing the stability and growth pact*)
- 4: Home news in EU (*e.g. a German newspaper reports about Schröder visiting Brussels*)
- 5: EU news in EU member states except home country (*e.g. a German*

newspaper reports about a meeting of Chirac and Blair speaking about the EU constitution)
6: Unclear

13) TEXT BOX TO DESCRIBE NEWS TOPIC

Add some lines that describe shortly the topic (in English please, this description will have to allow 'data-cleaning' and possible recoding afterwards).

START WITH GEOGRAPHICAL TAGS → *To be mentioned if present*

names of geographical areas involved; for instance if negotiations between countries this means the names of the countries involved.

14) CONTENT CODING

Not to be filled in yet.

Later we can come up with a list of major topics that appeared in many countries. These topics can become then the same coding figures, in order to reconstruct the main lines of the news agenda. This does not bring so much work afterwards and can also be done centrally if necessary.

15) PRELIMINARY CONTENT CODING: We give the coders two boxes for coding according to our pre-registered categories, and we include the category 'not clear'.

First box: **PRIMARY TOPIC**

Second box: **SECONDARY TOPIC, only to be coded if necessary**

(Suggested list of topics to appear in input-box)

- 1. Economic and Financial Affairs
- 2. Enterprise and Industry
- 3. Competition
- 4. Consumers Protection
- 5. Internal Market
- 6. Enlargement and acceptance of new possible members
- 7. EU Constitution and Poll
- 8. Taxation and Customs Union
- 9. Budget Control & Stability and Growth Pact
- 10. European Anti-Fraud
- 11. Internal functioning and disfunctioning of the EU
- 12. Trade, Import/Export
- 13. Employment and Equal Opportunities
- 14. Agriculture and Rural Development
- 15. Fisheries and Maritime Affairs
- 16. Environment
- 17. Regional Policy
- 18. Energy
- 19. Traffic, Transport, Aviation, Navigation
- 20. Science & Research
- 21. Education and Culture
- 22. Media Policy

- 23. ICT and Telecommunication
- 24. Health
- 25. Social Issues
- 26. Justice, Freedom, Security
- 27. International Terrorism
- 28. Military, Defense
- 29. External Relations
- 30. Development aid , Third World and Humanitarian Aid
- 31. Migration, incl asylum issues
- 32. Minority Rights
- 33. Human Rights
- 34. Sports
- 35. Crime
- **NOT CLEAR: If you choose this category, please suggest some other keywords.**

16) PLACE OF THE ACTION/ LOCATION OF NEWS TOPIC

- 1. not applicable
- 2. Brussels
- 3. Luxembourg
- 4. Strasbourg
- 5. Capital city of the media country
- 6. Other → to be filled in blank space that pops up after clicking to this answering category

17) INCENTIVE / NEWS HOOK (What kind of information/event prompted the journalist's attention?)

Use this category only if it is clearly recognizable what prompted the journalists attention.

FIRST INCENTIVE:

SECOND INCENTIVE (if necessary) *(example demonstrations against EU legislation; here two kinds of incentive can be coded))*

- not applicable
- not distinctive
- Crisis, Disaster
- Election
- Summit or other Meeting
- National legislation
- EU legislation
- EU-Report
- Demonstration
- Press Conference
- Press Release
- Opinion Poll
- Statement or Declaration
- Other → *to be specified in blank space that pops up after clicking this answer category*

IF APPLICABLE

18) FIRST MAIN ACTOR (PERSON)

SECOND MAIN ACTOR (PERSON)

THIRD MAIN ACTOR (PERSON)

- national head of state
- national head of government
- member of the national government (minister etc.)
- national political party leader (government)
- national political party leader (opposition)
- EU-commissioner appointed by the home country
- EU-commissioner appointed by another EU-country → *input box will then offer possibility to enter name*
- President of the EU-commission
- President of the EU council
- MEP from the home country
- MEP from other countries
- non-political celebrity
- foreign head of government
- foreign head of state
- foreign political leader, politician
- other: to be filled in a blank box
- not clear

IF APPLICABLE

19) FIRST MAIN ACTOR (INSTITUTION)

SECOND MAIN ACTOR (INSTITUTION)

- National parliament
- National political party
- National pressure group
- Other than national parliament
- Other than national political party
- Other than national pressure group
- EU Parliament
- EU Parliament Committees (e.g. Committee on Foreign Affairs, Human Rights etc, Committee on Budgets, Committee on Constitutional Affairs)
- European Parliament Political Groups and Fractions
- Advisory Committees (e.g. Committee of the Regions, Economic and Social Committee)
- EU Commission
- Commission Directorate Generals
- EU Justice Court(s)
- EU Council and Councils of National ministers
- European monetary and financial institutions (e.g. the European Central Bank, European Investment Bank)

- EU Foreign Policy Intergovernmental bodies (e.g. high representative for common foreign and security policy), political and security committee, military committee)
- EU police and security institutions/cooperations (e.g. Europol, Euratom Supply Agency)
- EU military institutions/cooperations (e.g. Standing Political and Security Committee, Intervention troops under EU flag, EUfor)
- Constitutional Convent
- Decentralised Community Agencies (e.g. European Monitoring Centre for Racism and Xenophobia EUMC)
- EU internal control institutions (e.g. European Anti-Fraud Office OLAF)
- Not clear
- Other: to be filled in a blank box

Please remember to fill in this category only if an institution is named explicitly!

!!!! If newspaper topic !!!!

20) NEWSPAPER PRESENTATION COMPRISES

1. Item with no additional elements
2. Standalone photo with caption
3. Article illustrated by photo
4. Article illustrated by graphics
5. Article illustrated by cartoon
6. Article illustrated with combination of illustrative elements
7. Other, please specify

!!!! If broadcast item!!!!

21) TV NEWS CAST PRESENTATION COMPRISES

1. News item read simply by an anchor/speaker
2. News item simply illustrated by a short news film
3. Reporters film contribution (incl. e.g. interviews, sound bites etc.)
4. Interview conducted by anchor/speaker with external source
5. Interview conducted by an anchor/speaker with colleague
6. Other → *please specify in the pop-up box*

!!!! If newspaper item!!!!

22) JOURNALISTIC AUTHOR

1. Newsroom staff
2. EU-reporter (if identified as such)
3. Guest Contributor (e.g. expert or opinion leader)
4. Letter to the editor
5. Mainly wire article (if identified as such)
6. Press Review (adapted with permission from other medium, if identified as such) review)
7. Not identifiable

LISA 3 – meedia sisuanalüüsi teemakategooriate koondamine

Content coding NAA – Main categories (clustered)

Internal Affairs

Enlargement and acceptance of new possible members
EU Constitution and Poll
European Anti-Fraud
Internal functioning and disfunctioning of the EU
Crime

External Affairs

Justice, Freedom, Security
International Terrorism
Military, Defence
External Relations

Economy, Financial Affairs and Market

Economic and Financial Affairs
Enterprise and Industry
Competition
Consumers Protection
Internal Market
Taxation and Customs Union
Budget Control & Stability and Growth Pact
Trade, Import/Export
Employment and Equal Opportunities
Regional Policy
Energy
Agriculture and Rural Development
Fisheries and Maritime Affairs
Environment

Social Affairs

Health
Social Issues
Sports

Development and Humanitarian Affairs

Development aid, Third World and Humanitarian Aid
Migration, incl. asylum issues
Minority Rights
Human Rights

Culture, Communication and Science

Science & Research
Education and Culture
Media Policy
ICT and Telecommunication

LISA 4 – Eesti ajakirjanike intervjuukava

Sissejuhatus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intervjueerija tutvustus 2. Kvalitatiivuuringu reeglite tutvustus, info uuringu ja intervjuu sihi kohta 3. Vestluse teema tutvustus 4. Intervjueeritava lühike enesetutvustus – milline on tema roll toimetuses.
Kokkupuude EL ja Euroopa teemadega: taust	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuivõrd keskendunud EL teemadele? 2. Kuivõrd ise jälgib EL temaatika kajastamist meedias? (Siin võiks lasta intervjueeritaval rääkida mõne loo, mis puudutab tema isiklikku suhet ja huvi EL teemade vastu) 3. Kuivõrd tähtsaks peab EL temaatikat oma ajakirjanikutöös? 4. Kui palju tegeleb EL temaatikaga? (iga päev, 2-3 korda nädalas jne) 5. Millised on olnud muudatused fookustes, huvis, teemade tähtsustamisel? (rajajooneks 1. mai 2004, aga ta võib ka ise muud pakkuda.)
Kujuteldava auditooriumi suhe ELi temaatikasse	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hinnang auditooriumi huvile? Valdakonna aktuaalsus, prioriteetsus? 2. Keda näeb euroinfo kujuteldava auditooriumina? 3. Millisele auditooriumile on info peamiselt suunatud? Kirjeldage tüüpilist huvitunud lugejad. Miks just tema? 5. Milline võiks olla euroskeptikute ja europooldajate vahekord selles auditooriumis? (protsentide suhe) 5. Kas mõne konkreetse või erihuviga rühma infovajadus on katmata? 6. Kas auditoorium saab piisavalt infot EList tulenevate võimaluste ja ohtude kohta? (Tagasiside?) 7. Kuidas ajakirjanik arvestab euroinfot edastades mõlema poolega? Kuidas suhestab end europooldaja ja euroskeptiku 5-pallisel skaalal? 8. Milline on tema mission (mida tahab saavutada)? <ul style="list-style-type: none"> - teavitav, - meelelahutav, - hariv - tasakaalustav, - analüüsiv, mõtestav (kõik need 5-pallisel skaalal)
ELiga seotud infoallikad ja hinnang nende, infovajadused	<ol style="list-style-type: none"> 1. Millised on tema informeerituse allikad, s.t. kust kogunud oma EL alased teadmised? (Ajalehed, dokumendid, isiklikud allikad?) 2. Milliseid allikaid ta kasutab oma töös? Miks? (Paluda tal järjestada tööallikad pingeritta lähtuvalt nende olulisusest tema jaoks – vt tabel lõpus) 3. Probleemid infoallikate kättesaadavusega? 4. Millist infot ja millistest allikatest enam sooviks? 5. Kui palju suheldakse euroteemal Eesti ametkondadega? 6. Kuidas hindab info kättesaadavust ja kvaliteeti (selgus, arusaadavus operatiivsus jms.) erinevaid allikaid silmas pidades? (Tabel lõpus) 7. Millised on sellest lähtudes parimad/halvimad allikad? 8. Muutused ajas? (Allikate kättesaadavuse ja eelistuste osas)
ELiga seotud info kajastamine	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kas toimetuses eksisteerib euroinfo poliitika? <ul style="list-style-type: none"> - üldine poliitika (kui on?) – milliseid EL protsesse, institutsioone jälgitakse, kes seda teeb, kui tähtsaks peetakse - temaatiline prioriteetsus? - sündmuste kajastamise kriteeriumid (mis põhjustel ilmub/lükatakse tagasi) - sündmusväärtust kujundavad tegurid (ressursid, reeglid, traditsioonid, prioriteet, huvitavus jms.) - milline toime tegeleb reeglina euroinfoga. Miks?

	<ul style="list-style-type: none"> - kas toimetuses on inimene, keda peetakse ELi alal asjatundjaks. Kes? 2. Protsess, kuidas lugu lehte/eetrisse jõuab (mõni näide!) - toimetaja kriteeriumid? - kes otsustab? - kas euroinfo otsustusprotsess on spetsiifiline?
ELi kajastuse ideaalmudel	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kui intervjuueeritaval oleksid vajalikud vahendid ja võimalused, siis milline peaks olema ideaalne euroteavitustöö? 2. Millised peaksid olema Eesti ajakirjanike käsutuses olevad täiendavad kanalid/vahendid? 3. Kas ühise avaliku Euroopa teabevälja olemasolu on vajalik? (ühised probleemid ja kõneaine ELi teemal?) 4. Kas <i>Euronews</i> peaks olema eestikeelse tõlkega? Kas peaks eksisteerima erinevates keeltes ilmuv Euroopa Liidu ajaleht või eraldi üldine euroinfokanal? Kas Eesti riik peaks selle eest hoolt kandma?
Kokkuvõtlik hinnang teemakäsitlusele üldiselt	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kokkuvõtted räägitust. Mida peab kõige olulisemaks? 2. Küsimused ajakirjaniku hariduse, keelteoskuse, karjääri (nt eurotöökohad) ja ELi alase koolituse kohta
	Intevjuueeritava tänamine

Interview Guide / Matrix for semi-structured interviews

Personal background

Name: _____

Media the interviewee is currently working at: _____

Contractual status: salaried freelancer _____

Freelancers: main customer? _____

Qualifications and professional experience

- (Journalistic) Education?
- Former professional positions and working places?
- Working years as a journalist?
- As a foreign correspondent?
- As a correspondent in Brussels?
- How was the correspondent recruited? Does he/she know why he/she was selected?
- Why did he/she ask for the Brussels correspondence? What was the motivation?

How many correspondents does your newsroom have in Brussels?

For which department(s) of your medium are you working?

Who (in each department) is in charge to assign stories you?

Contact person in the newsroom?

What is your most important task as an EU correspondent?

Note: The following interview questions solely refer to the coverage of the EU

Main topics/ concerns	Interview questions (indicative)	Points of reflection
<p>The news site Brussels</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ What were your first impressions when starting to work in Brussels? <ul style="list-style-type: none"> ○ What surprised you in the way Brussels as a news site works? ➤ How is it different from what you've known? ➤ How much time did it take for you to feel at ease with EU matters? How did you accomplish that? ➤ Who among the Brussels correspondents appears to you as the most influential? Why? Who among your colleagues seems to do the best job in covering the EU? Why? <ul style="list-style-type: none"> ○ In what ways does the approach to topics differ among correspondents in Brussels? ○ Do you think that your 	<p>How does the interviewee describe Brussels as a news environment (main actors, modes of interaction, and rules of the game...)? How would he/she describe the process of cultural adaptation to Brussels and EU matters (role of education, obstacles, influential events, valuable persons and communities...)?</p>

	colleagues in Brussels are sufficiently informed about the EU?	
Relationship with the newsroom	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Who or what initiates an EU story? <ul style="list-style-type: none"> ○ Could you describe how the last news story you reported about evolved? How did you decide to report about that? What were the sources? What were the problems? ➤ Who takes the editorial decision whether an EU story is published or not? <ul style="list-style-type: none"> ○ How do you and your newsroom interact? ➤ According to which criteria do you choose the stories that you offer to your news organization(s)? ➤ According to which criteria do you think the decision maker in your newsroom chooses the topics that will be published? <ul style="list-style-type: none"> ○ What specific problems do you encounter when it comes to arousing interest in EU news in your newsroom? ➤ Which news media would you consider as reference points for “good EU journalism”? <ul style="list-style-type: none"> ○ What are the most influent news organisations when it comes to reporting the EU (in Brussels on a general level / for the interviewee and his/her national peers / for the home editorial office)? ➤ Please describe the typical day of an EU correspondent. ➤ What are the main constraints in reporting the EU? What are the major professional 	<p>A topic could be initiated either by the interviewee himself or by the home editorial office. Also possible: news agency or reference media reporting, information from EU officials or institutions... Does a topic “sell” more easily once a news agency or reference medium have reported about it? And who initiates the topics in the respective newsrooms? Are the correspondents or home editorial offices in constant contact with EU officials / institutions that give them hints for possible topics?</p> <p>This question refers to the hierarchy and organisational processes within the newsroom. Is there a consensus between the interviewee and the responsible editor or newsroom staff about what EU matters should be reported about? Who decides the day/time and format of publication?</p> <p>This question and the following one address news values (like proximity, conflict/controversy, prominence/big names, oddity/surprise...). Are certain news values specific to EU topics? Or is the possibility e.g. for national framing decisive?</p> <p>The insight into what topics the interviewees are able to “sell” best to their home editorial offices allows conclusions to be drawn about the EU news values. Are there differences between what the newsroom expects and what EU news are made of?</p> <p>It might also be interesting to hear which national / international media are used on a regular basis. Besides informing the correspondents, they might also occasionally initiate further investigation concerning EU topics (reference media).</p> <p>The often cited complexity of EU topics could be such a constraint/challenge in</p>

	<p>challenges?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ How important are EU matters for your news organisation compared to other international or national news? ➤ Does your news organisation have a policy connected to reporting the EU? 	<p>reporting, as well as the lack of possible visualisation/personalisation, the expert jargon of EU officials...</p> <p>Has the importance of EU news compared to other news changed in the course of the past years? Compared to other newsbeats the interviewee has known, does he/she feel like the newsroom / editorial decision makers are interested in the current affairs he/she covers? How does the interviewee see the future of EU journalism in his news organisation (and in general)?</p>
<p>Sources and communication</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Do you think that the journalists in your home news room are sufficiently informed about the EU? ➤ What are your major sources concerning EU issues? ➤ How would you assess the communication of the EU Commission in general? <ul style="list-style-type: none"> ○ ...in comparison to other EU institutions? In what respects do the Council's / the EP's communication differ from the Commission's? ➤ How would you assess the quality of the official EU Commission sources? ➤ Are EU spokespersons able to communicate EU news in an adequate way? ➤ What are your sources when reporting about Council meetings? 	<p>Several possible questions are linked to this one: How much information do the correspondents retrieve from official communication or interaction with EU officials, politicians and other EU sources? Do they rely on official (PR) information or are there alternative information sources? Where do they get their background information? Are there informal contacts with people in the institutions? The answers could also allow an insight into the diversity of sources: Does the interviewee have a certain number of "regulars" that he permanently stays in contact with? Or do the sources vary depending on the subject?</p> <p>What do the interviewees think of the new EU communication strategy? – If there are critical remarks: What are the main constraints for successfully communicating the EU? What could/should be improved?</p> <p>Midday briefing, press conferences, website, personal contacts to officials. There are certainly different possible dimensions of the quality of sources: Some of these may for example not be the most productive but nonetheless important to attend or use.</p> <p>In the interviewee's opinion, do the spokespeople communicate the relevant information in a way that is comprehensible (also to the recipients) and coherent?</p>

<p>Audience</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ In your opinion, which EU topics are of interest to your readers/viewers? ➤ What level of pre-knowledge about EU topics of your readers/viewers do you assume? 	<p>This question and the following one solely ask for the assessment of the (assumed) interest and knowledge of the respective medium's recipients – not for an assessment concerning the general public. The assumed interest can be a criterion to choose what EU topics will be reported about.</p> <p>In case there is a general lack of interest: Is that a problem? Why?</p> <p>What does that imply in terms of reporting? Like the recipients' interest, their assumed knowledge can influence the way EU matters are reported about.</p>
<p>The future</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Do you see a need for training about reporting the EU? ➤ Do you believe in the development of a common EU journalism? Is this development desirable at all? ➤ Of what elements does a European identity consist, according to your understanding? <ul style="list-style-type: none"> ○ Do you believe in the existence of a European identity, or in a future emergence? 	<p>This question refers to journalistic training for students and trainees (j-schools...) as well as to further education for more experienced journalists. Are there specific skills needed for EU journalism?</p> <p>With the development of e.g. trans-national investigative reporting, there may be a "European" journalism culture evolving among EU correspondents – or differences may remain. The answer to these questions allows an insight into whether the EU correspondents have been observing such a development and how they assess this.</p>