

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Ühiskonnateaduste instituut

Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Triinu Sikk

**Kuidas tajuvad Edasi ja Levila lugejad nende väljaannete eesmärke**

Magistritöö

Juhendaja: Virgo Siil, MA

Tartu 2023

# Sisukord

SISSEJUHATUS.....	3
1. TÖÖ TEOREETILISED LÄHTEKOHAD.....	5
1.1 Sotsiaalse aja kiirenemine.....	5
1.2 Väljaanded Edasi ja Levila.....	7
1.3 Edasi ja Levila seos aeglase ajakirjandusega.....	11
1.4 Varasemad uuringud, mis töö kontekstis olulised.....	15
2. UURINGU EESMÄRK JA UURIMISKÜSIMUSED.....	17
3. MEETOD JA VALIM.....	18
3.1 Andmekogumismeetod. Fookusgrupi-intervjuu.....	18
3.2 Valim.....	20
3.4 Fookusgrupi läbiviimine.....	24
3.5 Andmeanalüüsimetod. Kvalitatiivne sisuanalüüs.....	26
3.6 Andmete analüüs.....	27
4. TULEMUSED.....	28
4.1 Edasi ja Levila.....	28
4.1.1 Tarbimine.....	28
4.1.2 Väljaannetega seotud märksõnad.....	30
4.1.3 Aeg ja aja võtmine. Aeglane ajakirjandus.....	33
4.1.4 Enim meelde jäänud autorid, artiklid, teemad.....	35
4.1.5 Väljaande kriitika.....	37
4.2 Millist meediat jälgivad Edasi ja Levila lugejad lisaks.....	38
4.2.2 Edasi ja Levila eristumine teistest väljaannetest.....	41
4.2.3 Nišš, väike kogukond.....	42
5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON.....	44
5.1 Vastused uurimisküsimustele.....	44
5.2 Diskussioon.....	46
5.3 Meetodi kriitika ja edasised uurimisvõimalused.....	50
KOKKUVÕTE.....	51
SUMMARY.....	53
KASUTATUD ALLIKAD.....	55
LISAD.....	59
Lisa 1 – Fookusgrupiintervjuu kava.....	59
Lisa 2 – Nimekiri Edasi ja Levilaga seotud märksõnadest.....	64
Lisa 3 – Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks.....	67

# SISSEJUHATUS

Infoühiskond on toonud kaasa aja tihenemise – see tähendab, et lühema ajaga tuleb saada kiiremini ja efektiivsemalt valmis rohkem kui varem (Ivask & Harro-Loit, 2018). See väljendub ka ajakirjanduslikes eesmärkides – ehkki ajakirjanduse üheks kesksmaks väärtuseks on alati olnud kiirus, on ajasurve aasta aastalt veelgi suurenenud ning ajakirjanikel tuleb aina lühema ajaga saada efektiivsemalt valmis rohkem kui varem (Ivask & Harro-Loit, 2018). Ajakirjanduse raskuseks on kolinud veebimeediasse ning omavahel konkureeritakse erinevatel viisidel. Samal ajal otsib pidevalt muutuv ning iseenda vastu mässav ajakirjandus uusi väljendusvahendeid (Mendes & Marinho, 2022: 1).

Kiirelt reageerivale veebimeediale ja kohesusele orienteeritud uudistele vastukaaluks on tekkinud väljaandeid, kelle eesmärk on aja võtmine ja süvenemine pigem vähemasse, aga põhjalikult. 2016. aastal loodud Edasi ja 2019. aastal loodud Levila on mõlemad sõnastanud oma tekkepõhjustena soovi muuta ajakirjandusvälja ja seeläbi ka maailma paremaks (Paljula, 2022). Ehkki vormilt on Edasi ja Levila erinevad, on nende endi sõnastatud väärtustes ja eesmärkides mitmeid sarnasusi: lisaks juba mainitud maailma parandamise soovile kvaliteetse info andmine, süvenemine ja aja võtmine, läbi põhjalike artiklite suurema mõistmise loomine. Oluliseks peetakse sidet oma lugejatega. Just seepärast olen nende väljaannete lugejad valinud analüüsimiseks selles magistritöös.

Magistritöö keskendub väljaannetele Edasi ja Levila ning nende lugejatele. Magistritöö eesmärk on saada teada, kuidas esitlevad väljaanded Edasi ja Levila end lugejatele ning kõrvutada seda sellega, kuidas tajuvad lugejad neid väljaandeid. Ehkki neis väljaannetes ilmub lisaks artiklitele ka video- ja audiolugusid, kasutan selguse huvides selles töös läbivalt sõna „lugejad”, rääkides üheaegselt nii Edasi kui Levila tarbijatest.

Kuna ajakirjanduse ja selle tarbimise muutuseid on sageli seostatud aja mõiste muutumisega, alustan magistritööd Hartmut Rosa uuritud sotsiaalse aja kiirenemise mõiste käsitlemisega ning avan seeläbi aja tihenemisega seotud aspekte ja mõju nii üksikisikule kui ka meediakasutusele. Seejärel kirjeldan väljaandeid Edasi ja Levila, lähtudes just nende endi esile tõstetud eesmärkidest ja väärtustest. Väljaannete ja juhide enesemääratlus läbi ajakirjanduslike tekstide on üks osa uurimistööst, et hiljem oleks võimalik selle pinnalt võrrelda väljaannete eesmarke lugejate tajutud eesmärkidega. Kuna mõlema väljaande juhid on sidunud enda lähenemist aeglusega (Levila, 2023; Mikomägi, 2021; Uibo, 2016a), avan järgnevalt töö raamistamiseks aeglase ajakirjanduse mõiste

olemust ning vaatlen Edasi ja Levila vastavust aeglase ajakirjanduse eesmärkidele. Viimaseks vaatlen põgusalt varasemaid uuringuid, mis seostuvad läbi väljaannete uurimise ja aeglase ajakirjanduse tausta siinse tööga.

Töö sisuosa aluseks on kolm fookusgruupiintervjuud, kus osales 15 inimest. Kogutud andmete analüüsimeetodina olen kasutanud kvalitatiivset sisuanalüüsi. Mugavusvalimi põhjal tehtud analüüs ja järeldused ei pretendeeri laiapindsele üldistusele, küll aga annavad esmase sissevaate kahe seni uurimata väljaande lugejate hinnangutesse seoses nende väljaannetega.

Töö järeldusteosas keskendun väljaannete endi sõnastatud eesmärkide ja lugejate tajutu võrdlusele. Selle pinnalt on võimalik teha järeldusi, miks loetakse väljaandeid Edasi ja Levila ning mida peetakse neile iseloomulikuks, samuti, mida peetakse eristuvaks võrreldes teiste väljaannetega. Diskussiooniosas asetan lugejate tajutud eesmärgid veelgi laiemale skaalale, kus toon juurde töö teooriaosas mainitud sotsiaalse aja kiirenemise ja aeglase ajakirjanduse lähenemised.

Täna juhendaja Virgo Siili igakülgse abi, suunamise ja toetuse eest töö valmimisel.

# 1. TÖÖ TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

## 1.1 Sotsiaalse aja kiirenemine

Tänapäeva uurijad rõhutavad sageli, et meid ümbritsev aeg on aina kiiremas ning see kogemus mõjutab kõiki inimesi (Rosa, 2013: 14). Sotsiaalse aja kiirenemist uurinud Hartmut Rosa toob välja, et väide, nagu muutuks kaasaegses maailmas kõik aina kiiremaks ja kiiremaks, on vale, sest kiirenemise fenomeniga kaasneb samal ajal ka soov võtta aeg maha (Rosa, 2013: 300).

Rosa (2013: 71) toob välja, et sotsiaalse aja kiirenemisel on kolm omavahel seotud mõõdet – tehniline kiirenemine, sotsiaalsete muutuste kiirenemine ja elutempo kiirenemine. Tehniline kiirenemine on teadlik ja eesmärgipärane (Rosa, 2013: 71), sotsiaalsete muutuste kiirenemine tähistab muutusi, mis seotud tegevuste, kogemuste, ootuste ja väärtustega (Rosa, 2013: 76) ja elutempo kiirenemine tähistab seda, et igale erinevale tegevusele pühendatakse aina vähem aega, kuid võib väljenduda ka mitme tegevuse üheaegses tegemises ehk rööptegutsemises (Rosa, 2013: 78). Välja toodud kolmest mõõtmest seostub siinse tööga kõige enam kolmas, elutempo kiirenemine, mis mõjutab omakorda erinevate igapäevaste tegevuste ajalisust.

Aja kiirenemist saab objektiivselt mõõta läbi tegevuste hulga, mida ühes ajaühikus tehakse. Nii proovitakse lühendada erinevatele tegevustele kuluvat aega, näiteks läbi kiirtoidu, kiirkohtingute või kiiruinaaku (Rosa, 2013: 307). Teine variant on lühendada või jätta ära erinevate tegevuste vahele jäävad pausid ning kolmandaks võtteks on rööptegutsemine (Rosa, 2013: 307). Ajaühikud, mil inimene keskendub vaid ühele tegevusele, jäävad aina lühemateks ning ühiskondlik eeldus olla kogu aeg olemas ja kättesaadav mõjutab seda samuti (Rosa, 2013: 307).

Ajakirjandusliku sisuga seostub Rosa (2013: 39) väljatoodu, kuidas pildimaterjalide esitlemisviis on muutunud aina kiiremaks ning lineaarne narratiiv on asendatud fragmentaarse, kaleidoskoopilise esitusviisiga, mille heaks näiteks on muusikavideod, kuid seda lähenemist võib leida ka ajakirjandusest.

Eestis 2002.–2014. aastal läbi viidud uuringu „Mina. Meedia. Maailm” (MeeMa) järgi on kõige usinamalt kohanenud sotsiaalse aja kiirenemisega nooremad põlvkonnarühmad (15–40-aastased), kes harrastavad vanemate rühmadega võrreldes märgatavalt enam rööptegutsemist ning püüavad aktiivselt oma ajakasutust ümber korraldada (Harro-Loit & Vihalemm, 2017: 658).

Rosa (2013: 85) toob välja, et ühiskondliku kiirenemise suundumused toovad omakorda kaasa vastupidise, radikaalse aeglustumise nõudmise. Nii tekib peavoolu kõrvale neid, kes soovivad oma tegevusega vastanduda. Samas rõhutab Rosa (2013: 86), et aeglustumise soov ei ole suunatud mitte kaasaegse ühiskonna vastu, vaid selle kaasaegse ühiskonna kiirenemise tagajärgede vastu.

Rosa (2013: 22) näeb aeglustumises ennekõike reaktsiooni kiirenemisele ning toob välja paradoksi, kus aeglustumisest on omakorda saamas trend, sest ideoloogiline surve aeglustamisele on jõuliselt kasvamas. Rosa (2013: 214) nimetab seda fenomeni ka kiirustavaks aeglustamiseks (*accelerative deceleration*). Samas ei ole aeglustamine ainult kiirenemisele vastanduv trend, vaid sel on ka praktiline väärtus – näiteks jooga või meditatsiooniga tegelemise üheks eesmärgiks on hetkeline aja maha võtmine selleks, et seejärel saada taas paremini hakkama kiirusega nii töökeskkonnas, suhetes kui igapäevarutiinis (Rosa, 2013: 89). Sellist hetkelist aja võtmist nimetatakse aeglustumise oasiks (*oasis of deceleration*), kuhu minnakse selleks, et end laadida ja seejärel taas paremini käivituda – suurendada keskendumisvõimet, õppida produktiivsemalt või olla loovam (Rosa, 2013: 89). Seesuguse selektiivse sotsiaalse aeglustumise eesmärk on kaasaegses kiirustavas ühiskonnas paremini funktsioneerida (Rosa, 2013: 89).

## 1.2 Väljaanded Edasi ja Levila

Viimase kümne aasta jooksul on Eesti ajakirjandusmaastikule tekkinud väljaanded Edasi ja Levila. Edasi loodi aastal 2016, Levila aastal 2019. Mõlema väljaande loomise ajendiks on olnud soov teha midagi muust ajakirjandusest erinevat ja muuta seeläbi maailma paremaks (Paljula, 2022). Kuna kahe väljaande sõnastatud lähtepunktid ja eesmärgid on sarnased, on see üheks aluseks, miks vaadelda neid töös kõrvuti.

Enne väljaannete sisulist kirjeldamist on töö kontekstis oluline ära märkida, et lähtun väljaannete kirjeldamisel nende endi väljaõeldust, juhtide sõnastatud eesmärkidest ja märksõnadest, mida kodulehel või erinevates intervjuudes esitletud. Kuna seni ei ole Edasit ja Levilat üheski lõpu- või teadustöös uuritud, saan siinses peatükis kasutada allikatena vaid ajakirjanduslikke tekste – neid, kus Edasi ja Levila ning väljaannete juhid on enda eesmäärke sõnastanud. Seda, kuidas väljaannete endi sõnastatud eesmärgid ka tegelikule sisule vastavad, see töö ei uuri.

Edasi ilmub veebis aadressil Edasi.org ning korra kvartalis paberajakirjana. Kodulehel on artiklid, taskuhäälingud, videod, äsja valmis dokumentaalfilm „Nemad“. Levila ilmub vaid veebis (kahel korral on antud välja paberajaleht), lisaks artiklitele on ilmunud kuuldemänge, samuti on Levila Youtube'i kanalil ilmunud peaaegu sada lühivideot ja -filmi, tehtud on ka täispikki dokumentaalfilme.

Edasi nimetab end „innustavaks ja harivaks ajakirjaks“ (Edasi, 2023) ning peatoimetaja Janeck Uiibo toob välja, et väljaande missioon on olla n-ö haridusprojekt, mis loob toetavat keskonda ja paneb tahtma olla parem (Pajula, 2022). Uiibo on iseloomustanud ajakirja tutvustuses eesmäärke järgnevate fraasidega: „vähem on rohkem“, „portaali ambitsioon ei ole kõikehõlmavus ega minutiline operatiivsus“, „valuutaks on autentsus, ausus“ (Uiibo, 2016a). 2016. aasta tutvustavas artiklis „Mis on Edasi?“ (Uiibo, 2016b) on öeldud ka, et „Edasi on teekond. Mõtteviis. Aeglane ajakirjandus, kus mõte on olulisem kui pelk informatsioon.“ Peatoimetaja on avanud seost aeglase ajakirjandusega ning öelnud, et “kogu aeglase ajakirjanduse mõte, mida ka meie viljeleme, ongi kvaliteedile, süvenemisele rõhuv” (Pajula, 2022). Samas on eesmärk esitada infot lihtsalt ja põnevalt – üks kaasautoritele sõnastatud ootuseid on „keeruline lihtsaks, lihtne põnevaks“ (Uiibo, 2016c). Rõhutatakse vastutustundlikku lähenemist ja seda, et arvamuste paljusus ei tähenda iga mõtte tiražeerimist, vaid oluline on haakuvus väljaande kontseptsiooniga (Uiibo, 2016a). Teemaatilise lähenemise koha pealt toob Uiibo välja holistilise maailmavaate ja erinevate teemavaldkondade käsitlemise – esindatud on ühiskond, ettevõtlus, kultuur ja elustiil (Pajula, 2022). Vormiliselt toob

Edasi välja eristumist teistest eestikeelsetest infokanalitest rahuliku disaini poolest, mis ei koorma lugejat liigse infotulvaga (Uibo 2016a).

End meedialaboriks nimetanud Levila on oma eesmärkidena toonud välja uute ajakirjanduslike viisidega katsetamise kaudu Eestis parema, põhjalikuma, aeglase, kestliku ajakirjanduse tegemise (Levila, 2023). Levila üks asutajatest, juht Daniel Vaariku jaoks on vormilise lähenemise võtmeelement jutustav ajakirjandus, mis ei tähenda ainult pikki lugusid, vaid olulisim on rääkida lugusid läbi inimese isikliku kogemuse ja perspektiivi (Pajula, 2022). Lugejateni soovitakse tuua teemasid, mis võivad näida keerulised või väheolulised, kuid läbi isikliku lähenemise on eesmärk muuta need igaühele arusaadavaks ja huvitavaks (Pajula, 2022). Lisaks näeb Vaarik, et just meedia on üks kogukonna kooshoidmise võtmesüsteeme (Pajula, 2022), kust võib järeldada, et tema jaoks seostub ajakirjanduslik tegevus ka kogukonna kokku toomise või kooshoidmisega. Daniel Vaarik on öelnud, et Levila on ekstra aeglane, ekstra terav, ekstra pikaajaline ajakirjandus (Mikomägi, 2021). Vaariku sõnul kaalutakse Levilas iga teemat, küsides, kas see on Eesti megateema, mille puhul erinevad valikud võivad määrata suure hulga inimeste tuleviku – näiteks majandus, kliima, turvalisus – lugude eesmärk on, et nende toel muutuks miski paremaks (Virro, 2020). Siinkohal ei tähista megateema sensatsiooni, vaid ühiskondlikku olulisust ja võimekust ühendada erinevaid ühiskonnagruppe. Samuti toob Vaarik välja eesmärgi, et Levila lood jääksid alles ja oleksid olulised ka näiteks 50 aasta pärast (Mikomägi, 2021).

Edasi ja Levila eneserepresentatsioonis on kesksel kohal eristumine teistest ajakirjandusväljaannetest – Edasi puhul avaldub see vastanduvates väljendites (*ambitsioon pole kõikehõlmavus, minutiline operatiivsus, mõte on olulisem kui pelk informatsioon*), kust võib aimata soovi end eristada. Levila puhul ilmneb see aga keskvõrde kasutamises (*parem, põhjalikum, kestlikum ajakirjandus*), millega tõstetakse end muust ajakirjandusest esile. Mõlema väljaande iseloomustuse keskmes on väärtused, mida soovitakse kanda – nendest ilmneb eesmärk muuta ümbritsevat maailma paremaks. Nii Edasi kui Levila kasutavad enda lähenemist iseloomustades ajamääratlust aeglane.

Edasi on toonud kodulehel välja, et neil on keskmiselt 40–50 tuhat unikaalset kasutajat kuus – 80% lugejatest on vanuses 25–64 eluaastat ja üle poole lugejatest on Tallinnast, linnadest järgnevad Tartu, Pärnu, Viljandi, Rakvere ja Helsingi (Uibo, 2016b). Kantar Emori 2020. aastal läbiviidud Eesti Meediabrandide 2020 kokkuvõtte järgi on Edasi tugevuseks eristumine teistest väljaannetest, valdavalt olid Edasi lugejate lemmikud ka rahvusringhäälingu kanalid (Uibo, 2016b). Peatoimetaja



Janeck Uiho leiab, et imagoloogiliselt on lugejad nende tootest väga hästi aru saanud – märksõnadeks on sisukas, hariv, intelligentne, mitmekülgne, kvaliteetne (Kreinin, 2023).

Levila toob oma kodulehel välja, et 2022. aastal külastas lehekülge üle veerand miljoni Eesti inimese (Levila, 2023). Väljaande juhilt saadud täpsem lugejastatistika näitab, et kuude lõikes oli unikaalsete kasutajate arv üsna erinev, varieerudes 10 000–40 000. Keskmiselt oli unikaalsete kasutajate arv ühes kuus 20 000 (Vaarik, 2023). Levila kasutajatest ligi kolmveerand on Tallinnast, millele järgnevad Tartu, Helsingi, Pärnu ja Rakvere (Vaarik, 2023). Daniel Vaariku sõnul hargnevad Levila kasutajad erinevates meediumites tugevalt ning need, kes vaatavad Youtube'is videoid, ei jõua Levila kodulehele (Vaarik, 2023). Youtube'i platvorm sai Levilal populaarseks 2022. aasta kevadel seoses Ukraina sõja puhkemisega. Youtube'i on üles laetud ligi 100 (lühidokumentaali ja veebisarja – kanalil on 2600 tellijat, kõige populaarsematel videotel vaatajaid üle 50 000. Samas on Youtube'i statistika järgi Tallinnast vaatajaid vähem kui pooled (Vaarik, 2023), see tähendab, et just see kanal jõuab Levila puhul enim pealinnast kaugemale.

Auditooriumi lai amplituud iseloomustab laiemalt ka Eesti meediamaastikku – Kõuts-Klemm jt (2019: 56) toovad välja, et tehnoloogia laia levikuga ja meediakanalite paljususega on auditoorium üha enam killustunud – igal inimesel on võimalus oma infovajaduse järgi komplekteerida kanalid, mida jälgitakse. Oluline on ka see, et parema digioskusega elanikele on kättesaadav laiem valik infot, samuti on nende valik teadlik ja läbimõeldud, meediakasutus kriitilisem, ning ootused ajakirjanduslikule sisule kõrgemad (Kõuts-Klemm jt, 2019: 56).

Ehkki uuringute järgi ei ole uudisajakirjanduse jälgimine olnud kunagi nii suur kui praegu, on samal ajal kasvanud nende hulk, kes ei soovi üldse kontakti „traditsiooniliste” uudiste ja lehesisuga (Vihalemm & Kõuts-Klemm, 2017: 256). Seega on muust ajakirjandusest nii sisu kui vormi poolest eristuda soovivatel väljaannetel nagu Edasi ja Levila võimalik turundada end neile, kes traditsioonilisest ajakirjandusest väsinud või loobunud. Nii on neil võimalus leida üles tänuväärset tarbijat, kes just muust eristuvat otsivad.

Eestlaste meediatarbimise senised uuringud lubavad järeldada, et traditsiooniline ja uus meedia täiendavad teineteist, samas on neljandiku eestlaste puhul uus meedia traditsioonilise täiesti välja tõrjunud (Vihalemm & Kõuts-Klemm 2017: 273). Siinse töö kontekstis on oluline teada, kas Edasi ja Levila tarbijate jaoks paigutuvad need, end muust meest eristavana defineerinud väljaanded traditsioonilise meedia kõrvale või selle asemele.

Nii Edasi kui Levila rõhutavad koduleheküljel kogukondlikkust. Edasi nimetab end kodanikualgatuslikuks väljaandeks, mis ei ole seotud ühegi olemasoleva meediagrupi ega finantsinvestoriga. Kui Edasi artiklid on tasulised, siis Levila on täies mahus tasuta kättesaadav. Väljaande kodulehel on võimalus neid ühisrahastusplatvormi Patreon lingi kaudu toetada.

Lisaks majanduslikule poolele avaldub väljaannete kogukondlikkus ka lugude sisus ning lugejate kaasamises. Levila kutsub oma kodulehel lugejaid üles pakkuma ideid uuteks lugudeks, tuues välja, et eriti huvitavad neid lood, mis toimuvad väljaspool Tallinnat. Edasi lugejate väärtustamist väljendab kodulehel eraldi rubriigis „Edasi on ka minu mõte” välja toodud lugejate ja kaasautorite isiklikud arvamused selle kohta, miks nad Edasit hindavad ja loevad.

Edasit ja Levilat ühendab soov muuta maailma paremaks läbi ajakirjanduse, mis on analüütiline ja põhjalik, samuti hariv. Kui Edasi on oma lähenemist seostanud aeglase ajakirjandusega, siis Levila on lähenemist iseloomustades kasutanud muuhulgas sõna aeglane, kuid seal kõrval on olulised märksõnad ja põhjalikkus ja kestlikkus, mis väljenduvad ennekõike teemade valikus.

### 1.3 Edasi ja Levila seos aeglase ajakirjandusega

Nii nagu väljaannete Edasi ja Levila loomise lähtepunktiks oli soov eristuda muust meediast ja tuua väljale teistsuguse lähenemisega väljaanne, nii on ka aeglane ajakirjandus saanud tekkimiseks tõuke ennekõike vastandumisest kiirusele orienteeritud ajakirjandusele. Nii seostub aeglase ajakirjanduse lähtepunkt Rosa (2013: 85) väljatooduga sellest, kuidas ühiskondlik kiirenemine toob samal ajal kaasa vastupidise aeglustumise nõude, mis ei ole juhuslik, vaid ideoloogiline.

Kiirus on alati olnud oluline osa ajakirjandusest ja seda põhjusega – inimesed tahavad olla informeeritud nii sündmustest kui ka ohtudest ja mida varem, seda parem (Drok & Hermans, 2016: 539). Kiirenev ajakirjanduse tempo tähendab, et ajakirjanike töö on muutunud aina intensiivsemaks – neilt oodatakse kiiremat kirjutamist ja sagedamini avaldamist (Cohen, 2018: 10). Kiirustamisega kaasnevad ka ohud – nii ajakirjanikud kui uurijad leiavad, et selline lähenemine on kaasa toonud ajakirjandusklike standardite langemise (Cheng, 2021: 2) ning iga üksik lugu on vähem põhjalik ja kõikehõlmav (Rauch, 2018: 35). Rauch (2018: 36) rõhutab, et mingi kogus kiirelt reageerivat ajakirjandust on oluline, et kajastada uudiseid sõjast, katastroofidest ja kõigest muust kiire uudisväärtusega teemadest, kuid ühiskond vajab laiemat spektrumit, kuhu kuuluvad nii kiire kui aeglane ajakirjandus. Seda, kuidas kaasaegset ühiskonda iseloomustavad üheaegselt nii kiirus kui aeglustumine, mis ei välista teineteist, vaid on paralleelselt vajalikud, rõhutab ka Rosa (2013: 301–302).

Nii nagu vastukaaluks kiirtoidule on tekkinud aeglase toidu liikumine, on lakkamatu kiirete uudiste voo tasakaalustamiseks tekkinud aeglase ajakirjanduse liikumine (Andersen, 2020: 1–2). Aeglast ajakirjandust võib näha osana laiemast sotsiaalsest liikumisest, mis väärtustab aeglast eluviisi, lisaks aeglasele toidule on olemas ka näiteks aeglase moe või aeglase teaduse liikumine – kõikide nende eesmärk on tõmmata tähelepanu aegluse olulisusele tänapäeva maailmas, mida defineerib aina enam kiirus (Andersen, 2020: 3). Aeglane ajakirjandus soovib olla positiivne alternatiiv, et taastada ajakirjanduse usaldusväarsus (Mendes & Marinho, 2022: 1).

Enne, kui hakata määratlema seda, mis on aeglane ajakirjandus, tuleb rõhutada – uurijad on ühel meelel, et aeglase ajakirjanduse (*slow journalism*) mõistet on keeruline defineerida (Cheng, 2021: 3). Cheng (2021: 3–4) toob välja järgnevad põhjused: esiteks on juba ajakirjandust selle kõige laiemas tähenduses keeruline defineerida, seda enam, et digitaliseerumisega muutub ajakirjandusväli nii kiirelt, et kõikehõlmavaks definitsiooniks pole vajadust. See tähendab, et veelgi raskem on defineerida kitsamat aeglast ajakirjandust (Cheng, 2021: 3). Kuna aeglane ajakirjandus

on tekkinud soovist kiirustamisele vastanduda või seda täiendada, võib seda pidada kiirusest kantud ajakirjanduse (*speed-driven journalism*) antiteesiks – see tähendab, et on kergem saada aru, mis aeglane ajakirjandus ei ole, kui seda, mis ta on (Cheng, 2021: 4). Kolmandaks toob Cheng (2021: 4) välja, et aeglane ajakirjandus jagab mitmeid väärtusi teiste ajakirjandussuundadega – tema toob näiteks kirjandusliku ajakirjanduse (*literary journalism*), pika vormiga ajakirjanduse (*longform journalism*) ja elustiiliajakirjandusega (*lifestyle journalism*) (Cheng, 2021: 4). Kuna mitmed aeglast ajakirjandust defineerivad aspektid ei ole ei uued ega radikaalsed, toob Rauch (2018: 38) välja ohukoha – aeglane ajakirjandus võib mõjuda kui vanadele praktikatele külge kleebitud uus nimetus.

Ehkki mõiste defineerimisel on mitmeid puudujääke, on uurijad proovinud mõistet siiski sisustada. Kõike eelnevalt väljatoodut silmas pidades esitan järgnevalt aeglase ajakirjanduse kõige olulisemad ja korduvad tähendusväljad ja väärtused, mida aeglane ajakirjandus peaks kandma. Seejärel esitan kokkuvõtlikult tähenduse, mis selle töö kontekstis oluline ja mille kaudu on võimalik leida sarnasusi Edasi ja Levila väljatoodud eesmärkidega.

Aeglase ajakirjanduse mõiste sisustas Susan Greenberg aastal 2007, viidates sellele, et skaala ühes servas asuvaid esmaseid uudiseid saame tasuta ja internetist, keskel asetsev traditsiooniline trükiajakirjandus kaotab järjest lugejaid, kuid teise luksuslikku äärmusse oleks tarvis esseid, reportaaže ja teisi mitte-ilukirjanduslikke vorme, mis võtavad uurimiseks aega, märkavad lugusid, millest teised vaatavad mööda ning võtavad eesmärgiks edastada neid kõrgeimatele ajakirjanduslikele standarditele vastavalt (Greenberg, 2007). Susan Greenbergi sõnul (2015: 1) hakkas ta kasutama mõistet aeglane ajakirjandus, et kirjeldada loojutustamisviisi, mis väärtustab võrdselt nii faktiavastusi kui narratiivset loojutustamist.

Järgmisena proovis 2015. aastal mõistet defineerida Megan Le Masurier, kes tõi välja, et lähtudes vastavalt kas loomise, levimise või tarbimise kiirusest, on aeglane ajakirjandus alati olemas olnud (Le Masurier, 2015: 141). Kuid aeglane ajakirjandus kui mõiste tähendab Le Masurier' järgi (2015: 141) enam kui vaid aeglast kirjutamis- ja ilmumistsüklit: aeglane ajakirjandus võtab aega, et süvitsi uurida ja kirjutada, tugineb üldiselt narratiivsele jutustamislaadile, väldib sensatsioonid ja ülekajastatud lugusid, on eetiline ja läbipaistev ning sageli keskendub kogukondadele ja kohalikele lugudele (2015: 143).

Ehkki kohalikkuse ja kogukondlikkuse mõiste tähistab suurtes riikides midagi muud kui Eestis, on ka siinses kontekstis oluline erinevate kogukondade kajastamine ja ühendamine. Edasi ja Levila rõhutavad oma eesmärkides kogukondlikkuse olulisust. Kogukondlikkusega seostub Droki &

Hermansi (2016: 550), välja toodud eesmärk, mille järgi peaks olema aeglase ajakirjanduse soov aidata kaasa laiemate arutelude tekkimisele, mitte esitada ainult vastandlikke plusse ja miinuseid. Teine oluline aspekt on koostöö – aeglane ajakirjandus peaks nutikalt kasutama ära 21. sajandi võimalusi, et teha koostööd kogukondadega, kaasates nende panust, millest võiks tekkida ühisloome (Drok & Hermans, 2016: 550). Kolmas kogukondlikkusega seotud aspekt on konstruktiivsus – eesmärk peaks olema infomeerida lugejaid võimalikest lahendustest avalikele probleemidele, võimalustest, kuidas ise tegutseda ja panustada (Drok & Hermans, 2016: 550). Kogukondade ühendamisega seostub ka Craigi (2015: 10) väljatoodud eesmärk esitada keerulist ja mitmetahulist infot lihtsalt, et enam inimesi seda mõistaksid.

Suhe auditooriumisse on aeglase ajakirjanduse jaoks oluline aspekt – sageli viidatakse just lugejatele ja nende vajadustele kui põhjusele, miks seda tüüpi ajakirjanduslikku lähenemist on vaja, samuti nähakse auditooriumis aeglase ajakirjanduse alternatiivse majandusmudeli kontekstis majanduslikku toetajat, kuid samas napib vastavaid uuringuid (Mendes & Marinho, 2022: 15).

Aeglast ajakirjandust kirjeldavate ja defineerivate tunnuste puhul on oluline meeles pidada, et need peaksid ennekõike esindama niinimetatud ideaaltüüpi, mitte aga rangeid kriteeriume, mis peavad iga loo puhul olema esindatud (Cheng, 2021: 5). Neveu (2016: 10) on rõhutanud, et aeglast ajakirjandust tuleks näha kui mitmuslikku mõistet, midagi heterogeenset ja muutuvat – see võimaldab märgata paremini mõistes sisalduvaid erinevaid võimalusi, märgata hübriidvorme ja mõistes sisalduvat ambivalentsust. Ehkki aeglane ajakirjandus on tekkinud ajakirjandusväljal domineerivate lähenemiste vastanduse ja täiendusena, ei ole selle eesmärk olemasoleva asendamine. Nii seostub see Rosa mõistega aeglustumise oaas (2013: 89) – radikaalse aeglustumise üks praktiline eesmärk on saada hiljem taas paremini hakkama kiirusega ja seega on vastandumise laiem eesmärk olemasoleva täiendamine, mitte asendamine. Aeglane ajakirjandus soovib erinevaid žanre ja lähenemisviise kasutades pakkuda alternatiivset viisi maailmas ja ühiskonnas toimuva kajastamiseks.

Selle töö kontekstis on oluline, et aeglane ajakirjandus tähistab ajakirjanduslikku sisu, mille jaoks on võetud aega – nii loomis-, avaldamis- kui tarbimisprotsessis. Neist viimane on eriti oluline just tarbijale, kelle vaade on fookuses siinses töös. Aeglane ajakirjandus kasutab pikka, sageli alternatiivset vormi, et jutustada lugusid, mille kajastuse puhul on peetud silmas põhjalikku, mitmetahulist lähenemist. Ehkki teemad on keerulised, on olulised nende lihtne esitusviis – nii soovitakse kõnetada laia osa ühiskonnast ja tutvustada aspekte, millest muus meedias ei räägita, kajastada osasid ühiskonnast, keda või mida muidu ei kajastata. Kuna aeglase ajakirjanduse

tekkeimpulss on olnud vastandumine kiirusele orienteeritud meediale, ilmuvad seesugused lood sageli väiksemates, alternatiivsetes väljaannetes, kuid võivad ilmuda muu sisu kõrval ka päeva- ja nädalalehtedes (Rauch, 2018: 34). Aeglase ajakirjanduse puhul ei ole tegu teemaväljaannete, elustiiliajakirjanduse või uuriva ajakirjandusega, ehkki omavahelisi kattuvusi nii nende kui mitmete teiste ajakirjandsuundade vahel võib leida. Samuti ei saa aeglast ajakirjandust siduda ühegi konkreetse žanriga – aeglase ajakirjanduse põhimõtetest lähtuvad lood võivad olla intervjuud, reportaažid, olemuslood, arvamuskirjandus või veel midagi muud (Neveu, 2016: 8).

Kõrvutades Edasi ja Levila väljaannete esile toodud väärtusi aeglase ajakirjanduse keskmes olevate tunnustega, saab esile tõsta põhjalikku info kogumist, uurimist ja sünteesimist, mille pinnalt on lugejal võimalik ise järeldusteni jõuda. Nii ütleb Edasi, et „artiklites ei esitata lihtsalt infot, vaid sünteesitakse, lugeja saab läbi mõeldud asja, et panna see pusletükk oma maailmapilti” (Edasi, 2020). Samuti rõhutab Edasi, et autor vastutab oma nime ja renomeega faktitäpsuse eest (Uibo, 2020), mis seostub info läbipaistvuse põhimõttega. Kvaliteet ja headus on märksõnad, millega aeglane ajakirjandus end iseloomustab – sedasama toob välja ka Edasi, lubades pakkuda lugejale kvaliteetset ja läbimõeldud sisu, mille eesmärk on pakkuda mõtlemisainet, inspireerida ja panna tahtma olla parem (Uibo, 2020).

Levila nimetab enda jaoks olulisima lähenemisena jutustavat ajakirjandust (Pajula, 2022), mis sobib erinevatele vanusegruppidele (Levila, 2023). Jutustamislaadi esiletõstmine väljendab aeglase ajakirjanduse olulist märksõna, milleks on narratiivsus. Väikeste kogukondade kajastamine, olgu tegu uimastisõitlaste, seksitöötajate, EKRE valijate või kliimaaktivistidega, seostub aeglasele ajakirjandusele omase hääletutele hääle andmisega (Le Masurier, 2015: 143).

Mõlemad väljaanded peavad oluliseks seda, et nende lood ei anna nii ajakriitilist ja laiapindset teavet kui päevauudised, lugude valik lähtub väljaannete kontseptsioonist (Uibo, 2016b; Virro, 2020). See seostub aeglasele ajakirjandusele omase laiemate kontekstide avamise ja kestlikkusega (Le Masurier, 2015: 143). Levilat iseloomustav oluline märksõna on ka koostöö teiste väljaannetega – nii on koostöös Eesti Päevalehega ilmunud artiklisari „Usu võim”, Eesti Rahvusringhäälingus on ilmunud mitmed Levila audiolood ja kuuldemängud, samuti dokumentaalfilm „Estcoy-8”. Levila kvaliteedist, mis samuti aeglase ajakirjanduse puhul oluline, annab märku 2022. aastal Eesti Keele Instituudi poolt väljaantava selge sõnumi edendaja auhind (EKI kodulehekülg, 2022).

## 1.4 Varasemad uuringud, mis töö kontekstis olulised

Selleks et paigutada siinne uurimistöö laiemasse konteksti, olen toonud välja paar olulist uuringut, mis lähtuvad aeglase ajakirjanduse väljaannetest ja vaatlevad tarbijate ootusi pakutavale meediasisule. Ühes töös on fookuses väljaande eneserepresentatsioon.

Kuna siinses töös paigutuvad Edasi ja Levila lugejate laiemasse meediapilti, toon võrdlusena välja Anderseni uuringu (2020), mis analüüsis Taani aeglase ajakirjanduse väljaande Zetland lugejaid. Uurimuse lähtekohaks oli arvamus, nagu võiks aeglane ajakirjandus olla alternatiiviks uudiste üleküllusest tekkinud väsimusele. Väljaande Zetland puhul võib näha sarnasusi Levilaga – tegu on reklaamivaba digitaalse meedia platvormiga, kus kõiki artikleid saab nii lugeda kui ka kuulata. Zetlandi lugude fookuses on konstruktiivne, lahendustele orienteeritud lähenemine. Uurimuse tulemused näitasid, et suurema tõenäosusega loevad aeglast ajakirjandust need, kes juba niigi tarvivad palju uudiseid ning ei tunneta meedia üleküllust – seega inimesed, kes saavad n-ö kõige väiksemat kasu seda tüüpi ajakirjanduslikust lähenemisest. Lisaks leiti, et inimesed, kes tarbisid aeglaseid uudiseid, tundsid hoopis rohkem väsimust uudistest, sest nende uudistetarbimine oli suurenenud, mis võib olla aeglase ajakirjanduse levimise takistuseks.

Cheng (2021) on uurinud juhtumianalüüsi kaudu väljaande Kinfolk Magazine eneserepresentatsiooni ja tegelikku esinemist seoses aeglase ajakirjanduse lähenemisviisidega. Tegu on Ameerika Ühendriikides ilmuva kirjandusliku elustiiliajakirjaga. Cheng vaatleb oma töös, kuidas ajakiri esitleb aktiivselt aeglase ajakirjanduse eesmärgi ning püüdleb nende poole. 30 juhtkirja tekstianalüüsi põhjal leidis Cheng, et aeglase ajakirjanduse põhimõtteid esitletakse neljal moel – väljaande rõhuasetus on kogukondlikkusel, aeglust propageeritakse nii sisu tootmises kui tarbimises ning juhtkirjades rõhutatakse väljaande nišilikkust. Chengi uurimus seostub siinse töö fookusega uurida Edasi ja Levila eesmärgi.

Droki ja Hermansi uuring (2016) vaatleb alla 40aastaste meediatarbivate tunnetust ajakirjanduse rollist ühiskonnas ning seda, millised ajakirjanduslikud lähenemisviisid pakuvad nendele lugejatele huvi. Autorite jaoks oli keskne huvi aeglase ajakirjanduse lähenemise potentsiaalne tulevik. Läbi viidud kvantitatiivne uuring kuulus samal ajal Hollandis toimunud laiemasse uuringusse, kus koguti viie aasta jooksul andmeid noorte meediatarbimise ja -osaluse kohta. Droki ja Hermansi uurimistöö tulemusena leiti, et üks kolmest vastanust tundis huvi aeglase ajakirjanduse vastu. Selline järeldus tehti, kui uuritavad olid väljendanud huvi süvitsi minevate lugude vastu, pidasid oluliseks eri tüüpi

allikate ja perspektiivide esiletoomist, samuti orienteeritust lahendustele. Seega toodi esile funktsioone, millele aeglane ajakirjandus peaks ühiskonnas vastama.



## 2. UURINGU EESMÄRK JA UURIMISKÜSIMUSED

Edasi ja Levila on Eesti ajakirjandusmaastikul pigem uued väljaanded, kes on võtnud oma eesmärgiks teha ajakirjandust teisiti – kõige olulisemateks märksõnadeks on nende jaoks aja võtmine, süvenemine, kvaliteet ja ühiskonnagruppide lähendamine. Edasi on seostanud end aeglase ajakirjanduse lähenemisega, Levilat seovad lähenemisega sarnased eesmärgid. Mõlemad väljaanded pakuvad ühiskondliku ja ajakirjandusliku kiirenemise keskel niinimetatud aeglustumise oaasi (Rosa, 2013: 89). Ühelt poolt võib see olla siiras soov ajakirjandusvälja paremaks muuta, teisalt võib näha nende eesmärkides soovi teistest eristuda ning seeläbi end paremini turundada ja müüa.

Lähtudes väljaannete eesmärgist muuta ajakirjandusmaastikku paremaks, on oluline teada, kas ja kuidas tajuvad lugejad väljaannete ja nende juhtide püstitatud eesmärgid. See annab teadmist, kas väljaannete eesmärgid on jõudnud lugejateni ja mis on omakorda väärtused, mida lugejad nende väljaannete puhul hindavad.

Ehkki uurimistöö tegeleb kahe väljaande ja väikese valimi taju ja arvamustega, võimaldab väljaannete eesmärgi seotus sotsiaalse aja kiirenemise vastandumisega siduda uurimisküsimuste tulemused laiemate ühiskondlike suundumuste ja arutelukohtadega.

Magistritöö uurimisküsimused keskenduvad väljaannete Edasi ja Levila eristumisele, kaardistades ühelt poolt väärtusi, mida väljaannetega seostatakse ning teisalt uurides, kuidas tajuvad lugejad Edasi ja Levila eristumist teistest väljaannetest.

Uuringu eesmärgist lähtuvalt olen püstitanud järgnevad **uurimisküsimused**, millele püüan oma tööga vastused leida:

**1. Kuidas tajuvad Edasi ja Levila lugejad nende väljaannete eesmärgid? Mida peetakse Edasile ja Levilale iseloomulikuks, mida hinnatakse ja mida mitte?**

**2 Kuidas eristuvad Edasi ja Levila uuritavate hinnangul teistest väljaannetest?**

Uurimisküsimustele otsin vastuseid Edasi ja Levila lugejatega läbiviidud fookusgruupiintervjuudes. Töö jaoks valitud kvalitatiivne meetod ei võimalda teha üldistusi ja laiapindseid järeldusi, kuid sobib esmase teabe kogumiseks ja erinevate arvamuste avamiseks. Põhjalikumate järelduste tegemiseks tuleks hiljem uurida lisaks Edasi ja Levila lugejaid ka kvantitatiivsete meetoditega.

## 3. MEETOD JA VALIM

### 3.1 Andmekogumismeetod. Fookusgrupi-intervjuu

Fookusgrupiintervjuu on kindlal teemal väikses, umbes 6–10-liikmelises grupis läbi viidud intervjuu, mis kestab keskmiselt 1–2 tundi (Patton, 2002: 385). Fookusgrupi kui andmekogumise idee pakkus 1969. aastal välja sotsioloog Robert Merton, leides, et interaktsioon grupi liikmete vahel on loomulik keskkond nii indiviidi eneseväljenduseks, arvamuse kujundamiseks kui ka ühiskonnaelu korraldamiseks, samuti on rühmavestlus ise kui teatud mikromudel ühiskonnas toimuvate interaktsioonide mõtestamisel (Vihalemm, 2014). Fookusgrupiintervjuud kasutatakse kõige enam erinevate arvamuste ja mõtete kogumise eesmärgil.

Krueger (2009: 2) on öelnud, et grupi kuulumise eelduseks on ühised tunnused, mis seostuvad fookusgrupiintervjuu teemaga ning osalistele on eelnevalt öeldud, mis neid ühendavaks tunnuseks on. Selle uurimistöökäigus oli selleks tunnuseks Edasi ja/või Levila väljaande lugemine.

Fookusgrupiintervjuu läbiviimise puhul on oluline, et uurija suudaks luua meeldiva atmosfääri, kus osalisi julgustatakse erinevaid mõtteid ja vaatepunkte jagama, sealjuures neid konsensussele survestamata (Krueger, 2009: 2). Oma olemuselt on fookusgrupp meetodiline hübriid, põhinedes teistel „põhimeetoditel” nagu süvaintervjuu (küsimisviis, kava ülesehitus, aktiivne kuulamine), standardiseerimata eksperimentaaluuringud (grupivestluse kavas rakendatakse mingit mõjutegurit, luuakse uus olukord ja jälgitakse osalejate vaba reaktsiooni) ja osalusvaatlus (moderaator on poolenisti vaateleja rollis) (Vihalemm, 2014). Sel põhjusel on ka siinses töös valitud lugejate arvamuste kogumiseks fookusgrupiintervjuu – mitte kiire info kättesaamiseks, vaid selleks, et anda võimalus erinevate mõtete ja vaadete kohtumiseks ning arutelu tekkimiseks.

Fookusgrupiintervjuus kasutatakse sageli projektiivtehnikaid, mis võimaldavad muuta intervjuueerimistehnikaid mitmekesisemaks ja andmeid mitmekülgsemaks, samuti võimaldavad need saada infot teemade kohta, millest ei taheta või ei osata rääkida (Murumaa-Mengel, 2020: 726). Näiteks palutakse osalistel kirjeldada mingi mõiste või teemaga seotud tundeid, täiendada pooleliolevaid lauseid, midagi joonistada, visuaalselt, näiteks kollaaži kaudu rühmitada, midagi valida või järjestada (Vihalemm, 2014). Projektiivtehnikate kasutamine on osa intervjuu stimuleerivatest ülesannetest, sageli kasutatakse stiimulmaterjale, näiteks ettevalmistatud loetelusid ja situatsioonikirjeldusi (Vihalemm, 2014).

Fookusgrupi puhul on toodud välja, et seda sobib hästi kasutada otsingulise uurimuse puhul selleks, et püstitada hüpoteese ja konkreetsemaid küsimusi ja ülesandeid edasisteks uuringuteks, et struktureerida ja mõtestada uudset või vähem uuritud materjali (Vihalemm, 2014). Kuna väljaandeid Edasi ja Levila ning nende lugejate hinnanguid väljaannetele ei ole varem kvalitatiivse meetodiga uuritud, on esmase info kogumiseks fookusgrupiintervjuu hea meetod.

Samas on fookusgrupil meetodina ka puudusi, mida tuleks intervjuud läbi viies meeles pidada, et soovimatut mõju vähendada. Krueger (2009: 13) on toonud välja, et fookusgrupis võib inimestel olla kalduvus esitleda end arukama, ratsionaalsema ja intellektuaalsemana, kui muidu ollakse, andes vastuseid, mida arvatakse, et uurija ootab. Näiteks ei julgeta tunnista mõne arvamuse või kogemuse puudumist, selle asemel kujutatakse pigem võimalikku käitumist ette ja vastatakse selle põhjal (Krueger, 2009: 14). Samuti on grupiintervjuu puhul oht, et mõni grupiliige hakkab liialt domineerima ja mõjutab seetõttu uuringu tulemusi (Krueger, 2009: 15).

Kõikide eelmainitud ohtude vältimiseks peabki vestluse moderaator olema meetodi kitsaskohtadest teadlik ning proovima neid ennetada nii oma küsimusepüstituste kui ka erinevatele osalistele sõna andmisega.

## 3.2 Valim

Töö valimi moodustasid 15 Edasi ja Levila lugejat (R=15). Valimi moodustamisel oli kõige olulisem tunnus Edasi ja Levila lugemine – see info oli ka osalus kutse keskmes. See tähendab, et selles aspektis oli tegu homogeense valimiga. Sotsiodemograafiline variatiivsus ei olnud informantide esmane valikukriteerium, kuna kvalitatiivne uuring oma väikese valimiga ei luba esindatute põhjal suuri järeldusi teha. Kuid selleks, et valimit oleks võimalik võrrelda üldkogumi ehk Edasi ja Levila väljaannete endi kogutud lugejastatistikaga, oli oluline, et valimis oleksid erinevas vanuses ja erineva elukohaga mehi ja naisi. Peatükis 1.3 välja toodud lugejastatistika järgi on Edasi lugejad vanuses 25–64 eluaastat ja üle poole lugejatest on Tallinnast, linnadest järgnevad Tartu, Pärnu, Viljandi, Rakvere ja Helsingi (Uibo, 2016b). Lugejate haridustaseme kohta Edasi kodulehel andmed puuduvad. Levilal puuduvad andmed oma lugejate vanuse ja haridustaseme kohta, linnadest on enim esindatud Tallinn, Tartu, Helsingi, Pärnu ja Rakvere (Vaarik, 2023).

Väljaannete lugejastatistikast lähtuvalt pidi magistritöö raames toimuma kolm fookusgruupiintervjuud – Tallinnas, Tartus ja Rakveres. Tartu intervjuu kolis viimasel hetkel veebikeskkonda Google Meet, et osaleda saaks rohkemad kui need, kellele sobis Tartus kokku saada. Edasil ja Levilal on kõige rohkem lugejaid Tallinnas ja Tartus – seetõttu said esmalt valitud need kaks linna. Kuna väljaanded ise püüavad jõuda võimalikult palju Tallinnast välja ning Levila teemade valikus on eriti märgata keskendumist väiksematele piirkondadele, on selle taustal oluline kaasata intervjuudesse erinevate piirkondade inimesi – seetõttu toimus üks intervjuu Rakveres. Kuigi valimi moodustamisel oli kõige olulisem kursisolek Edasi ja Levila väljaannetega, tekitas intervjuude erinev geograafiline asukoht osaliste heterogeensuse selles punktis. Ideaalis võiks tulevikus valimisse kuuluda ka veel väiksemate kohtade ning äärealade esindajad.

Kokku osales intervjuudes 15 inimest – neli Tallinnas, viis Rakveres ja kuus veebi teel. Valimisse kuulus kaheksa naist ja seitse meest. Osaliste vanused olid vahemikus 21–69 eluaastat. Enamus osalistest olid kõrgharidusega, kahel osalejal oli kõrgharidus omandamisel, ühel oli keskharidus. Kõige laiemal sotsiodemograafilisel skaalal paiknesid Rakvere fookusgruupiintervjuul osalejad, kus osaliste vanus jäi 27 ja 69 eluaasta vahele, haridustasemest oli esindatud nii keskharidus (kõrgharidus omandamisel) kui doktorikraad. Vanuseliselt ja hariduslikult kõige sarnasemad olid Tallinnas osalenud – osaliste vanus jäi 23 ja 37 vahele, noorim osaline oli keskharidusega, ülejäänud kõrgharidusega.

Osaliste seas oli suurem Levila lugejate esindatus – vaid üks intervjueritu polnud Levilast kunagi kuulnud. Edasi lugejaks pidas end valimis seitse inimest, lisaks oli kaks osalist, kes on lugenud üksikuid artikleid, kuid end regulaarseks lugejaks ei pea.

Tabel 1. Fookusgrupiintervjuu osalised

	<b>Sugu</b>	<b>Vanus</b>	<b>Haridus</b>	<b>Elukoht</b>	<b>Väljaanne</b>
R1	N	48	kõrgharidus	Rakvere	Edasi; Levila
R2	M	47	kõrgharidus	Rakvere	Edasi; Levila
R3	M	28	kõrgharidus omandamisel	Rakvere	Levila
R4	M	27	rakenduskõrg-haridus	Rakvere	Levila
R5	M	69	kõrgharidus	Rakvere	Edasi
R6	N	37	kõrgharidus	Tartu	Levila; vahel Edasi
R7	M	45	kõrgharidus	Tartu	Edasi; Levila
R8	N	29	kõrgharidus	Välismaa	Levila
R9	N	28	kõrgharidus	Lõuna-Eesti	Levila
R10	N	21	kõrgharidus omandamisel	Tartu	Levila
R11	N	32	kõrgharidus	Tartu	Edasi; Levila
R12	N	32	kõrgharidus	Tallinn	Edasi; Levila
R13	N	30	kõrgharidus	Tallinn	Edasi; Levila
R14	M	23	keskharidus	Tallinn	Levila
R15	M	37	kõrgharidus	Tallinn	Levila; vahel Edasi

Otsus kutsuda ühte fookusgrupiintervjuusse kokku kahe väljaande tarbijad oli kindlasti üks intervjuude ohukoht. Intervjuul oleks võinud tekkida olukord, kus auditooriumid ei kattu ja tekib kaks erinevat gruppi, kes omavahel ei suhestu. Nii siiski ei juhtunud ning igasse intervjuusse sattus kaks osalist, kes pidasid end nii Edasi kui Levila regulaarseks lugejaks. Kahe väljaande lugejate kokkutoomise argumendiks oli ennekõike see, et tegu on lähenemisviisidelt ja eesmärkidelt sarnaste väljaannetega. Seda, et kahe väljaande tarbijad kattuvad, võisin näha ka fookusgrupiintervjuudeks Facebooki-keskkonnast osalisi otsides.

Osaliste leidmiseks kombineerisin mugavusvalimit ja lumepallimeetodit – tegu on mittetõenäosusliku valimi moodustamise viisidega. Kõigepealt kirjutasin üleskutse, et leida osalisi fookusgrupiintervjuudesse ning postitasin selle enda Facebooki seinale. Üleskutse sai umbes 40 jagamist. Minu palve peale jagasid üleskutset ka Edasi ja Levila. Rakveres, kus tunnen kogukonda

kõige paremini, palusin üleskutset jagada ühes suures kultuuriasutuses ja ühes koolikollektiivis. Üleskutse peale võttis minuga ühendust vähem kui 10 inimest. Oluline on välja tuua, et kõik neist ei olnud minu tutvusringkonnast. Pean tunnistama, et ootas üleskutsele suuremat vastukaja. Võin spekuloida, et üleskutse kaudu osaliste leidmine mõjus liiga anonüümsena, eriti inimestele, kes mind ei tunne.

Seejärel kasutasin otsepöördumist, mis tähendab, et otsisin enda sotsiaalmeedia-tutvusringkonnast Edasi ja Levila jälgijaid ning kirjutasin neile otse. Selliseid kirju kirjutasin umbes 30. Enamus saadud vastustest olid väga sarnased – tõdeti, et tuntakse huvi väljaannete vastu, kuid päriselt on loetud paari artiklit ning põhjalikumate teadmiste puudumisel ei peetud end sobivaks intervjueritavaks. Paljudel juhtudel toodi põhjenduseks ajapuudust, samuti mainiti Edasi puhul väljaande tasulisust, mistõttu väljaannet regulaarselt ei loeta. Selliste vastuste hulk lubab aimata, et huvi väljaannete vastu on suurem kui regulaarsete lugejate hulk.

Lisaks mugavusvalimile kasutasin lumepallimeetodit – kui olin leidnud mõne lugeja, palusin tal mõelda oma tutvusringkonna peale ja soovitada seal mõnda lugejat. Mõni inimene, kellega võtsin ühendust, oskas samuti soovitada mõnda tuttavat, kes väljaandeid loeb.

Peamiselt sotsiaalmeediast uuringusse osaliste leidmisel on ka ilmsed puudused – valimist jääb nii välja see osa elanikkonnast, kes ei kasuta sotsiaalmeediat või ei ole üldse digipädev – samas, kuna Levila levibki vaid veebis, on vähetõenäoline, et need, kes igapäevaselt internetti ei kasuta, üldse väljaandeni jõuavad. Puuduseks on ka see, et valim võib jääda ühetaoline – näiteks, kuna minu tutvusringkonnas on palju teatri ja kultuuriga seotud inimesi, olid mitmed osalised kultuuritaustaga. See tuli välja ka intervjuude sisust. Ühelt poolt arvan, et see mõjus intervjuudes osalistele hästi ja pani end sarnaste huvidega inimeste seas turvaliselt tundma, teisalt võib olukord tekitada ebamugavust nendes, kes sellesse n-ö gruppi või valdkonda ei kuulu. Ohuks on ka samasuguse tausta tõttu vastuste kallutatuse. Üldiselt kohtusid fookusgruppides omavahel võõrad inimesed, vaid ühes intervjuus olid kaks osalist eelnevalt tuttavat.

Ühes grüpiintervjuus oli 4–6 osalist. Pean seda optimaalseks osaliste arvuks, mis võimaldas kõigil intervjueritel enda mõtteid väljendada, samas lubas välja tulla ka erinevatel vaatenurkadel. Ehkki Pattoni järgi (2002: 385) on keskmiseks osaliste arvuks 6–10, on teised uurijad toonud mõistlikena välja ka viie- või kuueliikmelisi grüppe – kui rühm on väga suur, kasvab oht, et intervjuu venib liiga pikaks ja mõni osaleja jääb passiivseks, teine oht on aga mõne osaleja liigne domineerimine (Lagerspetz, 2017: 155). Täheleandisid intervjuusid läbi viies, et suuremat kui kuueliikmelist grüppi

modereerides oleks mul tõenäoliselt raskused tekkinud. Kuna mu grüpiintervjuu modereerimise kogemused on väikesed, oleks olnud näiteks oht, et mõni osaleja haarab ohjad enda kätte või minul modereerijana hajub tähelepanu. Seetõttu oli väiksema grüpi modereerimine turvalisem valik, et intervjuu kvaliteet ei kannataks. Samas leidsin ma nelja osalisega fookusgrüpiintervjuus, et sel korral oleks üks-kaks osalist võinud arutelu elavdamiseks veel olla, kuid võib-olla oli see tingitud sellest, et see grüpp oli omavahel kõige sarnasem, nii vanuseliselt, hariduslikult kui ka ühisesse infovälja kuulumise tõttu ning seetõttu tekkis ühist arutelu vähem kui oleksin lootnud.

Intervjuudes osalenud allkirjastasid nõusolekuvormi, milles kinnitati, et uuringus osaliste konfidentsiaalsus on tagatud.

### 3.4 Fookusgrupi läbiviimine

Kõik kolm intervjuud kestsid ligikaudu 1,5 tundi. Uurijana üllatas mind enim see, kui meeldiv oli iga intervjuu atmosfäär ning kuidas omavahel võõrad inimesed hakkasid üheskoos arutlema, teineteise mõtteid täiendama, ka nalja viskama. Meeldiv atmosfäär, kus osalejad julgevad vabalt väljenduda ja mõtteid jagada, on fookusgruupiintervjuu puhul oluline (Krueger, 2009: 2).

Kõige vähem oli ühist interaktsiooni veebikeskkonnas, kus osaliste kõnevoorud olid kõige selgemalt piiritletud, kuid ka seal oli aruteluhetki. Tallinna intervjuus, kus oli osalisi kõige vähem – neli –, tundsin samuti, et igale küsimusele vastas iga inimene korrektselt ka siis, kui tegelikult polnud enam palju lisada, samuti oli sealse intervjuu struktuur kõige hehtilisem ja hüplikum ning üks osaline hakkas teistest enam domineerima, nalja heitma, vahele kommenteerima ja küsima, mis võis teised osalised ebakindlamaks muuta. Ühelt poolt muutis tema käitumine mind enesekindlamaks ja pani küsimuste või täpsustustega sagedamini konkreetset osalejate poole pöörduma, teisalt ei tahtnud ma hakata teda vaigistama ja tema sundimatut meeleolu rikkuma ja lasin tal mingil määral jätkata.

Intervjuude läbiviimise aluseks oli semistruktureeritud intervjuu kava, mille töötasin välja aines „SOZU.04.059 Fookus-grupp”. Küsimused olid jagatud erinevatesse teemaplokkidesse – alguses olid kirjeldavamad küsimused, mis puudutasid üldist meediatarbimist. Samm-sammult läks intervjuu suund spetsiifilisemalt väljaannete Edasi ja Levila juurde ning kirjeldavamalt küsimustelt analüütilisemateni. Intervjuukava koosnes neljast teemaplokist – üldine meediatarbimine, Edasi ja Levila tarbimise vorm, Edasi ja Levila tarbimise põhjus ning eristumine teistest väljaannetest, lisaks sissejuhatus ja kokkuvõte. Küsimusi olin ette valmistanud varuga, et osalisi intervjuuolukorras vajadusel lisaküsimustega kaasa aidata. Küsimustekava on esitatud töö lisas 1.

Küsimustekavasse olin vahele põiminud kaks stiimulmaterjalil põhinevat ülesannet. Esimese puhul palusin osalistel panna kirja märksõnu, mis neil seostuvad Edasi ja Levila väljaannetega, teine ülesanne oli eriti meelde jäänud lugude ja autorite väljatoomine – sellel ülesandel olid abiks ka varasemad Edasi ajakirjad ning nimekiri Levila ilmunud lugudest ja kuuldemängudest ning filmidest ja videotest. Autorite ja lugude väljatoomise ülesanne võimaldas meenutada väljaannete konkreetset sisu ning haakus nii uurimisküsimustega sellest, mis väljaannetele iseloomulik ja muust mediast eristuv.



Intervjuul täheldasin, et stiimulmaterjalid toimisid hästi – sarnased väljatoodud märksõnad võimaldasid osalistel omavahel samastuda, teineteise mõtteid ja arvamusi täiendada. Märksõnade ülesandest saigi intervjuu n-ö tuumküsimus, mille vastused andsid kõige enam sisendit sellesse, kuidas tajutakse Edasi ja Levila eesmärke ning miks neid väljaandeid loetakse ja hinnatakse. Selles kohas täheldasin intervjuud läbi viies iga kord, et ülesande vastused sisaldasid juba teavet, mida pidin järgmise teemaploki küsimustega koguma. Intervjuukavasse suhtusin paindlikult ja jätsin sujuvalt välja küsimused, millele oldi eelnevate vastuste ja arutelude käigus juba vastatud.

### 3.5 Andmeanalüüsimetod. Kvalitatiivne sisuanalüüs

Intervjuudes kogutud andmete analüüsimetodiks valisin kvalitatiivse sisuanalüüsi. Kvalitatiivne sisuanalüüs on tekstianalüüsimetod, mida kasutatakse sageli erinevate intervjuude, kuid ka näiteks vaatlusprotokollide, -päevikute, dokumentide või meediatekstide analüüsimisel (Kalmus jt, 2015). Kalmus jt (2015) toovad välja, et kvalitatiivsete uurimismeetodite, seahulgas ka kvalitatiivse sisuanalüüsi puhul ei taotleta valimi representatiivsust ega üldistatavust, arvulistest tulemustest olulisem on leida koodid ja kategooriad, mis võtaks kokku kesksed ja uurimisküsimuste seisukohast olulised tähendused. Laherand (2008: 290) leiab, et sisuanalüüsi kasutatakse siis, kui tahetakse midagi kirjeldada. Kuna Edasi ja Levila lugejad ning nende tunnetus väljaannete eesmärkide kohta on uurimata teema, siis sobib kvalitatiivne sisuanalüüs just esmaseks uuringuks, et võtta kokku ja kirjeldada kogutud infot.

Kvalitatiivne analüüs on tundlik ja täpne ning võimaldab pöörata tähelepanu teksti nüanssidele, mida ei taandata numbrilistele koodidele, ei lihtsustata ega moondata (Kalmus jt, 2015). Samas tuuakse välja ka võimalikud ohukohad – uurijal on võimalus koguda materjali valikuliselt ning leida seeläbi kinnitust endale meelepärastele hüpoteesidele (Kalmus jt, 2015). Kvalitatiivne tekstianalüüs ei võimalda läbi töötada suuri valimeid ega võrrelda omavahel erinevaid tekste täpsetel alustel, valiidsust suurendavad täpselt sõnastatud uurimisküsimused (Kalmus jt, 2015). Uurijalt eeldab kvalitatiivne sisuanalüüs analüütilisust – sageli ei erine see tunnetuslikest operatsioonidest, mida igapäevaprobleemidest mõeldes kasutame, lisaks peab uurija olema refleksiivne ja teadvustama enda isiku, uskumuste ja veendumuste mõju igas etapis, kasutades seejuures metatasandi mõtlemist (Kalmus jt, 2015).

Kvalitatiivset tekstianalüüsi võib iseloomustada kui teksti süstematiseerimist (Lagerspetz, 2017: 202). Analüüsi oluline etapp on kodeerimine, mis tähendab, et kõik tekstis esinevad olulised ütlused saavad esialgse tõlgenduse ja nimetuse, tematiseerimise käigus ühendatakse need suurematesse gruppidesse ja lõpuks püütakse loodud struktuur teoreetilisel tasandil kokku võtta (Lagerspetz, 2017: 205). Teemaatilises sisuanalüüsis kasutatakse avatud kodeerimist, mis tähendab, et uurija sõnastab eesmärgi ja uurimisküsimused, kuid lisaks pööratakse tähelepanu ka sellele, mis on uurimuses osalejate jaoks oluline, st mida nad peavad oluliseks rääkida (Kalmus jt, 2015).

### 3.6 Andmete analüüs

Andmete analüüsi alustasin helifailide ümberkirjutusest ja proovisin need võimalikult täpselt transkribeerida. Kokku kujunes transkribeeritud intervjuude mahuks 52 lehekülge. Transkriptsioonis asendasin nimed pseudonüümidega, mis ei sisaldanud endas ühtegi intervjuueeritutele omast tunnust.

Pärast ümberkirjutamist lugesin iga intervjuu uuesti rahulikult läbi. Teisel lugemisel märkisin ära olulisemad mõtted, fraasid, märksõnad ning alustasin koodide tuletamisega. Intervjuuküsimusi ja esile kerkinud mõtteid kõrvutades moodustasin esmased koodid, mille järgi intervjuusid analüüsima asuda. Koodide loomisel lähtusin loetud teoreetilistest materjalidest ja teemadest, mis oli intervjuudes fookuses. Kuna Edasi ja Levila on oma eesmärkides rõhutanud aja võtmist, süvenemist ja teistest eristumist, mis seostuvad ka aeglase ajakirjandusega sotsiaalse aja kiirenemisega, olid esmased loodud koodid näiteks aegumatu, aktuaalne, aja väärtustamine, narratiiv, nišš ja preemia. Need on vaid mõned näited loodud koodidest. Hilisema analüüsi käigus koondusid need suuremateks teemakoodideks nagu eristumine teistest väljaannetest, kitsas kogukond, aeg ja oma aja väärtustamine. Ka suuremaid teemakoode oli rohkem kui need, mis praegu välja toodud. Teemakoodide põhjal tekkisid omakorda tulemusteosa alapeatükid.

Analüüsiks või transkribeerimiseks ma eraldi programme ei kasutanud, sest tundsin, et nii intervjuude ümberkirjutamine kui nende käsitsi analüüsimine võimaldavad mul rohkem intervjuude sisusse süveneda, mis omakorda teeb tekstides orienteerumise lihtsamaks.

Koodide alusel otsisin intervjuudest välja vastavat teemat käsitlevad mõtted ja tsitaadid ning koondasin need eraldi dokumenti. Seejärel asusin analüüsiosa kokku kirjutama, pidades silmas nii erinevate mõtete esindatust kui ka samas soovi sarnased mõtted koondada ja nende põhjal üldistada.

Töö tulemusteosas olen mõnes kohas laiema tausta või tähenduse avamiseks lisanud intervjuutsitaatidele kantsulgudes omapoolsed kommentaarid või täiendused.

## 4. TULEMUSED

Järgnevalt annan ülevaate uuringu peamistest tulemustest. Alustan väljaannete Edasi ja Levila üldise tarbimise kirjeldusest, et seejärel liikuda väljaannetele iseloomuliku juurde. Peatüki teises pooles avan põgusalt fookusgruupiintervjuu osaliste üldist meediatarbimist, et paigutada Edasi ja Levila kui eristuda soovivad väljaanded muu meediatarbimise konteksti. Seetõttu on oluline ka võrdlus muu meediaga.

Parema jälgitavuse huvides olen intervjueeritute tsitaate minimaalselt toimetanud, nurksulgudesse olen vajadusel lisanud omad kommentaarid, mis avavad öeldu tausta.

### 4.1 Edasi ja Levila

#### 4.1.1 Tarbimine

Kuna Edasi ja Levila on aeglase ilmumistsükliga, siis ei tulnud intervjuudest välja tarbimisega seotud regulaarsust, samas on tarbimisega seoses tekkinud kindlad harjumused. Kuna Levilat iseloomustab võimalus artikleid lugemise asemel kuulata, oli see enim mainitud väljaande tarbimisega seotud aspekt. Lugude kuulamist püütakse üldjuhul siduda mõne tegevusega, kõige enam mõne transpordisituatsiooniga – jalutamise, auto- või bussisõiduga, aga ka koristamise, õmblemise või muu käelise tegevusega.

*R15: Ma võtan näiteks Levila artiklid või lood. Kui ma näen, et see on mingi tunnine kuulamine, siis ma tihtipeale proovin ajastada selle millegi muu tegevuse saatele, à la lähed jalutama, rattaga sõitma, mis iganes lihtsamat treeningut tegema. Et kuidagi seda aega enda meelest funktsionaalselt või paremini ära kasutada. Sest kui oleks valida, siis ma tihtipeale puhkaks silmi ja avaks teised meeled selles vallas, et midagi saab paralleelselt teha.*

Lugude kuulamisega tihedalt seotud aspekt on näitlejate kasutamine lugude sisselugemisel. Enamikul juhtudel toodi seda välja kui positiivset tegurit, lisaargumenti, et eelistada just kuulamist. Näiteks on kuulamiseks valitud mõni lugu ka siis, kui sisselugejaks on lemmiknäitleja või mõni isiklik tuttav. Samas oli ka neid, kes ütlesid, et ei kuula kunagi Levila lugusid. Toodi välja nii see, et ei meeldi näitlejate kasutamine kui ka vastupidine variant, kui vahel loeb näitleja asemel teksti sisse

ajakirjanik, kelle diktsioon pole nii hea. Lugemise eelisenä mainiti, et see võtab vähem aega ning soovi korral saab vähem huvi pakkuvad kohad vahele jätta.

*R7: Ma loen palju kiiremini kui ma kuulaksin seda. Ma kuulan hea meelega igasugu intervjuude tüüpi asju. Aga mis ma kuulan sellest tekstist, mida ma ise loen palju kiiremini. Ma saan aru, kui see on jama, siis jätan selle vahele. Ma võidan kümme korda ajas selle lugemisega.*

Edasi lugejate puhul jäi silma paberväljaande eelistamine. Samas võib olla põhjus see, et veebiväljaande lugemist ei eristata niivõrd teistest väljaannetest, mida päeva jooksul külastatakse ja loetakse ning seetõttu ei toodud seda eraldi välja, samal ajal kui ajakiri ilmub harvemini ning selle lugemine on teadlikum tegevus. Enamasti oli Edasi väljaande lugejatel tellitud ajakiri koju, üks lugeja tõi välja, et laenutab ajakirja aeg-ajalt raamatukogust.

Edasi ja Levila lugemist seostati kõige enam puhke- või vaba ajaga. Ühelt poolt võis tegu olla juba mainitud n-õ kohustuslikus korras kuskil viibimisega, olgu selleks auto või buss, teisalt mainiti nende väljaannete puhul just ennekõike seda, et tegu on nädalavahetuse-lugemisega.

*R6: Mina teen nii, et kui kuskilt ilmub mulle mingi artikkel, mille pealkiri on ligitõmbav, siis ma panen neid tab'e [veebisirvija vaheleht] endale rivisse, kuna ma ainult arvutist saan kuulata, onju, või lugeda. Ja siis nädalavahetustel loen või kuulan järele, siis kui on see aeglase tiksu päev või midagi.*

Kindlasti on siin üks põhjus ka lugude pikemas formaadis. Samas tõid paar lugejat välja, et loevad Edasi ja Levila artikleid lõunapausi kõrvale, seostadeski lõuna-aega süvenemist nõudvate artiklitega. Ehkki mõned Levila artiklid võivad olla väga pikad, leiti, et pigem venib lõuna pikemaks, kui et artikkel jääb pooleli. Levila ja Edasi artiklite lugemist võrreldi pigem ilukirjanduse lugemise kui muu meedia tarbimisega. Üks uuritav tõi välja, et võttis viimati reisile raamatu asemel kaasa Edasi ajakirjanumbri – sest seal on aegumatud artiklid. See haakub Edasi sõnastatud eesmärgiga, et mõte oleks olulisem kui pelk informatsioon.

Oli ka neid, kes ütlesid, et vaatamata sellele, et artiklid on väga pikad, loevad nad neid siiski ka mobiiltelefonist. Üks intervjuueritu leidis, et eriti meeldejäävaid artikleid meeldib talle pärast kuulamist üle lugeda, teine ütles, et telefonist loetule lisaks palub ta lemmikartiklid ka enda jaoks välja printida.

*R3: Ma olen see inimene, ma loen küll telefonist, väga palju loen telefonist, aga kui mulle midagi väga meeldib, siis ma helistan emale, et kuule, saadan sulle URL'i, prindi mulle välja see. Ja loen paberil teda veel. (...) Muidugi mul endal ühtegi paberlehte kodus ei käi, ma loen telefonist. Aga kui midagi on väga meeldivat, siis tahaks uuesti läbi lugeda. Võib-olla paber annabki sellise süvenemise või mõnusa tunde. Telefonist võib-olla alati ei saa.*

See näide viitab erilisele põhjalikkusele, kuid ka sellele, kuidas mõned meediumid soodustavad süvenemist teistest enam.

Küsimise peale töid mitmed intervjuueeritud välja, et on ka mõningaid Levila videoid vaadanud, näiteks Ukraina sõja teemadel, kuid ekstra ei pööratud nende tarbimise kirjeldamisele tähelepanu. Paaril korral mainiti dokumentaalfilmi „Trail Baltic”, mida käidi kinos vaatamas. Oli ka neid, kes ütlesid, et Levila videoid nad eriti vaadanud ei ole.

*R2: Mina ei vaata väga palju. See visuaal jääb lahjaks, ma pean ise saama ette kujutada. Seetõttu ma ei ole väga vaataja. Ma pigem loen ja Levila puhul ma tegin selle, et ma kuulasin ära need Savisaare lood ja siis ma läksin küll, et ma loen selle asja veel ka üle. Kuidagi enda elu ka nii palju puudutanud, et ma tahan saada sellest detailsemat pilti.*

Selle vastaja jaoks seostusid Levila lood võimalusega aktiveerida kujutlusvõime – see funktsioon seostub ilukirjandusega. Ka Levila ise on rõhutanud enda puhul jutustavat lähenemist.

Edasi ja Levila tarbimist kirjeldab aja võtmine ning sageli seostatakse nende väljaannete tarbimist puhkehetke või nädalavahetusega. Need, kes eelistavad lugusid kuulata, teevad seda muu tegevuse kõrvale, see tähendab, et kasutavad nii võimalust tegeleda mitme asjaga korraga. Ehki mõlemad väljaanded on kasutanud ka filmi- või videoformaati, olid fookusgrupiintervjuudel peamiselt kirjutatud lugude eelistajad.

#### **4.1.2 Väljaannetega seotud märksõnad**

Ülesanne, kus palusin fookusgrupiintervjuu osalistel panna kirja väljaannete Edasi ja Levilaga seotud märksõnad ning nende põhjal arutleda, sai töö ja uurimisküsimuste jaoks üheks olulisemaks. Välja toodud märksõnu oli 81, neist korduvaid 16 (Lisas 2 on esitatud koondnimekiri intervjuude käigus välja toodud Edasi ja Levilaga seotud märksõnadest).

Kõige enam toodi välja sõnu ja fraase, mis seostusid Edasi ja Levila väärtustega – viiel korral mainiti põhjalikkust, neljal korral kvaliteeti. Kahel korral toodi välja sisukust, tasakaalukust, professionaalsust, huvitavust, erapooletust ja meisterlikkust. Märksõnad nagu avatud, empaatiline, kaasakiskuv, arutlev, originaalne ja julge on kõik seotud väärtustega, mida need väljaanded kannavad, samas sisaldavad need märksõnad ka lugejate hinnangut väljaannetele.

Mitmed väärtustega seotud märksõnad olid seotud sooviga muuta maailma paremaks. Leiti, et väljaannetel on missioonitunne, artiklid on suunavad ja sütitavad, üheks oluliseks väljatoodud sõnaks oli ka mittekuri.

*R2: See ongi vastand sellele, mis siin enne on kõlanud, sellele kliki jahtimisele. Kiired teemad, sind ärritatakse, erutatakse üles. Sa peaksid kogu aeg põletikus olema ja juurde tarbima. Tegelikult see takistab süvenemist ja tekitab väga suure võimaluse, et sinuga hakatakse manipuleerima, kuna sul ei ole aega süveneda, mis teema siin käimas on. (...) Ma ikkagi jään selle juurde ka, et miks me midagi teeme. Kas me teeme selleks, et inimesi üles ärritada või mõjutada positiivses suunas, et maailmas saaks midagi paremaks. See paremaks saamine läbi inimese enesearengu, teemad on käsitletud kuidagi positiivsemas võtmes.*

Siit ilmneb juba ka võrdlus muu meediaga ja intervjueritu kriitiline hoiak igapäevameedia suhtes.

Lugejad hindasid, et Edasi ja Levila väljaanded ei proovi ilmtingimata lugejale meeldida, ei karda erineda, on sõltumatud, julged, missioonitundlikud ning käsitlevad teemasid, mis avavad silmaringi. Üks osaline tõi välja, et tema jaoks on nende väljaannete tarbimise puhul tegu preemiaga iseendale.

Mitmed esitatud märksõnad olid seotud ajaga, siin esines kahte äärmust – kui ühelt poolt leiti, et paljude artiklite puhul on tegu aegumatute teemade ja käsitlemustega, siis samal ajal toodi välja just ajakohasust, päevakajalisust ning ühiskonnakriitilisust. Ajaga on seotud ka süvenemine, süvitsi minemine, põhjalikkus, sest nendele saab keskenduda siis, kui võetakse selleks aega.

Paljud märksõnad olid seotud teemadega, mida Edasi ja Levila käsitlevad. Intervjuu osalised andsid hinnanguid teemadele, nimetades neid näiteks olulisteks ja tähenduslikeks. Lugejad leidsid, et sageli suunavad lood teemade juurde, milleni ise ei oskaks minna, kuid kokku puutudes tekitavad need huvi ja laiendavad silmaringi. Erinevatest käsitletavatest teemadest toodi välja kultuuriteemad, kristlikud teemad, linnakeskkond, samuti laiemalt, et teemad on seinast sein – kultuurist majanduseni. Esile tõsteti ka see, et väljaanded esindavad liberaalset maailmavaadet. Edasi puhul

toodi välja see, et ajakirjanumbrid on temaatilised, samuti on erinevates numbrites püsitemad, mida sama autor saab mitmes väljaandes erinevatest vaatenurkadest avada ja kommenteerida – see loob pikema ajalise seotuse ja jätkuvuse tunde. Olulise temaatilise suunana toodi välja, et teemad on seinast sein, inimlikud ja lihtsad, seotud tavaliste inimeste ja argieluga.

*R8: Ja võib-olla sellega haakub, et mitte lihtsalt olulised teemapüstitused, vaid ka inimlikud ja lihtsad teemapüstitused. Et kes tuleb selle peale, et kirjutada lugu „Tühimikega suu ikkes” [Artikkel hambaravi-probleemidest], mis on nii argine probleem tegelikult nii paljudele inimestele, aga Levila võttis kätte ja kirjutas sellest sellise loo, et lihtsalt kuulad ja mõtled.*

Väljatoodu seostub Levila enda sõnastatud eesmärgiga esitada keerulisi teemasid lihtsalt. Edasi üks ootusi kaasautoritele on „Keeruline lihtsaks, lihtne põnevaks” (Uibo, 2016c).

Edasi teemapüstituste puhul toodi välja see, et kuna igal ajakirjanumbril on sponsor, siis tähendab see alati ka tellitud lugusid – see aspekt tekitas lugejates pigem kahetisi tundeid ja eetilisi küsimusi, kuid sponsoreeritud lugudes tuleb põhjalikumalt juttu alapeatükis, kus toodi välja seda, mis võiks väljaannete puhul olla teisiti.

Paljud märksõnad olid seotud väljaannete vormilise lähenemisega. Väljaandeid nimetati loomingulisteks, eksperimenteerivateks ja avatuteks ning toodi välja näiteks eksperimentaalsete artikliformaatide kasutamine. Levila puhul leiti, et omavahel seotakse tänapäevast taskuhäälingukultuuri ja traditsioonilist meediat, sest ühteaegu on võimalus tekste nii kuulata kui ka lugeda. Samuti leiti, et võrreldes teiste väljaannetega on Levila vorm vabam ning sõltubki konkreetsest teemast ja ideest.

*R14: Mul on Levilale pandud vaba vorm ja selle all ma mõtlen, et seal ei ole eraldi kategoriseeritud rubriikidesse. (...) Ongi nii, et tekib mingi idee ja siis teeb selle ära ja siis avaldab selle tekstina või saatena ja kõik. Minu arvates on see äge.*

Vormilise lähenemise poole pealt mainiti ära erinevaid aspekte või formaate nagu näitlejad, muusika, raamat, samuti toodi välja head stiilitunnetust ja eesti keelt. Mitu osalist nimetas Edasi ajakirja ilusaks ja mainiti maitsekat disaini, mistõttu mõjub öökapil olev ajakiri ka kui sisustuselement. Samas tõi üks kasutaja Levila puhul välja hoopis selle, et seda on veebis ebamugav tarbida. Seoses turunduskommunikatsiooniga meenusid väljaannete niiöelda teemavärvid – Edasi puhul kollane ning Levila puhul sinine.



*R2: Mis on üks asi, mis on Levila ja Edasi mõlema puhul, on väga suur tähelepanu ikkagi sellele kujundusele. See ei ole juhuslik. See kujundus tegelikult toetab ka seda mõtet ja samas annab platvormi kellelegi ennast avada, väljendada. Ta ei ole mõeldud selleks, et sind kuidagi konksu osta saada. Väärikas.*

Vormilise lähenemise koha pealt toodi välja lugude jutustav laad, mis meenutab sageli rohkem raamatu kui artikli stiili. Mitmele osalisele meenus Daniel Vaariku kirjutatud „Vapilõvi” raamat president Kersti Kaljulaidist, mida kirjeldatigi kui ekstra pikka Levila lugu.

Ehkki üles kirjutatud märksõnadest mõned olid neutraalsed ja mõned veidi kriitilise maiguga (näiteks juba välja toodud ebamugav tarbida või ka tasuline ja kallis), jäi siiski märksõnade puhul enim silma väga suur poolehoid nende väljaannete suhtes. Muidugi on see eeldatav, kuna intervjuule olidki kokku kogunenud Edasi ja Levila lugejad.

### **4.1.3 Aeg ja aja võtmine. Aeglane ajakirjandus**

Nii nagu eelnevalt märksõnade juures esile tõstetud, olid mitmed Edasi ja Levilaga meenuvad märksõnad seotud aja ja süvenemisega. Vastates küsimusele, millal neid väljaandeid loetakse, oli kõige sagedamini esinevaks tingimuseks just see, et lugemiseks oleks aega, olgu tegu siis vabama tööpäeva õhtu, nädalavahetuse või lihtsalt pikema puhkehetkega. Toodi välja, et kui varem jäid Levila pikad artiklid sagedamini pooleli, siis nüüd ei ava intervjueritu artiklit teadlikult enne, kui on kindel, et tal on ka aeg selle lõpuni lugemiseks – muidu oleks tegu enda kiusamisega.

Iseendale ja meelistegevustele aja võtmist seostati intervjuudes naudinguga. Nii nimetati nende väljaannete lugemist näiteks preemiaks iseendale, üks uuritav ütles, et see on kui maiuspala, mille kuulamiseks ta ootab õiget aega.

Intervjuerituid kuulates tuli selgelt välja teadlikkus, mis seotud Edasi ja Levila tarbimisega – rõhutati süvenemist, pikkadeks ja aeglasteks lugudeks aja võtmist, samuti lugemisel või kuulamisel tekkivat tunnet, et väärtustatakse oma aega. Aja väärtustamine on üks sotsiaalse aja kiirenemisele vastanduv märksõna, mida rõhutatakse ja teadvustatakse üha enam, ehkki tegudesse pole see teadlikkus ilmingimata jõudnud. Nii ütles ka üks intervjueritu, et ehkki talle meeldib aeglane ajakirjandus, tarbib ta tegelikult kiiret, et asjadega kursis olla. Üks intervjueritav tõdes, et on tänu Levila lugemisele õppinud enam süvenema ja võtma asjadeks aega. Samuti toodi positiivse veebikujundusena välja võimalust näha, kui palju on artiklit veel lugeda jäänud.

*R9: Levilas vist on see, et kui sa loed, siis seal all läheb selline väike kriips, et kui palju veel lugeda on jäänud. Ma ei tea, minule see meeldib, sümpaatne. Ta aitab mind aja planeerimisel ja mul läheb kuidagi ärevus vähemaks.*

Siin tsitaadis saavad kokku aja maha võtmine ja ärevus, mis näitab, kuidas erinevad suunad ja tunded on omavahel põimunud ning aeglase artikkelite lugemine ei välista meediatarbimisel tekkivat ärevust.

Edasi ja Levila tekstidega kohtumist nimetati kunstielamuseks, mis rõhutab taas seoste loomist aja võtmisega, sest kunsti või kultuuri tarbimiseks võetakse üldjuhul aega, mitte ei tehta seda muu tegevuste kõrval või vahele, juhuslikult. Samuti leidis üks uuritav, et kõik, mis puudutab ajutööd, peaks olema aeglane, et aju saaks uusi teadmisi protsessida ja salvestada.

Ehkki intervjuu käigus mainisid paar osalist mõistet aeglane ajakirjandus, uurisin ma pärast Edasi ja Levila väljaannete põhjalikumalt kirjeldamist, kuidas tajutakse mõistet aeglane ajakirjandus. Enim toodi välja ajaga seotud tähendust, see tähendab aja võtmist nii loomis- kui tarbimisprotsessis. Võrdluseks toodi välja nii kiirtoit kui ka kiirmood. Kui nende puhul toodi lisaks aja võtmisele välja ka materjali kvaliteet, siis aeglase ajakirjanduse puhul leiti, et materjali kvaliteet võiks väljenduda teemade või sõnumi teadlikus valikus. Nii peetigi teadlikkust aeglase liikumise puhul väga oluliseks – näiteks tähendaks see, et lugeja on teadlik sellest, mida ning miks ta tarbib. Aeglase ajakirjanduse olulise tegurina toodi välja teemade ajutus – artiklid ei vanane, vaid on loetavad ka näiteks aasta pärast. Seetõttu tajuti ka ebakõla väljaannete kiiremate vormide katsetustega.

*R10: Minu jaoks tähendab see eelkõige seda, et aeglane ajakirjandus tavaliselt ei kirjuta sellest, mis just täna juhtus, vaid kirjutab lugusid sellest, mis on mingid püsivamad probleemid. Nagu mainiti, sügavamad teemad, ajatud teemad. Ja minu jaoks ongi see hästi naljakas, kui vahepeal Levila ikka postitab lühipildikesi ja uudiseid pealkirjaga, et täna juhtus see. Miks nad üritavad seda ka teha, samal ajal, kui neil juba tegelikult on oma nišš. Mitte, et mul midagi selle vastu oleks, aga natuke naljakas on.*

Siin viitab lugeja Levila katsetusele postitada pikkade analüütiliste artikkelite kõrval ka lühiuudiseid, mis esitatud artiklivormi asemel näiteks graafilise ühismeediapostitusena. Klõpsu tegemist ei eeldata, sest kogu (esmane) info on postituses olemas ilma eesmärgita tekitada küsimusi või mõjuda intrigeerivalt. Seega hälbib Levila sellise katsetusega põhjalikkuse põhimõttest, teisalt avaldab lühiuudiseid muust meediast erinevalt.

Oluliseks peeti ka aeglase ajakirjanduse eesmärki – millegi paremaks muutmist, positiivsuse suunas mõjutamist, näiteks läbi enesearengu.

#### 4.1.4 Enim meelde jäänud autorid, artiklid, teemad

Väljaannetega seotud autorite nimetamisel jäi silma, et Edasit seostati rohkem kindlate autoritega, neid märgati ja mäletati rohkem kui Levilas. Võimalikke põhjuseid on mitmeid – Edasi pöörab palju tähelepanu oma autorite turundamisele, rõhutades väljaande puhul sageli ennekõike neid, kes sinna kirjutavad. Paljud Edasi püsiautorid ei ole ajakirjanikud, vaid avalikkusele tuntud oma ala eksperdid, mistõttu on selge, et nende nimed jäävad paremini meelde ning mõjuvad müügiargumendina. Nii toodi Edasi puhul välja oma sõnavõttudega laiemas meedias silma jäänud Ilmar Raag, Annika Laats, Raivo Vare, Madis Müller, Kadri Liik ja Tiit Pruuli, samuti Kadri Kroon ja Kristel Randrüüt.

*R7: Mina loen välispoliitika ja majanduse ja... [teemadel artikleid] Võib-olla Raivo Vare, tuntud õppejõud. Vestlusi, kus ta on võrdne partner seal. Ei ole küsimus ja vastus, vaid nad suhtuvad võrdselt.*

Levila lähenemine erineb Edasist – autorite asemel on fookuses ennekõike lood ja nende teemad. Kuna Edasi puhul on sageli tegu arvamusedartiklite või ühe allika intervjuudega, Levila puhul aga uurivate reportaažide või olemuslugudega, pikkade kirjeldustega, kus autori enda positsioon jääb enam tagaplaanile, ei meenunud Levila puhul esmalt autorid, vaid pealkirjad, vahel toodi välja autor ja pealkiri üheskoos. Siiski toodi olulise autorina välja teistest enam Eero Epnerit, kellega seostatakse kõige rohkem Levila nägu ja lähenemislaadi.

*R6: Mul vist algas nii, et siis kui Eero Epneril kunagi ammu oli see lugu, vist Ekspressis, mille nimi oli „Sest nad saavad”, mis rääkis lähisuhtevägivallast, eks. Siis tekkisid väga kõrged ootused Eero Epneri suhtes. Ja alguses siis Levila oligi põhimõtteliselt Eero Epner ja natuke seda Sildre joonistust. [Joonas Sildre, Levila illustraator.] Ja siis need kõllid ja asjad, mis seal on helikujundused, Janek Murd.*

Samas esines ka arvamust, et autor on küll boonuseks, kes võib tekitada loo vastu huvi, kuid teema kõrval on autor teisejärguline. Oli neid, kes ütlesid, et autoritele nad tähelepanu ei pööra – ühe põhjusena toodi välja seda, et kui autori vaadetega nõustutakse, ei ole oluline teada, kes on selle kirjutanud ning autorit hakatakse uurima siis, kui see läheb vastuollu enda maailmavaadetega. Üks

intervjueeritu leidis, et kuna autori tase võib erinevate lugude puhul kõikuda, ei pane ta teadlikult sellele rõhku, et see ei hakkaks hiljem lugemisotsust mõjutama.

Lugejate sõnul mõjutab nende valikut autorist enam huvipakkuv teema. Välja toodi teemad, millega endal on olnud varasem põhjalik kokkupuude või, vastupidi, huvi teema vastu, kuid kokkupuude puudub. Nii kirjeldas üks osaline, kuidas luges Levila artiklisarja „Välisministeerium pisaraid ei usu”, sest oli kunagi mõelnud minna diplomaatiasse, kuid selle artikli lugemise järel sai ta aru, et see valdkond talle ei sobi.

Valitud lugude ühisnimetajatena toodi välja sotsiaalsed ja elulised teemad – just nende käsitlemist peetakse iseloomulikuks Edasile ja Levilale. Üks intervjueeritu mainis, et ei lähe Levilast otsima enda erialateemat, pigem midagi loomingulisemat. Lugude puhul hinnati justnimelt üldinimlikkust, teemasid, millega igaüks saab suhestuda, samuti endast erinevate inimeste lähemaletoomist, neutraalselt nende mõttemaailma lahtiseletamist – siinkohal tõsteti esile nii EKRE kui Reformierakonna valijate mõttemaailmaga tutvumine. Üks osaline imestas, kui paljud erinevad lood on talle meelde jäänud.

*R6: Ma hakkasin kirjutama üles ja mul tuli ikka nii palju neid, mis mul on meelde jäänud kas ühe või teise nurga alt ja nende ühisnimetaja ongi „teine”, või noh, teised. See võiks olla väga hea nišikirjeldus Levilale, et nad räägivad inimestest, kes on enamiku ajakirjanduse jaoks statistika.*

Välja toodi teemad, mille pärast enim südant valutatakse – alkoholism, laenuõksus olemine, vaimne tervis ja suitsiid, keskkonnateemad. Üks uuritav leidis, et ka aktuaalseid teemasid kujutatakse muude väljaannetega võrreldes teistmoodi, leitakse mingi oma nurk või lähenemine, mida mujal ei kohta. Nii tõi ta näiteks välja, et Levilas ilmunud Ukraina käsitleused ei külva paanikat, vaid neis on sees südamlikkus. Leiti, et isegi, kui räägitakse justkui kõigile teada teemadest, näiteks väikekoolide sulgemisest ja maakohtade hääbumisest, suurendab põhjalikult käsitletud ja selgelt esitletud info oma teadlikkust veelgi. Välja toodi süvenenud, põhjalik, teaduspõhine lähenemisviis, mis tekitab usaldust ning paneb konkreetseid artikleid lugema.

*R2: Kui me räägime kliimasõdadest, metsasõdadest, siis nemad käsitlevad neid teemasid selles võtmes, nagu mina saan nendest asjadest aru. Mida ma teaduspõhiselt saan öelda, et see vastab pigem teaduspõhisele maailmapildile nendest teemadest. Teades ka, kuidas see sõnum on päevalehtedes, tavaajalehtedes konstrueeritud. (...) Nad [Edasi ja Levila] teevad seda süvenenult ja oma parimate teadmiste kohaselt.*

Artiklite pealkirju meenutades tõdes mitu osalist üllatusega, kui täpselt olid neil lugude pealkirjad meeles ning kui hästi suutsid nad iga loo kohta midagi omanäolist meenutada.

*R9: Aga et mida ma olen lugenud, on mul ka suht hästi meeles. Nad kõik on ikka päris meeldejäädavad tegelikult. Mis on päris erakordne, kui me mõtleme kiire meedia peale, et mitte midagi ei jää meelde. Aga tõesti, kui ma seda nimekirja nägin ja meenutasin, siis mul tuli teatud tunne, mingisugune fakt või teema meelde peaaegu kõikidest. Ju see on siis loo jutustamise mõttes hea lähenemine.*

See, et pealkirjad ja lugude sisu olid väga hästi meeles, näitab, et Levila lugusid loetakse pigem kui ilukirjandust, kus lisaks info edastamisele oluline just loo jutustamise viis, kujundid ja kujutluspildid.

#### **4.1.5 Väljaande kriitika**

Paljud aspektid, mis Edasi ja Levila lugejaid häirisid, olid seotud väljaannete tehnilise poolega. Näiteks ütles üks Edasi lugeja, et talle ei meeldi, kui väljaanne, mis ise rõhub jätkusuutlikkusele ja kajastab keskkonnateemasid, jõuab tema postkasti kilesse pakituna. Teine vastanu tõi välja, et Edasi autentimise-süsteem, kus iga kord veebist artiklit lugedes tuleb sisestada e-mail ja oodata sõnumit, on tüütu ning selle asemele tuleks leida mingi muu lahendus. Levila puhul toodi välja näiteks ebaregulaarset ilmumist, mistõttu võivad tekkida mitmekuused pausid, kui väljaanne unustatakse ära. See viitab liigse aegluse pahupoolele – sest kaob harjumus ja regulaarsus. Ühe vastanu jaoks oli Levila veebileht kasutamiseks ebamugav.

Teine teema, mida lugejad välja tõid, oli seotud sellega, et Edasi on tasuline väljaanne. Küllap toodi see aspekt eriliselt välja just seetõttu, et Levila, millest paralleelselt vesteldi, on tasuta. Samas, kui võrdlus toimunuks mõne teise, samuti tasulise väljaandega, ei oleks see argument võib-olla esimesena meelde tulnud. Esile tõsteti nii Edasi üleüldist artiklite maksumüüri taga olemist kui ka seda, et võrreldes teiste väljaannetega on ühe artikli hind kallim, samuti mõjub pabertellimuse puhul ühe korruga makstav summa suurena, kuid aasta peale jagatuna ei oleks see nii ehmatav. Siin ilmneb üks nišiväljaande puudujääk, sest isegi kui rahastusviisid on läbipaistvamad, võimaldab võrdlusena muu meedia rahastusmudel hoida nende puhul hinna madalamana. Välja tasub tuua ka see, et alati tekkis intervjuudes tasulisuse-argumendi kõrvale ka vastuargumente või analüütilist arutelu selle kohta, miks väljaanne peab tasuline olema.

Hoopis suuremat kõlapinda kui tasulisus sai Edasis ilmuv n-õ sisuturundus. Üks intervjueritu tõi esile ajakirja lõpuosas ilmuvad toidu- ja joogiartiklid. Tema sõnul saab ta aru, et tegu on tellitud lugudega, aga liiga palju see teda ei häiri. Ühes intervjuus tõmmati tähelepanu aspektile, et igal numbril on üks nn suursponsor, kelle reklaam katab ajakirja tagakaant, samuti on lehekülgede päises firma või brändi logo ning väljaandest võib leida mõne sisuturundusartikli. Selline tähelepanek üllatas lugejaid, ka neid, kes olid varem Edasi paberväljaannet lugenud, ning tekitas elavat arutelu numbrite toetajate eetilise ja sobivuse koha pealt. Ühelt poolt leiti, et kuna lugejad ei tahaks aastatellimuse eest maksta rohkem, kui seda juba niigi tehakse, tuleb väljaandel kuskilt puuduolev raha saada. Teisalt tõstati aga küsimus väljaande ja sisu sõltumatuse kohta, seda enam, et Edasi ise on iseloomustanud enda lähenemist märksõnaga aus.

*R13: Tegelikult mulle meeldib seda tellida vaatamata sellele, et seda Utilitas [energiakontsern] toetab ja kogu number muutub selliseks, et ma tean, kes selle muusika siin tellinud on. (...) Ütleme nii, et see Maxima [toidupoekest]. Silmas on peetud Maxima toetatud numbrit.] number ei häirinud niivõrd. Aga just see Utilitase number, et ma ei saanud seal enam aru, kas Edasi väärtusi kannavad kõik need artiklid, mis seal on. Mul endal tekkis konflikt, et kas ma peaksin siin ise mingit taustauuringut tegema.*

Intervjuust oli tunda, et nende jaoks, kes polnud reklaamsisu väljaandes varem märganud, sai kuvand hetkeks rikutud ning, nagu paar osalist välja töid, vajasis nad veidi mõtlemisaega, kuidas täpselt sellesse edaspidi suhtuda.

Üks osaline tõi miinuspoolelt välja selle, et info sellise väljaande kohta nagu Edasi – rõhutades eriti selle nime – pole kuidagi temani jõudnud.

## **4.2 Millist meediat jälgivad Edasi ja Levila lugejad lisaks**

Kuna Edasi ja Levila üheks loomise ajendiks on eristumine olemasolevatest väljaannetest, oli töö kontekstis oluline teada, kas ja kuidas eristuvad Edasi ja Levila intervjueritute jaoks muust meediast.

Kõik intervjueritud töid välja, et tarbivad meediat igapäevaselt, kuid aeg, mida pühendatakse erinevate väljaannete sisuga tutvumisele, varieerub 15 minutist kuni mitmete tundideni ja sõltub sellest, kas tegu on töö- või puhkepäevaga. Argipäevade ja nädalavahetuste võrdluses toodi välja erinevad kanalid – tööpäevadel arvuti taga olles vaadatakse rohkem veebiväljaandeid,

nädalavahetustel pühendatakse end enam raadio kuulamisele, samuti paberväljaannete lugemisele. Kõige enam mainiti selliseid väljaandeid nagu Postimees ja Delfi ning Eesti Rahvusringhäälingu erinevaid kanaleid. Seda, et Edasi lugejate lemmikuks on valdavalt rahvusringhäälingu kanalid, kinnitas ka Eesti Meediabrändide 2020 kokkuvõte (Uibo, 2016b).

Väljaannete valikut mõjutavate teguritena toodi välja nii usaldusväärsus kui ka näiteks perepaketi olemasolu, mille läbi saadakse pereliikme kaudu tasuta lugemisõigus. Samuti mainiti seda, kui töökoht võimaldab kindlate väljaannete lugemisõigust.

Nutitefonis sisse lülitatud teavituste suhtes jagunesid arvamused kaheks. Oli neid, kes soovivad meedia ületarbimist ja pidevat uudiste keskel olemist vältida ning leiavad, et olulistest uudistest saadakse igal juhul mingi hetk teada.

Samas leidsid mitmed, et teavitused on hea moodus erinevate väljaannete, pealkirjade ja konkreetsete huvipakkuvate teemavaldkondadega kursis olemiseks. Üks intervjuueeritu tõi välja, et tema jaoks said teavitused telefonis olulisemaks seoses Ukraina sõjaga, mis viitab sellele, kuidas aeglane ja kiire lähenemine sõltuvad ka erinevatest välistest teguritest.

*R11: Minul on ka telefonis, ma ei teagi, mis see eestikeelne väljend on, aga noh, push notification'id sees. Ma olen seda lülitanud sisse-välja, see on mulle meeldinud ja mitte meeldinud. Ma arvan, et see muutus olulisemaks siis, kui oli 24. veebruar [24. veebruaril 2022 alustas Venemaa ulatuslikku sissetungi Ukrainasse] eelmine aasta, ehk siis kuidagi tundus, et nüüd vist peab kursis olema. Tausta mõttes, ma olen kahe väikese lapsega kodus, nii et ma ekraani taga ei taha eriti istuda ja telekas meil päeval üldse ei käi.*

Siit tulevad välja meediatarbimise erineva funktsioonid – enim mainiti ühiskonnaeluga kursisolekut, samuti lihtsalt huvi maailmas toimuva vastu. Igapäevaselt tarbitavate väljaannete seas tõid päris mitmed vastajad välja välismeediat, näiteks BBC, The Guardian, The Atlantic, The New York Times ja Vice, samuti kindlad teemavaldkonnad väljaannetest Deutsche Welle, Economist ja Politico. Välismeedia tarbimise ajendina tõid intervjuueeritud enim välja soovi olla kursis sellega, mis toimub Eestist eemal.

Põhjustena, miks pöördatakse erinevate väljaannete poole, toodi välja soov saada teistsugust perspektiivi ning harida end teistsuguse maailmavaate osas, eriti ühiskonnaelu enam mõjutavatel perioodidel, näiteks valimiste ajal ja pärast seda. Enda meediapildi laiendamise eesmärgil loetakse vahel Õhtulehte, Objektiivi, Telegrammi ja Uusi Uudiseid.

Korduvalt mainiti erineva meediatarbimise puhul pikkadel arvuti taga veedetud tööpäevadel tekkivat igavust, mida püütakse erinevate meediaväljaannete sisu nn kerimisega leevendada. Intervjuudest hakkas silma see, et inimesed teadvustavad endale, kui käituvad nii igavusest või selleks, et väsinud ajule uut infot anda. Vahel osati käitumisele ka hinnangut anda ja leiti, et see on ebatervislik, samuti nimetati seesugust käitumist skisofreeniliseks.

*R6: Ma olen täiesti skisofreeniline meediatarbija. Ühelt poolt minu töö on arvuti ees ja siis hästi palju on sellist, mõte läks ära, vaatan, mis Postimehes toimub. Vihastan Postimehe peale, sest nad kirjutavad nii halbu juhtkirju ja nad on nii kuradi konservatiivsed. Panen jälle kinni, üritan oma tööd teha. Siis natukese aja pärast jälle vaatan Õhtulehte. Ja siis vaatan järgmisena ERRi. Ja niimoodi terve päeva, ma ei tea, kui palju kordi ma lähen sinna. Ma olengi see, kes toidab seda klikimajandust oma selle meediatarbimise ja käitumisega.*

Selles tsitaadis väljendub kriitilisus laiemalt ajakirjanduse suhtes.

Väljaannetest toodi esile Eesti Rahvusringhääling kui kanal, kuhu pöörduakse just siis, kui otsitakse usaldusväärset informatsiooni. Siit tulebki välja, et ehkki huvi leevendamiseks või igavuse peletamiseks jälgitakse laiemat valikut väljaandeid, siis teadvustatakse endale samal ajal seda, millistel hetkedel otsitakse just usaldusväärset infot.

*R2: Võib-olla siit haagib, mis pani mind mõtlema, et miks ERR. Seal on seda filtrit natuke vähem vaja. Selles mõttes, et kõrvale panna kõik see, mis tegelikult ei ole oluline. Kas ta on nüüd kollane või mis iganes need värvid teistel on, aga nad ei ole tegelikult meile eluks vajalikult olulised teemad, kes kellega käib, kes jättis aluspüksid panemata, kes pani. Milleks ma peaksin selliste asjade peale enda ruumi raiskama. Siis sellise filtreeritud asjaliku temaatika kätte saamine on olulisem.*

Väljatoodu näitab, et ehkki meediaväljaandeid tarbitakse küllalt laial skaalal, eristatakse enda jaoks ka funktsioone nagu Eestis või maailmas toimuvaga kursisolemine, väsimuse peletamine ja aja sisustamine, samuti huvi teiste vaatenurkade vastu. Teadlikkus sellest, kuidas mingit laadi väljaanded või tekstid mõjuvad, on olemas, ehkki käitumises see alati ei avaldu.



## 4.2.2 Edasi ja Levila eristumine teistest väljaannetest

Kõige enam toodi Edasi ja Levila puhul võrdluses teiste väljaannetega esile süvenemist ja aja võtmist. Öeldi, et erinevalt kiirest meediast, mis mõjub sageli kui ärritus, mida on igapäevaelus niigi palju, annavad Edasi ja Levila mõtteainet. Kui muu meedia puhul peeti murekohaks pidevat skandaalide ja konfliktide kajastamist, siis Edasi ja Levila eeskujul leiti, et ajakirjanduse eesmärk peaks olema mitte ainult reageerimine, vaid ka panus millegi paremaks muutmisele. Välja toodi ka see, et inimesed väsivad kiirest ja põnevast ühel hetkel ära. Kiire infotulv pakub hetkelist põnevust, kuid ei paku positiivset emotsiooni või laiemaid teadmisi – just neid väärtusi tõi üks intervjuueritu esile Levila puhul.

*R3: Ma ei ütleks, et Levila lood kõik just on sellised, et nad lahutavad su meelt, sa pead hoopis võib-olla pingsamalt süvenema, aga ta annab sulle midagi. Aga see, kui naabri Mallel seal kuskil Moonakülas naabrimehe kassid olid kadunud või tänavakivid on valesti pandud, see ei anna mulle nii palju. Tore, et ma sellega kursis olen, aga ma tahaks midagi sisukat.*

Mitu uuritavat leidis, et meedias jääb silma ennekõike pealiskaudsus ja sageli ka ajakirjanike kitsas silmaring. Üks intervjuueritu ütles, et spetsialiseerumine toimub pealiskaudsusesse. Uuritavate hinnangul saaks seda aga üsna lihtsalt leevendada, helistades näiteks õppejõududele. Üks lugeja ütles, et võrreldes muu meediaga on Levila lähenemine teadusliku lähenemise poole kaldu – esile tuuakse konkreetsed faktid, mis on lugedesse sisse põimitud, samuti eristab muust meediast tunne, et ajakirjanik on ise olnud uuritavast teemast väga huvitatud. Näiteks toodi teistmoodi, erakordse teemavalikuna välja idee käia läbi väikeste kohtade mälumängud – just Tallinnast väljaspool toimuva kajastamist, väikekohtade fenomenide esiletoomist ja kirjeldamist peeti eristuvaks. Välja toodi ka see, et erilist rõhku pannakse lisaks muude väikekohtade elu kajastamisele just Ida-Virumaale.

Üks intervjuueritu, kes tellib koju ka Sirpi ja Müürilehte, tõi erinevusena välja selle, et kui Sirbi ja Müürilehe puhul on tema jaoks lugemise eesmärgiks kultuuriteemadega kursisolek, kuid lood ei tekita „ahhaa-efekti, et nii võib ka artiklile või teosele läheneda”. Levilat eristava tegurina tõi ta välja uudsed vormikatsetused.

Intervjuudes osalenud leidsid, et Edasi ja Levila ei ole nende jaoks igapäevameediat asendanud, sest uudiseid ei saa millegi muuga asendada. Võrdluses teiste meediaväljaannetega kerkis aga esile, et pigem asendavad Edasi ja Levila nädalalehti, näiteks tõi üks intervjuueritu välja, et ta loeb pigem

Levilat kui Eesti Ekspressi, sest käsitlused on põhjalikumad. Samuti toodi ühe väljaande teise vastu väljavahetamises esile Sirbi asendamine Edasiga.

*R1: Ise ei ole asendanud, aga mul tegelikult on meeles jutuajamine ühe sõbraga, kes ütles, et tema pigem loeb Edasit kui Sirpi. Nüüd. Lihtsalt ta ütles, et ilmselt mingi selline asi toimub, et sul ei ole niiväga aega süveneda väga-väga detailidesse. Edasi minu arust teeb seda nii sõbralikul moel, pakub sulle ka seda uut.*

Välja toodi, et kuna ajaressurss on üks, siis on võib-olla selle pinnalt muu meedia tarbimist alateadlikult vähendatud, samas rõhutati seda, et pigem tarbitakse neid väljaandeid ilukirjanduse asemel. Üks osaleja ütles, et tema jaoks on Edasi ja Levila õpetanud pikkade artiklite lugemisoskust.

*R10: Alguses ma tarbisin seda rohkem lisaks, aga mida rohkem see mulle meeldib, seda rohkem ma seda ka tarbin ja näiteks varem ma Ekspressi üldse ei lugenud, aga nüüd, kui ma olen rohkem harjunud neid pikemaid lugusid ka lugema, siis ma nüüd võib-olla just loen Ekspressi ka natuke rohkem. Et kuidagi tekib see harjumus, et on ka selliseid uudiseid ja võibki võtta lihtsalt aega mingi ühe artikli lugemiseks nii palju.*

Edasi ja Levila on tekitanud harjumust lugeda pikemaid artikleid, mis võib omakorda mõjutada ka muu meedia tarbimist ja valikuid.

### **4.2.3 Nišš, väike kogukond**

Teiste väljaannetega võrdlusest tuli välja see, et Edasi ja Levila on väikesed, nišiväljaanded. Siin segunesid arvamused, justkui võiksidki nad jääda alternatiivseteks väljaanneteks, kes on vabamad võtmaks vastu põnevamaid väljakutseid ja uuendusi, teisalt sooviti aga, et lugejaid oleks rohkem ning et väljaannete jälgijaskond suureneks.

*R9: Rohkemad inimesed võiksid lugeda Levilat. Ma arvan, et neile meeldiks see, aga nii paljud ei tea sellest. (...) Mulle tundub, et väga paljud ikkagi ei loe seda Eestis. Mulle meenusid kaks artiklit, näiteks „Kuidas tehakse teatrit” ja „Ja klaasid kokku kõlagu”, sellised nagu kergelt skandaalsed või paljastavad. Ja ma kuidagi mäletan, et kui nad tulid välja, siis ma arvasin, et okei, see jõuab kuhugi. Aga kuidagi, nad nagu ei jõua väga kaugele. Ma ei tea, see pole ka eesmärk tekitada suurt draamat, aga ikkagi, ma mõtlen seda,*

*et oi, see on Levilas. See on nüüd avalik. Aga siis kuidagi tuleb välja, et väga paljud seda ei loe.*

Artiklit „Kuidas tehakse teatrit” mainiti kõigis kolmes intervjuus ning iga kord oli paar inimest, kes leidsid, et just see teema puudutas nende sõpruskonda ning tekitas arutelu. Siin võib olla põhjuseks ka see, et kuna minu tutvusringkonnas on palju teatriga seotud inimesi, oli just see intervjuueerituid ühendavaks tekstiks. Nii võibki ekslikult tunduda, nagu oleks saadud info üldteada kõigile, eriti kui selgub, et sarnase informatsioonini või artiklini on jõudnud ka oma tuttavad.

Samas leiti, et kui väljaanded muutuksid väga populaarseks, suureneks ka surve neile – neilt oodataks artiklite tihedamini ilmutamist, mis tähendab, et aega süvenemiseks jääks vähemaks. Väljaandeid Edasi ja Levila hinnatakse praegu just seetõttu, et nad on teistsugused ja eristuvad, kuid kui puuduks konkurents ühes vastanduvate väljaannetega, ei osataks Edasit ja Levilat enam hinnata. Üheks väärtustamise põhjuseks on seegi, et lugejad tajuvad, et tegu on väikeste väljaannetega, kes vajavad püsijäämiseks tuge. Leiti, et ehkki väljaanded ei asenda muud meediat, on neid igal juhul lisaks vaja.

Soov, et need väljaanded jääksid püsima, oli põhiline, mis käis vestlusi kokku võttes läbi. Paar lugejat leidis, et Edasi eest maksmine on vähim, mida nad saavad teha, et selliste väljaannete ellujäämist toetada.

*R6: Ma väga loodan, et mis sest, et neil on väga väike tarbijate ring või lugejate ring, et nad jäävad ellu. Selles mõttes mul on ka okei, et ma maksan. Ja siis Edasit ei loe. See ongi minu viis toetada seda või hoida elus neid alternatiivseid meediaasju.*

Üks Levila lugeja rääkis, et ehkki ta saab Facebooki kaudu teateid uutest lugudest, käib ta sageli nende kodulehel n-ö klõpse tootmas – see on tema jaoks oma toetuse väljendamine.

## 5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

### 5.1 Vastused uurimisküsimustele

Edasi ja Levila lugejate taju väljaannete eesmärkide suhtes tuli fookusgruupiintervjuus kõige paremini esile märksõnadest, mida väljaannetega seostati. Järgnevalt kirjeldan kokkuvõtlikult seda, **kuidas tajuvad Edasi ja Levila lugejad nende väljaannete eesmäärke** ning kõrvutan neid juhtide seatud eesmärkidega.

Kui Edasi ja Levila enesemääratluse keskmes on eristumine teistest ajakirjandusväljaannetest, siis see eesmärk on nende lugejateni jõudnud – väljaandeid iseloomustades töid lugejad sageli esile võrdlust teiste väljaannetega ning võrdluses iseloomustati Edasit ja Levilat peaaegu alati positiivselt.

Üks oluline märksõna, mille kaudu eristati Edasit ja Levilat muudest väljaannetest, oli süvenemine. Seda märksõna hindasid lugejad ja pidasid oluliseks väljaannete juhid. Süvenemine on seotud aja võtmise ja aeglusega, olles nii üks põhitunnus aeglase ajakirjanduse jaoks (Le Masurier, 2015: 143). Kui väljaannete jaoks on oluline ajakirjanikust, sisuloojast lähtuv põhjalikkus ja süvenemine, siis fookusgruupiintervjuudes rõhutati ennekõike seda, et väljaande tarbimiseks peab olema aega ja võimalus süveneda.

Mõlema väljaande jaoks on keskne soov muuta maailma paremaks, seda võib siduda Levila välja toodud kogukondade ühendamise eesmärgiga. Kogukondlikkust ning soovi aidata leida probleemidele lahendusi, on väljendatud aegase ajakirjanduse eesmärkides (Drok & Hermans, 2016: 550). Maailma muutmise soov on Edasi ja Levila lugejateni jõudnud. Lisaks maailma parandamisele võib seda eesmärki seostada ka lugejate kasutatud sõnadega sütitav, avatud, mitteekuri, kaasakiskuv, empaatiline, mis kõik viitavad muutuse soovile ja püüdlusele paremuse poole.

Edasi ja Levila väärtustavad keerulise info lihtsat esitusviisi – see on oluline, et rohkemad erinevatesse ühiskonnagruppidesse kuuluvad inimesed mõistaksid esitatud infot (Craig, 2015: 10). Lugejad mainisid väljaannete puhul inimlikke ja lihtsaid teemapüstitusi, kuid lähenemise puhul ei lihtsust, ega ka näiteks selgust või arusaadavust märksõnades ei mainitud. Edasi puhul rõhutati, et väljaanne on intelligentne, ehkki see ei tähenda automaatselt keerulist sisu. Küll aga tajusid lugejad harimisega seotud eesmäärke. Sellised eesmärgid on endale sõnastanud Edasi. Lugejad tajusid

väljaannete puhul näiteks silmaringi avamist, huvitavate vaatenurkade esitamist ja sisukust, samuti analüüsi, arutelu, teadlikkust.

See, mida peetakse lisaks väljaannete väärtustele Edasile ja Levilale iseloomulikuks ja eristatavaks, väljendub näiteks teemavalikus. Kui Levila ja Edasi rõhutavad erinevate teemavaldkondade kajastamist, siis teemade laia amplituud on toonud välja ka lugejad, kõige olulisemana toodi välja just sotsiaalsed ja elulised teemad. Kuid enam kui käsitletavate teemade valik iseloomustab väljaandeid viis, kuidas erinevatest teemadest kõneldakse. Lugejad tõid välja huvitavaid vaatenurki, teemade kajastamise ajendina nähti missioonitunnet. Esile tõsteti see, et isegi aktuaalsete ja paljukajastatud teemade puhul suudetakse leida lähenemisnurk, mis eristub ja on originaalne. Levila ise rõhutab teemadekäsitlusel märksõna terav, Edasi jaoks on oluline kvaliteet, mis võib iseloomustada igat väljaande aspekti. Eristuva ja originaalse lähenemisnurgaga seostub ka aeglase ajakirjanduse loojutustamisviis, mis väärtustab võrdselt nii faktiavastusi kui narratiivsust (Greenberg, 2015: 1). Ühteaegu olulised on vorm ja sisu.

Edasile ja Levilale iseloomulik väljendub samuti valitud ajakirjandusliku lähenemise vormis. Levila on sõnastanud ühe eesmärgina uute ajakirjanduslike viisidega katsetamise. Lugejad peavad väljaannetele iseloomulikuks eksperimentaalseid artikliformaate. Uute ajakirjanduslike viisidega on seotud ka üks Levilat defineerivaid märksõnu, milleks on jutustav ajakirjandus. Narratiivsus jäi silma ka lugejatele – nii mainiti väljaannetega seoses sõnu nagu jutustav, loomingulisus, samuti näiteks vaba vorm. Lugusid võrreldi enam ilukirjanduse kui uudistega. Lugejaid üllatas, kui täpselt olid neil erinevad pealkirjad, lood ja nende tekitatud emotsioonid meeles. Kuna ajakirjanduses ilmub enam lühikesi, kiiret infot edastavaid tekste, eristuvad pikad kirjeldavad lood.

See, kuidas Edasi ja Levila eristuvad uuritavate hinnangul teistest väljaannetest, ilmneb suurel määral ka märksõnadest, mida kasutati Edasi ja Levila iseloomustamiseks ning milliste sõnadega kirjeldati teisi meediaväljaandeid. Kui igapäevameedias nähakse kiire reaktsiooni ja ilmutumissageduse väärtustamist, siis Edasit ja Levilat eristab lisaks aeglasele ilmutumistsüklile süvenemine ja aja võtmine. Kiirusele vastandudes toodi välja seegi, et lood on pikalt aktuaalsed – see seostub Levila samasisulise eesmärgiga. Eristuvana rõhutati soovi muuta maailma paremaks, mitte tekitada kiiret reaktsiooni või ärritust. Esile toodi, et Edasi ja Levila käsitlusviisid ja ideed eristuvad teistest väljaannetest – teemavalik ja lähenemisviis on originaalne, reaktiivsuse asemel on fookuses selgitamine ja analüüs.

Teiste väljaannetega kõrvutades tõsteti Edasi ja Levila muust meediast kõrgemale, neid toodi esile positiivsete näidetena, samal ajal kui muust meediast toodi välja just vigu. Oluline tähelepanek on seegi, et intervjuu jooksul jõuti väljaannete võrdluse ja vastanduseni ise. Kuna Edasi ja Levila kasutavad enda defineerimisel võrdlust teiste väljaannetega ning enda teistest eristamist, võib see lähenemine olla alateadlikult mõjutanud ka lugejate hinnanguid. Kuna intervjuudes osalesid just Edasi ja Levila lugejad, kelle arvamus mainitud väljaannetest on positiivne, on siinses töös esitatud pilt kallutatud Edasi ja Levila poole. Sellest lähtuvalt võib ka kriitiliselt küsida, kas lugejad esindasid väljaannete väärtustest rääkides endi mõtteid või kordasid vaid väljaannete eesmärke järel. Üldiselt suutsid intervjuudes lugejad põhjendada enda arvamusi ja hinnanguid ning nende väljaõeldu ei mõjunud loosunglikult, samas on nende vaated kindlasti mõjutatud Edasi ja Levila väljaõeldust, sest väljaanded turundavad end väärtuste kaudu. Väljaannete püsilugejad on kindlasti esitatud eesmärkidega tuttavad.

## 5.2 Diskussioon

Järgnevalt asetan ma Edasile ja Levilale iseloomuliku laiemasse diskussiooni, sotsiaalse aja kiirenemise ja aeglase ajakirjanduse raamistikku.

Nagu eelnevalt esile toodud, eristusid Edasi ja Levila tarbimine muu meedia tarbimisest – nii teadlikkuse kui ka tarbimise enda poolest. Intervjueeritute üldine meediatarbimine oli kantud sotsiaalse aja kiirenemisest ja täpsemalt Rosa (2013: 78) välja toodud kolmandast aspektist, elutempo kiirenemisest. Meediatarbimise kontekstis tähendab see soovi saada uudised kiirelt kätte – seda soodustavad näiteks teavitused telefonis või päeva jooksul korduv, ent pinnapealne uudiste läbi lehitsemine. Samas olid intervjueeritud valinud igapäevameedia kõrvale väljaanded, mille puhul ei ole tarbimise peamine eesmärk info kiire kättesaamine. Seda võib näha kui vastureaktsiooni sotsiaalse aja kiirenemisele. Nii võib üldistavalt öelda, et Edasi ja Levila tähistavad fookusgrupis osalenute jaoks justkui aeglustumise oaasi (Rosa, 2013: 89), mille esmane eesmärk on puhkus, süvenemine, endale meeldiva pakkumine. Nii nagu Rosa järgi (2013: 89) on aeglustumise oaas paik, kus käia vahetevahel ära, nii sobivad ka Edasi ja Levila selleks, et pakkuda muust meediast vaheldust. Samas ei ole väljaanded intervjueeritute hinnangul sobivad selleks, et asendada muud ajakirjandust ja näiteks uudismeediat. Selline järeldus seostub Anderseni uuringu tulemustega (2020: 13), kus leiti, et vaatamata lootustele, nagu võiks aeglane ajakirjandus pakkuda huvi neile, kes on muust meediatarbimisest loobunud, pöördusid selle poole tegelikult need, kelle

meediatarbimine oli juba niigi suur. Nii on ka Edasi ja Levila väljaanded, mis paigutuvad üldises meediatarbimises kõigele muule lisaks, samas ollakse valmis võtma elutempo kiirenemise kiuste nendele ekstra aega.

Edasi ja Levila enesemääratluse keskmeks on vastandumine teistele väljaannete, see tähendab, et teised väljaanded, kelle lähenemistest peetakse end paremaks, on neile ellujäämiseks olulised. Ühelt poolt on väljaannetel vaja, et turunduslikult kellelegi vastanduda ja kellestki eristuda. Teisalt aga rõhutas enamus fookusgruupiintervjuude osalistest, et Edasi ja Levila ei ole asendanud muud meediat, sest uudiseid ei saa asendada. Seega on Edasi ja Levila olulised väljaanded, kuid seda ennekõike teiste väljannete kõrval ning neil ei ole potentsiaali jõuda väga suure leviku või mõjukuseni. Seda, et traditsiooniline ja uus meedia täiendavad teineteist, näitavad ka eestlaste meediatarbimise senised uuringud, samas on neljandiku eestlaste puhul uus meedia traditsioonilise täiesti välja tõrjunud (Vihalemm & Kõuts-Klemm 2017: 273). Sellist näidet minu fookusgruupiintervjuudes ei esinenud.

Kui Chengi uuritud Kinfolk Magazine'i juhtkirjades olid väljaande olulisteks enesemääratluse alusteks kogukondlikkus ja nišilikkus (Cheng, 2021: 8), siis sarnast lähenemist tajusid ka Edasi ja Levila lugejad. Teistest eristumisele, väiksusele ja kogukondlikkusele rõhumine on oluline väljaannete turunduse jaoks. Eriti oluline on eristumine aga tasulistele väljaannetele, mille tarbimine peab olema ostuotsuse tõttu veelgi teadlikum valik. Seega peab lugeja Edasi puhul tajuma, mis on see väärtus, mille pärast ta on nõus maksma, kusjuures paljudest teistest väljaannetest kõrgemat hinda. Fookusgruupiintervjuus osalenud töid küll Edasi pigem kalli hinna esile, samas jäi kõlama soov väljaannet toetada, mõnel juhul isegi siis, kui tegelikult väljaannet lugeda ei jõutagi. Toetamise soovi seostati sellega, et tegu on väikese väljaandega – siin on oluliseks märksõnaks kogukondlikkus. See tähendab, et Edasi eest tasujate jaoks oli väljaannete turundus mõjunud. Samas kõik intervjuu osalised seda mõtteviisi ei esindanud ja oli ka neid, kes leidsid, et nemad ei ole valmis Edasi sisu eest maksma.

Uuringusse Edasi ja Levila lugejaid otsides jäi silma see, et huvi väljaannete vastu on suurem kui inimeste arv, kes regulaarselt väljaandeid tarbivad. Ühelt poolt on see loogiline, sest huvi tundmisest reaalse tarbimiseni tuleb alati veel üks lisasamm astuda, teisalt on see paradoksaalne, et tuntakse huvi aeglusele ja süvenemisele rõhuvate väljaannete vastu, kuid ise nende tarbimise jaoks aega ei võeta – just see tuli fookusgruupiintervjuudesse osalisi otsides välja. Edasi ja Levila esindavad alternatiivset lähenemist, samas on ideoloogiline surve aeglustumisele aina kasvamas (Rosa, 2013: 214) ning sellest on saamas trend või elustiil. Droki ja Hermansi uurimistöö (2016:

549) leidis, et iga kolmas uuringus osalenu tundis huvi aeglase ajakirjanduse vastu. Ka Edasi ja Levila puhul võib näha, kuidas huvi väljaannete vastu on tekkinud (see väljendub kasvõi väljaannete sotsiaalmeediaplatformide jälgimises), kuid sageli see tarbimises veel ei väljendu. Kui igapäevameedia lühemate artiklite lugemine toimub spontaansemalt, sest need võtavad vähem aega, siis pikkade ja põhjalikumate artiklite jaoks aja leidmine peab olema teadlikum otsus, sest ajakulu on palju suurem. Kui väljaanded ilmuvad ka harvemini, on tarbimisharjumuse tekkimine pikem protsess ja regulaarsete lugejate tekkimine võtab rohkem aega.

Ajakasutuse-teema üheks avaldumisvormiks on meedium, mille kaudu väljaandeid tarbitakse. Mitmed Levila lood on väga pikad, seega rõhutati intervjuudes, et neid eelistatakse kuulata ning sel moel kasutada muule tegevusele, näiteks sportimisele, autoga sõitmisele või koristamisele kuluvat aega funktsionaalselt ära. Samas soodustab kuulamine mitme asja üheaegset tegemist, mis on vastand süvenemisele ja aja võtmisele. Seega suunavad väljaanded oma eesmärkidele vastupidiselt nii hoopis rööptegutsema (Rosa, 2013: 78) ning ei võimalda niinimetatud aeglustumise oasil (Rosa, 2013: 89) tekkida. Samas on kuulamine siiski aeglasem meedium kui lugemine ja ei luba infost valikuliselt nn üle libised, ehkki selle ajaline vorm on tarbijale peale surutud.

Intervjuudest tuli välja ka see, et isegi kui väljaanded rõhuvad aeglusele ja süvenemisele, ei asetse nad muust, kiirenevast maailmast väljaspool. See tähendab, et ehkki Edasi ja Levila ise rõhuvad aja võtmisele, võidakse väljaandeid siiski tarbida kiirustades, pealiskaudselt, muude tegevustega koos, ka neid väljaandeid tarbides võib tekkida ärevus või soov saada info kiirelt kätte.

Aeglase ajakirjanduse üks oluline eesmärk on aidata kaasa laiemate arutelude tekkimisele, soodustada plusside-miinuste üles loetlemise asemel analüüsi (Hermans, 2016: 550), teisalt peab esitatud info olema piisavalt lihtne, et see võimaldaks erinevate kogukondade ja ühiskonnagruppide sidumist, mitte lahutamist (Craig, 2015: 10). Nagu juba eelnevalt välja toodud, on need eesmärgid olulised nii Edasile kui Levilale. Ehkki lugejad väärtustasid väljaannete puhul analüütilisust, arukust, põhjalikkust, kasutas üks intervjuueritu sõna „suunavad”. Teine lugeja ütles, et väljaanded esindavad liberaalset maailmavaadet. Nende märksõnade põhjalt tekib küsimus, kas väljaanded esitlevad end ühtmoodi, kuid sisu loob lugejatest teistsugust, suunavat ja kindlat maailmavaadet propageerivat tunnet. Teisalt võib liberaalse maailmavaate esiletoomisest väljenduda lugeja enda maailmavaade, millele ta on leidnud väljaannetest toetust, ehkki tegelikult end maailmavaateliselt ei positioneerita.



### 5.3 Meetodi kriitika ja edasised uurimisvõimalused

Fookusgruupiintervjuu on sobilik meetod, et koguda esmast infot seni uurimata või vähe uuritud teema kohta. Siiski tuleb fookusgruupiintervjuu puhul hoida meeles, et väikese valimiga uuring ei võimalda teha üldistavaid järeldusi. Sedasama tuleb arvesse võtta ka mugavusvalimi puhul.

Kuna töö keskendub Edasi ja Levila lugejatele, on töös esitatud arvamused kallutatud, sest sõna on saanud vaid Edasi ja Levila lugejad. Intervjuudest ilmnes, et suhtumine Edasisse ja Levilasse oli väga positiivne, samal ajal kui muid väljaandeid iseloomustati kriitiliselt – arvestades valimit, kuhu kuulusid vaid Edasi ja Levila lugejad, oli see samas pigem ootuspärane ning hinnangud ongi alati subjektiivsed.

Tähele tuleks panna ka seda, et gruupiintervjuu käigus võivad mõned olulised märksõnad või arvamused jääda tähelepanuta ja täpsustamata, sest erinevaid arvamusi on palju ja intervjuu tempo on kiirem kui individuaalintervjuu puhul. See aga võib hiljem öeldut tõlgendades tekitada ebatäpsust ja tõlgendamise subjektiivsust.

Üheks töö puudujäägiks on kindlasti ka see, et Edasi ja Levila lugejad osalesid samas fookusgruupiintervjuus. Otsuse tagamaid on töö meetodi- ja valimiosas põhjendatud, lähenemise puudujäägina tuleb esile tõsta, et väljaannetest üldistatult rääkides ei tulnud sageli välja, kas räägiti Edasist, Levilast või mõlemast. Seega ei saa kindlalt väita, millisel juhul käisid näiteks väljaannete kohta esile toodud märksõnad mõlema väljaande kohta, millisel juhul iseloomustasid aga vaid kahest ühte. Ehkki osalistel oli võimalik oma märksõnu täpsustada ja põhjendada ning mõnel juhul seda ka tehti, on siiski tegu ühe selle töö puudujäägiga.

Ehkki töö keskmes on väljaannete väärtused, põhineb arutelu vaid väljaannete eesmärkidel ja lugejate tajul ega anna pilti väljaannete sisus avalduvatest väärtustest. Edaspidi võiks uurida ka Edasi ja Levila sisu, et saada teada, kas väljaannete sõnastatud ja sisulised väärtused haakuvad omavahel.

Selleks, et saada Edasi ja Levila lugejate kohta rohkem teavet, oleks tarvis uurida väljaannete lugejaid kvantitatiivsete meetoditega.

# KOKKUVÕTE

Eesti meediamaastik oma mitmekülgsuses on pidevas muutumises ning ajakirjandusväljale tekib uusi väljaandeid, mille loomise ajendiks on olemasolevast eristumine. 2016. aastal loodud Edasi ja 2019. aastal loodud Levila soov on muuta ajakirjandusvälja ja seeläbi ka maailma paremaks.

Siinse magistr töö eesmärk oli uurida fookusgrupiintervjuude kaudu, kuidas tajuvad Edasi ja Levila lugejad nende väljaannete eesmärke. Selleks tuli uurida väljaannete ja nende juhtide sõnastatud eesmärke ning võrrelda neid lugejate tajuga väljaannete väärtuste kohta. Kuna väljaanded on end muuhulgas iseloomustanud läbi eristumise, oli töö jaoks oluline vaadata, kuidas tajuvad lugejad Edasi ja Levila eristumist teistest väljaannetest.

Kuna Eesti meediaturul on konkurents tihe, on Edasi ja Levila jaoks eristumine teistest väljaannetest ellujäämise seisukohalt määrav – lugejad peavad tajuma väljaandeid eristuvatena selleks, et neid lugema jääda. Eriti on see oluline Edasi puhul, mis on tasuline väljaanne. Seetõttu on oluline, et väljaannetel oleks oma eristuv nägu.

Edasi ja Levila on oma lähenemist seostanud aegluse, põhjalikkuse ja süvenemisega. Seetõttu paigutus töö Rosa sotsiaalse aja kiirenemise taustsüsteemi (2013), kus kiirenemisele vastukaaluks on oluline aeglustumine, teadlik aja võtmine. Teisalt seostusid väljaannete eesmärgid aeglase ajakirjanduse liikumise eesmärkidega, Edasi on oma lähenemist ise ka aeglase ajakirjandusega seostanud.

Edasi ja Levila lugejaid uurisin fookusgrupiintervjuude kaudu. Kokku toimus kolm intervjuud – üks Tallinnas, üks Rakveres ja peamiselt Tartu inimestega veebis. Intervjuudes osales 15 inimest.

Võrreldes väljaannete eneserepresentatsiooni lugejate tunnetusega võib öelda, et lugejate taju väljaannete kohta oli üsna sarnane sellele, mida väljaanded ja nende juhid iseenda kohta ütlevad. Mõlema väljaande enesemääratlus oli seotud aeglase ajakirjanduse eesmärkide ja tunnustega ning neid eesmärke ja suundumusi tajusid ka lugejad. Kõige olulisemad märksõnad nii väljaannete endi kui lugejate jaoks on põhjalikkus, kvaliteet ja aja võtmine, samuti maailma parandamine. Lugejate jaoks märkisid Edasi ja Levila lugemine ennekõike kvaliteetaega – intervjuudest tuli esile positiivne hinnang väljaannetele, nende eristamine muust meediast. Väljaannete suhtes positiivselt meelestatus oli muuhulgas seotud kogukondlikkuse tajuga ja sellega, et tegu on väikeste väljaannetega, kes n-ö vajavad tuge.

Kui Edasit seostati konkreetsete autoritega, siis Levilale peeti iseloomulikuks just sotsiaalsete ja inimlike teemade käsitlemist. Käsitlemisviisi kirjeldati kui jutustavat ning lugusid võrreldi enam ilukirjanduse kui näiteks uudismeediaga. Esile toodi see, et lood ja nende tekitatud emotsioonid jäävad pikaks ajaks meelde. Lugejad tõid välja eksperimentaalseid artikliformaate, kõige enam kõlapinda sai võimalus artikleid lugemise asemel kuulata, mis võimaldab samal ajal muid tegevusi teha.

Kui Edasi ja Levila eesmärk on muuta maailma paremaks, siis positiivsusele, empaatiale, analüütilisusele rõhumine oli ka see, millega eristati väljaandeid muust meediast. Intervjuudest jäi ühelt poolt kõlama soov, et väljaanded saaksid laiema kõlapinna ja rohkemad inimesed jõuaksid nendeni, teisalt loodeti, et Edasi ja Levila jääksid esindama nišiväljaandeid ning neil oleks seeläbi rohkem aega süvenemiseks ja oma valitud suundade esindamiseks.

## SUMMARY

Master's thesis „How the objectives of the outlets Edasi and Levila are perceived by their readers” focuses on two Estonian journalism outlets – Edasi, created in 2016, and Levila, created in 2019. The purpose of creating these publications has been to improve the field of journalism and thus the world. Their main idea is to take time and delve into less subject matter, but more thoroughly, in contrast to speed-oriented journalism, and also to the acceleration of social time that dominates our society in general.

Although Edasi and Levila are different in form, there are many similarities in their own formulated values and goals: in addition to the already mentioned desire to improve the world, providing quality information, digging deeper and taking time, creating greater understanding through in-depth articles. Communication with their readers is considered important. That is why those two publications and their perceptions are being analysed together in this masters' thesis.

The content part of the work is based on three focus group interviews in which 15 people participated. The interviews took place in Tallinn, Rakvere and online, with mainly people from Tartu. I have used qualitative content analysis as an analysis method of the collected data.

Comparing the self-representation of the publications with the readers' perception, it can be said that the readers' perception was quite similar to what the publications and their managers say about themselves. The most important keywords for both the publications themselves and the readers are thoroughness, quality and taking time, as well as improving the world.

While Levila and Edasi emphasise the coverage of different subject areas, social and human interest topics were pointed out as the most extensive. However, more than the choice of topics, these publications are characterised by the way in which different topics are discussed. The readers brought up interesting points of view, a sense of mission was also seen as the motivation for covering the topics. Readers also pointed out narrative storytelling, which is characteristic to Levila.

The way in which Edasi and Levila stand out from other publications in the opinion of the interviewees is also evident from the keywords that they used to characterise these publications in

contrast to the words used to describe other publications. While the daily media values quick reaction and frequency of publication, Edasi and Levila are distinguished not only by a slow publication cycle, but also by being exhaustive and taking time. It was also pointed out that the stories are relevant for a long time, which relates to Levila's goal. What stood out most was the desire to change the world for the better, not to cause any quick reaction or irritation. It was highlighted that the approach and ideas of Edasi and Levila differ from other publications – the choice of topics and the approach is original, instead of reactivity, the focus is on explanation and analysis.

# KASUTATUD ALLIKAD

## Teadusallikad

Andersen, K. (2020). Realizing Good Intentions? A Field Experiment of Slow News Consumption and News Fatigue, *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2020.1818609

Cheng, L. (2021). The Practice and Presentation of Slow Journalism: A Case Study of Kinfolk Magazine, *Journalism Practice*, DOI:10.1080/17512786.2021.1969987

Cohen, N. S. (2018). At Work in the Digital Newsroom. *Digital Journalism*, 1–21. DOI:10.1080/21670811.2017.1419821

Craig, G. (2015). Reclaiming Slowness in Journalism. *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2015.1100521

Drok, N., Hermans, L. (2016). Is there a future for slow journalism?, *Journalism Practice* 10:4, 539–554, DOI: 10.1080/17512786.2015.1102604

Greenberg, S. (2015). Editing, Fast and Slow. *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2015.1114898

Harro-Loit, H., Vihalemm, T. (2017). Personaalse ja sotsiaalse aja kiirenemine ja tihenemine. P. Vihalemm, M. Lauristin, V. Kalmus, T. Vihalemm (toim). *Eesti ühiskond kiirenevas ajas. Uuringu „Mina. Maailma. Meedia” 2002–2014 tulemused.* (411–421). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Kalmus, V., Masso, A., Linno, M. (2015). Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. <https://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Krueger, R. A. (2009). *Focus Groups. A Practical Guide for Applied Research.* Newbury Park: Sage.

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

Lagerspetz, M. (2017). *Ühiskonna uurimise meetodid. Sissejuhatus ja väljajuhatus.* Tallinn: TLÜ kirjastus.

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

- Le Masurier, M. (2015). What is Slow Journalism?, *Journalism Practice*, 9:2, 138–152, DOI: 10.1080/17512786.2014.916471
- Mendes, I., Marinho S. (2022). Slow Journalism: A Systematic Literature Review. *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2022.2075783
- Murumaa-Mengel, M. (2020). Veebiintervjuud, projektiivtehnikad ja loovuurimismeetodid. A. Masso, K. Tiidenberg, A. Siibak (toim), *Kuidas mõista andmestunud maailma? Metodoloogiline teejuht* (lk 707–738). Tallinn: Tallinna Ülikooli kirjastus.
- Neuveu, E. (2016). On not going too fast with slow journalism, *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2015.1114897
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. California, Thousand Oaks: Sage.
- Rauch, J. (2018). *Slow Media: Why Slow Is Satisfying, Sustainable and Smart*. New York: Oxford University Press.
- Rosa, H. (2013). *Social Acceleration. A New Theory of Modernity*. New York: Columbia University Press.
- Vihalemm, T. (2014). Fookusgrupi intervjuu. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 12.04.2023 <https://samm.ut.ee/fookusgrupi-intervjuu>
- Vihalemm, P., Kõuts-Klemm R. (2017). Meediakasutuse muutumine: internetiajastu saabumine. P. Vihalemm, M. Lauristin, V. Kalmus, T. Vihalemm (toim). *Eesti ühiskond kiirenevas ajas. Uuringu “Mina. Maailma. Meedia” 2002–2014 tulemused*. (251–278). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

## Ajakirjanduslikud allikad

Greenberg, S. (2007). Slow Journalism. Prospect Magazine. 25.02.2007.

Ivask, S., Harro-Loit, H. (2018). Aeglane ajakirjandus sõuab tähelepanumajanduses vastuvoolu. Mürileht, 18. jaanuar. Kasutatud 21.03.2023, <https://www.muurileht.ee/aeglane-ajakirjandus-souab-tahelepanumajanduses-vastuvoolu/>

Kreinin, L. (2023). Janeck Uiho: „Kõigil on omad arvamused, aga inimene vajab häid teejuhte”. Eesti elu nr 8, 24. veebruar. Kasutatud 21.03.2023, <https://eestielu.com/et/janeck-uiho-koigil-on-omad-arvamused-aga-inimene-vajab-haid-teejuhte/>

Mikomägi, M. (2021). Daniel Vaarik: Levila – ekstra aeglane, ekstra terav, ekstra pikaajaline ajakirjandus. Teatritasku, 13. juuli. Kasutatud 21.03.2023, <https://teatritasku.ee/daniel-vaarik-levila-ekstra-aeglane-ekstra-terav-ekstra-pikaajaline-ajakirjandus/>

Pajula, H. (2022). Alusmetsa liigirikkus. Täheenduse teejuhik, 29. märts. Kasutatud 21.03.2023 [https://www.youtube.com/watch?v=Z6p-smADyoU&t=559s&ab\\_channel=EdmundBurke%27iSelts](https://www.youtube.com/watch?v=Z6p-smADyoU&t=559s&ab_channel=EdmundBurke%27iSelts)

Selge sõnum 2022 tulemused. Eesti Keele Instituudi kodulehekül. Kasutatud 21.03.2023, <https://eki.ee/selges%c3%b5num/auhind-2022/tulemused-2022/>

Uiho, J. (2020). Janeck Uiho: 4 aastat vastuvoolu. Mis saab edasi? Edasi, 21. september. Kasutatud 21.03.2023, <https://edasi.org/65679/janeck-uiho-4-aastat-vastuvoolu-mis-saab-edasi/>

Uiho, J. (2016a). Hüdja hääl kõrbes? Edasi, 21. september. Kasutatud 21.03.2023, <https://edasi.org/1209/huudja-haal-korbes/>

Uiho, J. (2016b). Mis on Edasi? Edasi, 21. oktoober. Kasutatud 21.03.2023, <https://edasi.org/121145/mis-on-edasi/>

Uiho, J. (2016c). Ootused kaasautoritele: keeruline lihtsaks, lihtne põnevaks. Edasi, 22. detsember. Kasutatud 26.05.2023 <https://edasi.org/3836/keeruline-lihtsaks-lihtne-ponevaks/>

Vaarik, D. (2023). Töö autori kirjavahetus Daniel Vaarikuga, kust muuhulgas saadud andmed väljaande lugejastatistika kohta.

Vaarik, D. (2023). Tere tulemast Levilasse! Levila, veebruar. Kasutatud 21.03.2023, <https://www.levila.ee/tekstid/tere-tulemast-levilasse>



Veeda aega kvaliteetselt: loe Edasi paberajakirja. (2020). Edasi, 25. märts. Kasutatud 21.03.2023, <https://edasi.org/56678/veeda-aega-kvaliteetselt-loe-edasi-paberajakirja/>

Virro, K. (2020). Daniel Vaarik Levilast: meid ei huvita sissetallatud erakondlike piirjoonte taasloomine ega poolte valimine. Eesti Päevaleht, 24. mai. Kasutatud 21.03.2023, <https://epl.delfi.ee/artikkel/89911143/daniel-vaarik-levilast-meid-ei-huvita-sissetallatud-erakondlike-piirjoonte-taasloomine-ega-poolte-valimine>

Levila kodulehekülg [levila.ee](http://levila.ee)

Edasi kodulehekülg [edasi.org](http://edasi.org)

## LISAD

### Lisa 1 – Fookusgrupiintervjuu kava

Alateema	Mida küsin?	Aeg	Eesmärk Stimulmaterjal /kommentaariid
Sissejuhatus	<p>Tutvustan ennast, oma töö eesmärke (<i>Levila ja Edasi lugejate uurimine, miks ja kuidas väljaandeid loetakse</i>).</p> <p>Räägin lühidalt üle, mis nüüd saama hakkab ning kuidas intervjuu käigus kogutud andmeid hiljem kasutan.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Lindistan,</i></li><li>• <i>töös on andmed anonüümsed,</i></li><li>• <i>soovi korral on teil hiljem võimalik lugeda valminud tööd või ka transkriptsiooni</i></li><li>• <i>Töös kasutan koode, mis ei sisalda endas inimeste andmeid.</i></li><li>• <i>Teil on õigus ka igal hetkel fookusgrupist lahkuda või paluda hiljem enda kõnevoorud kustutada</i></li><li>• <i>Intervjuus on kõik vastused ja arvamused õiged, tore kui tekib arutelu ja erinevad arvamused</i></li><li>• <i>võib-olla ei jõua alati kõik vastata ja pean katkestama, et edasi liikuda, sest küsimusi on</i></li></ul>	5 min	Tutvustus

	<p><i>palju</i></p> <p>Lasen osalistel lugeda ja allkirjastada nõusolekuvormid.</p>		
Uuringus osalejate tutvustus	Kõigepealt palun ma teil end tutvustada. Öelge enda nimi ning meenutage, kuidas te Levila/Edasi enda jaoks leidsite?	5 min	Osalejate omavaheline tutvumine, usalduse tekitamine
Üldine meediatarbimine	<p>Palun rääkige kõigepealt veidi üldiselt sellest, millal ja missugust meediat te tarbite. Kui mõtlete ühele keskmisele päevale/nädalale, siis milliseid väljaandeid te selle jooksul loete/kuulate/vaatate?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Miks te just neid konkreetseid väljaandeid loete (kuulate/vaatate)? Kas erinevaid väljaandeid ka erinevatel põhjustel?</li> </ul> <p><i>(Iseenda jaoks</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Kas erinevatel väljaannetel on erinevad eesmärgid?</i></li> <li>• <i>Veel võimalikke variante: kiire info kättesaamine, ühiskonnaeluga kursisolek, huvitavatel teemadel teadmiste laiendamine vms)</i></li> <li>• Millised on üldse teie ootused meediale, erinevatele meediaväljaannetele?</li> <li>• Millest tunnete üleüldiselt meediale mõeldes</li> </ul>	15 min	Osalejad saavad end lahti rääkida, üldise meediatarbimise, laiema pildi kaardistamine

	<p>puudust?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kas on miski, mis mis teid ajalehti lugedes/uudiseid vaadates häirib?</li> </ul>		
<p>Kuidas loetakse Edasit ja Levilat?</p>	<p>Kõiki siin laua ümber istujaid ühendab see, et te kõik olete Edasi ja Levila väljaannete lugejad. Räägime veidi nendest väljaannetest.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kõigepealt palun ma taaskord kirjeldada nende väljaannete lugemist (kuulamist/vaatamist) – umbes kui tihti, millises olukorras, mis vahendist jne?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Kui tihti te Edasi ja Levila lugusid loete?</i></li> <li>• <i>Millises olukorras tavaliselt? (Tööl, kodus, puhkepäeval, õhtul?)</i></li> <li>• <i>Millisest vahendist? (paber, arvuti, telefon)</i></li> <li>• Kas peamiselt loete lugusid, kuulate, olete vaadanud ka filme?</li> <li>• Kas loete ühekorraga, jupiti? (Pikkade tekstide lugemise harjumus?)</li> </ul> </li> </ul>	<p>15-20 min</p>	<p>Kõigepealt vormilisem lähenemine – kuidas tarbitakse.</p>
<p>Ülesanne 1.</p>	<p>Nüüd jagan ma teist igapäevase ühe valge paberilehe ja palun minuti jooksul panna vaikselt kirja <b>märksõnad</b>, mis teil seostuvad Edasi ja Levila väljaannetega.</p> <p>Nüüd palun ma teil läbisegi märksõnu nimetada ja panen need ka ühisele paberile kirja. Kui te olete pannud kirja sama, mida keegi just ütles, palun öelge seda ka.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Palun põhjendage oma märksõnu. Kas teistel on sarnased, korduvad?</li> </ul>	<p>15 min</p>	<p>Konkreetsem ülesanne, mis aitab mõtteid koondada, seada fookust, millised märksõnad on nende väljaannete puhul põhilised.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kas suudame leida nende märksõnade põhjal ühisosa?</li> </ul>		
Miks loetakse Edasit ja Levilat?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Miks te loete Edasit?</b> Kas otsite sealt midagi konkreetset? (<i>Saan tuua ka viiteid eelnevatele märksõnadele, varemöeldule</i>)</li> <li>• Mis teile nende väljaannete puhul kõige enam meeldib?</li> <li>• Mis nende väljaannete puhul ei meeldi, mis võiks olla teisiti?</li> <li>• Mis eristab teie jaoks Edasit teistest väljaannetest?</li> <li>• Mis eristab teie jaoks Levilat teistest väljaannetest?</li> <li>• Kas loete nende väljaannete lugusid teisiti kui näiteks päevalehti? Teisel ajal, teisel viisil (<i>nt sest tekstid on pikad, teemad süvenemist vajavad vm</i>)</li> <li>• Kas need väljaanded asendavad teie jaoks päevalehti või loete neid lisaks?</li> <li>• Selliseid väljaandeid nagu Edasi ja Levila on hakatud nimetama aeglaseks ajakirjanduseks. Kuidas te seda väljendit mõistate? Kas see on teie arvates hea/sobilik väljend?</li> </ul>	20 min	Analüütilisem lähenemine väljaannetele Edasi ja Levila.
Ülesanne 2.	Ma annan teile taas ette väikesed paberid ja nüüd palun, et paneksite kirja Edasist ja Levilast mõned kõige enam meelde jäänud lood või ka lemmikautorid, kelle kirjutisi alati lugeda tahate.	15 min	Abstraktsemale ja üldistavamale kirjeldusele ja analüüsile toeks vahepeal

	<p>(Mõne aja pärast annan paberil nimekirja, toetuseks.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Miks teile just need lood on meelde jäänud? (Võimalikud variandid, mida mainitakse: südamelähedane teema, põhjalikkus, jutustusviis jne)</li> </ul>		<p>konkreetsemad lood, mida on loetud, mis aitavad järgmise küsimusteploki jaoks meenutada loetud lugusid, et nende põhjal saada põhjuseid/märksõnu, mis nende väljaannete puhul huvi pakub ja meeldib.</p>
<p>Väljaannete konkreetset lood ja teemad.</p>	<p>Kui te mõtlete nendele loetud artiklitele, mis teile meelde tulid, siis kas oskate üldistada, <b>mille järgi valite Edasi ja Levila artikleid, mida loete?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Konkreetsed teemad?</li> <li>Eristumine teistest väljaannetest?</li> <li>Kas olete neid artikleid või väljaandeid üldiselt ka oma tuttavatele soovitanud? Kellele ja miks?</li> </ul>	10 min	<p>Veidi veel sisu mõttes sügavamale minek.</p>
<p>Lõpetus</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mõelge tagasi meie siin veedetud ajale. Mis oli teie jaoks kõige olulisemad mõtted, mis siit aruteluringist läbi käis, seoses Levila ja Edasiga?</li> <li>Kas on veel midagi, mida tahaksite lisada?</li> </ul> <p>Täna kõiki tulemast.</p>	10 min	<p>Kokkuvõte, võimalus veel midagi lisada, kui on vahepeal meelde tulnud</p>

## Lisa 2 – Nimekiri Edasi ja Levilaga seotud märksõnadest

Märkus: Siia nimekirja on koondatud märksõnad, mis toodi stiimulülesande käigus välja. Sõnad on esitatud tähestikulises järjekorras, eespool need, mida nimetati mitu korda.

- Põhjalik (x5)
- Kvaliteet (x4)
- Ajakohane (x2)
- Erapooletu (x2)
- Huvitav (x2)
- Ilus (x2)
- Kollane (Edasi) (x2)
- Meisterlikkus (nt sõnaga ümber käimisel) (x2)
- Olulised teemad (x2)
- Professionaalne (x2)
- Päevakajaline (x2)
- Sisukas (x2)
- Süvitsi minev (x2)
- Tasakaalukas (x2)
- Tasuta (Levila) (x2)
- Ühiskonnakriitiline (x2)
- Aeglane
- Aegumatu
- Analüüsiv
- Arutlev
- Avatud
- Detailidesse süvenev
- Ebamugav tarbida (Levila)
- Eero Epner
- Ei karda erineda
- Ei püüa lugejale meeldida, meelega järele olla
- Eksklusiivne

- Eksperimentaalsed artikliformaadid
- Eksperimenteeriv
- Empaatiline
- Hea keel
- Hea stiilitunnetus
- Hea ühiskondliku tajuga
- Huvitavad autorid
- Huvitavad vaatenurgad
- Inimlikud ja lihtsad teemapüstitused
- Julge
- Jutustav
- Järjepidev
- Jätkuv / püsitemad
- Kaasakiskuv
- Kallis (Edasi)
- Kristlikud teemad
- Kultuuriteemad
- Liberaalse maailmavaate esindaja
- Linnakeskkond (Edasi)
- Loomingulisus
- Maailma parandada püüdev
- Maitsekas disain
- Missioonitunne
- Mitme-meelelisus
- Mitmetahuline
- Mittekuri
- Muusika (Levila)
- Näitlejad (Levila)
- Nüüdismeedia
- Originaalne
- Pikk seiklus
- Preemia iseendale



- Probleemi tuumani jõudev
- Raamat (Levila)
- Seotud tavaliste inimeste ja argieluga
- Silmaringi laiendav
- Sinine (Levila)
- Sotsiaalne närv
- Suunavad
- Sõltumatu
- Sütitav
- Süvenemist nõudev
- Süvenev
- Tasuline (Edasi)
- Teadlikkus
- Teemad seinast seinast
- „Tellitud lood” – igal numbril sponsor (Edasi)
- Teemaatiline
- Täenduslikud teemad
- Uudne
- Uuenduslik
- Vaba vorm
- Väga intelligentne: autorid, teemakäsitlused
- Väike

## Lisa 3 – Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Triinu Sikk

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Kuidas tajuvad Edasi ja Levila lugejad nende väljaannete eesmärke”, mille juhendaja on Virgo Siil, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Triinu Sikk

31.05.2023