

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

Eesti Päevalehe loetavus paber- ja online-variandis 20-40-aastaste lugejate seas
Bakalaureusetöö

Holger Roonemaa
Juhendaja prof. Peeter Vihalemm

Tartu 2007

Sisukord

Sisukord.....	2
Sissejuhatus.....	3
1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad.....	5
1.1 Online-ajalehtede arengulugu ja põhimudelid.....	5
1.1.1 Online-ajalehtede ajalugu.....	5
1.1.2 Online-uudiste mudelid.....	6
1.1.3 Online-ajalehtede turg.....	7
1.2 Online-ajalehtede eripära.....	8
1.2.1 Online- ja paberlehe lugejate erinevused.....	11
1.3 Varasemad uuringud online-ajakirjanduse ja selle lugejate kohta.....	14
1.4 Varasemad uuringud Eesti Päevalehe kohta.....	16
1.5 Uurimisküsimused.....	20
2. Metoodika.....	21
2.1 Valim ja uuringu läbi viimine.....	22
3. Tulemused.....	23
3.1 Ülevaade valimi sotsiaal-demograafilisest taustast.....	23
3.2 Lugejagruppide harjumused ning hinnangud lehele.....	25
3.3 Lugejagruppide üldised huvid ja hinnangud Eesti Päevalehele.....	27
3.4 Paberlehe ja online'i lugude edetabelid.....	35
3.5 Eesti Päevalehe toimetuse teadlikkus kahe meediumi lugejate erinevustest ning nende põhjustest.....	40
4. Diskussioon ja järeldused.....	44
Kokkuvõte.....	49
Summary.....	51
Kasutatud kirjandus.....	53
LISA 1.....	56
LISA 2.....	61
LISA 3.....	63
LISA 4.....	67
LISA 5.....	73
LISA 6.....	75

Sissejuhatus

Online-uudised ei eksisteerinud Eesti meediamaastikul veel tosin aastat tagasi, ent 2007. aastaks on just online-uudised üks operatiivseim ning paljuski ka mugavaim viis enda päevasündmustega kursis hoidmiseks. Kuigi interneti-põhise ajakirjanduse tekkides kartsid paljud, et traditsiooniline paberajakirjandus kaotab varsti oma mõtte ning kaob peagi ajakirjandusmaastikult üldse, pole see kartus vähemalt seni tõeks osutunud. Tõsi, samal ajal kui Lääne-Euroopas ning Põhja-Ameerikas tõuseb üha kiiremini online-meedia reklaamikäive ning trükimeedia reklaamikäive seisab paigal või kasvab aeglaselt, siis Eestis nii suuri kääre veel tekkinud ei ole.

2006. aasta osutus näiteks Suurbritannia meediamaastikul ajalooliseks, kuna esimest korda ületas online-meedia reklaamikäive trükimeedia käibe (The Guardian, 28.03.2007). Eestis aga jääb internetireklaami maht trükimeedia vastavale mahule veel alla ligi kümne-kordselt (Larin, 2007).

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on välja selgitada, kuidas erinevad Eesti Päevalehe (EPL) ja Eesti Päevaleht Online'i (EPLO) lugejate harjumused paberlehe artiklite lugemise eelistuses. Töö autorit huvitab, kas on võimalik välja tuua selgelt erinevad lugejatüübid vastavalt sellele, kas inimene loeb EPLi paberlehest või võrguväljaandest. Kas samad artiklid, mis on kõige loetavamad paberlehes, on kõige loetavamad ka internetis? Kui ei ole, siis milles seisnevad erinevused ja mis võivad olla erinevuste põhjusteks? Millised on teadlikud põhimõtted Eesti Päevalehe toimetuses, millega mängitakse lugusid välja paberlehes ja online'is? Töö tulemusena peaksid muuhulgas kujunema konkreetsed edetabelid kolme 2007. aasta aprilli EPLi paberlehe tarbeks toodetud artiklite loetavuse kohta nii paberväljaandest kui ka online'ist.

Et hoida uuringu tulemusi võimalikult usaldusväärseks ning vältida valimi liigset killustumist arvestas töö autor vaid neid tulemusi, mille vastaja oli oma vanuseks märkinud vahemikus 20-40 aastat. Kuigi algselt oli plaanitud keskenduda veelgi kitsamale vanusegrupile, siis langes see lootus päevakorrast, kuna sobivas vanusegrupis vastajaid oli liiga keeruline küllaltki lühikese aja jooksul leida. See tähendab, et kuna küsitluses küsiti konkreetselt kolme lehenumbri artiklite lugemise kohta, pidi küsitluse läbi viima võimalikult kiiresti peale kolme-päevase perioodi lõppu.

Olgu kohe öeldud, et käesolev töö ei otsi vastust küsimusele, kui palju loetakse EPLO-s paberlehe lugusid võrreldes päeva jooksul tekkivate online-uudistega. Sellele küsimusele vastuse leidmine teeks antud töö areaali liialt laiaks ning raskendaks põhieesmärkide täitmist.

Teooriaosas annab töö autor ülevaate nii paberlehe kui ka online-lehe töö põhimõtetest ja erinevustest ning kummagi meediumi eelistest või puudustest teise meediumi suhtes. Samuti leiab sellest osast, kuidas on antud valdkonda seni uuritud ning mis tulemusteni on jõutud. Teooriaosa lõpetuseks annab autor ka ülevaate konkreetselt Eesti Päevalehte ümbritsevast kontekstist antud teema lõikes: millised on väljaande juhtide ootused ja tulevikunägemused seoses paberlehe ja võrguväljaandega ning milline on hetkeseis. Olgu juba praegu öeldud, et kui veel pool aastat tagasi töötas EPLO-s kolm sisu eest vastutavat inimest, siis tänaseks on neid juba üheksa.

Bakalaureusetöö empiiriline osa põhineb kahel sambal, milleks on esiteks, standardiseeritud küsitlus lehelugejate seas ning teiseks ekspertintervjuud Eesti Päevalehe peatoimetaja Lea Larini ning Eesti Päevaleht Online'i peatoimetaja Aivar Pauga. Nende kahe meetodi tulemusena peaks tekkima konkreetsed ning selged vastused töö autori uurimisküsimustele. Kui küsitlusega otsib autor vastuseid eelkõige edetabeleid ning lugejatüüpe puudutavatele uurimisküsimustele, siis ekspertintervjuud peaksid aitama selgitada, millest tõenäolised erinevused edetabelite ning lugejatüüpide vahel tekivad.

1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

1.1 Online-ajalehtede arengulugu ja põhimudelid

1.1.1 Online-ajalehtede ajalugu

Online-uudiste ajalugu ulatub 1980ndatesse aastatesse, kui USAs alustati uudiste edastamist videotekstidena arvuti ja teleka kaudu (Garrison, 2005). Teenus, mis kandis nime Viewtron, ei osutunud aga kuigi populaarseks. Ka Los Angeles Times'i analoogne üritus nimega Gateway 1980ndate keskel lõpetas kiiresti tegevuse väheste kasutajate tõttu. Arvutitehnoloogia arenedes ning personaalarvutite leviku laienemisel tekkis online-uudistel uus võimalus. Esimene ajaleht, mis pani oma uudised samal päeval internetti, oli Chicago Tribune 1992. aasta mais (Carlson 2003; Palser 2002 Garrison 2005: 5 kaudu). Esimeseks online-ajaleheks peetakse aga San Jose Mercury News'i, mis viis kogu oma sisu korruga internetti (Garrison 2005).

1990ndate teisel poolel kasvas online-ajalehtede arv suure kiirusega ning stabiliseerus uue sajandi alguseks. Maailma Ajalehtede Assotsiatsiooni (The World Association of Newspapers) andmetel kasvas 2001-2002 online-ajalehtede arv vaid 50 võrra, samas kui nende lugejate arv kasvab pidevalt edasi (Balding 2002, Garrison 2005 kaudu).

Morris ja Ogan (2007) toovad välja, et siiani on internetis väga erinevat tüüpi ajalehtede ja ajakirjade online-väljaandeid, mistõttu on ka keeruline ennustada traditsioonilise massimeedia tulevikku internetis: kes täpselt on lugejaskond, kuidas ta läheneb informatsioonile ja meelelahutusteenustele ning mis kasumit selle pealt üldse teenida annab (ibid).

Eesti online-uudiste ja -ajalehtede ajalugu ulatub samuti 1990ndate keskele. Kõige esimesena hakkas lehe sisu internetti riputama just Eesti Päevaleht, mille online-keskkond avati 18. oktoobril 1995. aastal (Tähismaa 2003). Juba sama aasta novembri alguses lisandus ka Äripäeva netiversioon ning kuu lõpus Postimees. Ajalehtede internetikeskkonnad pakkusid algselt vaid paberlehe peegeldust ning võimalust otsida märksõna järgi varasemaid artikleid ja lugeda vanemaid ajalehti arhiivist. Spetsiaalselt internetis avaldamiseks mõeldud uudiseid algselt ei pakutud. (ibid)

Spetsiaalsete online-uudistega tuli 1999. aastal esimesena välja Äripäev. Umbes samal ajal alustasid ka mitu uudisteportaali, mis ei olnud otseselt ühegi paberväljaande “sõsarad”. Microlink ja BNS tõid ühissettevõttena 2000. aastal turule uudisteportaali online.ee, mille nimi muudeti peatselt Delfiks. Samal aastal alustas ka Ekspress Grupi väljaandena infovõravar Mega. Aasta hiljem ühines Mega Eesti Päevaleht Online'iga (Tähismaa 2003).

1.1.2 Online-uudiste mudelid

Veel 1996. aastal nähti interneti-ajalehtedele peamiselt kahte tüüpi lugejaskonda (Casey 1996, Garrison 2005 kaudu). Esimesse tüüpi kuulusid lugejad, kes soovisid lugeda ajalehti, millele nad füüsilisel kujul ligi ei pääsenud. Sellisteks lugejateks olid näiteks inimesed, kes kolisid oma kodukohast ära juba mitmeid aastaid tagasi, ent soovisid siiski hoida ennast kodukoha asjadega kursis. Samuti käisid selle kategooria alla näiteks pidevalt sõidus olevad ärimehed. Teise grupina nägi Casey inimesi, kellel on teatud temade vastu eriline huvi. Casey nimetas neid inimesteks, kellel on ajaleht alati arvuti kõrval ning kes postitavad temade kohta internetis oma vaatenurki (ibid).

Garrison (2005) arendas Casey teooriat aga edasi ning tõi välja neli interneti-ajalehe mudelit:

- **Ööpäevaringne uudistemudel** (The 24-Hours-a-Day Continuous News Model)

Viidates Farhile (2000) väidab Garrison, et internetis tegutsemist alustavad traditsioonilised ajalehed peavad üle minema ööpäevaringsele uudiste tootmisele, kui nad soovivad ellu jääda. Pidevalt sisu uuendavad ajalehed peavad investeerima suuri summasid nii riistvarasse kui ka võimesse hoida heal tasemel ning alata uuevat sisu. Paljud lehed uuendavad ise sisu ainult siis, kui juhtub midagi murrangulist (näitena toob Garrison 2001. aasta septembri sündmused USAs) ning muul ajal riputavad üles agentuuriuudiseid. Suurem osa online-ajalehti püüab ka ise hoolitseda jooksva sisu uuendamise eest.

- **Kogukonna infotahvli mudel** (The Community Bulletin Board Site Model)

Selle mudeli näitena tõstab Garrison esile USA ajalehe The Boston Globe, mis hakkas esimesena USA suurtest ajalehtedest pakkuma oma võrgulehel uudiseid Bostoni kultuurielust, äridest ning ka kohalikke ilmateateid edastama.

- **Lisaväärtusega uudiste mudel** (The Supplementary News Site Model)

Selle mudeli järgi pakub paberlehe sõsarväljaanne internetis põhilehe lugudega võrreldes lisamaterjali. Eestis on seda teed hiljuti läinud näiteks Eesti Ekspress, kes pakub oma võrguväljaandes näiteks paberlehe artiklite lisamaterjale: arhiividokumentide koopiad jms. Eesti Päevaleht ja Postimees kasutavad antud varianti, kui mõni pikk uudis või intervjuu paberlehte täielikult ära ei mahu.

Samuti käib Garrisoni järgi selle mudeli alla suurem osa kohalike ajalehtede võrguväljaannetest, mis riputavad oma online-keskkonda üles päeva jooksul tekkivaid uudiseid. See annab ajalehele võimaluse võistelda uudiste edastamise operatiivsuses raadiojaamade ning telekanalitega.

- **Originaaluudiste mudel** (The Exclusive News Site Model)

Sellised võrguajalehed pakuvad sisuna ainult originaaluudiseid, kuid Garrisoni väitel kasutatakse antud mudelit väga harva. Ta põhjendab seda suurte kulude ning madala tasuvusega. Ta ütleb, et tänaseni eelistavad ajalehed hoida eksklusiivsed teemad paberlehe tarvis (Garrison 2005).

Sama suhtumine kehtib seni põhimõtteliselt ka Eesti meediamastikul. Kõvasid originaaluudiseid hoiavad toimetused kiivalt saladuses, kuna sellega peab üllatama järgmise päeva paberleht. Kuid näiteks Eesti Päevaleht on viimase poole aasta jooksul hakanud kasutama meetodit, mille järgi riputatakse järgmise päeva kõige lõõvama teema esimesed paar lõiku õhtul kella nelja-viie paiku ka internetti. Selle võtte eesmärk on reklaamida järgmise päeva paberlehte ning meelitada rohkem inimesi lugema.

1.1.3 Online-ajalehtede turg

Garrison (2005) ütleb, et kuigi internet ei sea ajalehtede levivõimalustele mitte mingit piiri, määratleb suurem osa online-lehtedest ennast siiski geograafiliselt. Ta põhjendab seda asjaoluga, et online-ajalehed võtavad malli just paberlehtedelt. Samuti nendib Garrison, et online-lehtede tulevik

on seni veel väga ähmane, kuna pole selge, kas interneti-ajalehed suudavad iseseisvalt ennast ära majandada. Osa selgusetusest sõltub ka online-ajakirjanduse turust: millist turgu konkreetne ajaleht endale otsib. Garrison toobki välja neli online-ajalehe turumudelit:

- Üleriigiline ja/või rahvusvaheline mudel (näiteks USA Today ja New York Times) – Eesti kontekstist käivad selle kategooria alla tõenäoliselt nii Postimees Online kui ka EPLO.
- Regionaalne mudel (näiteks Chicago Tribune ja Miami Herald)
- Kohaliku kogukonna mudel - väikelehed
- Nišimudel (näiteks Wall Street Journal) – Eestis oleks paralleelne Äripäev Online.

1.2 Online-ajalehtede eripära

Trükimeedia on organiseeritud lineaarses formaadis ning erinevatel külgedel, mis võimaldab kogu sisu järjest läbi lugeda. Online-meedia on aga pigem mittelineaarne ehk erinevaid uudiseid saab otsida erinevate menüüde alt. See võib tähendada, et need lugejad, kes eelistavad kiiresti pealkirju sirvida ning lugeda vaid huvipakkuvaid uudiseid, võivad asendada trükiväljaande online-väljaandega (Lin et al 2005, b).

Kuna internetis jaotatakse info osadeks, millele pääseb ligi teatud navigatsioonisüsteemi abil, siis võimaldab see lugejal moodustada n-ö oma lugemisraja (Stovall 2004). Stovall ütleb, et tänapäevases internetis on tekkinud segu lineaarsusest ja mittelineaarsusest. Lugeja alustab esilehelt, mis on justkui kunstimuuseumi eesruum. Sealt edasi hargneb aga vastavalt eelistustele palju võimalusi, kuhu minna. Väga oluline on siinkohal ka internetiväljaande toimetaja töö – mida tõstetakse esile ja kuidas lugejate huvi äratatakse.

Ka Ward (2002) ütleb, et internet põhineb mittelineaarsel tarbimisel. Tarbimise mustri määrab lugejaskond, mitte sisu pakkuja. Kui paberlehe lugeja loeb artikleid pigem tootja poolt ette nähtud mustri järgi ehk lineaarselt, siis online'i lugeja hüppab loolt loole nii nagu ise soovib. Ward nendib, et seetõttu tuleb uudise struktuur võrguväljaande jaoks kohandada nii, et lugejalt oleks seda võimalikult mugav lugeda.

Et luua uudisteformaat, mis ühtib nii uue meediumi võimalustega kui kasutaja soovide ning

vajadustega, tuleb esitada uudis nii, et see on üheselt hoomatav, lugeja poolt kontrollitav ning atraktiivne (Engebretsen 2006). Siinkohal ei pea Engebretsen silmas tehnoloogia vaid pigem inimressursside nagu loovus, avatus, vastupidavus paremat kasutamist.

Ajalehe võrguväljaanne ei ole pelgalt internetist loetavad uudised. Stovall (2004) toob välja mõned olulised punktid, mis eristavad online-ajalehte paberlehest. Need on mahutavus, paindlikkus, kiirus, kestus ja interaktiivsus.

1. **Mahutavus.** Kui paberlehes on kindlad piirangud, kui palju tähemärke või näiteks fotosid ühele küljele või ühe loo jaoks mahub, siis veebis võib põhimõtteliselt kirjutada nii pikalt kui vaja ning laadida üles terve fotoseeria. Võrgus saab avaldada näiteks väga pikad intervjuud või kõned kogupikkuses, lisada audio- või videoklippe. Seda muidugi mõistlikkuse piirini ning arvestades ka asjaolu, et lugejate internetiühendused on erineva kiirusega, mis seab teatud piirid infohulgale, mida korraga ette laadida.
2. **Paindlikkus.** Internetis on võimalik esitada informatsiooni erinevates vormides, mis muudab selle meediumi paindlikumaks kui ajalehed. Nagu ka eelmises punktis mainitud, saab veebi lisada lugude juurde ka näiteks audio- või videofaile ning suurel hulgal graafikuid ja fotosid.
3. **Kiirus.** Internetis on võimalik infot edastada ülimalt kiiresti. See omadus annab internetile eriti tugeva eelise kriisiolukordades, kus sündmused arnevad kiirelt edasi ning info muutub ja täieneb pidevalt.
4. **Kestus.** Kuigi see punkt on vaieldav, on internet siiski meedium, kus on võimalik materjali suurtes hulkades lihtsalt ja kauakestvalt säilitada. Pikas perspektiivis säilib elektrooniline materjal kvaliteetsemalt kui näiteks paber.
5. **Interaktiivsus.** See on omadus, mis vast kõige tugevamalt eristab internetti teistest meediumitest. Kommunikatsioon, mis lugeja ning ajakirjaniku/ toimetuse vahel tekib, võib tähendada uut ajakirjanduse vormi. Uudisteleheküljed on alles alustanud erinevate võimaluste avastamist: foorumid, kommentaarid, online-intervjuud, -küsitlused, jututoad toimetuse liikmetega jne.

Viimase 15 aasta jooksul on päevalehtede levik langenud märkimisväärselt paljudes läänemaades. Näiteks Saksamaal vähenevad nii päevalehtede nimetuste arv kui ka nende tiraažid, päevalehtede

levik on langenud ka USAs, Inglismaal, Soomes ja Rootsis umbes viiendiku võrra (Vihalemm & Kõuts 2004). Soomes ja Rootsis tehtud uuringute kohaselt ei ole see tingitud mitte niivõrd interneti levikust, vaid juhulugejate osakaalu suurenemisega pidevate lugejate arvelt (Hujanen 2002, Hüffel 2003 Vihalemm & Kõuts 2004 kaudu).

Engebretsen (2006) väidab, et online-ajakirjanduse põhilised tekstid järgivad senini paberlehest pärinevat kirjutamise stiili. Kõige märkimisväärsem muutus seisneb selles, et online-uudised on sageli lühemad ning mõnikord koguni ülimalt kokkuvõtlikud. Kui online-uudised jäljendavad paberlehe stiili, siis on nad tavalises online-keskkonnas kehvemini loetavamad kui paberil. Ka asjaolu, et arvutiekraanil ei ole kogu pikk artikkel korraga hoomatav, muudab lugemise ebamugavamaks. Engebretsen (ibid) toob välja, et kaks kolmandikku tema uurimuses osalenutest pidas arvutiekraanilt lugemist igavamaks kui paberilt lugemist. 60% väitis, et internetis loevad nad harvemini artikli otsast lõpuni läbi kui paberlehes.

Vihalemm ja Kõuts (2004) toovad välja, et koos ajalehtede mahu suurenemisega ja elutempo pingelisemaks muutumisega on vähenenud ühe lehematerjali keskmine loetavus. „Kui 1980. aastate algul luges kõige enam tähelepanu ärritanud kirjutisi 60-80% antud lehenumbri lugejatest, siis sajandivahetusel tegi seda 50-70%“ (Vihalemm & Kõuts 2004: 73). Lugemist mõjutavate teguritena toovad nad välja materjali aktuaalsuse, paigutuse ning visuaalse esituse, kusjuures teema ja aktuaalsus selguvad lugejatele eeskätt pealkirja, alapealkirjade ja juhtlõigu põhjal. Autori tähtsus tuleb mängu eelkõige arvamusaluste puhul, ent ka siis, kui ta on tuntud kirjutaja.

Eraldi toovad Vihalemm ja Kõuts (2004) välja veel järgmised tegurid:

- Kergemini haaratakse visuaalselt atraktiivne ja lühidalt esitatud materjal.
- Eriti oluline on foto olemasolu ning selle suurus ja ilmekus.
- Mahuka lehe puhul pälvib suuremat tähelepanu ettepoole paigutatud materjal.
- Külje ülaossa paigutatud materjal saab rohkem tähelepanu, samas kui alumisse vasakusse nurka paigutatud materjal üldiselt kõige vähem.

2003. aasta uurimisaruanDES EPLi jaoks toovad Vihalemm, Sander, Märgi ja Arras välja ka tähelepanu köitvate tegurite tähtsuse järjekorra: pealkiri, teema, foto ja muud visuaalid.

1.2.1 Online- ja paberlehe lugejate erinevused

Lin, Salwen & Abdulla (2005) toovad välja, et interneti uudistelevite kasutatavus üha tõuseb ning 63% interneti kasutajatest loevad sealt ka uudiseid. Mitmed uuringud on näidanud, et interneti kasutajad on poliitiliselt haritud ja aktiivsed ning need, kel on juba välja kujunenud huvi poliitika vastu, otsivad poliitika kohta infot pigem internetist kui televiisorist (Johnson & Kaye 2000 Lin et al 2005 kaudu). Viidates Griffin et al 1997. aasta uurimusele väidavad Lin et al, et isegi lühiajaline teiste riikide kohta käivate internetilehtede külastamine tõstis üliõpilaste teadmisi nende riikide kohta.

On leitud sümbioos internetiuudiste ja traditsioonilise meedia uudiste tarbimise vahel, mis näitab, et internetist uudiste lugeja võib aktiivselt otsida informatsiooni ka vanast meediast. Seega ei põhjusta online-uudised televisiooni ja ajalehtede tarbimise vähenemist. Auditorium eelistab üldise informatsiooni (nagu uudised, ilm, meelelahutus, sport) saamiseks senini traditsioonilist meediat (Stempel, Hargrove & Bernt 2000 Lin et al 2005 kaudu).

Siinkohal tuleb aga tähele panna, et viidatud autorid ei pea traditsioonilise meedia all silmas vaid ajalehte, vaid ka raadiot ning kindlasti televisiooni. Just televisioon on see meedium, mida nimetatud autorite väitel auditorium kõige enam eelistab. Lisaks tuleb märkida, et Stempeli, Hargrove'i ja Bernti töö on tänaseks juba seitse aastat vana, mis tähendab, et online-ajakirjanduse ülikiire arengufaasis tuleb nende töö tulemustesse suhtuda teatud kriitikaga.

Internet uudiste meediumina ei vähenda siiski ajalehtede olulisust. Näiteks Tewksbury & Althussi 2000. aasta uurimusest selgus, et New York Timesi online-lugejad lugesid vähem suuri ja olulisi sise-, välis- ja poliitikauudiseid kui sama lehe paberväljaande lugejad (Lin et al 2005, a). Lisaks suutsid online-lugejad meenutada vähem erinevaid lugusid kui paberlehe lugejad. Online'i lugejad kasutasid võimalust hüpata otse nende uudisteni, mis neid huvitas, samas kui paberi lugejad pigem järgisid toimetuse poolt ette nähtud n-ö lugemistrada, lugesid pealkirju ning said vähemalt mõningast aimu erinevatest uudistest (ibid). Uurimuse autorid pöörasid tähelepanu asjaolule, et üha suurem võimalus personaliseerida uudisvoogu võib tähendada, et järjest vähem inimesi puutub kokku poliitiliselt tähtsate lugudega. Selle tagajärjena võivad online-uudiste pakkujad kujundada lugejaskonna, mis on vähem informeeritud ühiskondlikult olulistest temadest kui paberlehe

lugejaskond.

2002. aasta New Media Federationi uurimuse järgi eelistas internetti ilmateadete, meelelahutuse, spordi ja üldiste uudiste leidmiseks vastavalt 19%, 13%, 9% ja 11% (Lin, Salwen, Garrison & Driscoll 2005). Televisiooni puhul olid samad näitajad 73%, 31%, 36% ja 65% ning ajalehti eelistas vastavalt 13%, 41%, 21% ja 37% küsitletutest (ibid). See tähendab, et televisioon on see meedium, kust peamiselt kõiksugust informatsiooni eelistatakse otsida. Kuivõrd käesoleva töö autorit huvitab interneti ja paberlehe võrdlus, siis tuleb nentida, et paberleht on kordades eelistatum. Ainuke valdkond, kus online paberlehele vastu saab, on ilmateated. See on ka mõistetav, kuna internetist on võimalik saada ajas kiiresti uuenduvat informatsiooni ilma kohta. Siiski tuleb märkida, et need andmed on praeguseks juba viis aastat vanad ning seega ei pruugi reaalsust enam adekvaatselt kajastada. Arvata võib, et online'i eelistab tänaseks juba rohkem inimesi.

Lin et al (2005, b) toovad välja, et toimumas on omamoodi meediumite asendamine, kus üks meedium, mis suudab anda kiiremini sarnast informatsiooni, asendab välja vana, mis ei suuda seda enam samaväärselt teha. Meediumite asendamise hüpotees väidab, et uus meedium peab pakkuma paremat sisu, olema soodsam ja tehniliselt efektiivsem (ibid). Sellest järeldub, et internetil on olemas kõik võimalused, et ajalehti asendada. Seni pole ükski meediaettevõtte Eestis seda endale eesmärgiks võtnud, mis väljendub selles, et originaalsisu toodetakse pigem traditsioonilise meedia jaoks ning internetiversioon on vastava väljaande väiksemaks vennaks.

Sama seisukohani jõudsid ka Lin et al (2005, b), öeldes et meediumite asendamine võib toimuda ka täiendamise vormis. Sel juhul pakub online-meedia täiendavat sisu paberlehele, muutes lugeja teadmised ühtseks tervikuks.

Vengerfeldt ja Runnel (2004) väidavad, et tänased online-väljaanded ei konkureeri ajalehtede trükiversioonidega lugejaskonna võitmise nimel, vaid pigem portaalidega. Küll aga asusid 2000. aastal mitmed Eesti väljaanded piirama ligipääsu oma online-versioonile, muutes need tasuliseks. Peamine põhjus seisnes selles, et internetireklaamist saadav tulu ei katnud tehtavaid kulutusi. Kuni selle ajani oli online-väljaannetes reklaam sisuliselt puudunud. „Osaliselt võib juurdepääsupiirangute põhjuseks pidada väljaandjate oletust, et tasuta uudiste avaldamine internetis vähendab paberväljaande loetavust.“ (Vengerfeldt & Runnel 2004: 238).

Samas lisasid nad, et ajakirjandusväljaannete kasutusstatistika seda üheselt ei kinnitanud. Nende sõnul on eri uuringud näidanud, et lugejad võivad tarbida nii väljaande trükiversiooni kui ka online-versiooni paralleelselt ning ainult online-versiooni tarbijate hulk ei ole suurenenud (Vengerfeldt & Runnel 2004).

Väljaspool Eestit tehtud uuringud näitavad aga, et ajalehtede online-versiooni kasutatakse pigem siis, kui trükiversioon ei ole kättesaadav, seega on online-ajalehed sel juhul trükiversiooni asendajad. Muudel juhtudel valitakse online-versioon mõne lisaväärtuse tõttu, on selleks siis värskem info, trükiväljaande ja online-väljaande materjalide erinev pikkus või mõni muu boonus (ibid).

Engebretseni (2006) järgi vastab online-uudiste lugeja neljale tingimusele.

1. **Ühiskonnaliikmena** on veebiuudiste lugeja toimekas ning skeptiline. Pidevalt toimetavatele ning hõivatud inimestele tuleb juba esimeste hetkedega selgeks teha, et nad leiavad kiiresti ja hõlpsalt enda jaoks vajaliku info. Skeptilisus väljendub selles, et nad ei pea iseenesest mõistetavaks kõike, mida keegi neile tõe pähe esitab.
2. **Uudiste lugejana** otsitakse uut ja tähendusrikast infot. Peamiselt huvitab lugejaid teave, mis on hiljuti juhtunud nii nende vahetus läheduses kui kaugemal. Neid huvitab mitmekülgsus ja meelelahutus. Samuti tahavad nad kinnitust, et tänane maailm on suures osas samasugune nagu eile.
3. **Interneti kasutajana** surfijad ja otsijad. Kuigi Engebretsen jaotab interneti kasutajad just nende omaduste järgi, ütleb ta, et mõlemad külastavad internetis aktiivselt ka uudistekülgi. Surfajad on pigem seikluse otsijad, kes peavad leidma midagi huvipakkuvat väga kiiresti või vastasel korral liiguvad nad juba uuele lehele. Otsijatel on kindlamad sihid ning nendeni jõudmiseks kasutavad nad peamiselt otsingumootoreid ja ajalehtede puhul arhiive.
4. **Ekraani lugejatena** (*screen readers*) otsijad ja sirvijad. Siinkohal on oluline lehe ülesehitus, kujundus ja kõik muu, mis teeb võrguväljaande lugemise lihtsaks ja hoomatavaks.

1.3 Varasemad uuringud online-ajakirjanduse ja selle lugejate kohta

Kuni viimase ajani on massikommunikatsiooni uurijad internetti ja arvutivahendatud kommunikatsiooni uurinud vähe, jäädes pigem traditsioonilise meedia juurde, mis sobib mugavamalt kehtivate paradigmade ja uurimismudelitega (Morris & Ogan 2007). Üks põhjuseid, miks internetimeediat ei ole piisavalt uuritud, seisneb selles, et uurijad ei ole näinud meediumi mõju samalaadselt kui teiste meediumite puhul.

Uued tehnoloogiad on loonud uut tüüpi kommunikatsiooniahelaid, mis paneb Morrise ja Ogan (2007) sõnul uurijaid üle küsima: mis on massiauditoorium, mis on meedium ja kuidas sõnumeid vahendatakse. Uute kommunikatsioonitehnoloogiate tulek on toonud kaasa selle, et auditooriumit ei saa enam käsitleda ühese massina, vaid see on üha rohkem killustunud.

Poynteri instituut USA-s on uurinud lugemisharjumusi online'is ning paberlehtedes. Selleks kasutasid nad *eyetrackingu* meetodit: inimeste silmamuna liikumist jälgisid ja fikseerisid spetsiaalsed väiksed kaamerad. Kõige uuema, 2007. aasta uuringu tulemuse järgi loetakse online-keskkonnas artikleid põhjalikumalt kui paberil. Tulemused näitasid, et keskmiselt loetakse online'is läbi 77% tekstist, suureformaadilises paberlehes on sama näitaja 62% ja tabloidformaadis 57%. (eyetrack.poynter.org)

Ligi kaks kolmandikku online'i lugejaist luges läbi kogu artikli teksti. Tabloidide puhul oli see näitaja 68% ja suureformaadiliste ajalehtede puhul 59%. Kui kolm neljandikku paberlehe lugejaist loevad artikleid metoodiliselt (loevad oma kindla meetodi järgi), siis online'i lugejatest on pooled metoodilised ning pooled sirvijad (*scanners*).

Alternatiivselt esitatud info nagu näiteks küsimus-vastus vorm, ajatelg ning lühikesed kõrvallood aitavad lugejatel loo mõttest paremini aru saada. Alternatiivsetele vormidele pöörasid inimesed 15% rohkem tähelepanu kui tavalisele tekstile. Paberlehe lugejaid meelitasid suured pealkirjad ja fotod ning online'i lugejaid erinevad viidad nagu navigatsiooniribad. (ibid)

Paberlehe ja ajalehtede internetiversioonide erinevusi on mõnevõrra uuritud ka Eestis. Näiteks kirjutas Kaido Einama 2000. aastal oma magistritöö teemal "Ajalehe koodierinevus paber- ja

internetiversioonis”. Lihtsustatult võib öelda, et Einama uuris, kuidas erinesid Eesti Päevalehe, Postimehe ja Sõnumilehe paberväljaande ning online-keskkonna ülesehitus, töökorraldus ning ka sisu. Kuigi Einama ei kasutanud sisuanalüüsi, jõudis ta järeldusele, et internetiväljaannetes esines oluline infokadu võrreldes paberväljaannetega. “Internetis puuduvad osa elemente, mis paberil on olemas. Päris puudu on toimetuse materjali hierarhiline esitus, mis väljendab saatja suhtumist erinevatesse teemadesse, mis lugejale esitatakse. Samuti on puudu hulk graafilist infot (pildid, teabegraafika). Informatsioonile lisab internetis aga olulist väärtust lisafunktsionaalsus, mis on seotud otsinguvõimaluse ja arhiveerimise lihtsusega kasutaja jaoks.” (Einama 2000: 80).

Tuleb arvestada, et Einama töö on tänaseks juba seitse aastat vana ning eriti interneti-ajakirjandus areneb tiigrihüpetega. Seetõttu peaks Einama uurimuse tulemustesse suhtuma teatud kriitikaga. Siiski kehtivad mõned tema väited ka täna. Näiteks on senini interneti-väljaannetes puudu teatud hulk graafilist infot. Kui fotod küll üldjuhul internetti jõuavad, siis on puudu pildiallkirjad. Samuti ei ole loetav suurem osa graafikutest, mis füüsilisel kujul küll internetti riputatakse, ent kirja väiksuse tõttu lugeja neist infot ammutada ei saa.

Teine ning antud töö seisukohast tähtsam tulemus, milleni Einama jõudis, puudutas erinevate žanrite vastuvõttu eri keskkondades. Kuigi materjal žanriliselt ei teisene, siis žanrite vastuvõtt teiseneb oluliselt lugude erinevuse tõttu.

Inno Tähismaa (2003) uuris oma bakalaureusetöös, milline on ajalehe juures online-uudiste tootmiseks sobivaim meetod, millised on lugejate ootused online-uudiste suhtes ning milline on online-uudiste mõju paberväljaannete loetavusele. Tema töö fookuses oli Äripäev. Tähtsamate järeldustena tõi Tähismaa välja, et online-uudiseid loeb ja tunneb huvi lugemise vastu vaid kolmandik Äripäeva lugejatest, olgugi, et enamik lugejatest omab nii tööl kui ka kodus ligipääsu arvutile ja internetile.

Teiseks järeldas Tähismaa (2003), et online-uudised küll mõjutavad paberlehe loetavust, ent see mõju pole otsustav. Ta küsitles 17 ajalehetoimetajat, kes kõik ütlesid, et online-ajakirjandus ei sureta paberlehte välja. Küll aga arvasid mitmed toimetajad, et kümne aasta plaanis loovutavad paberlehed osa oma praegusest rollist online'ile ning online-uudistest saab peamine uudiskanal.

Merili Nikkolo (2006) on oma bakalaureusetöös uurinud Eesti Päevalehe ja Postimehe võrguväljaannete uudiste kvaliteeti. Nikkolo töö fookus on vastupidine käesoleva töö eesmärgile, kuna tema keskendus spetsiifiliselt online'i toimetuste toodetud uudiste analüüsile, kuid käesolev töö lähtub paberlehele toodetud uudistest.

1.4 Varasemad uuringud Eesti Päevalehe kohta

Andmeid Eesti Päevalehe lugejate ja loetavuse kohta on varem saadud uuringu “Mina, maailm ja meedia” (2005) kaudu. Küsitluse viisid 2005. aasta novembris läbi Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond ning uuringukeskus Faktum ning see oli jätkuks 2002. aasta detsembri analoogilisele küsitlusele.

Uuringu tulemused näitasid püsilugejate ja juhulugejate vahekorra olulist muutumist juhulugejate osakaalu suurenemise suunas viimastel aastatel (Lauristin & Vihalemm 2006). “Iga numbri järjekindlate lugejate hulk on kõigi ajalehtede puhul vähenenud ning vahetevahel lugejate, eriti aga väga harva lugejate hulk suurenenud. Elu on muutunud kiiremaks ja pingelisemaks, konkurents tähelepanu haaramise nimel teravamaks. (Lauristin & Vihalemm 2006: 4). Uuringu autorid tõid välja, et just Eesti Päevaleht on eestikeelsetest lehtedest suhteliselt kõige rohkem kaotanud püsilugejaid. Kui 2002. aastal luges Eesti Päevalehte 31% 15-74aastastest eestikeelsetest elanikest, siis kolm aastat hiljem oli sama näitaja langenud 22%ni. Samas tõusis juhulugejate osakaal 36% pealt 48%ni. Samuti kasvas lehe mõjusfääris olijate protsent varasema 67 pealt 70ni (ibid).

Lauristini ja Vihalemma (2006) järgi erineb Eesti Päevaleht teistest Eesti suurematest päevalehtedest Postimehest ja SL Õhtulehest selle poolest, et kui kahel teisel lehel on juhulugejaid jämedalt kolmandiku võrra rohkem kui püsilugejaid, siis EPLi puhul on juhulugejaid üle kahe korra enam. Nad väidavad, et EPL on paljudele lugejatele endiselt teiseks leheks Postimehe kõrval ning toovad välja lehe omanike ning toimetuse peamise ülesande, milleks on lehe selgema identiteedi kujundamine ning lugejate püsivam sidumine lehega (ibid).

Juhulugejate suur hulk lehe kogulugejaskonnast on huvitav iseärasus, kuna tegelikult müüakse üle Eesti üksikmüügis vaid 1500-2000 eksemplari päevas. Töö autor pakub omapoolse selgitusena välja, et esiteks kujuneb suur osa Eesti Päevalehe püsilugejatest konkreetsete isikuliste lehetellijate

seast. Kuna aga igat eksemplari loeb keskmiselt rohkem inimesi, siis tekib nende seast ka palju juhulugejaid. Lisaks tuleb arvestada ka sellega, et hetkel 33 500st tellijast umbes 8000 on erinevad ettevõtted, asutused ja organisatsioonid, mis eeldatavasti samuti lisab hulgaliselt juhulugejaid.

Siinkohal tuleb tähele panna, et „Mina, maailma ja meedia” uuringus ei eristatud sama väljaande paberlehe ja internetiversiooni lugejaid, mistõttu võib oletada, et nii lugejate arvust kui ka iseloomustusest on online'i lugejad välja jäänud.

Uuringu järgi loeb iga päev Eesti Päevalehte kümme protsenti eestlastest vanuses 15 – 74 aastat (Lauristin & Vihalemm 2006). „Rohkem kui teistes lugejagruppides on iga numbri lugejate hulgas vanemas keskeas inimesi. (52% vanuses 45-64) ja tallinlasi, tunduvalt vähem noori. Noorte, eriti 15-19 aastaste vähesus iseloomustab ka PM iga numbri lugejaskonda. Postimehega võrreldes on EPL iga numbri lugejate hulgas vähem vaesemaid ja vähemharitud, EPL iga numbri lugejaskond on tunduvalt elitaarsem, Postimehel laiapõhjalisem. Rohkem kui pool (55%) EPL iga numbri lugejatest on tipp- ja keskastme spetsialistid, juhid ning ettevõtjad, neid on selles lugejarühmas oluliselt rohkem kui vähemregulaarsete lugejate ja Postimehe püsilugejate hulgas. Teiselt poolt moodustavad suure osa antud grupist pensionärid (23%), vaid mittelugejate hulgas on neid veel rohkem. EPL iga numbri lugejate sotsiaalset koosseisu puhul torkab samuti silma, et selles grupis on märkimisväärselt rohkem jõukaid inimesi, seda ka PM iga numbri lugejatega võrreldes.” (Lauristin & Vihalemm 2006: 11). Lisaks toovad uuringu autorid välja, et iga numbri lugejate hulgas on märkimisväärselt rohkem jõukaid inimesi, seda ka võrreldes Postimehega.

Ka Vihalemm ja Kõuts (2004) märgivad, et Postimehe loetavus on keskharidusest madalama haridustasemega elanikkonna rühmades märkimisväärselt suurem kui Eesti Päevalehe loetavus. Samas ütlevad nad, et ka Postimeest iseloomustab lugejaskonna elitariseerumine ning kõrgharidusega inimeste oluliselt suurem lugemisaktiivsus (ibid).

Lisaks eelnevale eristab tüüpilist Eesti Päevalehe lugejat teiste lehtede, muu hulgas ka peamise konkurendi Postimehe lugejatest lugemisele kulutatav aeg. Nimelt loeb 40% lugejatest Eesti Päevalehte enam kui tunni päevas, mis on rohkem kui teiste lehtede lugejate sama arv (ibid). „Rohkem kui teistes lugejagruppides on iga numbri lugejate hulgas vanemas keskeas inimesi ja tallinlasi, tunduvalt vähem noori (Lauristin ja Vihalemm 2006: 11). Tavaline EPL-i iga numbri lugeja on seega nende järgi: kesk- või vanemaeline suhteliselt jõukas ja haritud, aktiivne ja

mitmekülgne poliitikahuviline inimene, sagedamini tallinlane.

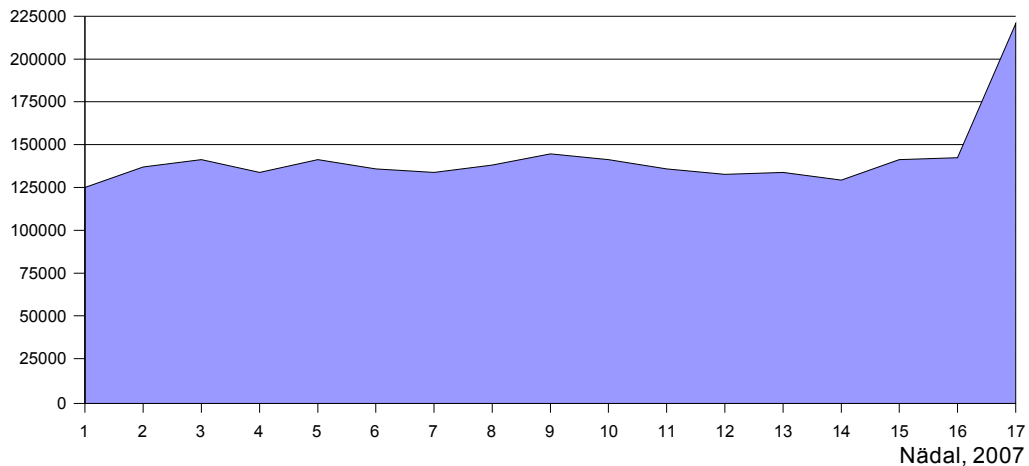
„Mina, maailm ja meedia” (Meema) uuringu jätkuna viis uuringukeskus Faktum 2006. aasta kevadel läbi fookusgruppide uuringu Eesti Päevalehe lugejate seas. Ka see uuring keskendus suurel määral Eesti Päevalehe ja Postimehe võrdlusele. Selgus, et kui mitmed lugejad arvasid, et Postimees on kallutatud paremale, siis Eesti Päevaleht ei anna kallakutest mõista. Lisaks toodi välja, et Eesti Päevalehte peetakse pigem Tallinna-keskseks ning eraldi toodi välja, et Postimehe esikaas tõmbab rohkem lugema kui Eesti Päevalehe oma (Eesti päevalehtede lugejate fookusgrupid 2006).

Kui Lauristin ja Vihalemm (2006) töid välja, et EPLi lugemiseks kulub inimestel rohkem aega kui teiste lehtede lugemiseks, siis Faktumi uuring näitas vastupidist: lugemisvaliku tegemiseks läheb küll rohkem, ent lugemiseks kulub vähem aega kui Postimehe puhul. Mõnevõrra erinevad ka kahe uuringu tulemused Eesti Päevalehe tüüpilise lugeja kohta. Kuigi Faktumi uuring peatus sellel teemal vaid põgusalt ning küllalt üldsõnaliselt, toodi välja, et EPL ei ole mõeldud liiga noortele ega liiga vanadele ning pigem leiavad sealt kõik midagi. Fookusgrupi liikmete meelest peab EPL oma lugejat intelligentseks ning arusaajaks, kellele ei pea kõike üksipulgi lahti seletama (Eesti päevalehtede lugejate fookusgrupid 2006).

Eesti Päevalehe lugejate hulka on oma trükimeedia uuringutes uurinud ka Saar Poll (Vihalemm 2004 kaudu). Nende uuringute järgi ulatus Eesti Päevalehe paberväljaande ja veebiväljaande tõenäosuslik loetavus 2003. aastal 21,7%ni elanikkonnast vanuses 15-74 aastat. Võrreldes 2000. aastaga on see protsent 1,4 protsendipunkti võrra alanenud. Üleriigilistest lehtedest edestab selle näitaja puhul Eesti Päevalehte Postimees 29%lise ja SL Õhtuleht 32,1%lise tõenäosusega. Samal ajal aga edestas Eesti Päevaleht teisi väljaandeid just veebiväljaande loetavuse tõenäosusega. EPLi 5,8% vastu said SL Õhtuleht 5,7% ning Postimees 5,1%. Siinkohal tuleb märkida, et kõigi ajalehtede vastavad näitajad on nelja aasta jooksul tõusnud paari protsendipunkti võrra.

Meema uuringu järgi eelistab viiest inimesest neli lugeda suuremaid Eesti ajalehti pigem paberilt, internetist aga umbes kümnendik. Ülejäänud eelistavad võrdselt mõlemat (Vihalemm 2004). Ka siin tuleb märkida, et just Eesti Päevalehe puhul on võrgust lugeda eelistajate protsent suurim, kuigi mitte palju.

Internetilehtede külastatavust mõõdab Eestis igal nädalal TNS Metrix (tnsmetrix.emor.ee). Selle järgi on epl.ee külastatavus käesoleval aastal olnud järgmine:



Joonis 1. Eesti Päevaleht Online'i unikaalsed kasutajad nädalate kaupa jaanuar-aprill, 2007.

Võrreldes 2006. aasta 16. nädalaga on unikaalsete kasutajate arv Eesti Päevaleht Online'is kasvanud umbes 25 000 kasutaja võrra nädala kohta. Ühes päevas käib TNS Metrixi järgi epl.ee aadressil keskmiselt umbes 45 000 unikaalset kasutajat ning nädala kohta umbes 136 000. Ülalolevast tabelist nähtub, et 2007. aasta 17. nädalal tabas epl.ee-d 55%line kasutajate arvu kasv. See on aga tingitud pronkssõduri teisaldamisest Tõnismäelt ning Tallinna tänavatel toimunud rahutustest. See on tõestus sellest, kuidas online-väljaande juurde pöörduetakse eriti massiliselt kriisiolukordades, kus on vaja kiirelt vahelduvat infot, mida paberlehest ei ole võimalik saada.

Keskmiselt 140 000 unikaalse külastajaga ühes nädalas on epl.ee Eesti võrguaadresside seas külastatavuselt 7.-8. kohal (ibid). Unikaalseid külastajaid mõõdetakse konkreetsel ajaperioodil internetilehte külastavate arvutite ip-aadresside järgi. Kuna erinevatel arvutitel on ka erinevad ip-aadressid, siis seetõttu saab ka küllalt adekvaatse tulemuse, mida arvestatakse näiteks reklaamimüügis. Ajalehtede pingereas hõiab epl.ee kolmanda koha. Teistest peajagu ees on Postimees Online, mida külastas 2007. aasta 16. nädalal 266 000 inimest. Aasta varem oli sama näitaja 140 000. Epl.ee haardeulatuses on aga SL Õhtulehe veebiväjaanne, mida külastab umbes 10 000 kasutajat nädalas rohkem. SL Õhtulehest mööda saamist nimetas Eesti Päevalehe peatoimetaja

Lea Larin ka üheks online'i eesmärgiks (Larin 2007).

1.5 Uurimisküsimused

Käesoleva töö eesmärk on leida vastused järgmistele uurimisküsimustele:

1. Kuidas erineb Eesti Päevalehe põhilehe lugude loetavus paberväljaandes ja online'is?
2. Kas ja kui, siis mille poolest erineb tüüpiline online'i lugeja paberlehe lugejast?
3. Millest võivad tekkida loetavuse erinevused?
4. Kuidas erinevad paberlehe ja online'i prioriteetid lugude esile tõstmisel?

2. Metoodika

Käesoleva töö uurimisküsimustele vastuste leidmiseks kasutatakse nii kvantitatiivset kui ka kvalitatiivset meetodit. Kvantitatiivse uuringuna viis töö autor läbi standardiseeritud küsitluse nii EPLi paberlehe tellijate kui ka EPL Online'i lugejate seas. Kvalitatiivse uuringuna viis töö autor läbi ekspertintervjuud EPLi peatoimetaja Lea Larini ja EPLO peatoimetaja Aivar Pauga.

Kvantitatiivne uuring on meedia uurimisel üks enim levinud meetodeid, kuna see on piisavalt paindlik (Wimmer & Dominick 1994). Vihalemma (2001) järgi on küsitlus peamine sekkuv uuringumeetod, mis eeldab informandi-poolset nõusolekut uuringus osalemiseks ning info andmiseks. Standardiseeritud küsitluse puhul on vastajale ette antud küsimused võimalike vastusevariantidega, mille seast vastaja valib sobivaima. Standardiseeritud küsitluse tulemusi analüüsides opereeritakse arvudega, mis on statistiliselt töödeldavad (ibid).

Wimmer ja Dominick (1994) toovad välja küsitluste eelised. Esiteks saab probleeme analüüsida realistlikes mitte tehnilikes oludes. Teiseks on küsitlust läbi viia suhteliselt odav. Kolmandaks saab suure koguse andmeid kätte suhteliselt kiirelt ja kerge vaevaga. Samas aga toovad nad välja ka kriitika. Uuring võib välja tuua teineteisest sõltuvaid muutujaid, kuid ei saa kindlalt väita, et üks muutuja põhjustab teist. Väga ettevaatlik tuleb olla küsimuste sõnastamisel, sest küsimused võivad vastajat kallutada või segadusse ajada. Lisaks ei saa olla täiesti kindel, et vastaja valib alati välja enda jaoks kõige õigema variandi (ibid).

Ekspertintervjuud on oma valdkonna asjatundjatega läbi viidud lahtiste vastustega intervjuud, kus küsitakse nende hinnanguid ja prognoose nende valdkonna olukorra ja edasiste arengute ja muu sellise kohta (Vihalemm 2001). Parema tulemuse annab, kui sama probleemi kohta küsitakse arvamusi erinevatelt ekspertidelt.

Ekspertintervjuud võimaldavad koguda detailset informatsiooni arvamuste, hinnangute, kogemuste, tunnete jms kohta (Wimmer & Dominick 1994). Intervjuu käigus on võimalik küsida jätküküsimusi sõltuvalt intervjuueeritava vastusest. Negatiivse küljena nimetavad Wimmer ja Dominick (1994) intervjuude tõlgendamise. Erinevad analüüsijad võivad sama teksti interpreteerida täiesti erinevalt.

2.1 Valim ja uuringu läbi viimine

Käesoleva töö standardiseeritud küsitluse puhul on kasutatud empiirilist valikut, mis tähendab, et uurijal on vabadus valimi moodustamisel hetkeolukorras parimana näivast võimalusest. Juhuvalkut ei saanud kasutada, kuna töö autoril puudus nii vastav ajaline-, rahaline- kui ka inimressurss.

Palve vastata internetis olevale ankeedile saadeti laiali 200le Eesti Päevalehe paberlehe tellijale ning 200le EPL Online'i registreeritud kasutajale. 400 inimese kontaktandmed saadi Eesti Päevalehe toimetusest, mingisuguseid muid valikukriteeriume enne küsitluse läbi viimist ei arvestatud. Enne küsitluskirja laiali saatmist testisid küsitlust viis inimest ning avastatud umbmäärasused ja segadused kõrvaldati. Täidetuna tuli tagasi ühtekokku 133 vastust, neist 70 paberlehe tellijatelt ning 63 online'i kasutajatelt. Üks valimis olnud inimene ähvardas küsitluse läbiviija enda õiguste rikkumise eest kohtusse kaevata, kuid ülejäänud suhtusid mõistvalt. Lisaks tuli umbes 20 inimesele saadetud kiri tagasi, kuna vastavat e-posti aadressi pole enam kasutusel.

Kuna vastavate andmete puudumisel oli valimisse võimatu valida 100% sobivas vanuses inimesi, siis eemaldas autor töö seisukohast ebasobivas vanuses inimeste vastused. Peale seda jäi alles 114 ankeeti. Seega jäi lõplikuks tagastusprotsendiks 28,5. Vastajate motiveerimiseks loositi välja kaheksa Eesti Päevalehe kirjatatud raamatut, mille pani omalt poolt välja lehe toimetus.

Küsimustiku esimene osa koosnes 9.-11. aprillil ilmunud EPLi suuremate lugude pealkirjadest. Vastajad pidid ära märkima, kas nad olid neid lugusid lugenud paberlehest, online'ist või üldse mitte. Kolme lehenumbri peale pidid küsitletavad vastama 71 artikli kohta. Uuritavad artiklid valis välja küsitluse läbiviija. Esmaspäevase lehe juurde võttis töö autor ka koos EPLiga ilmuva Spordilehe lugusid ning teisipäevase lehe juurde B-Osa lugusid. Kolmapäeval ilmuv Ärileht jäi aga küsitlusest välja, kuna seda kõik tellijad ei saa.

Küsimustiku teises osas paluti vastata oma lehelugemisharjumuste kohta ning anda hinnanguid lehe sisu ja enda huvide kohta. Samuti oli küsitluses sotsiaal-demograafiliste tunnuste plokk.

Ekspertintervjuud viis töö autor läbi Eesti Päevalehe peatoimetaja Lea Larini ning EPL Online'i peatoimetaja Aivar Pauga. Just need kaks inimest valiti välja seetõttu, et nad on kõige pädevamad rääkima sellest, kuidas ja kellele lehte tehakse ning kuidas erinevad sama ettevõtte erineva meediumi väljaanded toimetuse poole pealt vaadates. Samuti peaksid just nemad olema kõige enam kursis sellega, mille poolest kahe meediumi lugejad erinevad.

3. Tulemused

3.1 Ülevaade valimi sotsiaal-demograafilisest taustast

Küsimustikule vastas reaalselt 114 inimest. Nendest mehi oli 45 ja naisi 69 ehk vastavalt 40 ja 60%. 20-29aastaste vanusegruppi kuulus kokku 58 vastajat ning 30-40aastaste sekka 56 inimest. Nooremas vanusegrupis oli mehi 18 ning vanemas 27. Naisi oli vastavalt 40 ja 29.

Vanus	Sugu	Kokku vastajatest	Kokku vanusegrupist	Kokku
20-29aastased	Mees	16% (18 vastajat)	31%	100% (58)
	Naine	35% (40)	69%	
30-40aastased	Mees	24% (27)	48%	100% (56)
	Naine	25% (29)	52%	
Kokku		100% (114)		

Tabel 1. Valimi jaotumine soo ja vanuse alusel (sulgudes vastajate arv)

Kuigi ilmneb, et naiste osakaal on suurem ning seda eelkõige nooremas vanuserühmas, tuleb arvestada, et lehelugejate hulgas on ka naisi mõnevõrra rohkem. Seega saab antud valimi põhjal teha teatud ulatuses pädevaid järeldusi. Siiski tuleb märkida, et kuna 114 vastajat ei ole väga suur valim võrreldes suurte uuringutega, siis võib antud uuringu veaprotsent ületada 5% piiri.

Isiklik netosissetulek jagunes hämmastavalt võrdselt mõlemas vanusegrupis. Ainsa märkimisväärse erinevuse saab välja tuua kõige madalama sissetulekuga vastajate seas. 20-29aastaste seas oli alla 2000 kroonise sissetulekuga vastajaid kokku seitse, vanemas rühmas aga vaid kaks. Suurem madala sissetulekuga inimeste arv noorte seas tulenes sellest, et enamus neist olid üliõpilased. Huvitava iseärasusena võib veel märkida, et ka kõige enam ehk üle 15 000 krooni teenivaid oli rohkem just noorema grupi seas.

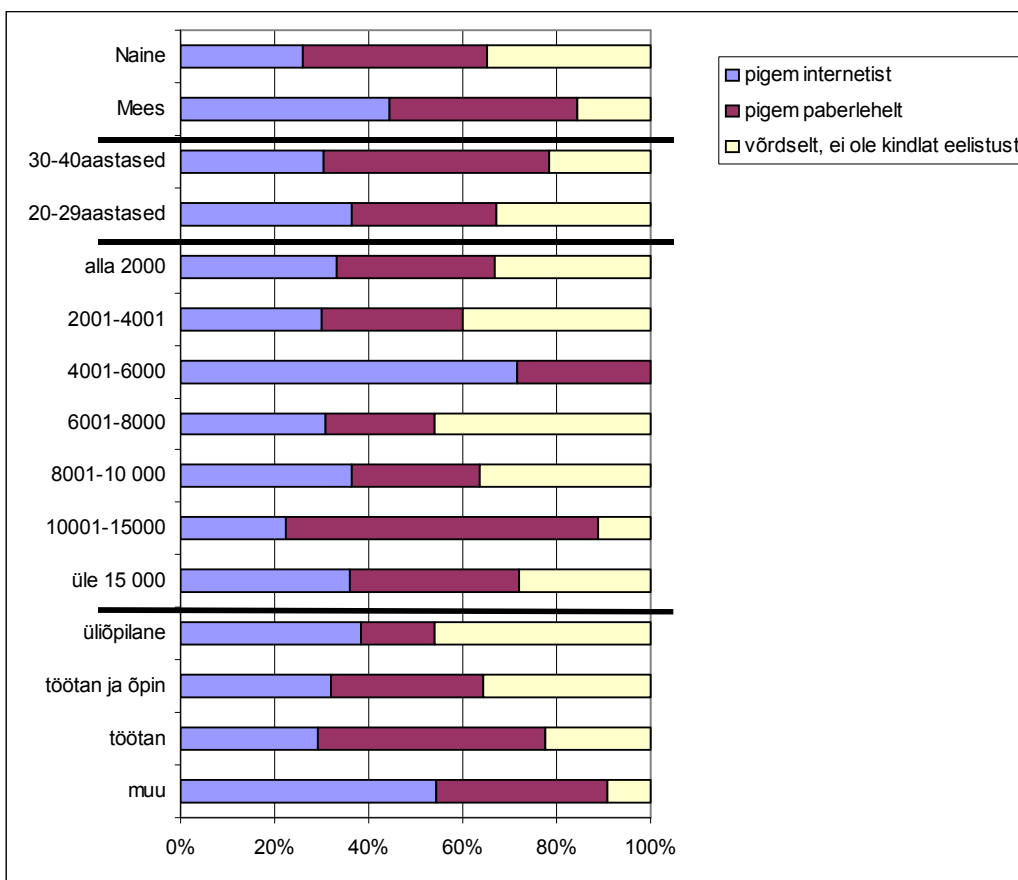
Tegevusala järgi mingisuguseid valimi usaldusväärset kahtluse alla seadvaid fakte välja tuua ei saa. Nagu eeldada võiski, siis enamus inimesi töötab või töötab ning samuti õpib. Üliõpilasi oli kokku 13 ning muu tegevusala (näiteks lapsehoolduspuhkus) olid märkinud 11 inimest.

Kolme väljakujunenud lugejagrupi iseloomustust sotsiaal-demograafiliste tunnuste alusel saab vaadata jooniselt 2 ning spetsiifilisemad joonised on esitatud lisa 2. Siinkohal tuleb märkida, et moodustunud lugejagruppide tunnused ei ole kaalutud üldpopulatsiooni suhtes ning esindavad vaid antud uuringu valimit.

Esimene lugejagrupp ehk pigem internetist EPLi lugeda eelistajad. Grupi suurus oli 38 vastajat. Mehed ja naised jagunevad selles grupis küllaltki võrdselt, ka vanuse järgi ei tule välja erinevusi. Selles grupis on rohkem pigem üle keskmise palga teenivaid inimesi kui alla keskmise teenivaid. Vähemalt 8000 kroonise netosissetulekuga inimesi oli veidi üle kolme viiendiku. Võrreldes teiste lugejagruppidega kuulub siia kõige rohkem neid, kes oli oma tegevuseks märkinud “muu” ehk kes ei tööta ega õpi. Selliseid oli kokku 15% antud grupist. Suurem osa siia gruppi kuulujatest siiski töötab või töötab ja õpib korraga. Vaid üliõpilasi oli natuke üle kümnendiku.

Teine lugejagrupp ehk pigem paberlehest EPLi lugeda eelistajad. Grupi suurus oli 45 vastajat. Siin grupis on iga kolme naise kohta kaks meest. Täpselt sama vahekord kehtib ka vanema ja noorema vanusegrupi suhtes: 30-40aastaseid on grupis 60%, 20-29aastaseid aga 40%. Kui esimeses lugejagrupis oli rohkem pigem üle keskmise palga teenivaid inimesi kui alla keskmise teenivaid, siis teises lugejagrupis kasvas see vahe veel ilmsemaks. Üle 60% siia gruppi kuuluvatest teenib netosissetulekuna kuus üle 10 000 krooni. Alla 8000 krooni teenivaid on aga vaid neljandik. Teises lugejagrupis on ka kõige enam vaid töötavaid inimesi (üle 65% kogu grupist), kaugelt kõige vähem võrreldes teiste lugejagruppidega (vaid 5%) on siin üliõpilasi. Seda aitab selgitada asjaolu, et väga suur osa EPLi tiraažist läheb tellijatele, käsimüüki läheb vaid 1500-2000 eksemplari päevas. Seega on ka loogiline, et väiksema sissetulekuga üliõpilased EPLi paberlehte väga tihti ei kohtagi.

Kolmas lugejagrupp ehk ilma konkreetse eelistuseta lugejad. Grupi suurus oli 31 vastajat. Huvitava iseärasusena on just selles grupis kaugelt kõige rohkem ehk ligi neli viiendikku kogu grupist naislugejaid. Kui teistes gruppides jagunesid lugejad kahe vanusegrupi vahelt küllaltki võrdselt või oli rohkem vanemaid lugejaid, siis kolmandas grupis on 20-29aastaseid 60% ning 30-40aastaseid 40%. Sissetuleku järgi jaguneb see grupp sarnaselt esimese lugejagrupiga: pigem on nende hulgas rohkem kõrgema sissetulekuga inimesi, ent mitte sama suures ülekaalus kui teises grupis. Sissetuleku järgi jaguneb grupp võrdsemalt. Siia kuulub ka kokku kõige rohkem üliõpilasi. Selliseid, kes märkis oma tegevusalaks kas üliõpilase või töötamise ning õppimise korraga, oli kokku veidi üle poole grupist. Suhteliselt kõige vähem kuulub kolmandasse gruppi vaid töölkäijaid inimesi.

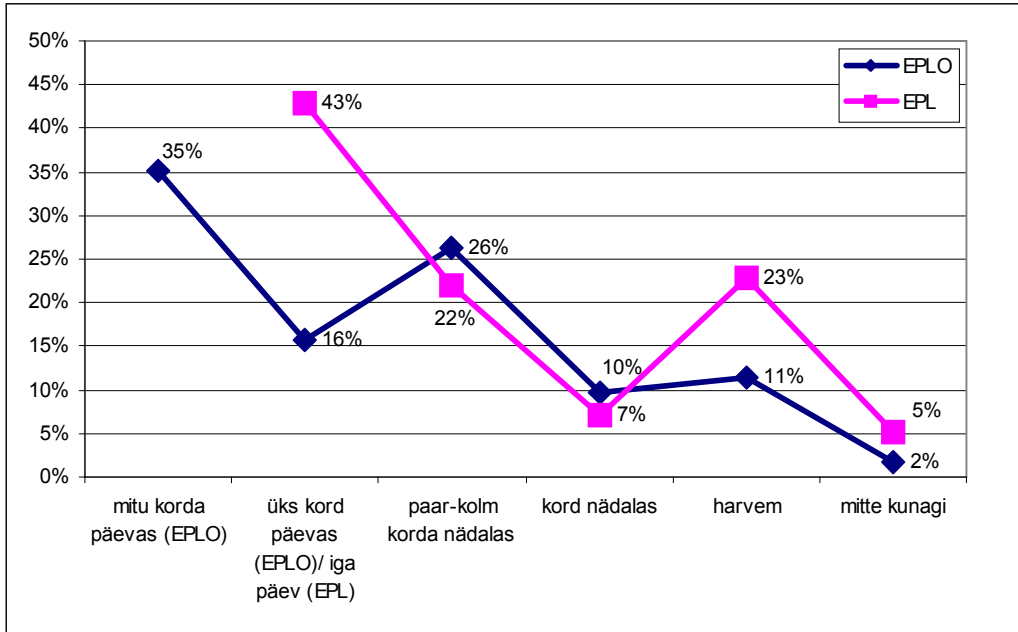


Joonis 2. Lugejagruppide jagunemine sotsiaal-demograafiliste tunnuste sees.

3.2 Lugejagruppide harjumused ning hinnangud lehele

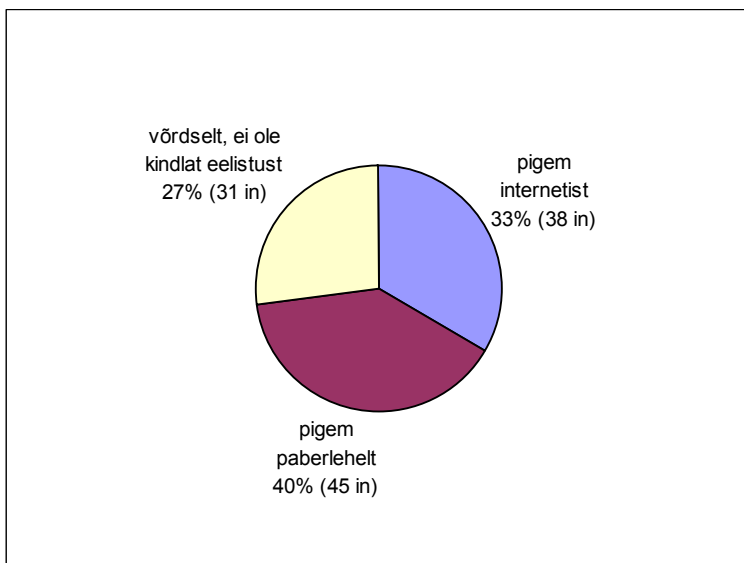
Nagu jooniselt 3 on näha, loeb suurem osa vastajatest paberlehte igapäevaselt ning online'i kas korra päevas või mitu korda päevas. Paar-kolm korda nädalas lugejaid oli võrdselt nii paberlehe kui ka online'i tarbijate seas. Kord nädalas lugejate arv oli samuti mõlema meediumi puhul ühise tunnuse suhteliselt madal ning mitte kunagi lugejaid oli kõige vähem. Just viimane arv kinnitab ühelt poolt seda, et valimisse sattusid nii-öelda õiged inimesed.

Kuna kõik vastajad pidid vastama nii küsimusele paberlehe kui võrguväljaande lugemise sageduse kohta, tuli välja, et väga suur osa EPL-i koguauditooriumist kasutab mõlemat keskkonda paralleelselt. Nii selliseid lugejaid, kes sagedase paberlehe lugemise kõrval online'i üldse ei vaata kui ka selliseid, kes just online'i igapäevase lugemise kõrval paberlehte üldse ei kasuta, olid vaid mõned üksikud. Seega võib järeldada, et mõlemad keskkonnad pakuvad mingit lisaväärtust võrreldes teisega. Küll aga tuli välja, et harvem kui kord nädalas lugejaid oli EPLOs vaid 11%. ent paberväljaandes koguni 23%.



Joonis 3. Kui tihti tavaliselt loete EPL paberväljaannet ja EPLOd?

Vastajate hulgas kujunes kolm selgelt eristuvat gruppi ehk lugejatüüpi selle alusel, kas nad eelistavad EPLi lugeda pigem paberilt, internetist või mõlemast võrdselt. Vastajate arv jagunes järgmiselt (vt Joonis 4): 38 inimest ehk 33% eelistas internetti, 45 inimest (40%) paberlehte ning 31-l (27%) ei olnud selles osas eelistust. Nagu näha, eelistatakse kõige enam ikkagi paberlehte, kuid see ülekaal ei ole märkimisväärselt suur. Internetil on samuti suur tähtsus ning ka neid inimesi, kes peavad tähtsaks nii paberlehte kui võrguväljaannet, on üllatavalt palju.



Joonis 4. Kas eelistate lugeda EPLi pigem paberlehel või internetist?

Lugejatüüpide kehtivust kinnitab ka see, kui tihti ja kust eelistatakse EPLi lugeda (Tabel 2). Pigem paberlehe eelistajatest 76% loevad paberlehte iga päev ning võrguväljaande lugemise suhtes jaotutakse ühtlasemalt. Neist 29% loeb online'i harvem kui kord nädalas, 27% loeb paar-kolm korda nädalas ning 20% loeb ka mitu korda päevas. Päevalehe internetist eelistajad loevad EPLO-d selgelt väga tihti. 37% loeb mitu korda päevas, 26% kord päevas ning 32% paar-kolm korda nädalas. Paberväljaannet loeb interneti eelistajatest suurem osa ehk 37% harvem kui kord nädalas.

Huvitav tulemus on see, et kui paberlehe eelistajate hulgas on neid, kes kunagi EPLO-d ei loe, vaid 2%, siis interneti eelistajatest on neid, kes kunagi paberlehte ei loe, lausa 16%. Võrdselt nii paber- kui võrguväljaande eelistajate seas on enamus sellised, kes loevad tihti nii paberlehte kui online'i. Justkui tulemuste õigsuse tõestamiseks ei ole selle lugejatüübi seas ühtegi inimest, kes kumbagi leheversiooni üldse ei loe. Teatud kallet võrguväljaande poole võib selles grupis aga märgata, kuna kokku 97% grupist loeb online'i paar korda nädalas kuni mitu korda päevas ning samas 23% grupist loeb paberväljaannet harvem kui kord nädalas.

Kui tihti te tavaliselt loete EPL paberväljaannet?	pigem internetist	pigem paberlehelte	võrdselt, ei ole kindlat	
			eelistust	Kokku
iga päev	11%	76%	32%	42%
paar-kolm korda nädalas	24%	7%	45%	23%
kord nädalas	13%	7%	0%	7%
harvem	37%	11%	23%	23%
mitte kunagi	16%	0%	0%	5%

Kui tihti te loete Eesti Päevaleht Online'i?	pigem internetist	pigem paberlehelte	võrdselt, ei ole kindlat	
			eelistust	Kokku
mitu korda päevas	37%	20%	58%	36%
üks kord päevas	26%	4%	19%	16%
paar-kolm korda nädalas	32%	27%	19%	26%
kord nädalas	5%	18%	3%	10%
harvem	0%	29%	0%	11%
mitte kunagi	0%	2%	0%	1%

Tabel 2. Lugejatüüpide harjumused – kui tihti loetakse EPL paberväljaannet ja EPLOd.

3.3 Lugejagruppide üldised huvid ja hinnangud Eesti Päevalehele

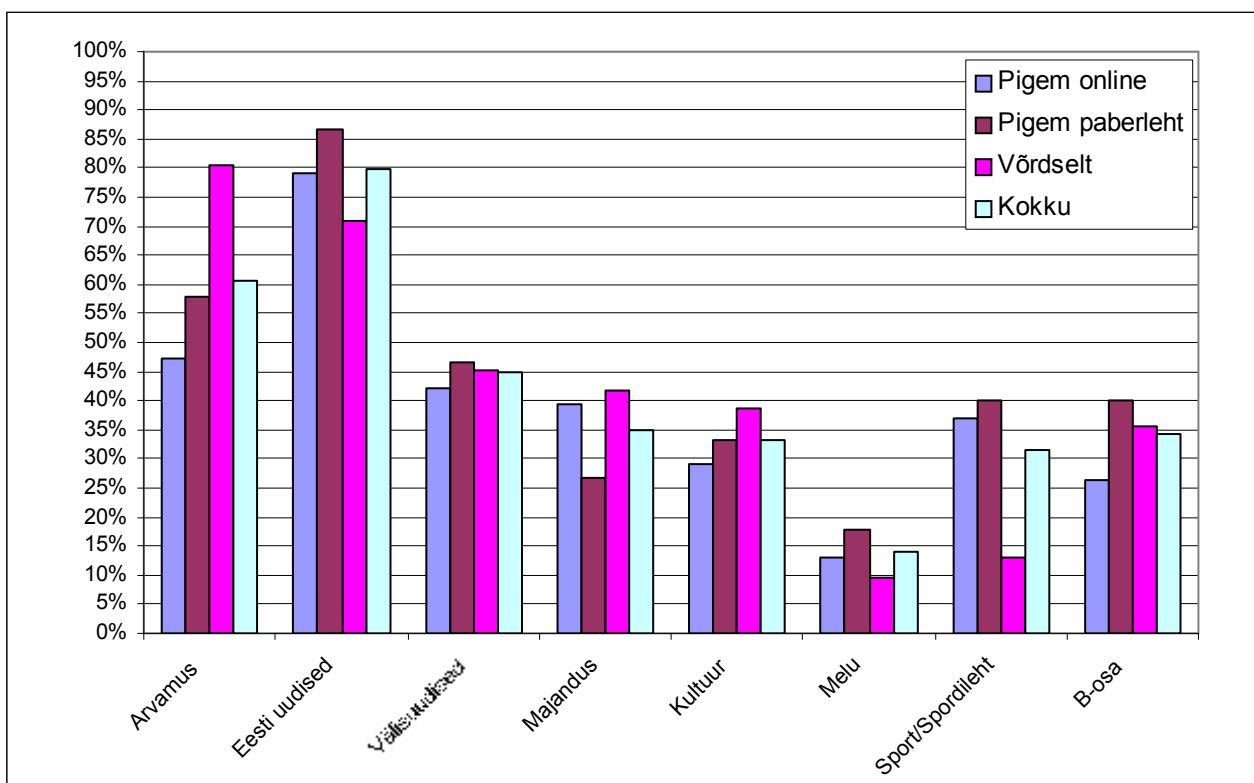
Kõigil vastajatel paluti välja tuua kuni viis kõige enam huvipakkuvat teemagrappi. Teemad olid eristatud paberlehe toimetuste järgi ning samas järjekorras nagu need paberlehes ilmuvad, et vastajatel oleks kergem oma eelistusi välja tuua. Kõik vastajad võisid märkida kuni neli meelisvaldkonda.

Tuleb välja, et kui üldjoontes on nii paberlehe kui ka online'i eelistajate huvide struktuur küllalt sarnane, siis peamiselt paberlehe lugejate huvid on intensiivsemad ning mitmekülgsemad. Nagu eeldada võiski, huvitab lugejaid kõige rohkem Eesti uudiste valdkond. Paberlehe lugejatest tõi huvitava teemana Eesti uudised välja 87% vastanutest, online'i puhul oli sama protsent 79 ning võrdselt mõlemat keskkonda eelistanute puhul 71%. Populaarsuselt teine teemavaldkond oli kõige kolme lugejatüübi seas arvamusrubriik. Ent ka arvamust eelistas kümme protsendipunkti rohkem paberlugejaid (57%) kui online'i lugejaid (47%). Üllataval kombel nimetas aramuslugusid end huvitava teemana koguni 81% kolmandast lugejatüübist. Selles grupis ongi aramuslood kõige loetavam valdkond.

Kõige ühtlasemalt jaotus lugejatüüpide huvi välisuudiste vastu. Välisuudiseid meeldib lugeda 42-47% inimestest. Kuid ka siin edestasid paberlehe eelistajad online'i eelistajaid. Ainsa valdkonnana, mille puhul online'i lugejate huvi on sagedasem, saab nimetada majandusuudiseid. Kui online'i lugejatest nimetas majandusuudiseid kaks viiendikku vastanutest, siis paberlehe lugejatest eelistab majandust vaid jämedalt võttes neljandik lugejatest.

Suured käärid tekivad ka B-osa lugemust vaadates. Paberlehest meeldib B-osa lugeda 40% inimestest, ent online'i puhul märkis selle ära vaid 26% vastanutest. See võib olla tingitud sellest, et paberlehe vahelt on kaks korda nädalas ilmuv B-osa leitav lihtsalt, kuna seda esitletakse eraldi vahelehele. Online'is tuleb aga B-osa leidmiseks natuke rohkem vaeva näha, kuna selle osa artikleid ei mängita tavaliselt online'i avaküljel suurena välja. Seega ei pruugi suur osa online'i lugejatest lihtsalt kursis olla ning omada täit ettekujutust, mida see B-osa õigupoolest tähendab ja millest seal kirjutatakse.

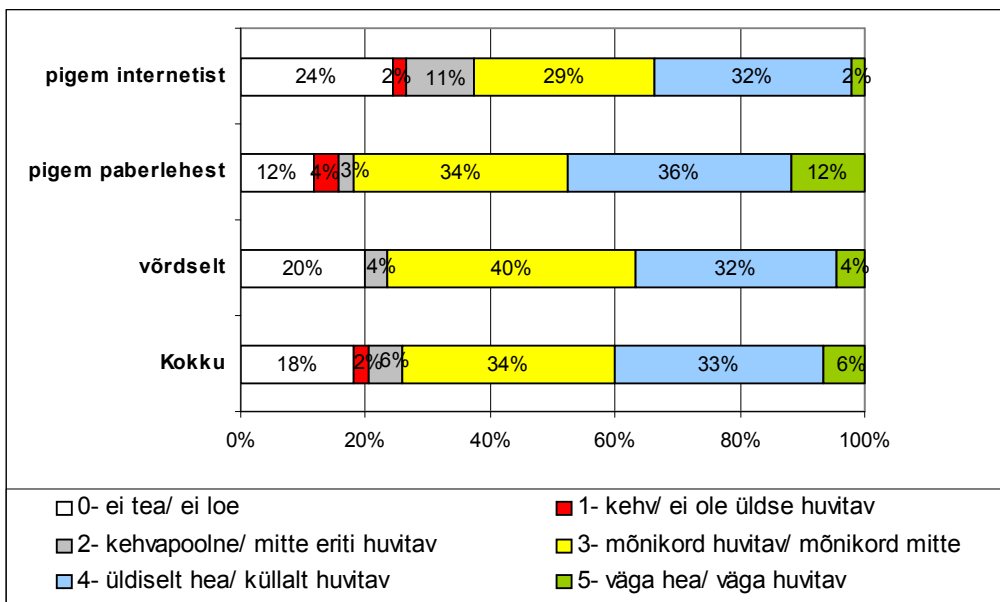
Seega tuleb lugejagruppide üldiseloostusena nentida, et paberlehe eelistajate huvid on mitmekülgsemad ning põhjalikumad kui online'i eelistajate huvid. Kui tüüpiline online'i lugeja otsib vaid paari teda huvitavat valdkonda puudutavaid artikleid, siis paberlehe lugeja vaatab terve lehe läbi ning leiab teisigi huvipakkuvaid uudiseid. Eraldi tuleb välja tuua, et võrdselt nii paberlehte kui võrguväljaannet lugevate inimeste huvid kipuvad mõnel puhul olema veelgi laiemad. Tõenäoliselt on nende hulgas palju selliseid inimesi, kes hommikul loevad läbi paberlehe ning siis päevapeale otsivad online'ist veel värskeid uudiseid. Nende ülisuure huvi arvamuskülje vastu võib panna selle arvele, et neile meeldib lugeda teiste inimeste kommentaare end huvitavatele teemadele ning võib-olla ka ise sõna võtta.



Joonis 5. Mis teemad teid kõige rohkem huvitavad?

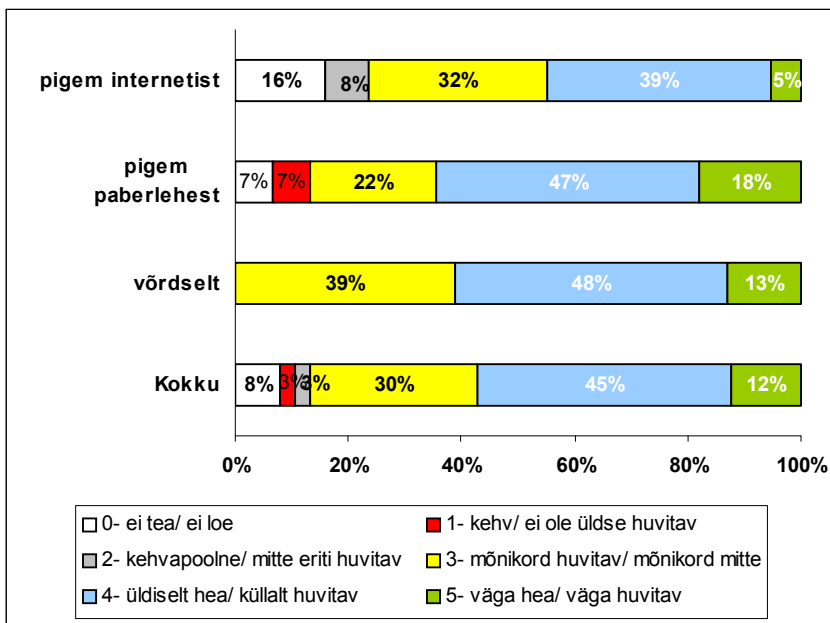
Küsitlusele vastajatel paluti hinnata, kuidas nad hindavad teemade valikut erinevate toimetuste lõikes. Selgus, et paberlehe lugejad andsid erinevate toimetuste teemavalikule kokku märgatavalt kõrgema hinnangu kui online'i eelistajad ning need, kellel selget eelistust välja kujunenud ei ole (joonis 6). Ligi pooled (48%) paberlehe eelistajatest hindasid teemade valikut kas küllalt heaks või väga heaks. Online'i eelistajate seas oli sama näitaja 34% ning ilma selge eelistusega lugejate seas 36%. Samuti tuli ilmne vahe sisse kõige kõrgema hinnangu andjate seas: paberlehes oli neid 12%, online'is vaid 2% ning võrdselt lugejate hulgas andis parima hinnangu vaid 4%.

Samas näitasid paberlehe eelistajad ka kokkuvõttes kõige suuremat kriitikat teemade valiku üle, ent seal ei kärisenud erinevused nii suurteks, jäädes paari protsendipunkti piiresse. On näha, et paberlehe eelistajatel on kõige selgemini oma hinnangud välja kujunenud. Seda tõestab asjaolu, et vaid 12% neist ütles mõne toimetuse lugude kohta, et ta ei loe seda üldse. Võrguväljaande eelistajate hulgas oli selliseid vastuseid koguni kaks korda rohkem. See kõik näitab, et tüüpiline Eesti Päevalehe lugeja on paberlehe nägu. Ei saa tõmmata paralleeli keskmise paberlehe lugeja ning keskmise online'i lugeja huvide, harjumuste ja suhtumise vahele.



Joonis 6. Lugejate hinnang teemade valiku kohta kõikide toimetuste lõikes

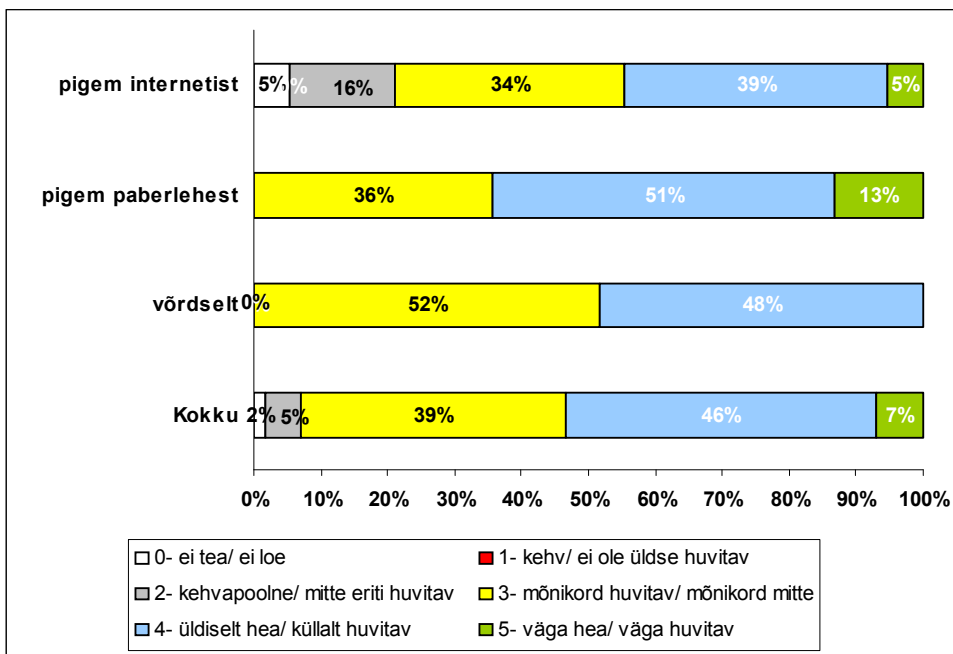
Kui vaadata erinevatele toimetustele antud hinnanguid eraldi, tulevad vahed eredalt välja arvamusküljele (joonis 7) ning Eesti uudistele (joonis 8) antud hinnangutes. Üldiselt hea või väga hea hinnangu arvamuskülje lugudele andis kokku 65% paberlehe eelistajatest. Selgelt negatiivse hinnangu vaid 7%. Online'i eelistajate hulgas kiitis teemade valiku samas heaks 44% vastanutest, 16% neist aga ei loe aramuslugusid üldse. Ilma konkreetse eelistuseta grupp ehk kolmas lugejagrupp jäi oma hinnangutes vahepeale: nende hulgas oli küll vähem arvamustoimetuse teemade valikut väga heaks kiitjaid, ent samas ei olnud ka mitte kedagi, kes oleks andnud kas kehvapoolse või väga kehvva hinnangu.



Joonis 7. Kuidas hindate temade valikut arvamusväljal?

Seda, et paberlehe lugeja on ka paberlehe nägu, kinnitavad aga veelgi paremini Eesti uudiste temade valikule antud hinnangud. Mitte ükski paberlehe eelistajatest ei vastanud, et ta ei loe Eesti uudiseid, ta ei leia nendes üldse mitte midagi huvitavat või mitte eriti huvitavat (kolm kõige „nõrgemat“ kategooriat). 36% neist pidas Eesti uudiseid mõnikord huvitavaks, 51% üldiselt huvitavaks ning 13% väga huvitavaks. Ilma konkreetse eelistuseta lugejate hulgas esines aga vaid kahesugust ning küllalt võrdselt esindatud arvamust: 52% sõnul on Eesti uudised mõnikord huvitavad ning 48% sõnul enamasti huvitavad. Kõige pessimistlikumad aga olid taaskord online'i eelistajad, kellest 16% arvas, et Eesti uudised on kehvapoolsed, mitte eriti huvitavad. Lisaks ütles 5%, et ei tea või ei loe Eesti uudiseid.

Üks põhjuseid, miks online'i eelistajad andsid Eesti uudistele ning edaspidi ka teiste toimetuste temade valikule madalama hinnangu, võib peituda selles, et online'i küljelt lihtsalt ei leita paberlehe uudiseid üles. Nagu teooriasaski kirjutatud, peab online'i lugeja tähelepanu võitma ning lugema meelitama paarikümne sekundiga, mis ta uudisteküljel veedab. Kuna aga online'i esiküljel ei saa suuri ning tähtsaid uudiseid väga hästi välja mängida, siis on tähelepanu võitmine tohutult palju keerulisem kui paberlehe puhul.



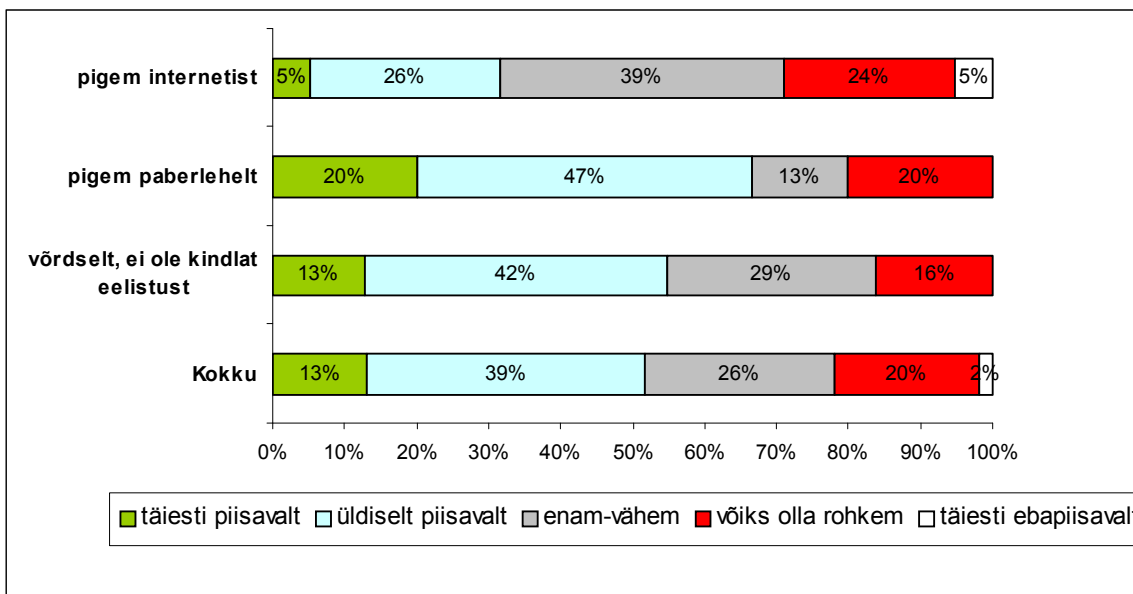
Joonis 8. Kuidas hindate teemade valikut Eesti uudistes?

Kokkuvõttes ei olnud mitte ühegi toimetuse puhul online'i eelistajad lugude valikuga rohkem rahul kui paberlehe eelistajad. Veelgi drastilisemad vahed tekkisid näiteks sporditoimetuse tööle hinnangu andmises. Paberlehe eelistajatest andis spordiosakonnale üldjoontes kiitva hinnangu 60%, online'i eelistajatest aga kõigest 24%. Kõikide toimetuste teemade valikule antud hinnangutest on esitatud joonised lisas 3.

Sarnased erinevused tulid välja ka konkreetsemast küsimusest vastaja enda meelisteemade kajastamise üle. Ligi 70% paberlehe eelistajatest vastas, et tema meelisteemad on kajastatud kas üldiselt piisavalt või täiesti piisavalt. 13% leidis, et meelisteemad on kajastatud enamvähem piisavalt ning viiendik, et võiks olla rohkem. Mitte keegi neist ei pakkunud varianti „täiesti ebapiisavalt“. Online'i eelistajatest oli oma meelisteemade kajastamisega aga rahul vaid 31% vastanutest. Seega on kaks korda rohkem paberlehe eelistajaid rahul enda meelisteemade kajastamisega EPLis kui online'i eelistajad.

Võrreldes paberi eelistajatega erines kõige rohkem „enamvähem piisavaks“ hinnante arv – online'is oli neid 39% ehk kolm korda rohkem kui paberlehe lugejate hulgas. See näitab, et online alles kujundab oma lugejat välja ning EPL Online'i toimetuse peaks võtma eesmärgiks kasvatada üldiselt rahulolijate hulka enamvähem rahulolijate hulga arvelt. Pigem online'is EPLi lugeda eelistav lugejagrupp oli ka ainus, kus vastati, et meelisteemad on kajastatud täiesti ebapiisavalt, selliseid vastuseid oli antud grupis 5%.

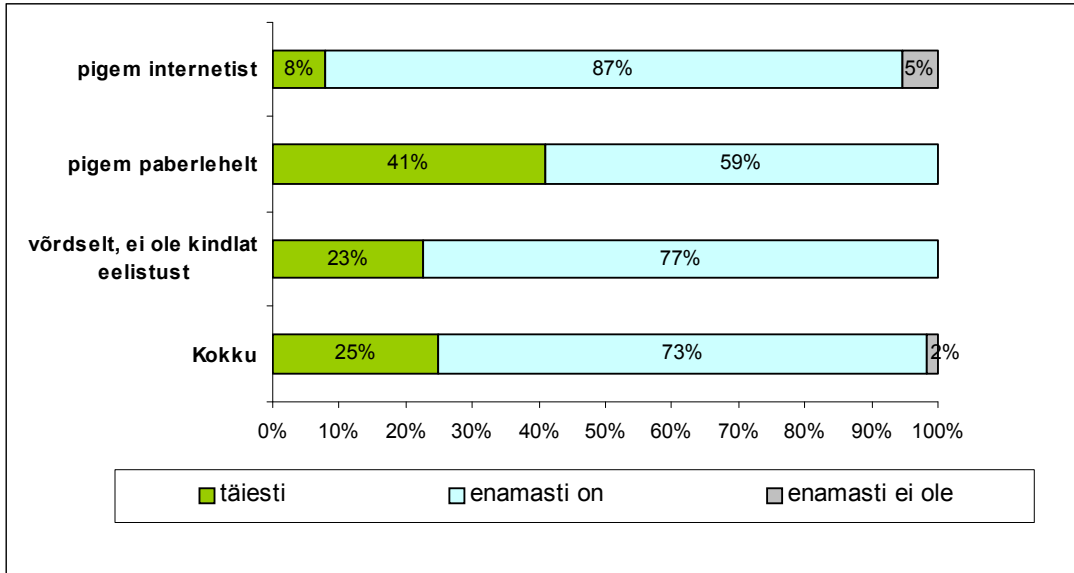
Ilma konkreetse meediumi-eelistusega lugejagrupp jäi oma hinnangutes kahe teise grupi vahele ehk nii-öelda üleminekugrupiks. Huvitava tulemusena võib välja tuua, et just selles grupis hinnati meelisteemade kajastatust EPLis ebapiisavaks kõige vähem. Kuna mõlemast meediumist EPLi tarbivad inimesed puutuvad paratamatult suurema hulga informatsiooniga kokku, siis on ka mõneti loogiline, et kokkuvõttes positiivseid hinnanguid oli nende seas rohkem.



Joonis 10. Kuidas on teie hinnangul teie meelisteemad lehes kajastatud?

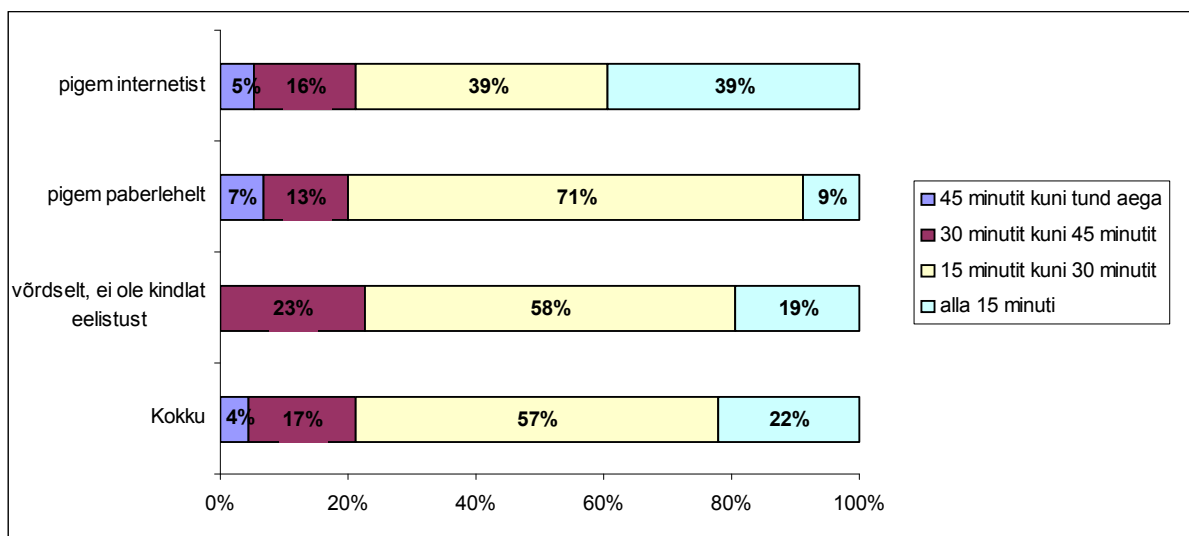
Küsitluses uuriti ka seda, kas lugejate hinnangul on Eesti Päevalehe lood ladusad ja hõlpsasti arusaadavad (joonis 11). Küsitletavatel oli võimalik valida kolme variandi hulgast: täiesti ladusad ja hõlpsasti arusaadavad, enamasti on ja enamasti ei ole. Kõige rahulolevamad lugude ladususe üle olid taas kord paberlehe lugejad. Igast viiest inimesest kaks ütles, et artiklid on täiesti arusaadavad. Online'i lugejagrupis oli sama protsent aga vaid 8, ilma eelistusega grupis aga vahepealne 23. Varianti „enamasti ei ole“ pakkus taaskord vaid online'i lugejagrupp – neist arvas nii 5%.

Siinseid erinevusi põhjustab tõenäoliselt asjaolu, et paberlehe artiklid on ikkagi mõeldud ja kirjutatud paberlehe formaati, küljendus- ning kujundusviisi arvestades. Tahes-tahtmata avaneb näiteks sama uudist paberlehest ja sama uudist online'ist lugema asuva inimese ees hoopis teine pilt. Paberlehes on artikli lugemine tehtud võimalikult hõlpsaks, põhilugu toetab enamasti väiksem kõrvallugu, lugejale on abiks pildimaterjal ja/või infograafikud ning kindlasti aitab ka see, et kogu lugu on korraga nii-öelda silma ees. Online'i aga tõstetakse paberlehe lood lihtsalt ümber, infograafikud loetakse ei ole ning enamasti ei lisata isegi fotoallkirju, lisaks mõjub teksti ladususele ka see, et ekraanil on korraga vaid väike osa kogu loost.



Joonis 11. Kas Eesti Päevalehe lood on teie meelest ladusad ja hõlpsasti arusaadavad?

Ühes päevas kulutab esimesse lugejagrupperi kuuluv vastaja Eesti Päevalehe lugemisele enamasti alla poole tunni. Võrdselt 39% ütles, et kulutab alla 15 minuti ning 39%, et EPLi jaoks kulub päevas 15 kuni 30 minutit. Paberlehe eelistajatest aga koguni 71% märkis, et päevas kulub EPLi peale 15-30 minutit, alla 15 minuti päevas loeb neist EPLi vaid 9%. Huvitaval kombel kulub üle poole tunni päevas kummaski grupis jämedalt 20% vastanutest. Seega kasutab suhteliselt suurem osa online'i eelistajatest online'i eelkõige kiire info saamiseks ning ei kasuta seda pikemate analüüside lugemiseks ning teemadesse süüvimiseks. Samas näitavad tulemused, et selline grupp EPLO kasutajaid, kes just online'ist ka süüvimist nõudvamat materjalid otsib, on siiski juba välja kujunenud või kujunemas. Kuigi kõigil vastajatel oli võimalus ka valida variant „rohkem kui tund päevas“, ei valinud seda keegi.



Joonis 12. Kui palju aega tavaliselt korraga kulutatakse Eesti Päevalehe lugemisele?

3.4 Paberlehe ja online'i lugude edetabelid

Tabelites 3 ja 4 on toodud 9.-11. aprilli Eesti Päevalehe paberlehe lugude loetavuse edetabelid nii paberväljaande kui ka online'i puhul. Kui mõlemad edetabelid kõrvutada, siis selgub, et esikümnest kattus vaid neli lugu. Perioodi kõige loetavam lugu paberlehes oli Eesti uudiste küljel ilmunud Anneli Ammase uudis „Autokoolide tase langeb iga aastaga“, mida luges 36% paberlehe eelistajatest. Online'ist luges sama uudist 35% inimestest ning seal saavutas antud uudis edetabelis teise koha.

Paberlehest loetud artiklite esikümnes oli vaid üks lugu, mille loetavuse protsent ning koht oli suurem online'is. Selleks oli uudis „Ilves selgitas venelastele Eesti ajalugu“. Online'is luges seda uudist kaks protsendipunkti rohkem vastanuid kui paberlehest. Kogu esi 20 peale oli selliseid artikleid veel vaid kaks, mida online'ist loeti rohkem kui paberlehest. Kõige suurem erinevus aga ilmnes Tallinna külje uudise „Elevant Carl saab suurema maja“ loetavuse puhul. Kui paberlehest luges seda kolmandik vastanutest, siis online'ist vaid 12%. Paberlehe kuuenda koha kõrvale sai antud uudis online'i topis vaid 32. koha. Üldjuhul kehtis ka reegel, et mida rohkem edetabelis allapoole, seda märgatavamaks kujunesid vahed paberlehe ning online'i edetabeli vahel.

		Paberleht	Online	Ei lugenudki	Vastamata	Koht online loetavuse topis
1	Eesti uudised:Autokoolide tase langeb iga aastaga	36%	34%	28%	3%	2
2	Eesti uudised:Alimentide maksustamine pahandab üksikema	36%	28%	36%	1%	6
3	Eesti uudised:Krasnodarska küla tänaval Krimmis kõlab laste suus selge eesti keel (Reportaaž Krimmi Eesti külast)	34%	21%	45%	0%	12
4	Arvamus, Mihkel Raua kolumn:Need vanad kirjanditeemad (laupäeval kirjutavad abiturientid kirjandit)	33%	20%	45%	3%	13
5	Eesti uudised:Ilves selgitas venelastele Eesti ajalugu (kokkuvõtte presidendi online-intervjuust Venemaa BBC-le)	33%	34%	32%	1%	3
6	Tallinn:Elevant Carl saab suurema maja	33%	12%	50%	5%	32
7	Eesti uudised:Peagi annab Tallinn veel kümme kooli erafirmadele	30%	28%	38%	4%	7
8	Meedia:Auhinnatud pressifoto põhjustab avalikku arutelu	30%	13%	55%	1%	28
9	Eesti uudised:Lääne-Virumaal eksis talu juurde paarikuune karupoeg	29%	20%	47%	4%	14
10	Eesti uudised:Saaremaal sündinud mees redutas punkris koos Adolf Hitleriga	29%	20%	49%	3%	15
11	Eesti uudised:Uuring: iga neljas noor on sooritanud õigusrikkumise	29%	26%	43%	1%	8
12	Eesti uudised:Isad hiilivad elatise maksimisest kõrvale	28%	41%	30%	1%	1
13	Eesti uudised:Õpikute kirjastajad surusid ainenõukogud tööst kõrvale	28%	17%	51%	4%	20
14	Arvamus, Aavo Koka kommentaar:Koosolekul võeti noad välja (juhtimisteemaline)	26%	8%	64%	1%	46
15	Tallinn:UNESCO: Tulevane Eesti Raudtee hoone rikuks vaate vanalinnale	26%	7%	64%	3%	49
16	Eesti uudised:Haruldane saatjaga kalakotkas Maria jõudis Aafrikast koju	25%	13%	58%	4%	29
17	Arvamus, juhtkiri:Palun kvaliteetselt! (Valitsusleppe lubadusest ETV-le ja Eesti Raadiote rohkem korrespondente)	24%	9%	62%	5%	40
18	Majandus:GoBusi bussijuhid nõuavad uuest aastast kuupalgaks 11 000 krooni	24%	29%	45%	3%	5
19	Arvamus, juhtkiri:Noorsugu ei ole hukas	24%	14%	58%	4%	24
20	Tallinn:Arheoloogid jõuavad kaevetöödega peagi Vabaduse väljaku parklasse	24%	12%	63%	1%	33

Tabel 3. Paberlehest loetud lugude edetabel

Edetabeli paremaks lahti mõtestamiseks tuleb vaadata, kuidas esimesed lood olid esile tõstetud paberlehes. Paberlehe loetuim uudist „Autokoolide tase langeb iga aastaga“ asetati 10. aprilli lehes

4. küljele ehk mängiti tolle päeva kõige tähtsamaks uudiseks. Uudisele anti tugev viide ka esiküljel, kus oli reklaamlausena kirjas, et juhilubade buum ahvatleb võltssõiduõppele. Ka suur, kuue veeru laiune foto meelitas lugema. Samas on ka teema piisavalt huvitav, mida tõestas ka online'i edetabelis saavutatud teine koht.

Küllalt huvitav tulemus on uudise „Alimentide maksustamine pahandab üksikema“ asetumine teisele kohale, kuna seda uudist ei reklaamitud välja esiküljel ega väärtustatud kuidagi muud moodi eriliselt.

Kolmandale kohale tuli Kristiina Viironi reportaaž „Krasnodarska küla tänaval Krimmis kõlab laste suus selge eesti keel“. Tegemist on kahel küljel asunud reportaažiga, mida illustreeris neli fotot ning eraldi asukohajoonis. Seega on ka küllaltki loogiline, et paljud lugejad selle reportaaži enda jaoks avastasid.

Perioodi kõige loetavam lugu online'is – uudis „Isad hiilivad elatise maksmisest kõrvale“ - saavutas aga paberlehes alles 12. koha. Huvitav on see, et just online'i kõige loetavam lugu saavutas ka kokku kõige kõrgema loetavuse protsendi. Seda uudist luges 41% küsitlusele vastanutest online'ist, paberlehe edetabeli edukaimat lugu luges aga 36%.

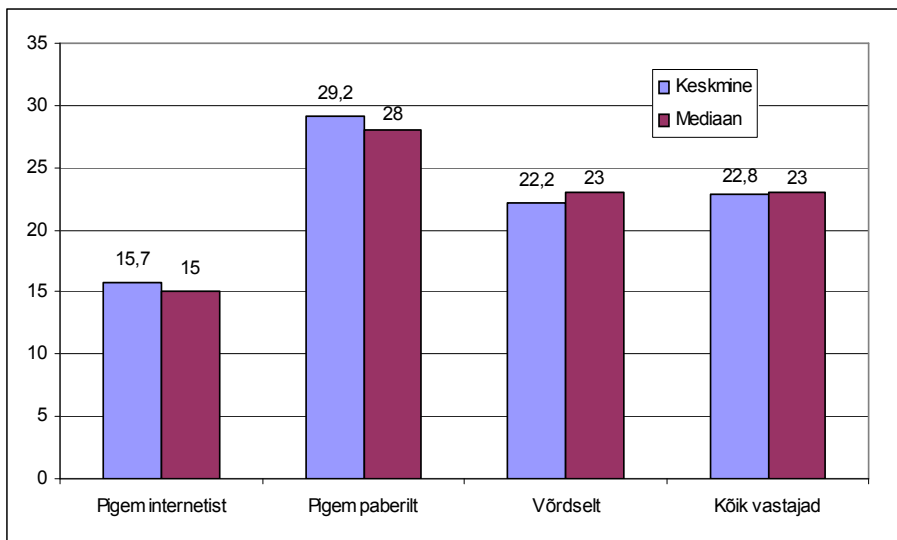
Lisaks tuli eredalt välja, et online'ist loetakse märksa enam majandusuudiseid kui paberlehest. Paberlehes aetus niiõelda edukaim majandusuudis „GoBusi bussijuhid nõuavad uuest aastast kuupalgaks 11 000 krooni“ alles 18. ning seda luges paberilt 24% vastanutest. Online'i edetabelis mahtus aga esimese 11 hulka koguni kolm majandusuudist ning esi-viies oli neid kaks.

	Paberleht	Online	Ei lugenucki	Vastamata	Koht paberlehe loetavuse topis
1 Eesti uudised:Isad hiilivad elatise maksmisest kõrvale	28%	41%	30%	1%	12
2 Eesti uudised:Autokoolide tase langeb iga aastaga	36%	34%	28%	3%	1
3 Eesti uudised:Ilves selgitas venelastele Eesti ajalugu (kokkuvõtte presidendi online-intervjuust Venemaa BBC-le)	33%	34%	32%	1%	5
4 Majandus:Üheksa muukeelset teenindajat kümnest jäid eesti keelega hätta	20%	30%	46%	4%	34
5 Majandus:GoBusi bussijuhid nõuavad uuest aastast kuupalgaks 11 000 krooni	24%	29%	45%	3%	18
6 Eesti uudised:Alimentide maksustamine pahandab üksikema	36%	28%	36%	1%	2

7	Eesti uudised:Peagi annab Tallinn veel kümme kooli erafirmadele	30%	28%	38%	4%	7
8	Eesti uudised:Uuring: iga neljas noor on sooritanud õigusrikkumise	29%	26%	43%	1%	11
9	Sport:Marko Asmer kihutas Inglismaal esimeseks	20%	26%	53%	1%	36
10	Tallinn:Noortele motorollerijuhtidele algas kevad tänavu õnnetusterohkelt	22%	25%	51%	1%	26
11	Majandus:Pensionile tahab eestlane jääda alla 60-aastaselt	22%	24%	51%	3%	32
12	Eesti uudised:Krasnodarska küla tänaval Krimmis kõlab laste suus selge eesti keel (Reportaaž Krimmi Eesti külast)	34%	21%	45%	0%	3
13	Arvamus, Mihkel Raua kolumn:Need vanad kirjanditeemad (laupäeval kirjutavad abiturientid kirjandit)	33%	20%	45%	3%	4
14	Eesti uudised:Lääne-Virumaal eksis talu juurde paarikuune karupoeg	29%	20%	47%	4%	9
15	Eesti uudised:Saaremaal sündinud mees redutas punkris koos Adolf Hitleriga	29%	20%	49%	3%	10
16	Arvamus, Henn Kääriku arvamuslugu:Demokraatia võimalikkusest Eesti Vabariigis (arutlus demokraatiast kui rahva võimust)	16%	20%	63%	1%	48
17	Arvamus, Agu Uudelepa arvamuslugu: Kas minna propagandasõtta või mitte? (propagandasõjast Venemaaga)	22%	18%	58%	1%	28
18	Eesti uudised:Tamkivi: Natura alad on ebaolulised	20%	18%	57%	5%	37
19	Välismaa:Venemaal seljatab usk opositsiooni (Jaanus Piirsalu reportaaž ülestõusmispüha ristikäigust Moskvas)	13%	18%	66%	3%	56
20	Eesti uudised:Õpikute kirjastajad surusid ainenõukogud tööst kõrvale	28%	17%	51%	4%	20

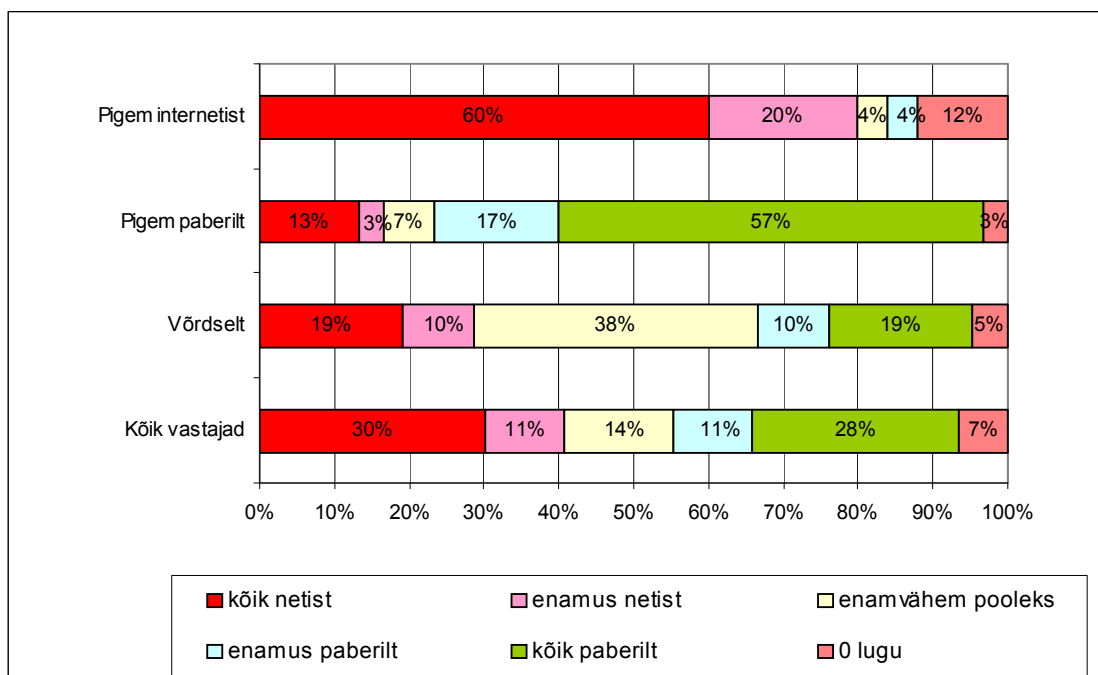
Tabel 4. Online'ist loetud lugude edetabel

Jooniselt 13 selgub, et kõigi lugejagruppide peale kokku lugesid vastajad kolme päeva jooksul keskmiselt 22,8 lugu. See keskmine arv kajastab ka üsna realselt tegelikku seisu, sest ka mediaan oli 23 lugu. Kaugelt kõige aktiivsemad lugejad olid paberlehe eelistajad: nemad lugesid keskmiselt 29,2 lugu. Online'i eelistajad aga lugesid ligi kaks korda vähem paberlehe artikleid ehk keskmiselt 15,7 lugu. Ilma konkreetse eelistuseta lugejad aga 22 lugu. Siit ilmneb ka põhjus, miks ülal toodud edetabelites saavutasid samal positsioonil asunud paberlehest loetud lood keskmiselt 5 protsendipunkti võrra kõrgema reitingu.



Joonis 13. Mitut lugu vastajad lugesid

Naiivne oleks arvata, et kõik online'i eelistajad lugesid kõiki lugusid just internetist või et kõik paberlehe eelistajad lugesid kõiki lugusid kindlasti paberlehest. Mõlemast grupist luges vaid vastavast meediumist kõiki lugusid umbes kaks viiendikku küsitletutest. Üle kümnendiku paberlehe eelistajatest luges aga kõik lood hoopiski online'ist. Hämmastavalt ühtlaselt jagunesid aga kolmanda lugejagrupi tulemused. Kui 19% luges kõik lood internetist, siis täpselt sama paljud lugesid ka kõik lood paberilt. 10% luges enamuse lugudes internetist, ent jällegi täpselt sama paljud lugesid ka suurema osa lugudest paberlehest. Ning vahepeale jäi 38%, kes luges võrdselt nii online'ist kui paberlehest.



Joonis 14. Kust vastajagrupid lugusid lugesid

3.5 Eesti Päevalehe toimetuse teadlikkus kahe meediumi lugejate erinevustest ning nende põhjustest

Selleks, et teada saada, millest võivad tekkida loetavuse erinevused paberväljaannet ning online'i võrreldes ning kuidas erinevad paberlehe ja online'i prioriteedid lugude esile tõstmisel, viis töö autor läbi ekspertintervjuud Eesti Päevalehe peatoimetaja Lea Larini ning EPL Online'i peatoimetaja Aivar Pauga.

„EPLi tüüplugeja on intelligentne, haritud, hästi teeniv, maailma vastu huvi tundev, palju muud meediat tarbiv, palju raamatuid ostev inimene. Me peame seadma oma artiklite ja lehetegemise puhul sihtmärgi sellele, et meie lugeja ei oota meelelahtust. Ta on pigem konservatiivne, ta tahab saada süvaülevaadet maailma ja Eesti asjadest.“ (Larin 2007)

Siinkohal tuleb märkida, et Larin pidas EPLi tüüplugejana silmas paberlehe tüüplugejat. Süvaintervjuudest selgus, et erinevalt paberlehe lugejaskonnast ei ole online'i lugejaskonda põhjalikult uuritud. EPLO peatoimetaja Aivar Pau hinnangul on tüüpiline online'i lugeja reeglina kontoritöötaja, kes tuleb hommikul tööle, lööb arvuti lahti ja vaatab, mis erinevad uudistekanalid pakuvad (Pau 2007). Pau sõnul kinnitab seda ka kogutud statistika.

Kuigi vastavaid uuringuid ei ole varem EPLis tehtud, ei usu Larin, et tüüpiline online'i lugeja sarnaneks tüüpilise paberlehe lugejaga. *„Ühest küljest ma tahan toetuda maailma kogemusele, teisest küljest avaldada arvamust, /---/ et paberväljaande ja võrguväljaande lugejaskond ei kattu, vaid kuskil keskel on nagu ühisosa ja kummalgi pool on siis ääred inimestest, kes tarbivad ainult paberväljaannet, ja inimestest, kes tarbivad ainult võrguväljaannet. (Larin 2007)*

Sarnane jaotus tuli välja ka käesolevast uuringust, et lugejad jaotuvad suhteliselt võrdselt kolmeks: paberlehe eelistajad, online'i eelistajad ning ühisosana grupp, kes eelistab mõlemat meediumit võrdselt.

Tuleb arvestada sellega, et kui paberlehe lugeja kujunebki välja pelgalt paberlehe artikleid lugedes ning nende vahetus mõjusfääris olles, siis online'i puhul on lugejat mõjutavaid tegureid rohkem. Lisaks paberlehe peegelpildi pakkumisele pakub online ka iga päev kümnete kaupa oma uudiseid, fotorepotaaže, nüüd juba ka videoklippe. Lisaks vahendab EPLO näiteks TV3 Seitsmeste Uudiste teleuudiseid, pakub rubriiki „lugejalt lugejale“ jne. Seega, kuigi paberlehe lood on üks tähtis osa kogu EPL Online'i süsteemist, on see siiski vaid üks osa paljudest. Ka Larin rõhutas, et online'i märksa laiemate võimaluste tõttu eeldab ta, et online'i lugejad on laiema profiiliga.

„Online spetsiifikast tulenevalt põhiline eesmärk on ju toota kiiresti kvaliteetseid uudiseid, mis tähendab seda, et potentsiaalis unikaalse uudise eluiga on lühike. Me püüame kõiki lugejaid, mitte ainult selliseid, kes eelistavad justnimelt EPL paberväljaannet. Ja lisaks online's me suudame pakkuda ka teistsuguseid platvorme, mis paberlehes pole võimalikud. Me oleme suutelised pakkuma videoid, me oleme suutelised lugejate kommuuni kaasa haarama, pakkudes neile võimalust kaasa lüüa EPLO sisu tootmises. Ma arvan, et see lugejaskond on oma profiililt laiem. Seal on igasuguste inimeste esindajaid.“ (ibid)

Larini jutust jäi kõlama, et võrguväljaandes ja paberlehes paberlehe lugude lugemise intensiivsus on tema hinnangul erinev, kuna kaasa mängivad mõlema platvormi spetsiifikad. *„Paberlehe väljaande spetsiifika võimaldab lugeja tähelepanu tõmmata, lugu teha atraktiivseks mitmete momentidega, mis internetis ei ole võimalik. Paberlehe tüüpilised sisendid artiklisse, mis kutsuvad lugema on atraktiivne pealkiri, siis pildimaterjal – olgu siis graafiline illustratsioon, foto või pulloudid. /.../ Olen vastupidi täiesti veendunud, et internetis peab inimene otsuse langetama, kas artikli pealkirja või siis teinekord - kui on internetis kuvatud kohe ka liid – juhtlõigu järgi, et internetis langetab inimene otsuse peamiselt atraktiivse pealkirja järgi. Kaasa mängib siis ka võimalikult atraktiivne*

liid, mistõttu kujuneb ilmselt see loetavuse edetabel erinevaks sellest, mis on paberlehes väga tarbitud artiklid.“ (Larin 2007)

Nagu ülalpool toodud tulemustest ka selgus, pidas Larini oletus paika: paberlehest loeti lugusid tõepoolest märgatavalt rohkem kui online'ist. Samas ei saa antud töö põhjal teha kindlaid järeldusi, miks see nii on. Selleks oleks vaja läbi viia edaspidised uuringud, mis aitaks välja selgitada, mis konkreetselt mõjutab ühte või teist artiklit lugema. Siinkohal võiks kõne alla tuua näiteks süvaintervjuud lehelugejatega vahetult pärast lehenumbri lugemist.

Üks põhjus, miks online'ist vähem lugusid loetakse, on tõenäoliselt see, et online'i avaküljel mängitakse suurelt välja vaid üks uudis. Samuti ei püsi paberlehe lood online'is avaküljel kaua, kuna hommikul alustatakse teiste väljaannete refereerimisega ning päevapeale tuleb samuti suur hulk online'i enda toimetuse toodetud uudiseid. Fotoruum on eraldatud ainult iga rubriigi esiuudisele ning seegi ruum on väga kitsas ning fotod tihti kadreerimata. Seega peavad lugejad artiklite leidmiseks nägema rohkem vaeva kui paberlehe puhul ning kui pealkiri ei ole piisavalt ahvatlev, siis ei pruugi suurem osa neist aega raisata, et pealkirjale vajutades rohkem infot saada.

Larin tõi süvaintervjuus välja, et online'is on unikaalse uudise eluiga väga väike, vaid minutite pikkune. Seega ei saagi eeldada, et paberlehe kõva uudis püsiks online'is terve päeva avaküljel kõige tähtsama loona. EPLO toimetuse töö näeb ette iga tunni jooksul uue avauudise leidmise ja üles riputamise.

„Valik, mis on võrguväljaandes avalugu või pealugu, need kriteeriumid iseenesest on sarnased ajalehe avaloo valikuga. Peab olema mida eksklusiivsem seda parem, ma ütlen kohe, kuigi uudise eluiga internetis on loetavam vaid minutites, kuni konkurendid selle ära kopeerivad. Selle mõju ulatus, olulisus, teema tähtsus. Valikuprintsiip ei erine paberlehe valikuprintsiibist.“ (Larin 2007)

Ka EPLO peatoimetaja Aivar Pau vastustest ilmnas, et online'i põhieesmärk võrreldes paberlehe uudistetoimetusega on üldjoontes sama – toota kuumi uudiseid (Pau 2007). *„Erinev on uudisele lähenemine - meie jaoks on primaarne operatiivsus, paberleht läheb asja lahkamisega rohkem süvitsi, vaatab kaugemale, pakub kohati ka autori arvamusi.*“ (ibid)

Ka siit lähtub, et kuna online'i jaoks on primaarne operatiivsus, ei jäeta paberlehe uudistele just liiga palju aega avaküljel „laiutada“. Seda kinnitab tsitaat Pau intervjuust: *Samas möödub mõni tund ja värsked päevauudised lükkavad lehelood tagaplaanile.*

Mõneti vastuoluline on see, et Pau sõnul praktiliselt ei juhtu, et online'i toimetuse meelest kõige tähtsamad lood ei ole samad, mis paberlehes kõige tähtsamaks mängitud on. „...*hommikuti on ikka paberlehe tähtsad lood kõik ka meie tähtsamate uudiste hulgas. Väga palju sõltub sellest, mida teised lehed teevad, mõni refereering võib ka sealt esiplaanile tõusta.*“ (Pau 2007) Kuid nagu ülalpool öeldud, lükkavad värsked päevauudised paberlehelood üsna kiiresti avaküljelt minema.

Aivar Pau sõnul otsustab selle, milline on antud hetke tähtsaim uudis, päevatoimetaja. „*Päevatoimetaja otsustab seda pidevalt. Tähelepanu juhtimiseks on tegelikult ainult üks viis - tõsta ta lehe etteotsa nähtavale kohale. Jälgime sealjuures vaistu, päevakajalisust ning lisaks saame pidevalt vaadata, kui palju üks või teine lugu lugejaid kogub - ka selle alusel tõstame esialgu tagaplaanile jäänud lugusid ettepoole. Lisaks saame tähelepanu juhtida uute lugude külge eelmisi samal teemal tehtud lugusid sidudes.*“ (Pau 2007)

4. Diskussioon ja järeldused

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli välja selgitada, kuidas eristuvad üksteisest Eesti Päevalehe paberväljaande lugejad ning online'i lugejad. Lisaks nendele kahele grupile tekkis töö käigus veel ka kolmas lugejagrupp ehk need, kellel ei ole kindlat eelistust, kumba meediumi kasutada. Lisaks uuris töö autor, kui palju paberlehe jaoks toodetud lugusid loetakse paberväljaandest ja kui palju online'ist ning millest võivad loetavuse erinevused tekkida.

Selgelt joonistus välja kolm lugejagruppi: esimene grupp ehk need, kes eelistavad EPLi lugeda online'is, teine grupp ehk need, kes eelistavad paberlehte ning kolmas grupp ehk need, kellel ei ole kindlat eelistust välja kujunenud. Kõik grupid jäid ligilähedaselt samasse suurusjärku, moodustades üldvalimist vastavalt 33%, 40% ja 27%. Seega on näha, et kardetud internetimeedia pealetung, mis vana meedia ehk antud juhul paberlehe välja sööks, ei ole vähemalt veel toimunud. Paberlehest eelistab uudiseid lugeda veel rohkem inimesi kui internetist. Samas tuleb nentida, et kahe grupi suuruse vahe ei ole üldse mitte suur ning kuna varem analoogilisi uurimusi läbi viidud ei ole, siis on ka keeruline öelda, milline on trend.

Samuti peab arvestama, et ei saa tõmmata konkreetset eraldusjoont paberlehe lugejate ning online'i lugejate vahele, kuna toimub aktiivne erinevate meediumite ristkasutamine. Selliseid inimesi, kes ütlesid, et nad online'i ei kasuta mitte kunagi, oli kogu grupist vaid 2%. Neid, kes aga paberlehte ei loe mitte kunagi, oli küll mõnevõrra rohkem ehk 5%, ent sedagi on vähe.

Üks tähtsamaid küsimusi seisneb selles, mis suunas liigub grupp, kellel ei ole kindlat eelistust kujunenud. Kas grupi suurus on püsiv või kahaneb see kas ühele või teisele poole? On raske uskuda, et kolmas grupp hakkaks kalduma paberlehe poole, sest selleks peaksid nad online'is millegi pärast põhjalikult pettuma. Lisaks tuleb arvestada, et ega paberlehe toimetused ning online'i toimetused omavahel lugejate pärast ei võitle.

Töö autori hinnangul on tõenäoline, et just kolmas lugejagrupp hakkab edaspidi kasvama, kuna nii paber kui ka online täiendavad teineteist teatud punktides. Nagu ka Eesti Päevalehe peatoimetaja Lea Larin ekspertintervjuus välja tõi: „Ajalehtede tulevikuosas on maailmas tänu interneti teisele tulekule äärmine optimism. Pigem nähakse ja näen ka mina seda, et võrguväljaannete tugevus ja suur lugejaskond, video- ja häälpatformid, mida on võimalik pakkuda, toetavad brändi. Lõppude lõpuks on meie põhiväärtus bränd Eesti Päevaleht ja see, mil moel lugeja ja mis tehnilise baasi pealt meie põhi businessi saab ehk infot, ei ole üldse oluline. Usutakse, et võrguväljaanne

suurendab ajalehtede lugejaskonda tervikuna, toovad juurde uusi lugejaid uutest põlvkondadest. Muudavad kaubamärgi tuntumaks. Pigem maailmas on öeldud seda, et need, kes keskenduvad ainult paberväljaandele, nende puhul on oht kaubamärgile suur.“ (Larin 2007) Larin lisas, et pigem võib paberlehele ohtlikuks saada kojutellitava ajalehe majandusmudel, kuna lehe kätte toimetamine muutub üha kallimaks.

Seega peaks olema EPLi toimetuse eesmärk töötada suunas, et kahe kindla eelistusega grupi kõrval ei oleks kolmanda grupi tunnuseks see, et neil pole kindlat eelistust, vaid hoopis see, et nende eelistus oleks mõlemad meediumid korraga. Ehkki vastavat küsimust uuringus osalejatele ei esitatud, võib järeldada, et kolmas lugejagrupp koosneb üldistades kahest osast. Ühelt poolt kuuluvad sinna gruppi need, kes loevad sagedasti (tihemini kui kord nädalas) nii paberlehte kui ka online'i. Sellised inimesed pöörduvadki online'i tõenäoliselt selleks, et otsida täiendust paberlehest loetule näiteks kommentaaride näol, või jälgida, kuidas mõni sündmus päeva jooksul edasi areneb. Selline auditoorium on töö autori hinnangul just see, mille suurendamise nimel leht tugevalt töötama peaks.

Teiselt poolt kuuluvad aga nii kolmandasse kui ka esimesse gruppi need, kes satuvad nii paberlehte kui ka online'i lugema pigem juhuslikult. Kui ette juhtub või meelde tuleb, siis loetakse-vaadatakse, aga süsteemselt ja regulaarselt lehele tähelepanu ei pöörata. Seda tõestab asjaolu, et esimesest lugejagrupist 39% ning kolmandast grupist 19% kulutavad EPLi lugemisele korraga aega alla 15 minuti. Paberlehe eelistajate puhul oli sama protsent kõigest 9. Küll aga ei erine kolme grupi puhul märkimisväärselt nende hulk, kes korraga loevad lehte üle 30 minuti. Järelikult on paberlehe eelistajate lugejagrupp oma olemuselt homogeensem kui ülejäänud grupid.

Samas tuleb lehe toimetusel ka vaeva näha selle nimel, et online'i eelistajad võtaks piltlikult öeldes üle paberlehe lugejate arvamused ja hinnangud. Praegu erinevad need päris suurel määral.

Töö raames läbi viidud küsitluse tulemused võimaldavad järeldada, et kui Eesti Päevalehe paberlehel on välja kujunenud omanäoline lugejaskond, siis online'il sellist veel ei ole. Kindlasti saab seda põhjendada ajaloolise taustaga. Paberväljaande traditsioon on aastakümnete vanune ning kaasaegne Eesti Päevaleht on püsinud ilma suuremate sisuliste muutusteta samuti aastaid. Eesti Päevaleht Online on küll ka juba üle kümne aasta vana, ent alles praegu hakkab ta võtma oma ilmet. 1990ndate aastate keskel alustanud pelgast paberlehe peegeldusest internetist on läbi aastate välja kasvanud midagi märksa laiemat. Lisaks paberlehe artiklitele töötab ka online'i enda toimetus, mis ei kirjuta pelgalt pressiteateid ümber, vaid toodab ka originaaluudiseid. Online'i haare on laiem

kui pelgalt ajakirjanduslike tekstide vahendamine: pakutakse videoklippe, haaratakse lugejaid kaasa sisu tootmisse (rubriik „Lugejalt lugejale“), lisaks on olemas erinevat sorti meelelahutust alates sudoku mängudest kuni e-kaardi saatmise võimaluseni. See kõik tähendab, et ka kasutajaskond, mis sellel küljel tekib, on tunduvalt laiema profiiliga kui paberlehe lugejate seas, sest paljude jaoks ei pruugigi peamiseks põhjuseks lehekülje külastamisel olla ajakirjandusliku info otsimine.

Seetõttu on ka küllalt loogiline, et paberlehte hindav auditoorium tunneb just uudiste, reportaažide ja muude artiklite vastu märksa suuremat huvi kui online'i eelistajad. Tulemustest selgus, et kui teine lugejagrupp luges kolmepäevase uurimisperioodi vältel keskmiselt 29,2 lugu (mediaan 28), siis online'i eelistajad vaid 15,7 (mediaan 15). Paberlehe eelistajate ligi kümme lugu päevas on väga tugev tulemus, mida kinnitab asjaolu, et EPLi peatoimetaja oleks rahul, kui loetaks kuus lugu päevas. Tegelikult ületas ka online'i eelistajate sama tulemus peatoimetaja ootusi, kuna käesolevas töös uuriti ainult paberlehe lugude lugemist. Online'i enda toodang jäi küsimustikust välja.

Paberlehe eelistajaid huvitab märksa laiem valik teemasid kui online'i eelistajaid. Vaid majandusuudiste puhul jäi paberlehe eelistajate huvi väiksemaks kui esimesel lugejagrupil, ülejäänute puhul aga oli paberlehe grupi huvi kuni 15% kõrgem. Seda, et online'i eelistajad on väljaandega märksa nõrgemalt seotud, näitasid ka nii teemade valikule antud hinnangud, vastaja lemmikteemade kajastamisele antud hinnangud, EPLi lugude latususele antud hinnangud ning lugemisele kulutatav aeg. Kõigi nimetatud punktide puhul andsid selgelt parema vastuse paberlehe eelistajad, võrdse eelistusega grupp jäi vahepeale ning online'i eelistajate hinnangud olid kõige karmimad.

Küsitluse tulemusena valmis reaalne edetabel, kui palju ja milliseid paberlehe lugusid loetakse paberlehest ning kui palju loetakse samu artikleid online'ist. Selgus, et kahe meediumi niinimetatud edetabelid erinesid küllalt suures ulatuses. Näiteks paberlehe edetabeli esimese kümne loo hulka kuulus kaks artiklit, mis online'is jäid alles 30. koha piirile. Esikümnest kattus üldse vaid neli lugu ning vaid üks uudis saavutas täpselt sama koha. Online'i edukamaks looks kujunes aga uudis „Isad hiilivad elatise maksmisest kõrvale“, mis paberlehes tuli alles 12. kohale. Teise iseärasusena tuleb välja tuua, et online'i edetabelis mahtus viie loetuma loo hulka koguni kaks majandusuudist, paberlehe edetabelis jäi parim majandusuudis aga alles 18. kohale.

Kui võrrelda kahte kujunenud edetabelit kohtade kaupa, siis ilmnes, et samal kohal asunud lugu luges paberlehes keskmiselt umbes 5% rohkem inimesi kui vastaval kohal olnud lugu online'is. Sellest järeldub, et online'is loevad inimesed keskmiselt vähem paberlehe lugusid kui loetakse

paberlehest. Sama tõestas ka hilisem andmete analüüs, mille järgi loeti kolme päeva jooksul paberlehest keskmiselt 29 lugu, ent internetist vaid 15. Seega seisab lehetegijate ees ka küsimus, kuidas meelitada online'i kasutavaid inimesi lugema rohkem artikleid. Ekspertintervjuudest selgus, et üheks võimaluseks on paberlehe uudistele online'i keskkonnas anda uus pealkiri ning liid, mis muudaks artiklid ühelt poolt otsingumootoritele märksa söödavamaks ning teiselt poolt meelitaks inimesi rohkem lugema. Samas on olemas ka lihtsamaid ja kergemaid viise.

Töö autori seisukoha järgi tulekski alustada just lihtsamatest sammudest: näiteks serverida uudiseid online'is sarnaselt paberlehega. Praegusel hetkel on palju arenguruumi näiteks epl.ee avalehel fotode kasutamises. Kui samm avalehelt edasi minna, siis paberlehe lugude juurde pannakse online'is küll samad fotod, mis paberilgi ilmusid, ent enamasti on fotod ilma allkirjata. Kui artikli juurde on lisatud graafik, pannakse see looga kaasa ka online'i, ent reaalselt graafikult mingit infot välja lugeda on online'is sisuliselt võimatu, kuna graafiku mõõtmed on selleks liiga väikesed.

Tähtis on aspekt, et online'is kaob suurem osa paberlehe artiklitest kiiresti nii-öelda pildilt. Kui arvestada, et inimesed otsustavad, mida lugeda, tihti just avakülje järgi, siis on tõenäoline, et nad suurt osa enda jaoks huvitavaid artikleid ei leiagi üles. Avaküljele aga liiguvad hommikuti küllalt kiiresti teiste lehtede tähtsamate uudiste refereeringud ning seejärel juba värskemad päevasündmused. Lugejaid jäävad koguma ainult kõige tugevamad lood, mis leitakse üles avaküljel olevast enimloetud lugude nimistust. Sellele viitasid oma intervjuudes nii Larin kui ka Pau.

Huvitav on edaspidi jälgida, kuidas hakkab muutub Eesti Päevaleht Online'i külastatavus. Käesoleva töö kirjutamise hetkel esines kaks märkimisväärset sündmust, mis mõlemad mängivad online'i arengus märkimisväärset rolli.

Ühelt poolt aprilli lõpu ja mai alguse rahutused Tallinnas ning Ida-Eestis koos pronkssõduri teisaldamisega Tõnismäelt Kaitseväge kalmistule. Nagu varem ka viidatud, tõusis sellel ajal epl.ee külastatavus umbes poole võrra ning serverite ummistuse tõttu jooksis lehekülg maha. Pärast rahutuste lõppemist ning teema fookusest langemist on külastajate arv küll mõnevõrra langenud, ent mai lõpuks on see jäänud pidama umbes 170 000 piiri peal. Seega on külastajaid igal nädalal vähemalt 30 000 rohkem ning EPLi ülesanne on muretseda selle pärast, et see number endisele tasemele (umbes 140 000) ei langeks.

Teiseks võttis EPL Online paar päeva peale rahutuste algust kasutusele uue kujunduse, mis samuti mängib oma osa lugejate meelitamisel. Avaküljel on senisest vähem jäetud ruumi suurte uudiste välja mängimiseks ning märksa tähtsamale kohale on tõstetud arvamused. Töö autori isiklikul hinnangul on uus kujundus muutnud kiiremaks paberlehe teemade lükkumist tagaplaanile ning tähtsustab rohkem online'i toimetuse enda tööd. Teiselt poolt on aga avaküljelt nüüdsest lihtsam leida üles paberlehe lugusid, mille tarbeks on loodud eraldi rubriik.

Kui lisada siia juurde ka fakt, et online'i enda artiklite tootmise maht kasvab alatasa (viimased muutused: Päevaleht Comment rubriigis ilmuvad online-toimetuse toodetud arvamused, sisse ostetakse Reutersi videoid jne), siis on lehe külastajal ees umbes poole suurem valik erinevaid lugusid kui pelgalt paberlehe lugejal. See muudab ühelt poolt lugejate valiku keerulisemaks ning raskendab ka eeldatavalt suuremat kaalu omavate paberlehe lugudeni jõudmist, ent teiselt poolt jätab lugejale suurema valikuvabaduse. Küllap peab varsti hakkama mõtlema küsimuse üle, kui suur maht online-küljel on piisav ja tuleb ette vaadata, et epl.ee ei hakkaks uppuma iseenda toodangusse.

Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli uurida, kui palju loetakse Eesti Päevalehe paberlehe artikleid paberlehest ja kui palju online-keskkonnast. Läbiviidud küsitluse tulemusena tekkinud edetabelite paremaks tõlgendamiseks selgitas töö autor välja, millised lugejagrupid lähtuvalt meediumi kasutamisest on tekkinud ning mille poolest need erinevad. Lisaks viis töö autor läbi kaks ekspertintervjuud – Eesti Päevalehe peatoimetaja Lea Lariniga ning Eesti Päevaleht Online'i peatoimetaja Aivar Pauga. Intervjuud aitasid selgitada tausta, kuidas lehe toimetus korraga kahes meediumis lugejate huvi püüab ning millised on paberlehe ja online'i toimetuste nägemused oma lugejast.

Küsitlusest tuli selgelt välja kolm iseseisvat lugejagruppi, kuhu vastanud jaotusid küllaltki võrdselt. Esimesse gruppi kuulusid vastajad, kes eelistavad Eesti Päevalehte tarbida pigem interneti kaudu. Teise gruppi kuulusid need, kes eelistavad Eesti Päevalehte lugeda paberlehest ning kolmandasse need, kellel ei ole selget eelistust ühe või teise meediumi suhtes välja kujunenud. Selgus, et kõige positiivsemaid hinnanguid Eesti Päevalehe erinevate toimetuste tööle ning kogu lehele andsid paberlehe eelistajad, kõige vähem positiivsemaid aga online'i eelistajad. Kolmas lugejagrupp jäi enamasti kahe eespool nimetatud vahele. Sellest järeldas töö autor, et kui paberleht on suutnud välja kujundada enda-näolise lugejaskonna, siis online seda veel suutnud ei ole. Lisaks näitasid tulemused, et paberlehe lugejat ja online'i lugejat ei saa kindlasti mitte hõlmata ühiste nimetajate alla, kuna tegemist ei ole homogeense auditooriumiga.

Märkimisväärne erinevus tuli ka välja selles, kui mitut artiklit ühe või teise meediumi eelistajad keskmiselt loevad. Kui paberlehe eelistajad loevad päevas keskmiselt kümme uudist, siis online'i eelistajad vaid nappid viis artiklit. Kolmanda lugejagrupi tulemus jäi taas kord kahe eelmise vahepeale.

Küsitluse tulemusel valmis kaks edetabelit 9.-11. aprilli Eesti Päevalehe paberlehes ilmunud artiklite loetavuse kohta. Esimeses edetabelis reastati artiklid loetavuse järgi paberlehes ning teises edetabelis samad artiklid loetavuse järgi võrguväljaandes. Selgus, et edetabelid kattusid hämmastavalt vähe. Vaid neli artiklit mahtus mõlema edetabeli esimese kümne hulka. Samas online'i esimeseks tuli uudis, mis paberlehes saavutas 12. koha. Paberlehe esikümnes oli aga kaks lugu, mis online'is jäid alles 30. koha piirimaile.

Küsitluse tulemused näitasid, et eeldus, et online'i eelistaja loeb lehte vaid internetist ning paberlehe eelistaja vaid paberlehest, ei pea kaugeltki mitte paika. Küllalt suurel määral toimub meediumite riskasutus ning tähelepanuta ei saa jätta kolmandat lugejagruppi, kes tarbivad küllalt aktiivselt mõlemat leheversiooni. Just kolmanda lugejagrupi suurendamises ning aktiveerimises näeb töö autor lehe toimetuse üht suuremat eesmärki.

Intervjuudest lehe juhtidega selgus, et online'i auditooriumi pole seni põhjalikumalt uuritud. Üldiselt läksid käesoleva töö tulemused kokku intervjuueeritavate ettekujutustega. Lisaks töid intervjuueeritavad välja põhjuseid, mille poolest erineb lugeja lugema meelitamine paberlehe ja online'i puhul. Online'is on lugejate meelitamiseks võimalusi kasinalt: peale atraktiivse pealkirja aitab kaasa ka näiteks loetavuse edetabelite reaajas kajastamine. Paberlehes on võimalused aga laiemad: alates pealkirjast kuni fotode, graafikute ning esiletõstetud tsitaatideni.

Kui EPLi peatoimetaja Lea Larin ütles, et ta oleks rahul, kui ühest lehenumbri loeks paberlehe lugeja läbi kuus lugu ning online'i lugeja viis kuni kümme lugu, siis küsitluse tulemused näitasid paremat seisut. Paberlehe eelistaja luges keskmiselt kümme lugu ning online'i lugeja viis. Siinkohal tuleb märkida, et Larini hinnang online'i loetavuse kohta sisaldas ka online'i toimetuse enda toodangut, mida antud töös ei uuritud.

Kuna varem ei ole töö autorile teadaolevalt uuritud sama väljaande erinevate keskkondade lugejate iseärasusi, siis on antud töö olulise tähtsusega. Töö autor loodab, et sama suuna uuringuid jätkatakse ka edaspidi, mis annaks võimaluse vaadelda lugejagruppide suuruse ja eelistuste muutumist ajas. Autori seisukoht on, et online'i lugejaskond pole veel täiel määral välja kujunenud ning seetõttu võib lähiaastatel toimuda huvitavaid muutusi.

Summary

The main objective of the present thesis “The Readability of Eesti Päevaleht on paper and Online Edition in the Age Group 20-40” was to find out whether the articles most read on paper are also most popular on the online edition. The diploma paper also tried to characterise the different types of readers based on the readers’ preference of medium.

The following research questions were posed:

1. How does the readability of stories differ among paper and online media?
2. What are the differences between a typical online reader and paper reader?
3. What may cause the differences of readability?
4. What are the different priorities of the editorial boards of the paper version and online edition when playing out stories?

The author performed a survey where 200 online users and the same amount of paper subscribers were asked to participate. The total of 114 of the respective age group responded. The survey included the headlines of three different editions (April 9 to April 11, 2007) which helped to compose readability charts. Also expert interviews with the Editor-in-chief of Eesti Päevaleht and the Editor-in-chief of Eesti Päevaleht Online were carried out.

It became apparent that there are three clearly distinguishable reader groups of Eesti Päevaleht: firstly, readers who prefer online, secondly, readers who prefer paper and thirdly, readers who do not have a specific preference. All three groups were surprisingly similar in size, varying between 31 and 45 respondents. The author reached the conclusion that the readers who prefer paper were most dominantly satisfied with Eesti Päevaleht. They had the highest opinion of the quality of the stories, they read the most stories and they spent most time reading the paper. While the third group was in between, the first one (preferring online) showed the weakest results in these categories. Resulting of this, the author concluded that the second group has adopted most values that Eesti Päevaleht shares.

The charts showed that only four articles among the top ten of readability of both the paper and online edition overlapped (e.g the most read article from newspaper “Autokoolide tase langeb iga aastaga” achieved the second rank in the chart of online). At the same time there were remarkable

differences in the charts. For example the sixth most read story in the paper chart was only 32nd in the online chart.

The differences may be caused by the fact that online users have had less time to adopt to the style of Eesti Päevaleht. Online also offers much more than just the reflection of the paper. In addition, the attention of the online user must be caught very fast and it is much harder to lay down the path for the online user to follow. Finally, it is quite difficult to lure an online user to read a specific story: basically only very good headlines can attract readers. Although the priorities of the editorial boards don't differ much, the stories produced for the paper version tend to be replaced by fresh events on the opening page of Eesti Päevaleht Online, resulting in less attention of readers.

Very few similar works have been carried out before and therefore it gives a good basis for further research. For example it would be very useful to know how the types of reader evolve in time and also more specific knowledge about the reasons why this or that story is read would be of importance.

Kasutatud kirjandus

Allen, K. (2007). Online Advertising Share Overtakes Newspapers. *The Guardian*, 28. märts.

Eesti päevalehtede lugejate fookusgrupid, mai 2006. (2006). Uuringukeskus Faktumi käsikirjaline materjal. Tallinn.

Einama, K. (2000). Ajalehe koodierinevus paber- ja internetiversioonis. Käsikirjaline magistritöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool. Tartu.

Engelbrechtsen, M. (2006). *Writing for the Web: An Introduction to Online Journalism*. Vytauto Didžiojo universitetas.

Eyetrack Study for Print and Online News. (2007). <http://eyetrack.poynter.org>. The Poynter Institute, aprill 2007

Garrison, B. (2005). *Online Newspapers*. Salwen, M.B. & B. Garrison & P.D. Driscoll (ed). *Online News and The Public*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 3-46.

Larin, L. (2007). Eesti Päevalehe paber- ja onlineversiooni erinevused ja eesmärgid. Holger Roonemaa, 17.aprill, 2007. [Autori üleskirjutus]

Lauristin, M., Vihalemm, P. (2006). Eesti Päevalehe lugejaskond novembris 2005. Käsikirjaline materjal. Tartu.

Lin, C., Salwen, M., Abdulla, R. (2005, a). *Uses and Gratifications of Online and Offline News: New Wine in an Old Bottle?* Salwen, M.B. & B. Garrison & P.D. Driscoll (ed). *Online News and The Public*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 221-236.

Lin, C., Salwen, M., Garrison, B., Driscoll, P. (2005, b). *Online News as a Functional Substitute for Offline News*. Salwen, M.B. & B. Garrison & P.D. Driscoll (ed). *Online News and The Public*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 237-255.

Morris, M., Ogan, C. (2007). *The Internet as Mass Medium*. McQuail, D. (ed). *Mass Communication, Vol I*. London: Sage Publications, 153-165.

Nikkolo, M. (2006) Eesti Päevalehe ja Postimehe võrguväljaannete uudiste kvaliteet: Eesti uudise 2006. aasta märtsis. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool. Tartu.

Pau, A. (2007). Eesti Päevalehe paber- ja onlineversiooni erinevused ja eesmärgid. Holger Roonemaa, 19.aprill, 2007. [Autori üleskirjutus]

Stovall, J. G. (2004). *Web Journalism: Practice and Promise of a New Medium*. Pearson.

TNS Metrixi iganädalane veebilehtede külastatavuse statistika. (2007) <http://tnsmetrix.emor.ee>, aprill 2007.

Tähismaa, I. (2003). Online uudised Eesti ajalehtedes. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool. Tartu.

Vengerfeldt, P., Runnel, P. (2004). *Uus meedia Eestis*. Vihalemm, P. (toim.). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus, 233-256.

Vihalemm, P., Sander, M., Märk, K., Arras, K. (2003). EPL ja teised päevalehed: ootused ja eelistused. Materjal seminariks Eesti Päevalehes 29. dets 2003 (käsikiri).

Vihalemm, P., Kõuts, R. (2004). *Trükisõna ja lugejaskond Eestis 1965-2004*. Vihalemm, P. (toim.). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus, 61-90.

Vihalemm, P (toim.). (2004). Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus.

Vihalemm, T. (2001). Kompendium kursusele „Teadustöö alused ja seminaritöö“. Tartu 2001. Käsikirjaline materjal.

Ward, M. (2002). Journalism online. Focal press.

Wimmer, R.D. & J.R. Dominick. (1994) Mass Media Research. An Introduction. Wadsworth Publishing Company. Belmont, California.

LISA 1

Eesti Päevalehe tellijatele ning EPL Online'i registreeritud kasutajatele saadetud küsitlus.

Lugude pealkirjad, mille kohta küsiti, kas vastaja:

luges paberlehest,

luges online'ist

ei lugenudki.

Esmaspäev, 9. aprill.

Arvamus, juhtkiri: Palun kvaliteetselt!

(Valitsusleppe lubadusest ETV-le ja Eesti Raadiole rohkem korrespondente)

Arvamus, Mihkel Raua kolumn: Need vanad kirjanditeemad

(laupäeval kirjutavad abiturientid kirjandit)

Arvamus, Dmitri Jaroši arvamuslugu: Kes toetab Lukašenkat?

(Kas Venemaal pettunud Lukašenka pöörab näo Euroopa Liidu poole)

Arvamus, Henn Kääriku arvamuslugu: Demokraatia võimalikkusest Eesti Vabariigis

(arutlus demokraatiast kui rahva võimust)

Eesti uudised: Valitsus lubab Eesti Raadiole ja ETV-le rohkem väliskorrespondente

Eesti uudised: Isad hiilivad elatise maksimisest kõrvale

Eesti uudised: Lääne-Virumaal eksis talu juurde paarikuune karupoeg

Eesti uudised: Vabakutseline haigruotsija peilib uusi pesitsemiskohti

Eesti uudised: Koguva küla rahvas tegi Meri mälestuseks lõket ja süütas küünlad

Eesti uudised: Krasnodarska küla tänaval Krimmis kõlab laste suus selge eesti keel

(Reportaaž Krimmi Eesti külast)

Eesti uudised: Saaremaal sündinud mees redutas punkris koos Adolf Hitleriga

Tallinn: Noortele motorollerijuhtidele algas kevad tänavu õnnetusterohkelt

Välismaa: Sirp ja vasar tekitasid Moskvas võimutüli

(Riigiduumas keelas föderatsiooninõukogu vastuseisu eirates võidulipul sirbi ja vasara)

Välismaa: Venemaal seljatab usk opositsiooni

(Jaanus Piirsalu reportaaž ülestõusmispüha ristikäigust Moskvas)

Majandus: GoBusi bussijuhid nõuavad uuest aastast kuupalgaks 11 000 krooni

Majandus: Üheksa muukeelset teenindajat kümnest jäid eesti keelega hätta

Kultuur: "Klassi" vestlusring: hea õpetaja suudab koolivägivalda vähendada

Melu: Kappkellad, ratastega pardid ja hõbelusikad (antiigimessist)

Tagakülg: Loodus: Aprilli teine nädal: ökoväetist sajab!

(Kristel Vilbaste iganädalane ülevaade loodusest)

Spordileht: Eesti meeskond kaotas Davise karikasarjas Sloveeniale, kuid tegi seda võideldes (tennisest)

Spordileht: Kalev/Cramo loovutas Balti liigas suure võimaluse

Spordileht: Mitu kergejõustikuala veereb allamäge

Spordileht: Kalev/Cramo väärrib lõpuks ka Kalevi nime (Andrus Nilgi kommentaar)

Spordileht: Fernando Alonso on võimas ka McLarenil

Teisipäev, 10. aprill

Arvamus, juhtkiri: Noorsugu ei ole hukas

Arvamus, Krister Parise kolumn: Läbi õlleklaasi terendab raketikilp

(USA plaanist rajada Tšehhis raketikilbi baas)

Arvamus, Agu Uudelepa arvamuslugu: Kas minna propagandasõtta või mitte?

(propagandasõjast Venemaaga)

Arvamus, Jared Genseri arvamuslugu: Eesti peaks toetama Birma vabaduse taastamist

Eesti uudised: Autokoolide tase langeb iga aastaga

Eesti uudised: Ilves selgitas venelastele Eesti ajalugu

(kokkuvõtte presidendi online-intervjuust Venemaa BBC-le)

Eesti uudised: Uuring: iga neljas noor on sooritanud õigusrikkumise

Eesti uudised: Ohus naaritsatele pannakse "saba" järele

Eesti uudised: Professor Metspalu: rahvas usaldab geenivaramut taas

Tallinn: Arheoloogid jõuavad kaevetöödega peagi Vabaduse väljaku parklasse

Tallinn: Elevant Carl saab suurema maja

Välismaa: Kahe Prantsuse gigandi heitluse võib võita kolmas (presidendivalimistest)

Majandus: Ehitamisel on kaks suusatunnelit

Kultuur: Kuradike naise sees jätkab kiusu surivoodil

(Draamateatris esietendunud näitemängu "Naine ja hirmutis" arvustus)

Melu: Tallinna parim kooliteatrilavastus tuleb tänava Kullo teatrikoolist

Töö: Parimad töötajad saavad järjest suuremaid auhindu

Sport: Heiki Nabi: maailmameistril on alati raskem!

Sport: Marko Asmer kihutas Inglismaal esimeseks

Sport: Taavi Rähni vintsutused saavad tõenäoliselt lõpu

(jalgpallur Taavi Rahn sõlmib lepingu Leedu vutiklubiga)

B-osa: Briti imemees viib lisakilod ja painava suitsusõltuvuse

B-osa: Kas foolhape oleks päästnud 300 Eesti lapse tervise?

B-osa: Naised tantsivad treeningul kogu hingest justkui Broadway staarid

Kolmapäev, 11. aprill

Arvamus, juhtkiri: Järjepidevust, kallid ministrid

(Keskkonnaminister Jaanus Tamkivi väidetest, et Natura 2000 alad polegi kõige tähtsamad)

Arvamus, Aavo Koka kommentaar: Koosolekul võeti noad välja

(juhtimisteemaline)

Arvamus, Olari Taali arvamuslugu: Igavene häbi pühaduse teotajatele

(inflatsiooni tuleb ohjeldada)

Arvamus, Christine Ockrent: Kas asjalood muutuvad?

(naistest poliitikas, konkurentsieeliseks on emadus)

Eesti uudised: Õpikute kirjastajad surusid ainenõukogud tööst kõrvale

Eesti uudised: Tamkivi: Natura alad on ebaolulised

Eesti uudised: Peagi annab Tallinn veel kümme kooli erafirmadele

Eesti uudised: Haruldane saatjaga kalakotkas Maria jõudis Aafrikast koju

Eesti uudised: Alimentide maksustamine pahandab üksikema

Tallinn: Altarimaali kirkad toonid ehmatasid restaureerijaid (Jaani kiriku altarimaalist)

Tallinn: UNESCO: Tulevane Eesti Raudtee hoone rikuks vaate vanalinnale

Välismaa: Valimised maailma elamisväärsimas riigis (Austraaliast)

Välismaa: Vene valimiskomisjoni juht erapooletusega Putini suhtes ei hiilga (nimetas Putinit ilmeksimatuks)

Välismaa: Gaasiriigid astusid sammukese ühise kartelli loomise suunas (maagaasi eksportijatest)

Majandus: Pensionile tahab eestlane jääda alla 60-aastaselt

Kultuur: Veljo Tormise nägu eesti muusika päevad saavad täna avalöögi

Melu: Raamatud on moes. Aga väikesed raamatupoed?

Meedia: Auhinnatud pressifoto põhjustab avalikku arutelu

Sport: Vutipäästja Bernhardt: saunad peavad lõppema

(intervjuu Eesti noortekoondiste peatreeneriga)

Sport: Vormel-3 pakub Asmerile hüppelauda vormel-1 klassi

Sport: Montgomery varastas miljoneid dollareid

(Endine sprindikuulsus osales suures petuskeemis)

Küsimuste 2. plokk

Kui tihti te tavaliselt loete Eesti Päevalehte?

a) iga päev; b) paar-kolm korda nädalas; c) kord nädalas; d) harvem; e) mitte kunagi

Kui tihti te loete Eesti Päevaleht Online`i?

a) mitu korda päevas; b) üks kord päevas; c) paar-kolm korda nädalas; d) kord nädalas; e) harvem; f) mitte kunagi

Kui palju te tavaliselt päevas kulutate Eesti Päevalehe lugemisele?

a) alla 15 minuti; b) 15 minutit kuni 30 minutit; c) 30 minutit kuni 45 minutit; d) 45 minutit kuni tund aega; e) üle tunni aja

Kas eelistate lugeda Eesti Päevalehte paberlehelt või internetist?

a) pigem internetist; b) pigem paberlehelt; c) võrdselt, ei ole kindlat eelistust

Mis teemad ja valdkonnad teid kõige rohkem huvitavad (märkige kuni neli)? Mitme variandi märkimiseks hoidke all "Ctrl" klahvi!

Arvamuslood

Eesti uudised

Välismaa

Majandus

Kultuur

Melu (üritused, kontserdid jms)

Sport

B-osa (tervis, perekond, autod, kinnisvara)

Muu

Kuidas hindate teemade valikut Eesti Päevalehe erinevates osades? (0: ei tea, ei loe; 1: kehv, ei ole üldse huvitav; 2: kehvapoolne, mitte eriti huvitav; 3: mõnikord huvitav, mõnikord mitte; 4: üldiselt hea, küllalt huvitav; 5: väga hea, väga huvitav)

Arvamuslood

Eesti uudised

Välismaa uudised

Majandusuudised

Kultuur

Melu (üritused, kontserdid jms)

Sport ja Spordileht

B-osa (tervis, perekond, autod, kinnisvara)

Kuidas on teie hinnangul teie meelisteemad lehes kajastatud?

a) täiesti piisavalt; b) üldiselt piisavalt; c) enam-vähem; d) võiks olla rohkem; e) täiesti ebapiisavalt

Kas Eesti Päevalehe lood on teie meelest ladusad ja hõlpsasti arusaadavad?

a) täiesti; b) enamasti on; c) enamasti ei ole; d) üldse ei ole

Palun vastake ka järgnevatele, teie enda kohta käivatele küsimustele, mis on vajalikud üksnes statistiliseks võrdluseks!

Sugu: Naine Mees

Vanus:

Isiklik netosissetulek kuus (reaalne sissetulek, maksud maha arvestatud)

a) alla 2000; b) 2001-4000; c) 4001-6000; d) 6001-8000; e) 8001-10 000; f) 10 001-15 000;
g) üle 15 000

Tegevusala: a) üliõpilane; b) töötan; c) töötan ja õpin; d) töötu; e) muu

Suur tänu! Kui soovite osaleda raamatute loosimises, palun kirjutage siia oma e-posti aadress:

E-posti aadressi ei kasutata mitte mingitel muudel eesmärkidel ega anta kolmandatele osapooltele.

Kõikide vastajate vahel loositakse välja Eesti Päevalehe kirjastuse raamatud:

Hitleri klaverimängija, P. Conradi

Putini Venemaa, A. Politkovskaja

Leiutajateküla Lotte, A. Kivirähk, H. Ernits

Vargamäe vanad ja noored tembutavad jälle, A. Kivirähk

Regio Eesti teede atlas 2007

Karikatuurid, H. Mets

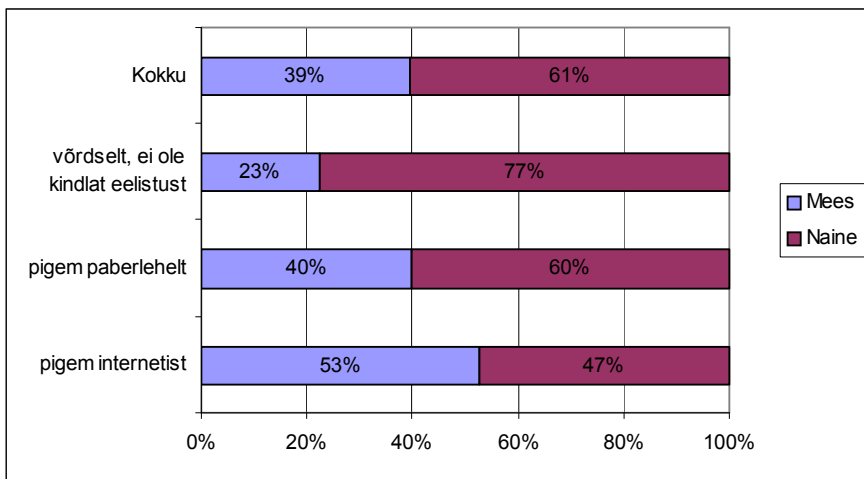
Taak, J. Winterson

Lühike müüdi ajalugu, K. Armstrong

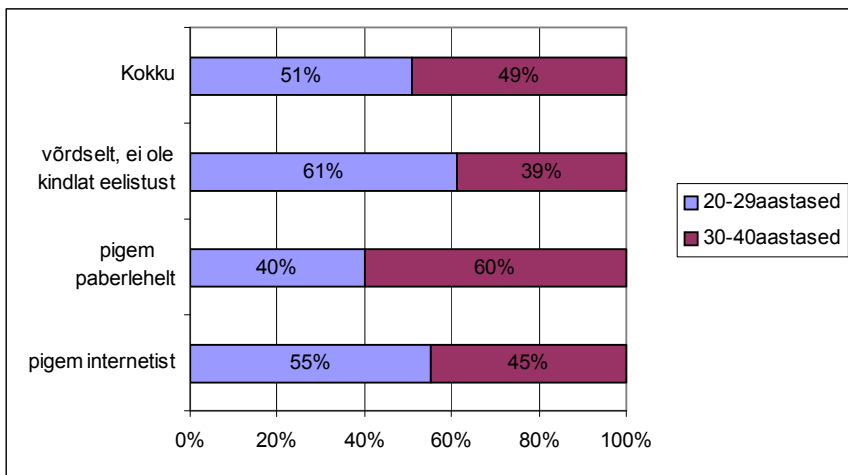
Võitjatega võtan ühendust meili teel hiljemalt 18. aprillil!

LISA 2

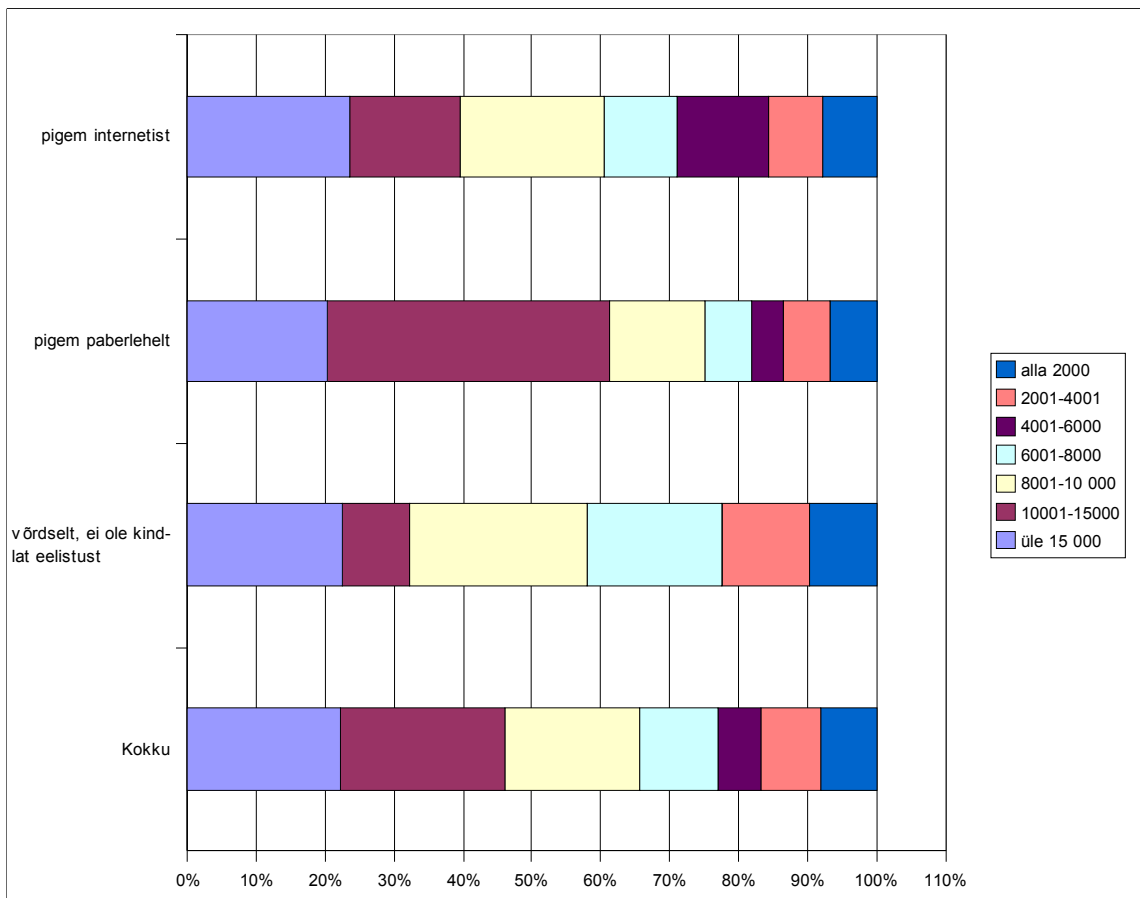
Kolme lugejagruppi iseloomustavad sotsiaal-demograafilised tunnused.



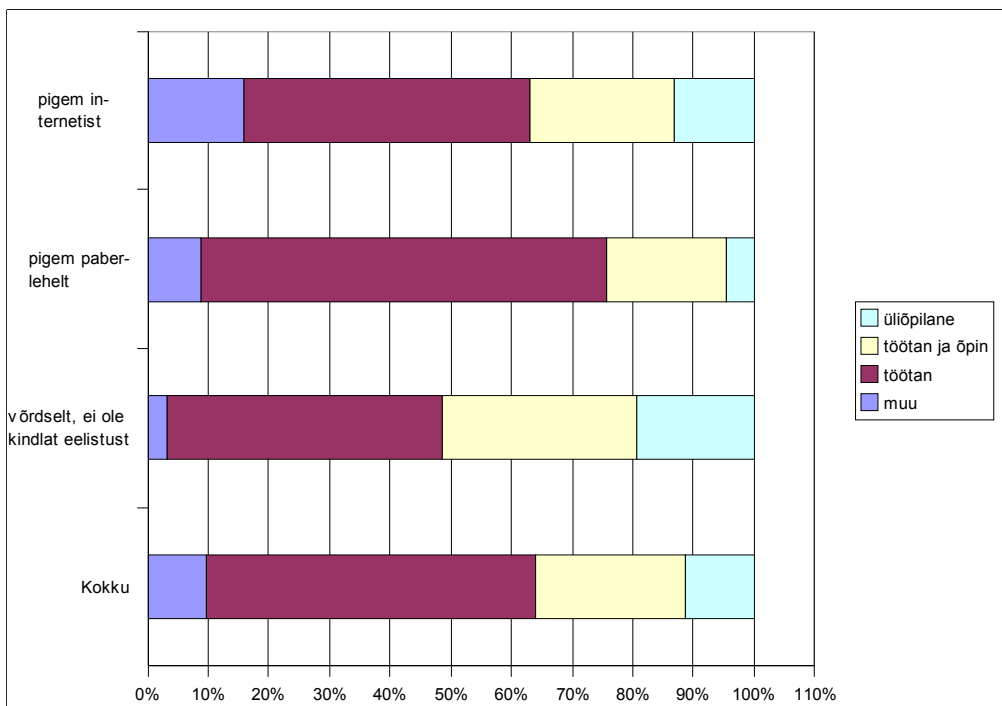
Joonis 15. Lugejagruppide jagunemine soo alusel



Joonis 16. Lugejagruppide jagunemine vanuse alusel



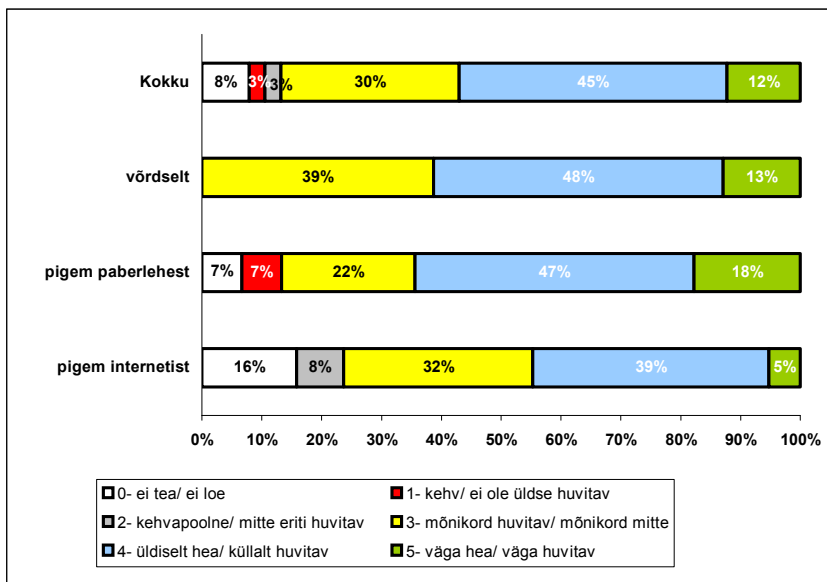
Joonis 17. Lugejagruppide jagunemine sissetuleku alusel



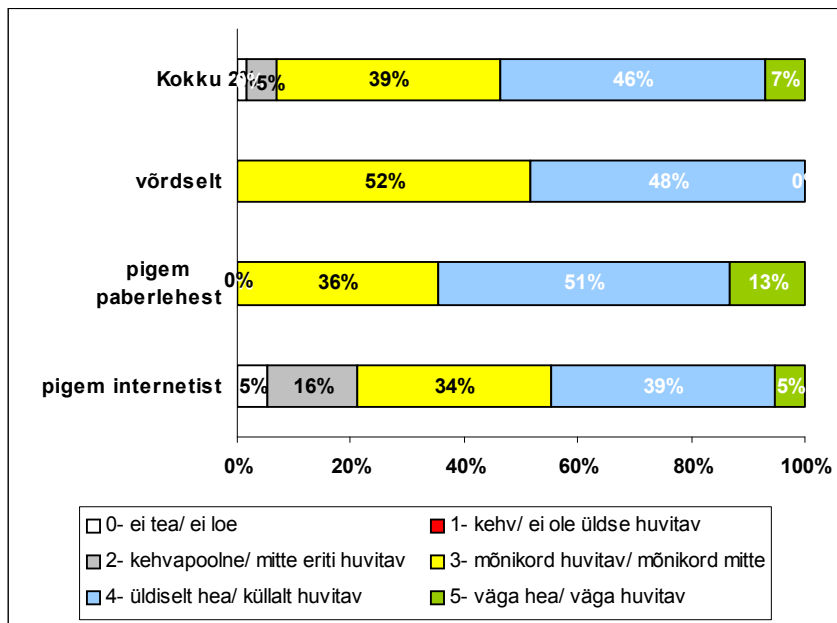
Joonis 18. Lugejagruppide jagunemine hõivatusel

LISA 3

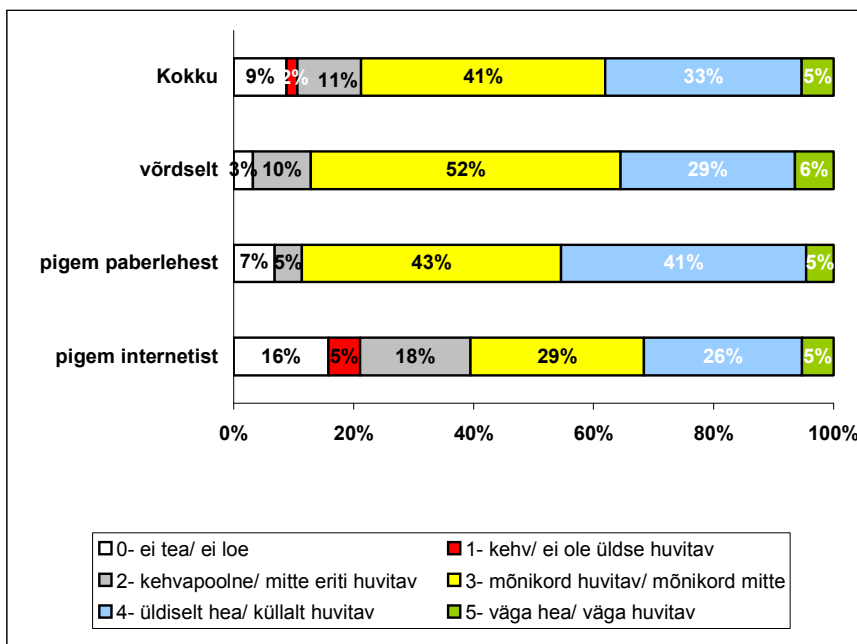
Eesti Päevalehe erinevate toimetuste teemade valikule antud hinnangud.



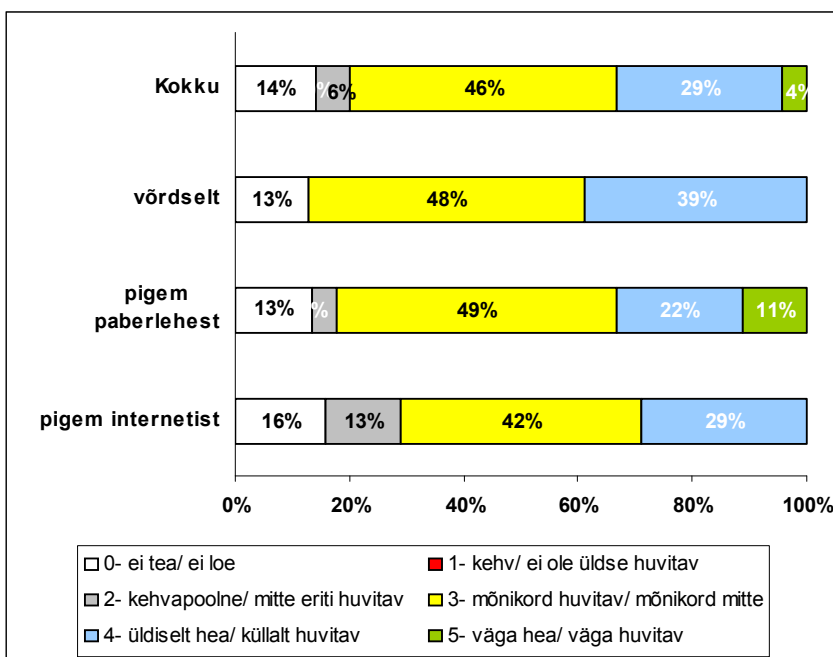
Joonis 19. Kuidas hindate teemade valikut arvamusküljel?



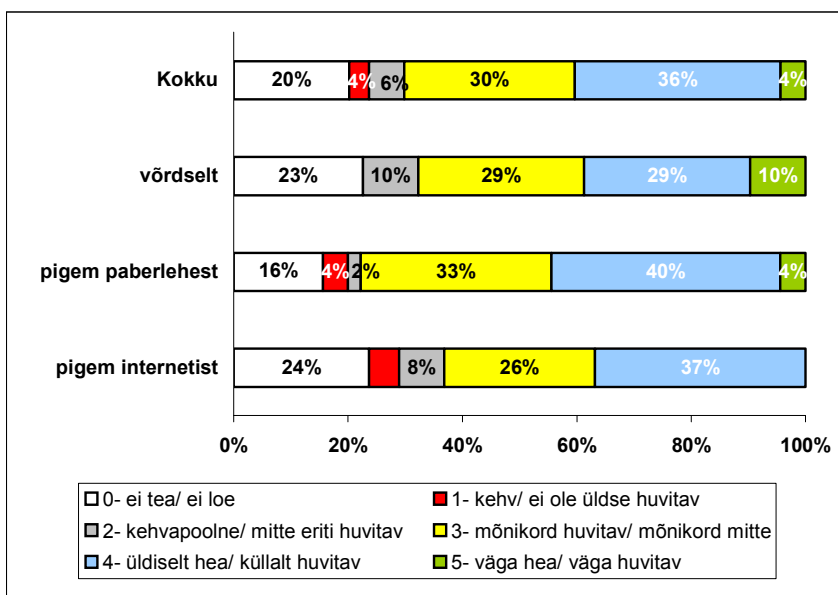
Joonis 20. Kuidas hindate teemade valikut Eesti uudistes?



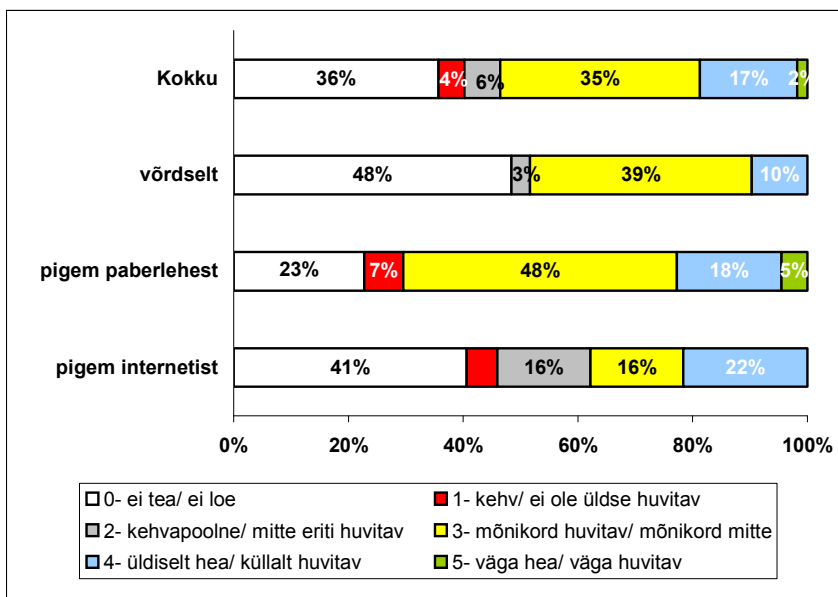
Joonis 21. Kuidas hindate temade valikut välisuudistes?



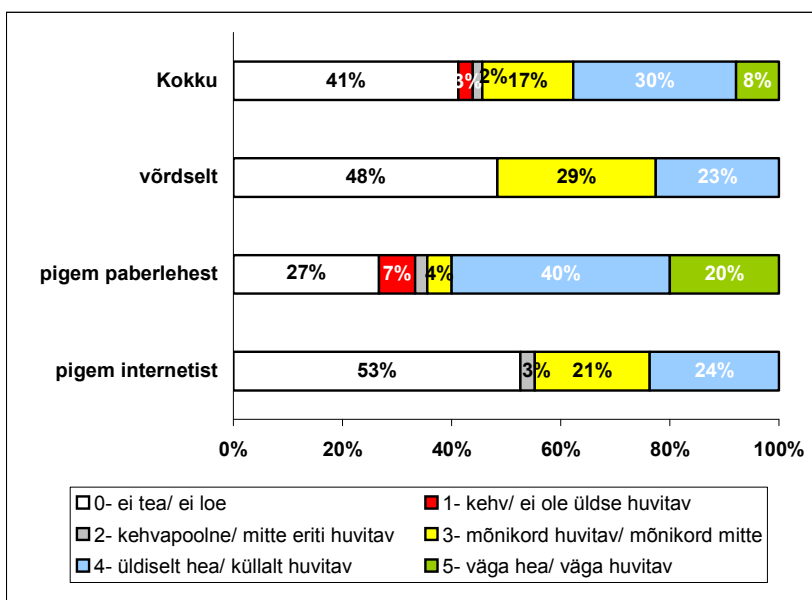
Joonis 22. Kuidas hindate temade valikut majandusuudistes?



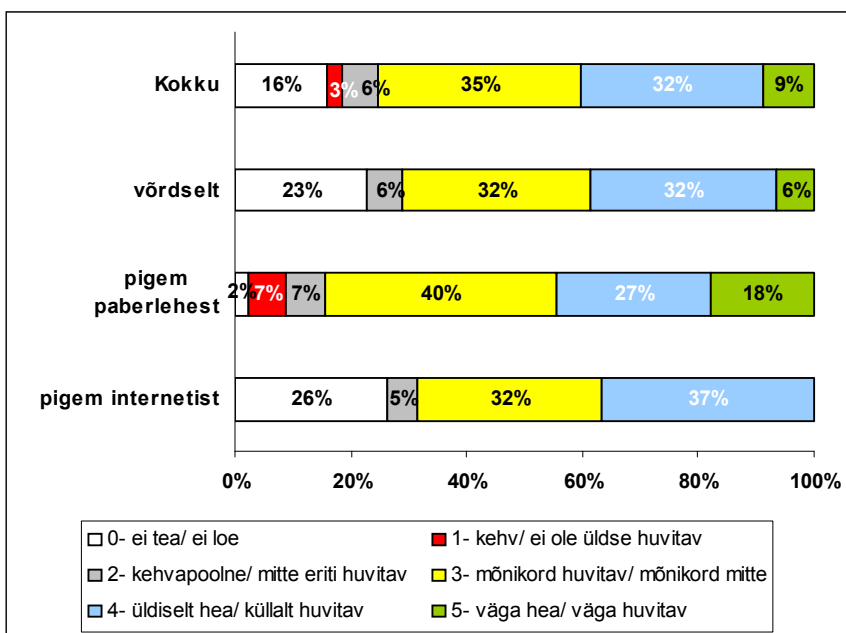
Joonis 23. Kuidas hindate teemade valikut kultuuri osas?



Joonis 24. Kuidas hindate teemade valikut melu osas?



Joonis 25. Kuidas hindate teemade valikut spordi uudistes ja Spordilehes?



Joonis 26. Kuidas hindate teemade valikut B-osas?

LISA 4

Ekspertintervjuu Eesti Päevalehe peatoimetaja Lea Lariniga

Nii, alustame äkki sellest, et milline on EPLi tüüplugeja?

L: EPL tüüplugejat on siis uurinud Marju Lauristin ja Peeter Vihalemm, oma üldise sotsiaaluuringu Meie ja maailm raames, kus nad on välja toonud siis ka meediaväljaannete tüüptarbijad. Ja sellest saab siis teada, et EPL lugejate seas on palju suurem osakaal keskmisest intelligentsemate inimeste, keskmisest suurema sissetulekuga inimeste aga ka pigem keskealiste lugejate osakaal on suurem võrreldes siis teiste meediaväljaannetega. Kokkuvõttes võib öelda, et EPLi tüüplugeja on intelligentne, haritud, hästi teeniv, maailma vastu huvi tundev, palju muud meediat tarbiv, palju raamatuid ostev inimene. Me peame seadma oma artiklite ja lehetegemise puhul sihtmärgi sellele, et meie lugeja ei oota meelelahtust. Ta on pigem konservatiivne, ta tahab saada süvaülevaadet maailma ja Eesti asjadest.

Aga kas siis teadlikult seatakse ka neid eesmäärke niimoodi?

Kohe kindlasti on Eestis minu arvates välja kujunenud kolme üleriigilise lehe puhul kahte tüüpi väljaandeid. On siis Õhtuleht, mis on küll selgelt tabloid ja on Postimees, mis on minu arvates väga selgesti viimastel aastatel teadlikult pigem infotainmenti ja meelelahtuse pakkumise teed. Ja oma lugeja meelelahutamise teed. Ja on siis EPL, mis minu arvates täpselt sama selgelt erineb neist kahest eelnimetatud väljaandest selle poolest, et me täiesti teadlikult tahame pakkuda kvaliteetajakirjandust, põhjalikku analüüsi, kommentaari lisaks uudistele. Pigem meie sammud, mis me oleme teinud, näiteks ainsa lehena peame üleval täiemõõdulist väliskorrespondenti Venemaal, et meil on Brüsselis selline /?stringer?/ nagu Ahto Lobjakas, kelle tööd ma ei oskagi kuidagi võrrelda teiste ajakirjanike töödega Eestis, kuna ta on täiesti unikaalne selles mõttes, et ta on võimeline meile Euroopa Liidu asja avama – protsesse ja taustu, mida keegi teine ei ole suuteline lugejale pakkuma. Võib öelda kokkuvõttes, et meie traditsiooniliselt tugevad Eesti parimad arvamusküljed ja lisad, mida me anname välja (Möte, esseed eksole, suurte mõtlejate mõtted, paks Arkaadia, põhjalik ülevaade kirjandusmaailmast ja meie põhileht). Kõik see on suunatud sellele, et rahuldada keskmisest intelligentsemate lugejate vajadusi.

Aga kas EPL paberväljanne ja EPLO ajavad taga ühesugust lugejat?

Siinkohal on natuke raske öelda. EPLO tarbijaskonda, lugejaskonda erinevalt EPL paberlehe lugejaskonnast põhjalikult uuritud ei ole. Ühest küljest ma tahan toetuda maailma kogemusele, teisest küljest avaldada arvamust, et maailmakogemus on siis selline, et paberväljande ja võrguväljaande lugejaskond ei kattu, vaid kuskil keskel on nagu ühisosa ja kummalgi pool on siis ääred inimestest, kes tarbivad ainult paberväljannet ja inimestest, kes tarbivad ainult võrguväljaannet. Ma arvan, et see ei saa olla meil ka teisiti, kuna needki põgusad andmed, mis meil on olemas – Emori kvartaliuuringtes on olemas ka see number inimestest, kes loevad võrguväljaannet. See näitab nii Päevalehe kui ka teiste Eesti meediaväljaannete puhul, et tõenäoliselt on olukord sarnane, et on ühisosa, kes tarbivad mõlemat ja grupid, kes tarbivad embakumba. Küsimus oli siis, et EPLO lugeja, kuidas erineb?

Jaa. Kas online ajab pigem samasugust lugejat taga nagu pabergi?

See on nii ja naa. Online spetsiifikast tulenevalt põhiline eesmärk on ju toota kiiresti kvaliteetseid uudiseid, mis tähendab seda, et potentsiaalis unikaalse uudise eluiga on lühike. Me püüame kõiki lugejaid, mitte ainult selliseid, kes eelistavad justnimelt EPL paberväljannet. Ja lisaks onlines me suudame pakkuda ka teistsuguseid platvorme, mis paberlehes pole võimalikud. Me oleme suutelised pakkuma videoid, me oleme suutelised lugejate kommuuni kaasa haarama, pakkudes neile

võimalust kaasa lüüa EPLO sisu tootmises. Ma arvan, et see lugejaskond on oma profiililt laiem. Seal on igasuguste inimeste esindajaid.

Kas põhimõtteliselt võib siis öelda, et Päevalehe paberleht ja EPLO on kaks erinevat väljaannet?

Ma arvan, et see platvormile keskendumine ei ole õige. Me teeme ikkagi Päevalehte ja see, et me oleme osa informatsiooni edastamise bisnesist laias laastus ja see, et osa seda informatsiooni on kättesaadav ühelt platvormilt ehk internetist, on kättesaadav mobiililt, on kättesaadav häälfailina küberneetika instituudi kodulehelt, et osa sellest jõuab lugejani kindla trükikoja poolt tekitatud ajahetke fikseeringuna maailmas ja Eestis toimuvast, ma arvan, et see ei ole tegelikult oluline. Ma arvan, et oluline on see, et me anname inimestele tõestatud informatsiooni, tasakaalustatud informatsiooni ja et me aitame neil mõtestada maailma sündmusi. Selles mõttes kõik nad on eriplatvormidel, ma ei käsitle neid eri väljaannetena. Kohe kindlasti mitte.

Selge. Aga kas näiteks EPLO lugude sees peaksid olema ka kõige loetavamad lood need, mis paberlehes on kõige loetavamad?

Vot see ongi nüüd see koht, mille kohta meil reaalselt ei ole andmeid. Me hetkel ei monitoori paberlehe lugude loetavust. Me oleme seda teinud minevikus. Hetkel meil on igapäevane tagasiside artiklite kohta EPLOs, et kui mitu korda mingit artiklit on loetud. Ja paberlehe kohta meil puudub selline kvantitatiivne igapäevane monitooring. Aga ma julgen oletada, minevikukogemustele toetudes, et need ei katkenud ka väga ammu see paberlehe monitooring. Ma julgen oletada, et võrguväljaandes ja paberlehes paberlehe lugude lugemise intensiivsus on erinev. Siin mängivad kaasa siiski kummagi tehnilise platvormi spetsiifika. Paberväljaande lugeja ootab ja loeb tõenäoliselt rohkem lugusid, mis pakuvad talle esiteks loomulikult huvi, teiseks lugusid, millesse sisenemine on lihtne. Paberlehe väljaande spetsiifika võimaldab lugeja tähelepanu tõmmata, lugu teha atraktiivseks mitmete momentidega, mis internetis ei ole võimalik. Paberlehe tüüpilised sisendid artiklisse, mis kutsuvad lugema on atraktiivne pealkiri, siis pildimaterjal – olgu siis graafiline illustratsioon, foto -, pulloudid. Kõik lugemisharjumuste uuringud maailmas toetavad seda, et kui need sisendipunktid või kui artikkel on hästi välja mängitud, siis kõikide nende punktide kaudu inimene siseneb artiklisse meelsamini ja jääb sinna kauemaks ajaks ja loeb selle lõpuni. Aga nüüd internetis olen vastupidi täiesti veendunud, et internetis peab inimene otsuse langetama, kas artikli pealkirja või siis teinekord on internetis kuvatud kohe ka liid ehk juhtlõik, et internetis langetab inimene otsuse peamiselt atraktiivse pealkirja järgi. Kaasa mängib siis ka võimalikult atraktiivne liid, mistõttu kujuneb ilmselt see loetavuse edetabel erinevaks sellest, mis on paberlehes väga tarbitud artiklid.

Üldiselt on teada, et EPL-i näiteks arvamuskülgede lood on ka just erandid, kuna arvamusküljed on Eestis kõige paremini tehtud, on teada, et nendel lugudel on suur mõju ja suur lugejaskond. Arvamuslood on ka näiteks internetis loetud ja nende puhul ma arvan ei kehti see tüüpiline layouti ja pealkirja atraktiivsuse moment. Kehtib lihtsalt puhtalt teadmus, et see on väärt tekst mida lugeda.

Maailmas näiteks kasutatakse sellist võtet, mida me Eestis ei ole julgenud veel kasutusele võtta. Paberlehe artiklid hetkel kui nad sisestatakse andmebaasi ja nad muudetakse nähtavaks internetis, kirjutatakse teadlikult ümber. Neile pannakse uued pealkirjad ja neile moodustatakse uued liidid, et siis tõmmata internetis kaasa suurt lugejaskonda. Liidid kirjutatakse ümber lähtuvalt ka uudise ABC-st ehk kes, kus, millal. Selle mõttega, et otsingumootorite kaudu võimalikult lihtne oleks neid leida. Ei harrastata paberlehe puutumatus internetis. Meie ei ole seda teinud, kuna me käsitleme siinamaani võrguväljaannet kui oma arhiivi. Me oleme kartnud seda momenti, et mis nüüd saab kui ükskord saja või 150 aasta pärast keegi hakkab otsima mingisugusel teemal lugu ja tal on kaks võimalust: internetist saab ühtemoodi pealkirja ja liidiga lood. Ja kui ta suudab kuskilt arhiivist leida konserveeritud päevalehe paberväljaande, sealt leiab ta teistmoodi. Me oleme kartnud seda

segadust. Maailmas, eriti Inglismaal seda tehakse, et paberväljaande lood serveeritakse teist moodi internetis.

Aga huvitav, kui tõsiselt selle üle EPLis mõeldakse? See võtaks vist päris palju ressursi ka juurde.

Üldiselt võrguväljaande arendamise peale me mõtleme väga tõsiselt ja meil on terve pakett muu maailma kogemusi, mille alusel me lähitulevikus ilmselt astume mingeid samme. See on ainult üks nendest. Kui rääkida lähema aja arengutest, siis sarnaselt meie enda veendumusega, kinnitavad Euroopa ajaleheväljaandjate seas tehtud uuringud kahte suundumust, millesse usutakse, et toovad lähema viie aasta jooksul populaarsust ehk siis lugejaid. Üks on videod, lühikesed, mitte läbimängitud telešõud, vaid lihtsalt liikuva pildi konkreetse päevauudise ja sündmuse edastamine konkreetse klipina ja teine on siis kindlasti kodanike kaasamine, kommuuni loomine, püsilugejate loomine ümber oma ajalehe võrguväljaande. Need on kaks asja, mida me hästi tõsiselt püüame kindlasti rakendada. Rääkimata väiksematest asjadest, maist peaks valmima võrguväljaande uus layout, see on tühisem. Võimaldab välja mängida kolm suurt avalugu. Aga põhimõtteline otsus on see, et võrguväljaande struktuur ja ülesehitus kaotab sideme paberväljaande ülesehitusega. Me raiume lahti selle võrguväljaande, et ta ei kopeeriks ja peegeldaks pelgalt paberlehte. Paberleht saab olema üks link, üks nupp, et siit leiad kõik paberlehe lood. Muudame online ülemise osa ülesehituse selliseks, et see oleks nagu online enda juhtpult, kus on enam vajalikud lingid kõikidele uudistele, otsingule, arhiivile, paberlehe väljaandele, kus on kõik meie uuendused-eriprojektid selgelt esile toodud. Kolmas sisuline muutus on see, et me lõpetame ära kommentaatorite kohustusliku registreerimise, mis on kestnud umbes viis aastat. Inimesed võivad ennast registreeruda, need kes on registreerunud lugejad, saavad eeliseid ja lisateenuseid, aga see ei ole enam kohustuslik. Lisaks me taastame kommentaariumi ehk siis hakkame koostöös paberlehe arvamustoimetusega pakkuma senisest enam arvamslugusid ka päeva jooksul. Seegi samm on maailma suundumustega kooskõlas, New York Times täpselt samamoodi näeb tulevikus ajalehe jaoks olgu võrgus või paberil, näeb arvamused osakaalu tähtsa tõusu ette. Mille järgi NYT on suurendanud pea poole võrra internetis arvamslugude osakaalu võrreldes paberlehega, aga neil on enamus sellest tasulise barjääri taha. Tasuta ülikoolidele ja tellijatele, kes muidu tahavad, peavad maksma. Arvamuse osas arvatakse, et lisaks sellele, et üleüldiselt ajalehtede tulevikus on ette näha suurt arvamslugude osakaalu tõusu, vaid arvamslugude osas on internetis veel üks eelis: seal ei ole piiratud maht. Internetis võib kirjutada ükskõik kui pikki lugusid ja neid lugejale serveerida.

Ennem sa ütlesid, et tekib võimalus uue layouti järgi mängida kolm lugu välja. Mille järgi otsustatakse, et millised lood just välja mängitakse. Kas see põhimõtteliselt käib samamoodi nagu paberlehes?

Kui konkreetset uuest layoutist räägime, siis selle järgi on mõeldud nii, et üks neist oleks foto ja video, üks comment@epi ehk laiendatud arvamusrubriik, mis pakub võrguväljaande lugejale rohkem kui paberlehe lugejale. Üks paberlehe artikkel konkreetset võtetud ja sinna peale lisaarvamusi, kuhu on võimalik päeva jooksul tagasisidet lugejale edastada, see on see, mida me hetkel ei ole teinud. Ainult üks neist on hetkel uudise koht. Põhimõtteliselt on selles suhtes paindlik, et vajadusel saab kõik need kolm kohta uudistele panna.

Valik, mis on võrguväljaandes avalugu või pealugu, need kriteeriumid iseenesest on sarnased ajalehe avaloo valikuga. Peab olema mida eksklusiivsem seda parem, ma ütlen kohe, kuigi uudise eluiga internetis on loetavam vaid minutites, kuni konkurendid selle ära kopeerivad. Selle mõju ulatus, olulisus, teema tähtsus. Valikuprintsiip ei erine paberlehe valikuprintsiibist.

Sa ütlesid ka, et online uudiste loetavus on praegu mõõdetav klikkide järgi. Kui adekvaatne see olla võiks ja kas keegi analüüsib ka neid andmeid?

See on selles suhtes adekvaatne, et ta näitab ju meie leheküljele tulnud inimese eelistusi. Aga eks selle platvormi tõttu on selles maailmas ka mõned nüansid. Arvata on, et suurelt presenteeritud

uudis saab kindlasti rohkem klikke kui mõni uudis, mis on võib-olla lehekülje allservas rubriigis vaid pealkirjaga presenteeritud. Suurelt fotoga illustreeritud asi kindlasti saab rohkem klikke ja teiseks ma arvan, et internetis toimub kindlasti lumepalli efekt. Kui lugude populaarsuse edetabelis on kõrgel kohal mõni artikkel, mis konkreetset lugejat ehk teema poolest nii väga ei huvitagi, aga kuna see on saanud nii palju klikke ja ta näeb ka, et nii palju inimesi on seda lugenud, siis ta läheb ja vaatab ka, et millega on tegu.

Täpselt samamoodi maailmas on mõnevõrra isegi kummalisena tundub fakt, et Daily Telegraphi internetiväljaande loetavamaid rubriike on topid. Päeva kõige populaarsemad lood, päeva kõige kommenteeritumad lood ja siis päeva kõige kummalisemad lood. See rubriik iseenesest genereerib neile hulgaliselt klikke, mida olen samuti mõelnud, et võiks meie võrguväljaandes ära kasutada. Lisaks Briti lehed toetavad neid oma võrguväljaande toppide klikkide efekti veel ka sellega, et nad reprodutseerivad paberväljaandes loetavamate lugude toppe. Mingis mõttes on interneti klikkide edetabel aus ja halastamatu, ta näitab aritkli populaarsust, aga mõned nüansid tulenevad tehnilisest lahendusest, mis võib-olla natuke hägustab pilti või muudab kõige populaarsemad teemad veelgi populaarsemaks.

Otseselt korralikku analüüsi loetavuse toppidele me ei ole tellinud mitmel põhjusel. Esiteks on meie läbi aegade topi suhteliselt raske tavalisel päevauudisel üldsegi murda. Selles on ikkagi artiklid, mis on seotud suursündmustega, näiteks Lennart Meri surm. Selles mõttes on see topp suhteliselt staatiline, sinna väga harva tuleb mõni uustulnuk, mis tõmbab endale kümneid tuhandeid lugejaid. Igapäevane top jällegi, mis monitoorib viimase 24 tunni rohkem klikitud ja kommenteeritud lugusid, tundub jällegi liiga lühiajaline, et seda analüüsida. Me ei jälgi selles mõttes internetti.

Milline sinu arvates võiks siis olla vastus minu uurimisküsimusele: kas samad lood, mis on kõige loetavamad paberlehes on kõige loetavamad siis ka online's või ei?

Ma arvan, et vastus on ei. Väljaarvatud erakordse sündmuse puhul. Nii nagu ma enim rääkisin, et netis mängib kaasa artikli pealkirjad, atraktiivsus ja väljamängimise koht ja paberlehes mängivad kaasa mingisugused muud asjad: asetus ajalehe maketis, väljamängimine. Ma arvan, et kui sa konkreetset võrdled artiklite ja päevade kaupa, siis need ei lange ühte. Paberlehe loetavamad artiklid ei ole loetavamad internetis ja vastupidi. Välja arvatud mingisugused erakordsed sündmused, kus sul satub ajaperioodi traagiline õnnetus, mingi erakordse tasemega sündmus, sel juhul kindlasti langeb ühte. Tavaartikli puhul ei lange, ma arvan.

Selge. Praegu hoitakse originaaludiseid võib vist öelda eranditult paberlehe tarbeks. Heal juhul kümme minutit enne viit õhtul pannakse nupp üles, et selline uudis tuleb ja loe homsest EPLi. Miks see nii on ja kunas see olukord muutuda võiks?

Üldiselt tegelikult me ei hoiu kinni uudist. Osad osakonnad on tõepoolest leidnud selle täiesti õige tee, et teatada järgmise päeva leheloost juba internetis. Seni on meie toimetuse struktuur ja organiseeritus selline, mis ei soodusta samade ajakirjanike poolt nii online'i kui paberlehte töötamist. Nagu kõikides loovettevõtetes, ei ole muutused töömeetodites lihtsad tulema. Põhimõttelist barjääri tegelikult ju ei ole. Ajakirjanikud tahavad teha tööd, tahavad teha endale nime, aga siamaani me lihtsalt ei ole viimast sammu üle koerasaba astunud ehk muutnud oma mõtteviisi täielikult selliseks, et me teeme ühte päevalehte ja meil on lihtsalt erinevad ilmumisplatvormid ja et need samad ajakirjanikud kirjutaksid oma uudiseid keskendudes loole ja mitte mõeldes sellele, kus ta ilmub. Ma jälgin pidevalt väga teraselt ka muus maailmas toimuvat. Eesti laias laastus on online'de toimetused eraldi inimesed, maailmas samuti. Nüüd meil on üks kõige lähem ja kõige kasutatavam projekt, peale selle, et oleme püüdnud kõiki oma ajakirjanikke harida, kuidas panna oma artikleid internetti. Eesmärk on põhimõtteliselt see, et kõik ajakirjanikud oskaksid kasutada meie võrguväljaannet materjalide edastamiseks. Kõige lähem projekt, mis jõuaks sinnani, kus samad inimesed avaldaksid oma tööd nii internetis kui ajalehes, on meil plaanis spordiosakonnas. Miks just sport? Kuna EPLile kuulub sportnet.ee ehk Eesti kõige kvaliteetsem

spordiuudiste portaal, siis põhimõtteliselt me näeme selle aasta sees sellisena, et ei oleks eraldi sportneti toimetust ja EPLi spordiosakonda, mis paljuski kopeerivad teineteise tööd, vaid oleks üks suurem seltskond inimesi, kes teeb spordiuudiseid, mida avaldatakse siis nii internetis kui ajalehes ma usun, et selle aasta jooksul me jõuame sinnani. Kõikidel ajalehtedel maailmas on palju lisasid, on pehemema osa tooteid, mille puhul ei olegi prioriteet internet. Maailmas räägitakse pigem newsdeskidest, mis siis tähendab, et oleks üks osakond, kus toodetakse uudiseid sõltumata sellest, kus need ilmuvad. Kahtemoodi näiteid on: Britid on teinud kahte tüüpi koostööd. Telegraph, mingil määral Times ja mingil määral Sun on läinud seda teed, et püüavad integreerida online ja tavaajalehe toimetusi. Väljendub see erinevates astmetes, et on ära segatud tähtsate osakondade: välisuudised, Eesti uudised sport või siis majandus, uudised ja sport. Need osakonnad töötavad sarnase skeemi alusel nagu meie kavatsime alustada spordist. Aga muu osa teemade edastamine internetti toimub ikka selle skeemi järgi, et on üks omaette online toimetus, kes ülejäänud osade uudised päeva jooksul edastab. Ma arvan, et lähitulevikus me lähme kõik seda teed, et kaovad eraldi online osakonnad ja tekivad osakonnad, kes siis igale poole materjale annavad. Eksklusivsusega on ka nii ja naa: päris sellist väljaannet vist ei ole maailmas, kes ühtegi uudist tagasi ei hoiaks. Isegi ju Guardian hoiab ühte eksklusivset lugu, mida ei panda päeva jooksul internetti. See on ka mingis mõttes mõistetav, et üks rosin paberlehe lugejale peab jääma, sest muidu ei ole peale lugemisharjumuse talle varsti mitte midagi pakkuda.

Aga kui see nii läheb, et tekivad sellised ühtsed newsdeskid, mis ei sõltu sellest meediumist, kus lood avaldatakse, kas siis muutuvad kuidagi ka lugude, konkreetsete uudiste ülesehitused?

Võrguväljaande spetsiifika on teada, Eestis on uuritud, et võrguväljaande uudis on hea senikaua kui ta on lühike ja hea pealkirjaga. Sisuliselt ma kujutan ette, et kui ajakirjanik töötab loo kallal, siis tal on kolm võimalust. Ta võib kirjutada selle sama informatsiooni põhjal võrguväljaande jaoks atraktiivse uudise, mis on siis lühike, lööva pealkirjaga, otsingumootoritele suupärase juhtkirjaga, aga sama materjali põhjal võib kirjutada ülihea analüüsi või kommentaari, mis oleks kaunil kohal paberlehe väljaande lugeja jaoks. Iseenesest pakub võrguväljaanne veel kolmandatki võimalust, et ajakirjanikul on võimalik blogida kõiki oma inforaasukesti, mõtteid ja tundeid igal hetkel, mida klassikalise ajakirjanduse nõuded ja kaanonid ei luba lisada artiklile. Tihtipeale on sul selle teema kohta ju palju rohkem öelda, kui on võimalik öelda ühe uudise, kommentaari või analüüsi sees. Sul on võibolla kahtlusi, informatsiooni, millel ei ole kindlat kinnitust, sul on oma arvamus. Maailmas on ajakirjanike blogid, kus nad räägivad kõigest, mis nad antud teemal mõtlesid ja teada said, hästi populaarsed. See on meil ka mõeldav täiesti. Julgemad ajakirjanikud võivad ju ka üles võtta videoklipi ja rääkida sellest temast, võivad hea helifailina üles panna oma tehtud intervjuud, mis tihti on palju kõnekamad kui kirjalikus tekstis kirja panduna.

Kui see nii kõik läheb, kas siis on tõenäoline, et paberleht muutub online sõsarväljaandeks? Praegu veel võiks ju öelda, et asi on pigem vastupidi.

Ajalehtede tulevikuosas on maailmas tänu interneti teisele tulekule äärmiselt optimistlik. Pigem nähakse ja näen ka mina seda, et võrguväljaannete tugevus ja suur lugejaskond, videohäälpatformid, mida on võimalik pakkuda, toetavad brändi. Lõppude lõpuks on meie põhiväärtus bränd Eesti Päevaleht ja see mil moel lugeja mis tehnilise baasi pealt meie põhi businessi saab ehk infot, ei ole üldse oluline. Usutakse, et võrguväljaanne suurendab ajalehtede lugejaskonda tervikuna, toovad juurde uusi lugejaid uutest põlvkondadest. Muudavad kaubamärgi tuntuks. Pigem maailmas on öeldud seda, et need, kes keskenduvad ainult paberväljaandele, nende puhul on oht kaubamärgile suur. Nüüdseks selline platvorm, millega peab arvestama. Kui rääkida trükiväljaannetest, siis on nii meil kui ka lähiriikides pigem suuremaks ohuks selle kojutellitava ajalehe majandusmudel, kuna see muutub üha kallimaks ja lehe inimesele kätte toimetamine üldiste muutuste tõttu tööjõuturul. See on hoopis ohtlikum ajalehele kui hetkel toote viimine onlinele. Ma ei näe, et võrguväljaanded kuidagi ohustaksid kaubamärki.

Lõpetuseks rääkida veel ka kontekstist, milles EPL ja EPLO töötavad. Kui palju on näiteks paberlehe lugejaid, tiraaž. Kui palju lugejaid peab online lool olema, et võiks öelda, et ta on hästi loetud?

Praegu tulid 2007. I kvartali paberlehe loetavuse numbrid. Selle järgi on olnud 1. kvartalis 145 000 lugejat paberväljaandel. Tallinnas ja Põhja-Eestis, mis on olnud traditsiooniliselt EPLi tugev turg, oli lugejaid ja tellijaid meil 60 000 lugejat. Mõlemad on tublid tulemused. Online lugude loetavuse puhul, milline klikkide arv võiks olla hea tulemus. Kõne alla tulevad lood, mida klikatakse 5 000 kuni 10 000 korda. Nii palju kui mina olen monitoorinud, et nende igapäeva tipplugude puhul, 10000 pluss lugejat on harva. Heal juhul korra nädalas või kolm korda kuus teenib mõni artikkel ära nii palju klikke. Hästi tubli on 5000 kuni 10 000, mis on pigem igapäevane üks lugu erutab lugejaid nii palju.

Kui palju onlinel kokku lugejaid on?

Ma ei tea seda. Onlines praegune instrument, mis on aktsepteeritud nii sisu- kui reklaamiandjate poolt on unikaalsete külastajate arv. Ma ei ole kindel, kas Emori lugejad, mis võetakse tuhande inimese kohta, on võrreldavad. Emori BNS meetriksi iganädalase edetabeli kohaselt on EPLi võrguväljaandel kuskil 140 000 unikaalset kasutajat nädalas. Eesti interneti väljannete seas tervikuna oleme seitsmendal kohal, ajalehtede seas kolmandal kohal. Postimehel ja Õhtulehel samuti on hetkel natukene suurem arv. Õhtuleht on hästi lähedal umbes 150 000 kasutajaga ja lähiaja eesmärk on meil Õhtulehest mööda saada. Kas nüüd ajalehe võrguväljaanne suudaks võistelda suure kataloogi nagu Neti, suure meiliteenuse pakkuja nagu Hot, suure üldportaali nagu Delfiga, see on hoopis iseküsimus. Kui ajalehtede lõikes originaalne sisu hästi tähtis, kardan ma, et ükskõik kui head sisu me ei tee, me ei võistle kataloogiga nagu Neti. Selleks peaksime mõtlema ja looma hoopis muud moodi võrguväljaandeid, mitte pelgalt ajalehe oma. Kõne all võiks olla näiteks Ekspress Grupi üldportaal, mis kõiki väljaandeid ära kasutab: Ekspress Hotline, Rahva Raamat jne. Nii ma olen mõelnud.

Mitut lugu või uudist peaks üks lugeja lugema, et lehejuhid ja lehetegijad rahul võiksid olla?

Ma ütlen ausalt, et seda me ei ole mitte kunagi uurinud. Eestis on uuritud eyetrackingu meetodiga, et kuidas lehte loetakse. Eestis on kvantitatiivselt ja kvalitatiivselt uuritud lugejate rahulolu lehega, ootusi lehega. Kui ma võtan, et põhilehe makett on 24 külge. Seal on üks osa kuulutusi ja reklaami, siis keskmiselt me räägime 20 sisuküljest. Koomiksi ja ilmaküljed langevad ka ära, jääb 18 sisukülge. Siis on ka 18 põhiartiklit või fookuslugu. Kui inimene kolmandiku läbi loeb, siis oleks hea küll. Mul on raske uskuda, et inimesed on valmis kulutama üle 30 minuti või kuni tunni ühe ajalehe peale. Ma arvan, et inimeste ajagraafik seda lihtsalt ei võimalda. Kõik küljed mõttega läbi lugeda eeldab ikkagi üle ühetunnilist pingutust ja ma arvan, et seda ei ole võimalik tavarütmis leida. Kuus lugu lehest läbiloetuna oleks väga hea tulemus.

Online puhul on hoopis teistmoodi. Meie online toodab 70 pluss informatsiooniühikut päevas. Selle poolest me konkurentide tasemest ei erine. Kui ma mõtlen, et on valik ainuüksi online lugude puhul 70-100 ja seal on ka paberlehe lood veel juures, siis ma tahaksin küll, et lugeja, kes meie lehel viibib, viibib seal piisavalt kaua, et vajutada seal viie kuni kümne artikli peal. Need on ainult minu soovid ja hinnangud, mingisugust teadmust mul selle kohta ei ole.

LISA 5

Ekspertintervjuu Eesti Päevaleht Online'i peatoimetaja Aivar Pauga

Mis sina arvad, kui palju erinevad paberlehe ja online lugejad? Mille poolest ja miks?

Uuringutest on selgunud, et hämmastaval kombel need lugejad kattuvad üsna vähe. Ma ei oska öelda, kes loevad paberlehte, online'i registreerunud lugejad on aga sellised:

Vanuse jaotus

0-15 202 | 3%
16-30 3224 | 41%
31-40 1889 | 24%
41-99 1267 | 16%

Asukoha jaotus

Esimesed viis kõige populaarsemat maakonda

Harjumaa (4199) | 53%
Tartumaa (885) | 11%
Pärnumaa (320) | 4%
Lääne-Virumaa (198) | 3%
Viljandimaa (172) | 2%

Esimesed viis kõige populaarsemat linna, valda

Tallinn (2913) | 37%
Tartu (662) | 8%
Pärnu (180) | 2%
Viimsi vald (162) | 2%
Viljandi (85) | 1%

Seega on keskmine online'i lugeja 16-30- aastane Harjumaa elanik. Online'i lugeja on minu hinnangul reeglina kontoritöötaja, kes tuleb hommikul tööle, lööb arvuti lahti ja vaatab, mis erinevad uudistekanalid pakuvad. Saame suurema osa oma lugejatest just tööpäeva jooksul. Kokku loeb meid päevas kuskil 45 000 unikaalset kasutajat (erinevat arvutit). Hommikul kella 9-ks koguneb sellest hulgast kuskil 8000, kella 16-ks on meil kokku 30 000 ja ülejäänud 15 000 tuleb siis ajavahemikul kell 16-24.

Milliseid lugejaid EPLO jahib? Miks? Kuidas? Kuidas edeneb?

Nagu ülaltoodust selgub, pole meil midagi pakkuda sihtrühmale vanusega kuni 15 eluaastat. Seega oleme sihiks võtnud sekka veidi "kergemate" uudiste tootmist, pean silmas rubriiki "Kirev maailm" ja selle lood on väga loetavad. Samas peaks tegema midagi päris noortele ja selles osas alles ragistame ajusid. Noored tahavad interaktiivust, seega liigume selles suunas, et noored saaksid ise midagi meie lehel korda saata. Vanakestele peaks ka midagi eraldi pakkuma, kuid esialgu ei ole see prioriteet.

Mille poolest erinevad paberlehe lugudele (eelkõige uudistele) esitatavad nõuded online lugudele esitatavatest nõuetest?

Online uudis peab oleme oluliselt teravam ja lõõvama pealkirjaga ning selge ülesehitusega: fakt-kommentaari-taust. Erinevalt paberlehest peame iga uudise puhul arvestama, et poole tunni pärast võib lugu edasi areneda, uue suuna võtta või täiesti pea peale keerduda. Õnneks pakub online seda

võimalust :)

Välismaal pole on uueks suunaks see, et paberlehe uudis on online'is täiesti teise pealekirja ja liidiga, peaks seda meiegi puhul proovima.

Kas EPLi paberlehe ja online töötavad üldse sama asja nimel või erinevad nende põhieesmärgid millegi poolest?

Põhieesmärk uudistetoimetusega on üldjoontes sama - toota kuumi uudiseid. Erinev on uudisele lähenemine - meie jaoks on primaarne operatiivsus, paberleht läheb asja lahkamisega rohkem süvitsi, vaatab kaugemale, pakub kohati ka autori arvamusi.

Sa oled kindlasti tähele pannud ja ka jälginud, millised lood EPLO lugejatele enim meeldivad? Näiteks valdkondade kaupa jne.

Naljaga pooleks oleme selgeks teinud mõned sõnad, mille pealkirja panek tagab ülihea loetavuse. Need sõnad on hetkel: Savisaar, Keskerakond, mõrv, homo, juut, veri, polisei jms

Kõige rohkem loetakse ikkagi Eesti uudiseid, järgnevad välismaa, majandus, melu ja kirev maailm. Väga palju sõltub: pealkirjast, loo asukohast veebilehel, pildist. Väga kõva uudise võib nõrga pealkirjaga täiesti märkamatuks muuta.

Kas on nii, et lehes enim tähelepanu saanud teemad saavad enim tähelepanu ka onlines?

Ma ei tea, kuidas te jälgite, milline lehe uudis kuskil tähelepanu saab. Kui pead silmas refereerimist, siis jah - refereeritumad lood on ka meil hommikul esiplaanil. Samas möödub mõni tund ja värsked päevauudised lükkavad leheloode tahaplaanile. Erinevuseks on arvamuse rubriik, kuhu Urmet meid ligi ei lase :)

Kuidas juhib EPLO lugejate tähelepanu teie meelest kõige tähtsamatele lugudele? Kas see käib üldse teadlikult ja kui käib, siis mis alustel?

Muidugi teadlikult. Päevatoimetajad otsustab seda pidevalt. Tähelepanu juhtimiseks on tegelikult ainult üks viis - tõsta ta lehe etteotsa nähtavale kohale. Jälgime sealjuures vaistu, päevakajalisust ning lisaks saame pidevalt vaadata, kui palju üks või teien lugu lugejaid kogub - ka selle alusel tõstame esialgu tahaplaanile jäänud lugusid ettepoole. Lisaks saame tähelepanu juhtida uute lugude külge eelmisi samal teemal tehtud lugusid sidudes.

Kui palju juhtub nii, et online meelest kõige tähtsamad lood ei ole samad, mis paberlehes kõige tähtsamateks mängitud on?

Praktiliselt ei juhtu, hommikuti on ikka paberlehe tähtsad lood kõik ka meie tähtsamate uudiste hulgas. Väga palju sõltub sellest, mida teised lehed teevad, mõni refereering võib ka sealt esiplaanile tõusta.

Kui mitu lugejat peaks ühel lool onlines olema, et seda võiks pidada palju loetud looks? Kui suuresti see näiteks päevade lõikes kõigub?

Kuskil 8000 oleks väga hea tulemus, üle 10 000 on superuudis. Keskmiselt on tugevatel lugudel 5000 lugeja ringis. Esmaspäevad on kõige paremad. Samas on näited, kus reedeõhtune uudis (näiteks see ekskaihväleane, kes oma pere tappis) võib osutada üliloetuks. Nädalavahetusel kahaneb meie loetavus kordades.

LISA 6

Edetabelid

	Paberlehest	Onlinest	Ei lugenudki	Vastamata	Koht online loetavuse topis	
1	Eesti uudised:Autokoolide tase langeb iga aastaga	36%	34%	28%	3%	2
2	Eesti uudised:Alimentide maksustamine pahandab üksikema	36%	28%	36%	1%	6
3	Eesti uudised:Krasnodarska küla tänaval Krimmis kõlab laste suus selge eesti keel (Reportaaž Krimmi Eesti külast)	34%	21%	45%	0%	12
4	Arvamus, Mihkel Raua kolumn:Need vanad kirjanditeemad (laupäeval kirjutavad abiturientid kirjanid)	33%	20%	45%	3%	13
5	Eesti uudised:Ilves selgitas venelastele Eesti ajalugu (kokkuvõtte presidendi online-intervjuust Venemaa BBC-le)	33%	34%	32%	1%	3
6	Tallinn:Elevant Carl saab suurema maja	33%	12%	50%	5%	32
7	Eesti uudised:Peagi annab Tallinn veel kümme kooli erafirmadele	30%	28%	38%	4%	7
8	Meedia:Auhinnatud pressifoto põhjustab avalikku arutelu	30%	13%	55%	1%	28
9	Eesti uudised:Lääne-Virumaal eksis talu juurde paarikuune karupoeg	29%	20%	47%	4%	14
10	Eesti uudised:Saaremaal sündinud mees redutas punkris koos Adolf Hitleriga	29%	20%	49%	3%	15
11	Eesti uudised:Uuring: iga neljas noor on sooritanud õigusrikkumise	29%	26%	43%	1%	8
12	Eesti uudised:Isad hiilivad elatise maksimisest kõrvale	28%	41%	30%	1%	1
13	Eesti uudised:Õpikute kirjastajad surusid ainenõukogud tööst kõrvale	28%	17%	51%	4%	20
14	Arvamus, Aavo Koka kommentaar:Kosolekul võeti noad välja (juhtimisteemaline)	26%	8%	64%	1%	46
15	Tallinn:UNESCO: Tulevane Eesti Raudtee hoone rikuks vaate vanalinnale	26%	7%	64%	3%	49
16	Eesti uudised:Haruldane saatjaga kalakotkas Maria jõudis Aafrikast koju	25%	13%	58%	4%	29
17	Arvamus, juhtkiri:Palun kvaliteetselt! (Valitsuslepe lubadusest ETV-le ja Eesti Raadiote rohkem korrespondente)	24%	9%	62%	5%	40
18	Majandus:GoBusi bussijuhid nõuavad uuest aastast kuupalgaks 11 000 krooni	24%	29%	45%	3%	5
19	Arvamus, juhtkiri:Noorsugu ei ole hukas	24%	14%	58%	4%	24
20	Tallinn:Arheoloogid jõuavad kaevetöödega peagi Vabaduse väljaku parklasse	24%	12%	63%	1%	33
21	B-osa:Kas foolhape oleks päästnud 300 Eesti lapse tervise?	24%	3%	71%	3%	
22	B-osa:Naised tantsivad treeningul kogu hingest justkui Broadway staarid	24%	3%	68%	5%	
23	Arvamus, Olari Taali arvamislugu:Igavene häbi pühaduse teotajatele (inflatsiooni tuleb ohjeldada)	24%	14%	59%	3%	
24	Välismaa:Vene valimiskomisjoni juht erapooletusega Putini suhtes ei hiilga (nimetas Putinit ilmeksimatuks)	24%	12%	61%	4%	
25	Melu:Raamatud on moes. Aga väikesed raamatupoed?	24%	9%	62%	5%	
26	Tallinn:Noortele motorollerijuhtidele algas kevad tänavu õnnetusterohkelt	22%	25%	51%	1%	
27	Tagakülg:Loodus: Aprilli teine nädal: ökoväetist sajab! (Kristel Vilbaste iganädalane ülevaade loodusest)	22%	4%	70%	4%	
28	Arvamus, Agu Uudelepa arvamislugu: Kas minna propagandasõtta või mitte? (propagandasõjast Venemaaga)	22%	18%	58%	1%	

29	Töö:Parimad töötajad saavad järjest suuremaid auhindu	22%	14%	61%	3%
30	Arvamus, juhtkiri:Järjepidevust, kallid ministrid (Keskkonnaminister Jaanus Tamkivi väidetest, et Natura 2000 alad polegi kõige tähtsamad)	22%	13%	62%	3%
31	Tallinn:Altarimaali kirjad toonid ehmatasid restaureerijaid (Jaani kiriku altarimaalist)	22%	5%	68%	4%
32	Majandus:Pensionile tahab eestlane jääda alla 60-aastaselt	22%	24%	51%	3%
33	Majandus:Ehitamisel on kaks suusatunnelit	21%	9%	66%	4%
34	Majandus:Üheksa muukeelset teenindajat kümnest jäid eesti keelega hätta	20%	30%	46%	4%
35	Kultuur:"Klassi" vestlusring: hea õpetaja suudab koolivägivalda vähendada	20%	17%	62%	1%
36	Sport:Marko Asmer kihutas Inglismaal esimeseks	20%	26%	53%	1%
37	Eesti uudised:Tamkivi: Natura alad on ebaolulised	20%	18%	57%	5%
38	Välismaa:Gaasiriigid astusid sammukese ühise kartelli loomise suunas (maagaasi eksportijatest)	20%	11%	66%	4%
39	Sport:Vormel-3 pakub Asmerile hüppelauda vormel-1 klassi	20%	8%	70%	3%
40	Eesti uudised:Valitsus lubab Eesti Raadiole ja ETV-le rohkem väliskorrespondente	18%	17%	62%	3%
41	Spordileht:Fernando Alonso on võimas ka McLarenil	18%	5%	71%	5%
42	Sport:Montgomery varastas miljoneid dollareid (Endine sprindikuulsus osales suures petuskeemis)	18%	12%	67%	3%
43	Eesti uudised:Koguva küla rahvas tegi Meri mälestuseks lõket ja süütas küünlad	17%	7%	72%	4%
44	Spordileht:Eesti meeskond kaotas Davise karikasarjas Sloveeniale, kuid tegi seda võideldes (tennisest)	17%	13%	68%	1%
45	Arvamus, Krister Parise kolumn:Läbi õlleklaasi terendab raketikilp (USA plaanist rajada Tšehhis raketikilbi baas)	17%	12%	68%	3%
46	Kultuur:Kuradike naise sees jätkab kiusu surivoodil (Draamateatris esietendunud näitemängu "Naine ja hirmutis" arvustus)	17%	7%	74%	3%
47	Arvamus, Dmitri Jaroši arvamuslugu:Kes toetab Lukašenkat? (Kas Venemaal pettunud Lukašenka pöörab näo Euroopa Liidu poole)	16%	9%	74%	1%
48	Arvamus, Henn Kääriku arvamuslugu:Demokraatia võimalikkusest Eesti Vabariigis (arutlus demokraatiast kui rahva võimust)	16%	20%	63%	1%
49	Välismaa:Sirp ja vasar tekitasid Moskvast võimutuli (Riigiduumas keelati föderatsiooninõukogu vastuseisu eirates võidulipul sirbi ja vasara)	16%	12%	70%	3%
50	Spordileht:Kalev/Cramo loovutas Balti liigas suure võimaluse	16%	17%	64%	3%
51	Spordileht:Mitu kergejõustikuala veereb allamäge	16%	7%	72%	5%
52	Eesti uudised:Ohus naarisatele pannakse "saba" järele	16%	7%	75%	3%
53	Välismaa:Kahe Prantsuse gigandi heitluse võib võita kolmas (presidendivalimistest)	14%	14%	70%	1%
54	Välismaa:Valimised maailma elamisväärsimas riigis (Austraaliast)	14%	5%	79%	1%
55	Kultuur:Veljo Tormise nägu eesti muusika päevad saavad täna avalöögi	14%	12%	71%	3%
56	Välismaa:Venemaal seljatab usk opositsiooni (Jaanus Piirsalu reportaaž ülestõusmispüha ristikäigust Moskvast)	13%	18%	66%	3%
57	Eesti uudised:Professor Metspalu: rahvas usaldab geenivaramut taas	13%	8%	74%	5%

58	Sport:Heiki Nabi: maailmameistril on alati raskem!	13%	9%	75%	3%
59	Sport:Taavi Rähni vintsutused saavad tõenäoliselt lõpu (jalgpallur Taavi Rahn sõlmib lepingu Leedu vutiklubiga)	12%	9%	75%	4%
60	Sport:Vutipäästja Bernhardt: saunad peavad lõppema (intervjuu Eesti noortekoondiste peatreeneriga)	12%	7%	79%	3%
61	Eesti uudised:Vabakutseline haigruotsija peilib uusi pesitsemiskohti	11%	5%	82%	3%
62	Spordileht:Kalev/Cramo väärrib lõpuks ka Kalevi nime (Andrus Nilgi kommentaar)	11%	7%	78%	5%
63	Melu:Tallinna parim kooliteatrilavastus tuleb tänava Kullc teatrikoolist	11%	7%	80%	3%
64	B-osa:Briti imemees viib lisakilod ja painava suitsusõltuvuse	11%	5%	82%	3%
65	Arvamus, Jared Genseri arvamuslugu:Eesti peaks toetama Birma vabaduse taastamist	8%	3%	87%	3%
66	Arvamus, Christine Ockrent:Kas asjalood muutuvad? (naistest poliitikas, konkurentsieeliseks on emadus)	8%	4%	82%	7%
67	Melu:Kappkellad, ratastega pardid ja hõbelusikad (antiigimessist)	7%	3%	88%	3%

Tabel 5. Lugude loetavus paberlehes, täielik edetabel

	Paberlehest	Onlinest	Ei lugenudki	Vastamata	Koht paberlehe loetavuse topis	
1	Eesti uudised:Isad hiilivad elatise maksimisest kõrvale	28%	41%	30%	1%	12
2	Eesti uudised:Autokoolide tase langeb iga aastaga	36%	34%	28%	3%	1
3	Eesti uudised:Ilves selgitas venelastele Eesti ajalugu (kokkuvõtte presidendi online-intervjuust Venemaa BBC-le)	33%	34%	32%	1%	5
4	Majandus:Üheksa muukeelset teenindajat kümnest jäid eesti keelega hätta	20%	30%	46%	4%	34
5	Majandus:GoBusi bussijuhid nõuavad uuest aastast kuupalgaks 11 000 krooni	24%	29%	45%	3%	18
6	Eesti uudised:Alimentide maksustamine pahandab üksikema	36%	28%	36%	1%	2
7	Eesti uudised:Peagi annab Tallinn veel kümme kooli erafirmadele	30%	28%	38%	4%	7
8	Eesti uudised:Uuring: iga neljas noor on sooritanud õigusrikkumise	29%	26%	43%	1%	11
9	Sport:Marko Asmer kihutas Inglismaal esimeseks	20%	26%	53%	1%	36
10	Tallinn:Noortele motorollerijuhtidele algas kevad tänava õnnetusterohkelt	22%	25%	51%	1%	26
11	Majandus:Pensionile tahab eestlane jääda alla 60-aastaselt	22%	24%	51%	3%	32
12	Eesti uudised:Krasnodarska küla tänaval Krimmis kõlab laste suus selge eesti keel (Reportaaž Krimmi Eesti külast)	34%	21%	45%	0%	3
13	Arvamus, Mihkel Raua kolumn:Need vanad kirjanditeemad (laupäeval kirjutavad abiturientid kirjanid)	33%	20%	45%	3%	4
14	Eesti uudised:Lääne-Virumaal eksis talu juurde paarikuune karupoeg	29%	20%	47%	4%	9
15	Eesti uudised:Saaremaal sündinud mees redutas punkris koos Adolf Hitleriga	29%	20%	49%	3%	10
16	Arvamus, Henn Kääriku arvamuslugu:Demokraatia võimalikkusest Eesti Vabariigis (arutus demokraatiast kui rahva võimust)	16%	20%	63%	1%	48
17	Arvamus, Agu Uudelepa arvamuslugu: Kas minna propagandasõtta või mitte? (propagandasõjast Venemaaga)	22%	18%	58%	1%	28
18	Eesti uudised:Tamkivi: Natura alad on ebaolulised	20%	18%	57%	5%	37
19	Välismaa:Venemaal seljatab usk opositsiooni (Jaanus Piirsalu reportaaž ülestõusmispüha ristikäigust Moskvast)	13%	18%	66%	3%	56
20	Eesti uudised:Õpikute kirjastajad surusid ainenõukogud tööst kõrvale	28%	17%	51%	4%	20

21	Kultuur:“Klassi” vestlusring: hea õpetaja suudab koolivägivalda vähendada	20%	17%	62%	1%
22	Eesti uudised:Valitsus lubab Eesti Raadiole ja ETV-le rohkem väliskorrespondente	18%	17%	62%	3%
23	Sport:Kalev/Cramo loovutas Balti liigas suure võimaluse	16%	17%	64%	3%
24	Arvamus, juhtkiri:Noorsugu ei ole hukas	24%	14%	58%	4%
25	Arvamus, Olari Taali arvamuslugu:Igavene häbi pühaduse teotajatele (inflatsiooni tuleb ohjeldada)	24%	14%	59%	3%
26	Töö:Parimad töötajad saavad järjest suuremaid auhindu	22%	14%	61%	3%
27	Välismaa:Kahe Prantsuse gigandi heitluse võib võita kolmas (presidendivalimistest)	14%	14%	70%	1%
28	Meedia:Auhinnatud pressifoto põhjustab avalikku arutelu	30%	13%	55%	1%
29	Eesti uudised:Haruldane saatjaga kalakotkas Maria jõudis Aafrikast koju	25%	13%	58%	4%
30	Arvamus, juhtkiri:Järjepidevust, kallid ministrid (Keskkonnaminister Jaanus Tamkivi väidetest, et Natura 2000 alad polegi kõige tähtsamad)	22%	13%	62%	3%
31	Sport:leht:Eesti meeskond kaotas Davise karikasarjas Sloveeniale, kuid tegi seda võideldes (tennisest)	17%	13%	68%	1%
32	Tallinn:Elevant Carl saab suurema maja	33%	12%	50%	5%
33	Tallinn:Arheoloogid jõuavad kaevetöödega peagi Vabaduse väljaku parklasse	24%	12%	63%	1%
34	Välismaa:Vene valimiskomisjoni juht erapooletusega Putini suhtes ei hiilga (nimetas Putinit ilmeksimatuks)	24%	12%	61%	4%
35	Sport:Montgomery varastas miljoneid dollareid (Endine sprindikuulsus osales suures petuskeemis)	18%	12%	67%	3%
36	Arvamus, Krister Parise kolumn:Läbi õlleklaasi terendab raketikilp (USA plaanist rajada Tšehhisse raketikilbi baas)	17%	12%	68%	3%
37	Välismaa:Sirp ja vasar tekitasid Moskvas võimutüli (Riigiduma keelasi föderatsiooninõukogu vastuseisu eirates võidulipul sirbi ja vasara)	16%	12%	70%	3%
38	Kultuur:Veljo Tormise nägu eesti muusika päevad saavad täna avalöögi	14%	12%	71%	3%
39	Välismaa:Gaasiriigid astusid sammukese ühise kartelli loomise suunas (maagaasi eksportijatest)	20%	11%	66%	4%
40	Arvamus, juhtkiri:Palun kvaliteetselt! (Valitsusleppe lubadusest ETV-le ja Eesti Raadiole rohkem korrespondente)	24%	9%	62%	5%
41	Melu:Raamatud on moes. Aga väikesed raamatupoed?	24%	9%	62%	5%
42	Majandus:Ehitamisel on kaks suusatunnelit	21%	9%	66%	4%
43	Arvamus, Dmitri Jaroši arvamuslugu:Kes toetab Lukašenkat? (Kas Venemaal pettunud Lukašenka pöörab näo Euroopa Liidu poole)	16%	9%	74%	1%
44	Sport:Heiki Nabi: maailmameistril on alati raskem!	13%	9%	75%	3%
45	Sport:Taavi Rähni vintutused saavad tõenäoliselt lõpu (jalgpallur Taavi Rahn sõlmib lepingu Leedu vutiklubiga)	12%	9%	75%	4%
46	Arvamus, Aavo Koka kommentaar:Kossolekul võeti noad välja (juhtimisteemaline)	26%	8%	64%	1%
47	Sport:Vormel-3 pakub Asmerile hüppelauda vormel-1 klassi	20%	8%	70%	3%
48	Eesti uudised:Professor Metspalu: rahvas usaldab geenivaramut taas	13%	8%	74%	5%
49	Tallinn:UNESCO: Tulevane Eesti Raudtee hoone rikuks vaate vanalinnale	26%	7%	64%	3%

50	Eesti uudised:Koguva küla rahvas tegi Meri mälestuseks lõket ja süütas küünlad	17%	7%	72%	4%
51	Kultuur:Kuradike naise sees jätkab kiusu surivoodil (Draamateatris esietendunud näitemängu "Naine ja hirmutis" arvustus)	17%	7%	74%	3%
52	Sport:Vutipäästja Bernhardt: saunad peavad lõppema (intervjuu)	16%	7%	72%	5%
53	Spordileht:Mitu kergejõustikuala veereb allamäge	16%	7%	75%	3%
54	Eesti uudised:Ohus naaritsatele pannakse "saba" järele	12%	7%	79%	3%
55	Sport:Vutipäästja Bernhardt: saunad peavad lõppema (intervjuu)	11%	7%	78%	5%
56	Spordileht:Kalev/Cramo vääril lõpuks ka Kalevi nime (Andrus Nilgi kommentaar)	11%	7%	80%	3%
57	Melu:Tallinna parim kooliteatrilavastus tuleb tänavu Kullo teatrikoolist	22%	5%	68%	4%
58	Tallinn:Altarimaali kirjad toonid ehmatasid restaureerijaid (Jaani kiriku altarimaalist)	18%	5%	71%	5%
59	Spordileht:Fernando Alonso on võimas ka McLarenil	14%	5%	79%	1%
60	Välismaa:Valimised maailma elamisväärsimas riigis (Austraaliast)	11%	5%	82%	3%
61	Eesti uudised:Vabakutseline haigruotsija peilib uusi pesitsemiskohti	11%	5%	82%	3%
62	B-osa:Briti imemees viib lisakilod ja painava suitsusõltuvuse	22%	4%	70%	4%
63	Tagakülg:Loodus: Aprilli teine nädal: ökoväetist sajab! (Kristel Viibaste iganädalane ülevaade loodusest)	8%	4%	82%	7%
64	Arvamus, Christine Ockrent:Kas asjalood muutuvad? (naistest poliitikas, konkurentsieeliseks on emadus)	24%	3%	71%	3%
65	B-osa:Kas foolhape oleks päästnud 300 Eesti lapse tervise?	24%	3%	68%	5%
66	B-osa:Naised tantsivad treeningul kogu hingest justkui Broadway staarid	8%	3%	87%	3%
67	Arvamus, Jared Genseri arvamuslugu:Eesti peaks toetama Birma vabaduse taastamist	7%	3%	88%	3%
67	Melu:Kappkellad, ratastega pardid ja hõbelusikad (antiigimessist)				

Tabel 6. Lugude loetavus online'is, täielik edetabel