

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

**Meedia aktiivsete vene noorte sotsiaalse agentsuse
kanalina: noorte ajakirjanike ja sisuloojate vaade**

Bakalaureusetöö

Joonas Piir

Juhendaja: Triin Vihalemm, PhD

Tartu 2023

TÄNUSÕNAD

Olen äärmiselt tänulik juhendajale, kes lisaks olulise teoreetilise materjali jagamisele hoidis tööprotsessil silma peal ning andis vajadusel alati nõu, kuidas tööd täiendada ja muuta. Töö kirjutamist hõlbustas aktiivne suhtlus juhendajaga, mistõttu lahenesid tekkinud mured ja arusaamatused kiiresti.

Lisaks tänan Marko Uibut, kelle konstruktiivne tagasiside oli abiks oluliste muudatuste ja täienduste tegemiseks.

SISUKORD

TÄNUSÕNAD.....	2
SISUKORD.....	3
SISSEJUHATUS	5
1. TEOREETILISED ALUSED	6
1.1. Sotsiaalne agentsus.....	6
1.2. Sisulooja ja sisuloome.....	7
1.3. Meediasõnavõttud demokraatliku osaluse ja sotsiaalse agentsuse vahendina	8
1.4. Vähemusrühmade esindatus meedias ja sõnasaamine	9
1.5. Meediakasutus ning selle muutumine seoses digitaliseerumise ja põlvkonn vahetusega	10
2. EMPIIRILISED ALUSED: EESTI VENEKEELSE ELANIKKONNA MEEDIATARBIMINE JA MEEDIA ROLL SOTSIAALSE AGENTSUSE KANALINA... 13	
3. UURIMISKÜSIMUSED	17
4. VALIM JA UURIMISMEETOD	18
4.1. Valim.....	18
4.2. Andmekogumismeetod	20
4.3. Andmeanalüüsi meetod.....	20
5. TULEMUSED	22
5.1. Meediasisu loomise eesmärgid ja praktikad	22
5.2. Vene noorte taju auditooriumist ning auditooriumiga arvestamine.....	25
5.3. Ajakirjanduslik koostöö eesmärgid, võimalused ja takistused	28
5.4. Vene noorte avalikku sõnavõttu toetavad ja takistavad tegurid.....	30
5.5. Arendused ja muutused, mis paneksid vene noori rohkem avalikult sõna võtma	38
6. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	40
6.1. Meetodi kriitika	44
6.2. Edasised võimalikud uurimissuunad	45
KOKKUVÕTE	46
SUMMARY	48
KASUTATUD KIRJANDUS	50
LISAD.....	56
Lisa 1 – Intervjuukava	56
Lisa 2 – Värbamiskiri.....	57
Lisa 3 – Nõusolekuvorm.....	58
Lisa 4 – Kodeerimise tabelid	60

Lisa 5 – Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks 79

SISSEJUHATUS

Suur osa Eestis elavate vene noorte esivanematest immigrerusid siia nõukogude perioodil, mistõttu mõjutasid neid Eesti taasiseseisvumisega kaasnenud ühiskondlikud ja meediatööstusega seotud muudatused (nt venekeelne meedia- ja informatsioon muutus valdavas osas eestikeelseks) (Vihalemm ja Leppik, 2017: 558). Kuna venekeelseid inimesi iseloomustab erinev võimekus ning motivatsioon ühiskonnas toimida, on teadlased jaotanud nad erinevatesse meediaauditooriumi rühmadesse (vt pt 2.). Minu uuring analüüsib aktiivsusklastrisse kuuluvate vene noorte arvamusi. Vihalemm ja Juzefovičs (2020) kirjeldavad aktiivsusklastrisse kuuluvaid inimesi kui intensiivseid kohaliku- ja Lääne meedia kasutajaid, kes on meediakriitilised, kasutavad avalikku ruumi ning jälgivad päevauudiseid.

Arriagada (2021: 238) sõnul on meediatööstuse areng loonud vähemustele head võimalused avalikuks sõnavõtuks. Samas näitavad mitmed uuringu tulemused (Couldry, 2010; Vihalemm, 2022) just vastupidist – vähemustel on enamusest vähem võimalusi avalikes aruteludes kaasa rääkida. Kuivõrd avalik sõnavõtt on üks olulisemaid osi demokraatliku ühiskonna säilimiseks (Evan jt, 2004: 325) ning vähemusrühmad Euroopa ühiskondades seisavad silmitsi etnilisest taustast tingitud diskrimineerimisega, mis mõjutab nende sotsiaalset käitumist (Second European..., 2018: 18), on oluline ära kaardistada Eestis elavate vene noorte meediasõnavõtte toetavad ja takistavad tegurid, eesmärgiga muuta meediaruumi mitmekesisemaks, võttes sealhulgas arvesse vähemuste meediatarbimise eripärasid.

Kuna eesti- ning venekeelne elanikkond jälgib kumbki suurel määral omakeelset meediat (vt pt 2.), võib ühiste ja siduvate teemade vaegus olla põhjuseks, miks näeb vähemusnoorte avalikke sõnavõtte peavoolumeedias vähe. Vähemusnoorte meedia kaudset avalikku eneseväljendamist pole aga Eestis minu teada varem uuritud, mistõttu ei ole head ülevaadet vene noorte meedia sisu loomise ning arvamuse avaldamise võimalustest ja praktikatest. Ülevaate andmine on äärmiselt oluline, et vältida polariseerumist, mis võib tekkida vähemusrühmade vähese meediaesindatuse tõttu (Ruzvidzo, 2020: 5). Millist mõju avaldab vene noorte meediasõnavõttudele meediatoimetuste enda tööpraktikad? Mille poolest erinevad meediaväljaannete poolt tellitud sõnavõttud iseseisvatest sõnavõttudest? Need on küsimused, millele oma töös muuhulgas vastan.

Olenemata sellest, et Eestis elavad vene noored on üpris hästi integreerunud (Vihalemm ja Leppik, 2020), võib Vene-Ukraina vaheline konflikt mõjutada noorte meedia-alaseid hoiakuid, mistõttu käsitlen töös ka sõja mõju avalikule eneseväljendamisele.

1. TEOREETILISED ALUSED

Järgnevalt defineerin sotsiaalse agentsuse mõiste, toetudes kahele teoreetikule, kel on sarnased arusaamad, kuid kohati erinevad lähenemismargad. Samuti selgitan, kes on sisulooja, mis on sisuloome ja miks on nende vaade avalikule sõnavõtule teema kontekstis tähtis. Viimastes peatükkides annan ülevaate vähemusrühmade esindatusest ja sõnasaamisest meedias ning üldisest meediakasutusest.

1.1. Sotsiaalne agentsus

Sotsioloogid Anthony Giddens ja Pierre Bourdieu on ühed olulisemad sotsiaalse agentsuse teoreetikud. Giddens (1984: 5-14) defineerib enda raamatus „Ühiskonna põhiseadus“ sotsiaalse agentsuse mõistet kui indiviidi võimet ühiskonna struktuuris toimida, vaadelda toimuvad protsesse ning luua reegleid ja kasutada olemasolevaid ressursse, olles seeläbi suutlik teadlikult sotsiaalset reaalsust mõjutama. Oma raamatus kirjutab ta, et suur osa indiviidi igapäevatoimingutest moodustavad rutiinsed harjumused ja oskused, millest suur osa on teadvustamata (nt kartuli koorimine ning tükeldamine) (Giddens, 1984: 5-14). Inimeste käitumis ja mõtlemismustrid moodustavad justkui võrgustiku, mis samas sotsio-kultuurilises ning majanduslikus kontekstis elavatesse indiviididesse on aja jooksul integreerunud (Vihalemm jt, 2015: 33). Samamoodi on Couldry (2004: 115-132) enda uuringus kinnitanud, et meedia tarbimine on osa inimeste igapäevastest praktikatest, sest inimesed tarbivad meediat märakamatult, rutiinselt ja sotsiaalselt õpitud viisil.

Formaalseid, mitteametlikke reegleid sisendavad spetsiifilised amet- ja valdkonnad dikteerivad, kuidas olukordades käituma peame ning millist käitumist meist oodatakse (Bourdieu, 1972: 159-183). Näitena võib tuua jalgpallimängu, kus eeldatakse, et mängijad peavad kinni mängule loodud kindlatest reeglitest, mitte ei võta kasutusele mõne muu spordialale loodud reeglistikke (Vihalemm jt, 2015: 26-27). Kui sooviksime aga segada jalgpallimängu reegleid ning mängutingimusi ragbi omadega, oleks vaja kasutada meedia, professionaalide ja õpetajate abi, et muutuks inimeste praktiline käitumine, pidades uusi tingimusi loomulikuks muutuseks (Vihalemm jt, 2015: 26-27). Seega on Bourdieu (1972) teooria kohaselt olulised institutsionaalsed sekkumised, kujundades kavatsetud ja kavatsemata kõrvalmõjudega sotsiaalseid praktikaid.

1.2. Sisulooja ja sisuloome

Kuna uuringu eesmärgiks on mõista sisuloojate praktikaid meediasisu loomisel ja arvamuse väljendamisel, on oluline lahti mõtestada mõisted sisulooja ning sisuloome, andes muuhulgas konteksti, miks on oluline nende nägemust käsitleda.

Jacob Gardner ja Kevin Lehnert (2016: 294) kirjeldavad sisuloojaid ühiskonnagrupina, kelle eesmärgiks on avada teemasid uute vaatenurkade alt, pakkudes mitmekülgsema infoga auditooriumile tihtipeale traditsioonilisest meediast suuremat väärtust. Sisu defineeritakse kui informatsiooni ja kogemuste kogumiku, mis on suunatud kindlale auditooriumile (Content Creation..., 2020: 1).

Digitaalmeedia ja Internetiplatvormide areng on hõlbustanud tasuta ligipääsu erisuguse sisu tarbimisele ja loomisele (Content Creation..., 2020: 1). Thompsoni ja Weldoni (2022: 13) sõnul on kaasaegsed digitehnoloogiad hägustanud piirid tarbija ja tootja vahel: publikul on võimalik sisu tarbida kui ka samaaegselt luua ehk puudub traditsioonilisele meediale iseloomulik ühesuunaline suhe, kus tootja otsustab tarbijale loodava sisu üle. Vabatahtlik sisuloome eeldab sisuloojatelt aga suuremat ressursi, sest valmistoodangut tuleb muuhulgas iseseisvalt turundada, mistõttu võivad kulud kaaluda üle tulud (Thompson ja Weldon, 2022: 75).

Digitaalsed meediaplatformid võimaldavad sisuloojatel toodetud sõnumeid jagada globaalse auditooriumiga (Olmanson ja Falls, 2016: 1), avaldades sõnavõttudega mõju nende mõttemaailmale ning käitumisele. Muuhulgas võimaldavad meediaplatformid sisuloojatel luua intiimset sidet auditooriumiga, pakkudes publikule usaldusväärset ja originaalset sisu, kaasates neid samaaegselt ka aruteludesse (Gardner ja Lehnert, 2016: 294). Digitaalsetes keskkondades kriitiliste aruteludega liitumine on mugavam ning osaliselt turvalisem kui silmast-silma arutelude puhul, mistõttu pakub uusmeedia vähemustele varasemast paremaid võimalusi avalikuks eneseväljendamiseks (Arriagada, 2021: 238).

Meediatööstuse arengu tõttu on noorte venekeelsete ajakirjanike ja sisuloojate vaate käsitlemine oluline, et mõista, milline roll on meediaarengul vähemusnoorte avalikes sõnavõttudes ning millised meedia-alased ning ühiskondlikud tegurid toetavad ja takistavad avalikku eneseväljendust.

1.3. Meediasõnavõttud demokraatliku osaluse ja sotsiaalse agentsuse vahendina

Meedia kasutuse üheks põhieelduseks on ligipääs meediale ning nagu käesolevast tööst selgub on digitehnoloogia- ja meediaarenguga avanenud selleks üha rohkem võimalusi. Mitmete uurijate sõnul (Couldry, 2008: 373; Watkins ja Tacchi, 2008: 2) võimaldavad digitaalmeedia pakutavad ressursid inimestel jagada enda arvamusi, tõekspidamisi ning lugusid praktilisest elus, sünteesides ja levitades neid lihtsamini kui kunagi varem, arendades sealhulgas demokraatiat. Couldry (2008: 386) sõnul ei ole digitaalmeedia sõnavõttude põhieesmärgiks meediasisu tootmine uudismeedia jaoks, vaid generatsioonide ja rahvuste vahelise sidususe tugevdamine tekkivate arutelude teel. Mitmekülgsed arutelude teket toetab informatsiooni asümmeetriline levimine (Köuts-Klemm ja Seppel, 2018: 24), kuid samas võivad algoritmid ohustada demokraatiat, kuvades inimestele informatsiooni, mis ühtib nende hoiakute ja tõekspidamisega, tõkestades arvamuste mitmekesisust (Flaxman jt, 2016: 299).

Traditsioonilise ja uue meedia vahelises debatis meediasõnavõttude kontekstis ei saa üle hüpata ka enesepresentatsiooni aspektist, millest on kirjutanud Erving Goffman (1956: 37-44) enda raamatus „*The Presentation of Self in Everyday Life*“. Inimesel on võime presenteerida ennast kellena tahes, et luua endast teatud mulje (Goffman, 1956: 38). Mõisted eneseesitus ja sotsiaalmeedia käivad käsikäes, sest sotsiaalmeedia võimaldab inimestel ennast kerge vaevaga presenteerida kellegi teisena, mistõttu ei saa olla kindel avaliku sõnavõttude motiivides ja eesmärkides. Traditsioonilise meedias veendub meediatoimetuse tihtipeale eelnevalt sõnavõtja identiteedis, piirates narratiivide edastamise võimalusi indiviidile sobivas kontekstis. Ajakirjanikutööga seotud kontekstiteguritest on rääkinud ka Warren Breed (1955: 326-335). Traditsioonilises meedias toimuvad toimetuse ja autori vahelised kokkulepped võivad muuhulgas mängida rolli, kuidas ajakirjanik teemat käsitleb (Breed, 1955: 326). Seega seavad meediaväljaanded sotsiaalse vahendajana ise „mängureeglid“ lähtudes enda huvidest, millega sõnavõtja peab arvestama. Seeläbi võidakse mõjutatakse ajakirjanike ja sisuloojate meediasõnavõtte.

Keeruline on väita, et üks meediavorm avalikuks sõnavõtuks on parem kui teine, sest mõlemal on omad plussid ja miinused. Ruggiero (2000: 15) sõnul on sotsiaalmeedia tugevus selle interaktiivsus – kasutajatel on võimalik sekkuda teiste sõnavõttudesse ning olla osa nende kaasloomistest. Muuhulgas sõnab Ruggiero (2000: 16), et indiviidil on võimalik tarbida

pakutava sisu hulgast seda, mida vajab või oluliseks peab ning asünkroonsus võimaldab infot interneti keskkonnas tarbida endale sobival ajahetkel. Sõnumite digitaalsus võimaldab inimestel aga meediaga manipuleerida, võimaldades indiviidil kontrollida kommunikatsiooni paremini kui traditsioonilisemeedia puhul (Ruggiero, 2000: 16).

1.4. Vähemusrühmade esindatus meedias ja sõnasaamine

Nõukogude Liidu immigratsioonipoliitika tõttu ei olnud Eestisse elama asunud Vene kodanikud motiveeritud ära õppima eesti keelt (Vihalemm jt, 2004: 57-74). Eesti taasiseseisvumisega muutus ametlik riigikeel, kuid sotsiaal-poliitiline keskkond ei kohustanud Eestis elavaid venelasi ära õppima eesti keelt. Selle tulemusena puudub paljudel Eestis elavatel venelastel piisav eesti keele oskus, et osaleda avalikus sfääris (Vihalemm ja Hogan-Brun, 2013: 71). Samas on Eesti allkirjastanud vähemusrahvuste kaitse raamkonventsiooni, mille 9. artikkel lubab vähemustel luua raadio-, televisiooni- ja filmiette võtteid võrdselt rahvuskaaslastega (Vähemusrahvuste..., 2008). Seega on vähemustel eestlastest rahvuskaaslastega teoreetiliselt võrdsed võimalused meediasõnavõttudeks.

Vähemusrühmade esindatusest meedias on Kirde-Eesti kaevurite näitel uurinud Triin Vihalemm (2022) artiklis "*Media, miners and the injustices of sustainable transition in North-East Estonia*". Uuringus leidis Vihalemm (2022), et Eesti meediakultuuris kaasatakse avalikesse aruteludesse ühiskondlike probleemide üle arutama eksperdid ja mõjukamad inimesed, mistõttu on tahaplaanile tõugatud vähemuste seisukohad. See tekitab sotsiaalset ebavõrdsust ühiskonnarühmade probleemidele tähelepanu pööramise ja ärakuulamise osas. Sotsioloog Simon Cottle (2000: 19) toob enda uuringus "*Ethnic minorities and the media*" välja meediatööstuse põhieesmärgi, milleks on kasumi teenimine. Maksimaalse võimaliku tulu teenimine eeldab väljaandelt meediaturul aktiivsust ja operatiivsust, mistõttu ei ole õiglaste kriitiliste arutelude loomisesse võimalik tõttu vähemusi tihti peale kaasata, kuna nende seisukohtade kogumine on ajamahukam (Cottle, 2000: 20).

Macnamara (2013: 162) sõnul ei tähenda avalik sõnavõtt ja arvamuse avaldamine ainult inimese verbaalset suhtlust, vaid inimeste suhtlemist ka muude tegevuste, nagu näiteks kirjutamise, hääletamise, protestimise ja muude kunstiliste vormide kaudu. Couldry (2010: 2-3) leiab, et arvamusi selles osas, kuidas erinevad ühiskonnasektorid toimima peaks, on jäänud aastatega aina vähemaks, samal ajal kui valdkonnad nagu näiteks poliitika, majandus ja kultuur, on kümnendike jooksul üha kompleksemaks arenenud. Sõnavõtu ja arvamusalalduste vaegus

on suuresti tingitud neoliberalismist, milles eitatakse paljude kodanike sõnavõimu olemasolu (Couldry, 2010: 1).

Mitmed teadlased (Dreher 2009: 445; Couldry, 2010: 8-9; Macnamara, 2013: 161; Vihalemm, 2022: 2-3) on enda uurimustes leidnud, et sõnasaamises ja -võtmises mängib olulist rolli kuulaja. Ajakirjanikel on võimalik jääda objektiivseks, kuid nagu Vihalemma (2022) kaevurite uuringu tulemustes selgus, ei andnud ajakirjandus vähemusrahvusest kaevuritele teiste toimijatega võrdväärseid võimalusi saatust puudutavas meediadebattides osalemiseks. Võimalik, et kaevurid ei ole ainuke sotsiaalne rühm, kes avalikus sõnavõtus tahaplaanile on jäänud. Kõrvalejätetud tunnet võivad teiste sotsiaalsete gruppide hulgas tunda ka vähemusnoored, kes ei näe probleemina mitte kuulda võtmist, vaid võimalust kaasa rääkida. Tekib domino efekt, mis mõjutab nii nende sotsiaalset agentsust ja seehulgas ka mõjuvõimu ühiskonnas.

1.5. Meediakasutus ning selle muutumine seoses digitaliseerumise ja põlvkonnavahtusega

Noorte digitaalse osaluse käsitlemine on oluline, et mõista, kuidas on internetikesksete osalusvormide teke muutunud nende osalust poliitilistes ja ühiskondlikes protsessides. Kalmuse ja Beilmanni (2019) sõnul on noored üha vähem huvitatud esindusdemokraatia süsteemis osalemisest, eelistades näidata poliitilist ja ühiskondliku aktiivsust läbi kodanikualgatuste, osaledes meelevaldustel, avaldades arvamust ja allkirjastades erinevaid petitsioone. Seega ei näe noored vajadust mõjutada poliitikat süstemaatiliselt organisatsioonide kaudu. Sukk (2018: 27) sõnab enda magistritöös, et noored näevad Interneti eelkõige platvormina, läbi mille on suurem võimalus muuta maailma paremaks, osaledes erinevates kampaaniates. Teiste loodud kampaaniates osalemine on aga suuresti kampaania algatajate poolt ette ära kujundatud ehk osalemine eeldab algataja loodud „mängureeglite“ jälgimist, mis on seatud tema endi teadmiste pinnalt, kuidas hoogtegevuse eesmärki täita.

Kalmuse ja Beilmanni (2019) sõnul käib müüt noorte madalast digiosalusest käsikäes nende madala ühiskondliku aktiivsusega, kuid „Mina. Maailm. Meedia“ 2014. aasta uuringu tulemustest (Kalmus jt, 2017) selgub, et digiosalus on levinud eelkõige 15-29aastaste seas. Seda mõjutab suuresti digikeskkondadele lihtne ligipääsetavus (Kalmus jt, 2017). Internetile ja meediale ligipääsu teeb lihtsaks suur kommunikatsioonivahendite hulk erinevates kodudes: tihti omatakse mitut televiisorit, arvutit, tahvelarvutit ning igal perekonnaliikmel on

individuaalseks kasutamiseks mõeldud ka nutitelefon (Vihalemm ja Kõuts-Klemm, 2017: 251). Kui 2010. aastal kasutas Interneti telefoni vahendusel 31% lastest (Kalmus ja Siibak, 2019), siis 2021. aastaks oli Interneti kasutamise näitaja tõusnud 16-24aastaste vanuserühmas 99%-ni (Statistikaamet, 2020). 13-17aastaste vene peredest pärit laste Interneti kasutamine on veidi suurem eestikeelsetest eakaaslastest - Eesti lastest piirdub kuni ühe tunniga internetis 18%, vene lastest ainult 9% (Sukk jt, 2018: 17-18). Võimalikuks põhjuseks võib olla nende etnilisest taustast tingitud vähene kuuluvustunne eestlastest eakaaslaste hulka. Korts (2008: 72-76) leiab, et Eestis ei ole eri rahvusrühmade liikmete vahel erilist solidaarsust ja usaldust ning toimub aga üha intensiivsem etniline eristamine. EU Kids Online'i 2018. aasta uuringu tulemustest (Sukk jt, 2018: 32) väärrib esile tõstmist 9-17aastaste venekeelsete laste mõnevõrra sagedasemat ebameeldivate kogemustega kokku puutumist Interneti keskkondades (vastas 26% uuringus osalenud venekeelsetest lastest) võrreldes eestlastega (vastas 21% uuringus osalenud eestikeelsetest lastest). Samuti näitavad EU Kids Online'i 2018. aasta uuringu tulemused (Sukk jt, 2018: 43), et vene kodukeelega noored otsivad Internetist uusi sõpru sagedamini kui eestlastest eakaaslased ning lisavad tihedamini sõbralisti võõraid ehk võtavad netisuhtluses eesti lastest rohkem riske.

2010. aastal paistsid Eesti lapsed võrreldes teiste Euroopa riikide lastega silma keskmisest kõrgema uudiste jälgimisega Internetis (Livingstone jt, 2011), kuid 2018. aastaks oli muutunud uudiste jälgimine vähem levinud tegevuseks ning kasvas meelelahutuse ja suhtlemisega seotud tegevuste harrastamine (Sukk jt, 2018). Põhjuseks võib olla vähene Internetikasutamise pädevus ja teadlikus digiplatvormide eesmärgipärasest kasutamisest, mistõttu tunduski nende jaoks kõige lihtsam kasutada veebi üldise informatsiooni kogumiseks. Tehnoloogia arenguga on suurenenud võimalused Interneti kasutamiseks erinevatel eesmärkidel, mistõttu võivad laste jaoks uudistest atraktiivsemad olla telefonimängud ja muu meelelahutus. EU Kids Online'i 2018. aasta uuringus leiti, et 80% Interneti kasutavatest lastest vaatab videosid, 69% kuulab muusikat ning 41% kasutavad Interneti mängimiseks (Sukk jt, 2018: 6).

Digiosalus ja poliitiline osalus on omavahel küll tugevalt seotud, kuid noorte madal valimisaktiivsus võrreldes vanemate vanuserühmadega ei tähenda, et nad on poliitiliselt vähem aktiivsemad, kuna populaarseim osalustegevus on Eesti noorte seas poliitilise sisu jagamine veebis (Kalmus ja Beilmann, 2019). Samas leiavad autorid (Kalmus ja Siibak, 2019), et ega ka digiosalus eriti ei paelu ning aktuaalsete teemade üle arutlemine toimub sõprus- ja tutvusringkondades näost näkku. Kõuts-Klemmi ja Seppeli (2018: 74) sõnul läheb ka ainuüksi

sotsiaalmeedia postituste „meeldivaks“ märkimine digiosaluse alla. Nabatchi ja Leighninger (2015: 20) nimetavad sarnast demokraatliku osalust pinnapealseks (ingl *thin participation*). Omaette küsimus on, kas niivõrd pinnapealse osaluse kaudu on võimalik saavutada ühiskonna säilimiseks vajalikud poliitilised muutused? Marit Sukk (2018: 26) leidis enda töös, et noorte sõnul jätavad aktiivsed avalikud meediasõnavõttud sõnavõtjast halva mulje, mis devalveerib nende arvamuse avaldamise väärtust sotsiaalmeedias. Oluline on uurida, mil määral haakub mõtte- ja käitumismuster 18-30aastaste venekeelsete ajakirjanike ja sisuloojate praktikate ning kogemustega, sest sarnaselt eestlastest rahvuskaaslastele võib olla see samuti üks mõjuvaid sõnavõtte vältimise põhjuseid.

2. EMPIIRILISED ALUSED: EESTI VENEKEELSE ELANIKKONNA MEEDIA TARBIMINE JA MEEDIA ROLL SOTSIAALSE AGENTSUSE KANALINA

Eesti taasiseseisvumine tõi endaga kaasa muutuse meediasüsteemis – riiklikult reguleeritud süsteem asendus vaba turuga, millega saabus võimalus tarbida hõlpsasti Lääne- ja Vene meediat (Vihalemm ja Leppik: 2017, 592; Vihalemm ja Hogan-Brun, 2013). Arusaam, et venekeelne elanikkond Eestis on Venemaa meedia mõju all, ei ole õige. Viimastel aastatel on teisest rahvusest elanike hulgas tõusnud usaldus Eesti meediakanalite vastu ning kahanenud Venemaa meediakanalite tarbimine (Seppel, 2020: 81). Triin Vihalemm ja Marianne Leppik (2017: 591) leiavad, et Eesti venekeelse elanikkonna meediaelu on hargmaine ehk toimub mitmel maal, mitmes normide ja väärtuste süsteemis korraga. Seda on näha ka jooniselt 1, mis näitab märkimisväärselt suure (54%) venekeelse elanikkonna sidusust Eestiga. Eestis elavatel venelastel on üpriski kindel informatsiooni tarbimismuster – meediaallikaid võrreldakse ning informatsioon sünteesitakse enne usaldusväärsuses veendumist (Vihalemm ja Juzefovičs, 2020: 3; Vihalemm ja Leppik, 2020: 594).

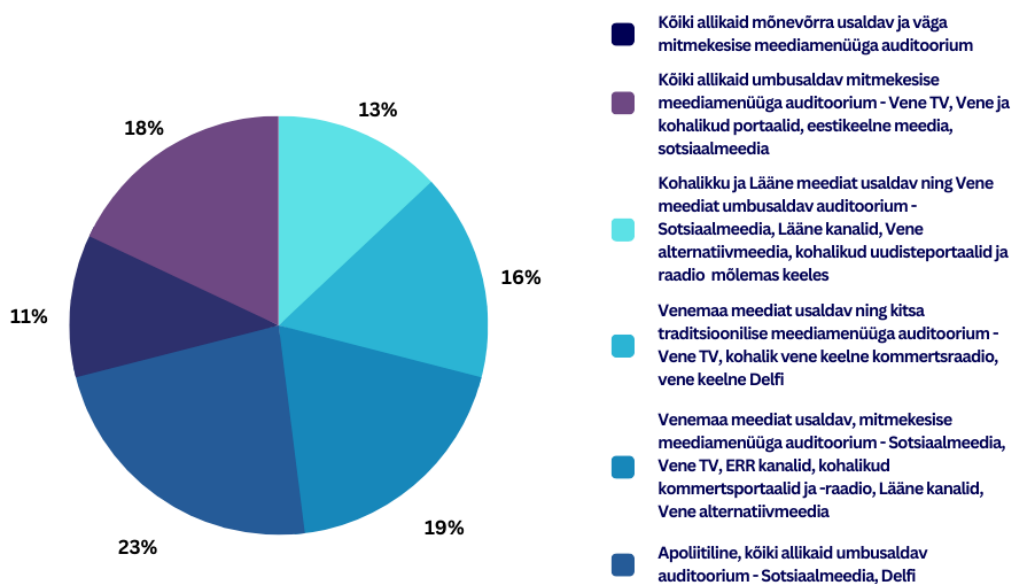
Eesti venekeelse elanikkonna ühiskondliku sidususe isikutunnuste kombineerimisel on sotsioloogid moodustanud neli klastrit (vt joonis 1.) järgmiste indekstunnuste abil: poliitiline sidususe kodanikuna, alternatiiv poliitiline aktiivsus, kodanikuühendustes osalemine, institutsioonide usaldamine, avalikus ruumis osalemine, majanduslik sidustatud, eestistumine (eesti keele kasutamine ja eestikeelse meediatarbimine) ja etnokultuurilise identiteedi (n-ö vene identiteedi) tugevus (Vihalemm ja Leppik, 2017: 564). Venekeelse elanikkonna jaotumist lõimklastritesse protsentuaalselt venekeelsest elanikkonnast ning klastrite jaotusi iseloomustava vene elanikkonna meediatarbimise harjumuste ja avaliku eneseväljenduse profiilid olen välja toonud joonisel 1.

Klastrid	Meediatarbimise harjumused ja avalik eneseväljendamine
Aktiivsusklastrid (19%)	Intensiivne kohaliku, Vene – ja Lääne meedia kasutus; lai sotsiaalmeedia võrgustik; meediakriitiline; kasutavad avalikku ruumi; jälgivad päevauudiseid

Kodanikuklaster (35%)	Aktiivne kohaliku meedia jälgimine; keskmisest enam Lääne meediat; pingeolukordades eelistab vaikida ja suhteid säilitada
Diasporaaklaster (26%)	Aktiivne vene meedia kasutus; vastanduv info vastuvõtt
Passiivsusklastest (21%)	Tarbib uudiseid peamiselt sotsiaalmeedia vahendusel

Joonis 1. Vene elanikkonna meediatarbimise harjumuste ja avaliku eneseväljenduse profiil klastrite lõikes. Allikas: Vihalemm ja Leppik, 2017: 568; Vihalemm ja Juzefovičs, 2020

Eesti ja Läti venekeelse elanikkonna meediaauditooriumi meediamenüü ja -tarbimine on välja toodud joonisel 1.1, kasutades Vihalemma ja Juzefovičsi (2020) meediaauditooriumi küsitlusuuringu tulemusi. Joonis on oluline, et anda konkreetsem ja täpsem ülevaade vene elanikkonna meediarepertuaarist, -tarbimisharjumustest ning trendidest.



Joonis 1.1. Balti venekeelse auditooriumi meediamenüü mitmekesisuse ja usalduse järgi protsentuaalselt vene elanikkonnast. Allikas: Vihalemm ja Juzefovičs, 2020

Digitehnoloogia arenguga kasvab iga-aastaselt sotsiaal- ja veebipõhise meediakasutajate arv ning seda just venekeelse elanikkonna seas (Seppel, 2020: 78). Seppeli (2020: 78-83) sõnul peab sotsiaalmeediat ning sotsiaalmeediakonto ja/või veebifoorumi kasutamist oluliseks eelkõige teisest rahvusest inimesed, eriti just nooremad vanusegrupid, kuid kasvutrendi on märgata ka vanemates vanuserühmades. EU Kids Online'i 2018. aasta küsitluse andmetel (n=528) veedavad Internetis igapäevaselt võrreldes eestikeelsete lastega rohkem aega venekeelsete perede lapsed (Sukk jt, 2018: 22). Sukk jt (2018: 22) leidsid uuringus, et Interneti kasutavad vene lapsed koolis millegi kordamiseks või harjutamiseks üle kahe korra rohkem kui eestikeelsed lapsed (vastavalt 32% ja 14%). Lisaks leiti, et vene keelt kõnelevad lapsed on kolm korda aktiivsemad kasutama grupitööde tegemiseks Interneti (vastavalt 18% ja 6%) ning samuti on suurem Interneti kasutamine esitlusteks ja piltide joonistamiseks (Sukk jt, 2018: 22). Eesti ja vene keelt kõnelevad lapsed vanuses 13-17eluaastat kasutavad Internetti igapäevaselt väljaspool kooli eelkõige *online*-suhtluseks (vastavalt 42% ja 45% küsitletutest) (Sukk jt, 2018: 24).

Venekeelsete televaatajatele suunatud kanali ETV+ loomine 2015. aastal on kasvatanud venekeelsete televaatajate hulka (Vihalemm ja Leppik, 2017: 594), eriti vanemates vanuserühmades (Seppel, 2020: 81). Eesti Ringhäälingute kanalite reitingute suur tõus algas 2020. aastal vahetult pärast COVID-19 pandeemia puhkemist ning venekeelne „Aktuaalne kaamera“ kerkis ETV+ eetris vaadatuimaks venekeelseks telesaateks Eestis (Kultuuriministeerium, 2021b), püüdes sellel positsioonil ka Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuringu andmetel 2022. aasta novembris (Kantar Emor, 2022). Venekeelse „Aktuaalse kaamera“ olulisus jääb Seppeli (2020: 74) sõnul alla aga Eesti venekeelsetele uudisportaalidele (nt rus.delfi.ee ja novosti.err.ee) (vastatavalt 72% ja 64%), kuid edastab napilt Venemaa telekanaleid (61%).

2018. aastal sõlmisid ERR ja digiteenuste ettevõtja Levira lepingu, mis võimaldab üle Eesti vaadata Eesti Rahvusringhäälingu telekanalid sõlmimata lepingut ühegi teenusepakkujaga (Mäekivi, 2019). Loodud võimaluse läbi on riiklike telekanaleid võimalik vaadata ka majanduslikult vähemkindlustatud inimestel. Lisaks teatas 2022. aasta aprillis Levira telekanali 3+ lisamisest vabalevisse, mis pakub kvaliteetset ja usaldusväärset venekeelset informatsiooni (Vabalevis on nüüd..., 2022). 3+ pakkuvat nii uudiste kanaleid kui ka Eesti ja Ukraina telesarju venekeelse tõlkega (Aprillikuust on..., 2022). Samuti pakub vabalevisse kuuluv Jupiter ukrainakeelset uudistekanalit ICTV (Vabalevis on nüüd..., 2022). Seega on

vabaleviga loodud head võimalused tasuta kvaliteetse ja usaldusväärse informatsiooni tarbimiseks Eestis elavate venekeelsete inimeste jaoks.

Kokkuvõtlikult võib öelda, et teadlased on kummutanud müüdi, et Eesti venekeelse elanikkond on venemeedia mõju all (Seppel, 2020: 81; Vihalemm ja Leppik, 2017: 591). Uudiste tarbimine on hargmaine ja mitmekesine (vt joonis 1.1.), kuid klastrite lõikes erinevad meediatarbimise harjumused ja avalik eneseväljendus (vt joonis 1.) – aktiivsus- ja kodanikuklastrisse kuuluvate kodanike meediatarbimine on tunduvalt mitmekesisem (Vihalemm ja Juzefovičs, 2020). Samuti kasutavad kõrgemate klastrite liikmed meediaplatvorme rohkem eneseväljendamiseks (Vihalemm ja Juzefovičs, 2020). Vene keelt kõnelevad lapsed on võrreldes eestlastest eakaaslastega aktiivsemad Internetikasutajad, kasutades sotsiaalmeediat muuhulgas rohkem ka inimsuhete loomiseks (Sukk jt, 2018: 24). Venekeelse elanikkonna meediatarbimise trendidest on oluline anda ülevaade, et näha, kuidas see erineb või sarnaneb eestlastest rahvuskaaslaste omaga ning lisaks aitab mõista, millised universaalsed protsessid mõjutavad vene elanikkonna meediatarbimist. Kuna vähemusnoored võivad igapäevases elus jääda võrreldes eestlastest eakaaslastega märkamatuks, siis on oluline uurida ka aktiivsete vene noorte meediatarbimise harjumusi täpsemalt ning leida vastused küsimusele, millist rolli omab meedia nende sotsiaalses agentsuses.

3. UURIMISKÜSIMUSED

Aktiivsete vene noorte meediatarbimist ning avalikku eneseväljendamise meedia kaudu ei ole Eestis varem uuritud. Kuigi meediatööstuse areng peaks pakkuma vähemustele häid võimalusi avalikuks sõnavõtmiseks (Arriagada, 2021: 238), selgub mitmetes üldisemates uuringutes, et inimeste avaliku sõnasaamise võimalused on halvenenud (Couldry, 2010) ning rahvusvähemustel on enamusest vähem võimalusi avalikes aruteludes kaasa lüüa (Vihalemm, 2022).

Seega on bakalaureusetöö eesmärgiks jõuda arusaamani, millist rolli mängib meedia aktiivsete vene noorte sotsiaalse agentsuse kanalina toetudes noortele venekeelsete ajakirjanike ja sisuloojate kogemustele ning praktikatele. Mõistet „praktika“ kasutatakse uuringus läbivalt üldmõistena.

Bakalaureusetöös püstitan järgmised uurimisküsimused:

- 1) Millised on vene noorte praktikad ja kogemused meediasisu loomisel ning oma arvamuse väljendamisel?**
- 2) Mis toetab või takistab vene noortel meedias sõna võtta ise aktiivse sisuloomega tegelevate vene noorte arvates?**
- 3) Millised muutused ja arendused meedias ning ühiskonnas paneksid vene noori rohkem avalikult sõna võtma?**

4. VALIM JA UURIMISMEETOD

Käesolevas peatükis annan ülevaate bakalaureusetöö empiirilises osas kasutatavast valimist ja meetoditest. Täpsemalt selgitan strateegiat, kuidas moodustasin valimi, miks valisin kvalitatiivse uurimismeetodi ning andmete analüüsimiseks temaatilise sisuanalüüsi. Lisaks toon valimi peatükis välja valimi (N=5) moodustamise kriteeriumite kirjelduse ja kriitika. Peatüki lõpus kirjeldan ka täpsemalt kodeerimisprotsessi.

4.1. Valim

Bakalaureusetöös võtsin eesmärgiks intervjueerida nelja sisuloomega tegelevat 18-30aastast noort eesmärgiga saada nende nägemus vene noorte avalikust eneseväljendusest ning ühiskonna osaluse kogemustest. Ühe detailsete taustateadmisteta intervjuu ja kaks esmast analüüsi (analüüsisin ka uurimisrühma teise uurija intervjuud enda fookusest lähtuvalt) viisin läbi seminaritöös, eesmärgiga koguda märksõnu, teadmisi ning saada üldine ülevaate intervjueeritava meediatarbimisest ning selle haakumisest trendidega. Esimese etapi intervjuus kogutud vastustele ja läbi viidud analüüsidele sain täiendada intervjuukava, luua kindlama fookuse ning koguda konkreetsemaid teoreetilisi teadmisi bakalaureusetöös läbi viidud intervjuude jaoks. Esimese etapi intervjuude analüüsis mõistsin, et olenemata homogeensete tunnustega uuritavatest säilib siiski heterogeensus. Tänu heterogeensussele säilitasin enda töös tähendusliku mitmekesisuse (Kalmus jt, 2015).

Valimi moodustamisel mängis olulist rolli tingimus, et sisuloomena käsitletaks sotsiaalseid teemasid ja probleeme, mistõttu jätsin valimist välja noored, kes keskendusid meelelahutusliku sisu loomisele. Samuti oli oluline, et intervjueeritavatel oleks soov jääda Eestisse elama. Oluliseks ei pidanud, mis keeles ja formaadis sisulooime toimub, kuid intervjuude läbiviimiseks ootasin intervjueeritavatelt eesti keele oskus, mistõttu jäi nii mõnigi valimisse sobiv aktiivne vene noor uurimusest välja.

Leidsin, et minu töö puhul on mõistlik kasutada sihipärast valimit valides uurimisrühmaga välja uuritavad objektid, püüdes leida populatsiooni kõige tüüpilisemad esindajad (Rämmer, 2014). Kuna tegemist on mittetõenäosusliku valimiga ehk uuritavatel ei olnud võrdseid võimalusi valimisse sattuda, ei ole võimalik teha ka väga kaugeleulatuvaid järeldusi ja üldistusi (Rämmer, 2014). Valimi moodustamisel kontakteerusin seminaritöö valimisse kuulunud venekeelse noorega, eesmärgiga koguda tema kaudu inimeste kontakte, kes valimisse võivad sobida.

Samuti andis ta hea sisendi Eestis tegutsevatest noorteühendustest, milles tegutsevad vene noored. Vabaühendustega kontakteerumisel tutvustasin enda uurimust ning palusin edastada informatsioon ühendusse kuuluvate noorteni, kes tegelevad meediaproduktiooniga. Iga läbiviidud intervjuu järel uurisin uuritavalt edasisi kontakte aktiivsete vene noorte kohta, kes valimisse võivad sobida ehk kasutasin osaliselt ka lumepallivalimit (Rämmer, 2014). Kokku leidsin ligi 10 sisuloomega tegelevat noort, kellest kaks ei osanud eesti keelt ning kolmel puudus vabaaeg uurimuses osalemiseks. Kõigi noorteni jõudsin Facebooki vahendusel. Sisuloojatega kontakteerumiseks koostasın värbamiskirja (vt Lisa 2) ning enne intervjuud või intervjuu alguses palusin läbi lugeda nõusolekuvormi (vt Lisa 3) ja lisada allkiri.

Valimisse allikate leidmist raskendas venekeelsete inimeste väike osakaal Eesti riigis. Statistikaameti 2022. aasta rahvastiku uuringu tulemused näitavad, et 69,1% Eestis elavatest inimestest on eestlased, 23,7% venelased ning 7,3% muust rahvusest või rahvus teadmata.

Valimi paremaks kirjeldamiseks moodustasin tabeli (Tabel 1), milles annan täpsema ülevaate valimis osalenud sisuloomega tegelevatest aktiivsetest vene noortest, kasutades pärisnimede asemel pseudonüüme.

Tabel 1. Ülevaade valimisse kuulunud sisuloomega tegelevatest vene noortest

Pseudonüüm	Vanus ja sugu	Haridus	Meediaproduktioon kui põhiline elatusallikas
Aleksander	26, mees	Magister	Osaliselt
Sergei	25, mees	Magister	Osaliselt
Ksenia	23, naine	Bakalaureus	Jah
Elena	20, naine	Bakalaureus omandamisel	Jah
Olga	20, naine	Bakalaureus omandamisel	Ei

4.2. Andmekogumismeetod

Eestis ei ole põhjalikult uuritud, kuidas muutuv meediakasutus ja meedia-alased hoiakud vene noorte osalust soosivad või takistavad tänases pingelises olukorras. Sellest tulenevalt valisin bakalaureuse empiirilises osas uurimismeetodiks kvalitatiivse uurimismeetodi, täpsemalt tegin poolstruktureeritud individuaalseid süvaintervjuusid (Lepik jt, 2014) sisuloomega tegelevate vene noortega. Intervjuude eesmärgiks oli saada nende nägemus vene noorte arvamuse avaldamise võimalustest ja sellega kaasnevatest potentsiaalsetest riskidest. Kuna kasutasin poolstruktureeritud intervjuukava, siis võisid muutuda intervjuukava teemaplokkides olevate küsimuste järjekorrad ja sõnastused (Lepik jt, 2014). Vastavalt vajadusele esitasin lisaküsimusi.

Intervjuus küsisin avatud küsimusi, eesmärgiga anda võimalus arutletavateks vastuseks ning isiklike kogemuste jagamiseks. Intervjuukava (vt Lisa 1) koosnes kokku 33 küsimusest, mis jaotusid vastavalt küsimusele sobiva koodiga teemaplokki. Teemaplokkid olid järgmised: isiklik meediatarbimine, sisuloome, auditoorium, tagasiside, avalik sõnavõtt ning sõja mõju avalikule sõnavõtule. Küsimuste koostamisel toetusin osaliselt nii esimese etapi intervjuudes kui ka töö teoreetilises osas kogutud informatsioonile.

4.3. Andmeanalüüsi meetod

Bakalaureuse- ja seminaritöös läbiviidud intervjuude analüüsimiseks kasutasin kvalitatiivset temaatilist sisuanalüüsi. Analüüsimeetod on sobilik, kui varasemad uuringud sama nähtuse kohta on vähesed või puudulikud (Elo ja Kyngäs, 2008). Teadaolevalt ei ole varasemalt uuritud Eesti vene noorte sõna saamist ega suhtumist avalikesse aramusvaldustesse, seega on oluline täita see lünk ja mõista vene noorte mõtte- ja käitumise mustreid.

Andmete analüüsimist alustasin intervjuude käsitsi transkribeerimisest, misjärel kasutasin avatud kodeerimist, kuna Elo jt (2008) sõnul on see sobilik teemade puhul, mida on vähe uuritud. Transkriptsioonide kogumaht oli 74 lehekülge, mistõttu leidsin, et mõistlik on luua legend – uurimisküsimusele ning selle alamküsimustele vastasid kindlad teksti esiletõstuvärvid, millega sain märkida ära kohad, kus intervjuueeritavate mõtted küsimustele otseselt või kaudselt vastasid. Transkriptsioonide juurde kirjutasin aktiivselt memosid loodud koodide kui ka neid ilmestavate tsitaatide kohta. Seejärel kirjutasin vertikaalsed ehk juhtumipõhised analüüsid ehk korruga oli vaatluse all üks terviktekstist koosnev juhtum kogu

analüüsitavast materjalist (Kalmus jt, 2015). Juhtumiüleseks sisuanalüüsiks, et juhtumeid võrrelda, leida läbivaid teemasid ning tuvastada mustreid (Kalmus jt, 2015), moodustasin koodide tabelid (vt Lisa 4), kuhu märkisin ära intervjuude analüüsides kogutud koodid. Kokku moodustasin 22 alamkategoriat, millest iga üks kattis ära mingi osa koodidest. Tabelite alla märkisin koode ilmestavad tsitaadid, mida kasutada ülevaatliku analüüsi kirjutamisel. 22 alamkategoriat jagunesid 7 peakategooria alla. Kategooriad olid järgmised: iseseisva meediasisu loomise eesmärgid ja praktikad; tööandja poolt tellitud meediasisu loomise eesmärgid ja praktikad; meediasisu tarbiv auditoorium ning nende kaasamine aruteludesse; ajakirjanduslik koostöö ning seda soodustavad ja takistavad tegurid; vene keelt kõnelevate noorte sõna saamist toetavad ja takistavad tegurid ise aktiivse sisuloomega tegelevate vene noorte arvates; Ukraina-Venemaa vahelise sõja mõju Eestis elavate venelaste avalikule sõnavõtule; arendused ja muutused, mis paneksid Eestis elavaid vene noori rohkem avalikult sõna võtma.

5. TULEMUSED

Selles peatükis annan ülevaate individuaalsete süvaintervjude analüüsis esile tõusnud olulisematest tulemustest, mida ilmestab intervjuudest pärinevate tsitaatidega. Vastused olen koondanud nelja alateema alla toetudes nende loomisel uurimisküsimustele.

5.1. Meediasisu loomise eesmärgid ja praktikad

Iseseisva sisuloome eesmärgid ja praktikad

Ühe põhieesmärgina tõi enamused intervjuueeritavatest iseseisva sisuloome puhul välja vabaduse kajastada aktuaalseid ja päevakajalisi sotsiaalseid teemasid, mis endale enim huvi pakuvad, valides ise narratiivid ning tooni. Sisuloome motivaatoriks on soov jagada auditooriumiga oma tõlgendusi teemadest ja probleemidest. Teemade käsitlemisel toetuvad noored tugevalt läbielatud kogemustele, edastades avalike sõnavõtudega enda nägemusi ning maailmavaatelist seisukohti.

„Ma arvan, et kui sul on elus mingid väärtused, siis iga inimene enda võimete piires kinnistab ja kaitseb neid väärtuseid. Olgu selleks sõprade või perering, töökoht, kui sul on seal võimalik seal seista enda väärtuste eest, olgu selleks avalik ruum. Soov teemasid nii pidi päevavalgele tõmmata on soov kinnistada ja toetada maailmavaadet, mida me soovime Eestis näha. Selleks ongi hooliv avatud progressiivne Eesti. (Aleksander)“

Samuti jäi läbiviidud intervjuudes kõlama uuritavate soov panustada enda tegevuse läbi mitmekülgsema kohaliku venekeelse aruteluruumi arengusse. Sergei sõnul peaks venekeelne meedia olema eestikeelsest eraldi omaette osa.

„Venekeelne ajakirjandus peab olema omade tegelaste, narratiivide ja diskursustega. Venekeelsel ajakirjandusel peab Eestis olema jõud viia meid edasi. Venekeelsel ajakirjandus peab olema selline, et ka inimene, kes loeb eestikeelset ajakirjandust, tunneb, et venekeelne ajakirjandus väärrib eestikeelse kõrval lugemist, et saada probleemidele vaade teise nurga alt. Erinevus rikastab ajakirjandust. (Sergei)“

Iseseisvas sisuloomes erinevad intervjuueeritavate teemade käsitlemisviisid- ja toonid. Näiteks kui Elena proovib teemasid käsitleda võimalikult neutraalsel toonil, et vältida võimalike konfliktide tekkimist Eestis elava venekeelse kogukonnaga, siis Aleksandrile on ebameeldivad läbielatud kogemused andnud juurde indu kriitilistest teemadest rääkimiseks ning ekspertarvamuse avaldamiseks.

„Ma olen läbi elanud raskusi. Eriti oli ebameeldiv periood peale pronksööd. Hiljem on aga paremaks läinud. See tekitab alati emotsioone minus ja sellepärast on mul soov rääkida nendel teemadel. Minu edaspidine karjäär ja haridus kinnitasid neid teemasid. Ma tunnen ennast väga enesekindlalt ja julgelt rääkimaks nendel teemadel. Ma ei ole küll teadlane, et nendel teemadel teaduslikult kõneleda, aga ma tunnen, et oskan inimkeeles nendel teemadel rääkida. (Aleksander)“

Iseseisva sisuloomega tegelemist toetab võimalus kajastada päevakajalisi ja aktuaalseid teemasid, mis aitavad muuta kohalikku meediaruumi mitmekülgsemaks. Avaliku sõnavõtu praktikad on uuritavatel erinevad – üks kardab sõnavõtuga kaasnevaid võimalikke konfliktide tekkimist, teisele annab ekspertarvamuse avaldamise võimalus kriitilistel teemadel juurde indu.

Tellitud sisuloome eesmärgid ja praktikad

Tellitud sisuloome puhul jäi kõlama intervjueeritavate eesmärk teenida avaliku sõnavõtuga raha või muid hüvesid. Muude hüvede all toodi näiteks välja edu saavutamist poliitilisel maastikul. Sisuloomega tasu teenimine on üks suuremaid motivaatoreid meediasõnavõttudes, kuid motivatsiooni pärsib toimetuse poolt seatud piirid ja käsitlusviisid teemadest kirjutamisel. Meediatoimetuse poolne mõju avalikele sõnavõttudele on põhjuseks, miks üks intervjueeritavatest soovib jätta sisuloome tasustamata hobiks.

„Ma ei tea, tänapäeval on meediasisu usaldamine raske. Telegrami usaldan. Inimesi usaldan ka, aga teatud inimesi. Suuri kirjastusi usaldan ka nagu näiteks Postimeest... aga ma ka tean, et Postimees maksab ajakirjanikele lisatasu, kui kirjutavad sõja kohta. Ma ei tea, see nagu ei anna pigem usaldusväärset. (Olga)“

Samas on Ksenia sõnul temal kui elukutselisel ajakirjanikul piisavalt vabadust, et kirjutada teemadest, mis teda huvitavad. Seega ei saa öelda, et meediatoimetuse alati mõjutab avalikke sõnavõtte.

„Ma ei ütleks, et vajan lugude kirjutamiseks hullult inspiratsiooni, et kirjutada. Ma lihtsalt vaatan ja räägin inimestega ja lihtsalt kirjutatan. Kui sa tahad lühivastust, siis reaalsus on see, millest ma kirjutatan ja reaalsus on see, millest ma saan inspiratsiooni, et kirjutada. (Ksenia)“

Peavoolumeedias töötades on ligipääs suurematele ressurssidele, seehulgas ka toimetuse sisesele moraalsele toetusele ja tugisüsteemile.

„Ma ütleks, et ma saan hästi palju kiita kolleegidelt, kui midagi on hästi. Meil on hästi hea toimetusesisene tagasisidestamine. (Ksenia)“

Intervjuudes selgub, et kohalikud meediaettevõtted eelistavad investeerida eestikeelsetesse meediaväljaannetesse, mitte venekeelsetesse toimetustesse, mistõttu tuleb teha väikese ressursiga ära võimalikult palju. Seetõttu on meediatoimetuses töötavate vene noorte jaoks tavapäraseks praktikaks eestikeelsete uudiste ümbertõlkimine, mistõttu kannatab sisu autentsus. Lisaks ei pruugi sisu otsetõlge kõnetada vähemusrühmi, sest tegemist on auditooriumiga, kelle meediateadlikus ja -aktiivsus on eestlastest rahvuskaaslastest kohati erinev.

Mul väga palju uudiseid sellest, millised muutused on pensionisüsteemist, kui paljud on hinnad tõusnud, kus on tooted odavamad, sest ma saan aru, et neil inimestel pole nii palju raha. Neil on vaja seda infot, mitte seda, et meil on uus Louis Vuittoni pood. Seda pole vaja. Seepärast on väga palju selliseid uudiseid. Kui ma teen meelelahutuslikul teemal uudise, siis ma tean, et ma ei saa minna rave'le ning seal midagi teha, sest vanaemad on muidu šokis, mis ekraanil toimub. On vaja analüüsida. /.../ Väga oluline on, et kõik oleks balansis – kui meil on väga palju poliitilisi teemasid, majanduslikke teemasid, sotsiaalseid teemasid, siis on meil vaja sama palju meelelahutuslikke teemasid: festivalid, vastlapäevad jne. (Elena)“

Kohalikus vene keelses televisioonis uudisteankurina töötava Maria sõnul kaasavad toimetused sisuloomesse rohkem eestlastest rahvuskaaslast. Sarnane kogemus on ka vene keelses peavoolu trükimeedia kanalis arvamuskirjutajal Sergeil, kes sooviks artikleid avaldada ka eesti keelsel platvormil, kuid toimetuse seda ei võimalda.

„Üks asi, mis hakkas välja kooruma, on see, et miskipärast minu artikleid ei taheta vastu võtta eesti keeles. Ma üritasin mõningaid artikleid kirjutada eesti keeles, sest on olemas ka eesti keelne Postimees. Eesti keeles minu artikleid ei tahetud avaldada ning alguses võtsingi seda probleemina. Võibolla ongi see probleem, aga nüüd ma võtan seda nii, et venekeelne ajakirjandus ei tohiks olla eesti keelse ajakirjanduse koopia (Sergei).“

Seega on uuringus osalenud vene noorte peamiseks eesmärgiks tellitud sisulooma puhul teenida hüvesid, mis muuhulgas motiveerivad rohkem pingutama. Samas kaob tellitud sisuloomega mitme uuritava arvates ära vabadus luua endale huvi pakkuvat sisu endale sobival viisil. Vene- ja eestikeelsete ajakirjanike vahel on lõhe, mis on tekitatud töödandja poolt seatud

ebavõrdsete võimaluste ja tingimuste tõttu. Tavapäraseks ajakirjanduslikuks praktikaks on vene noorte jaoks eestikeelsete uudiste ümbertõlkimine, arvestamata venekeelse auditooriumi eripärasid, mistõttu ei pruugi teemade käsitlemine pakkuda vähemusele huvitavaid aruteluteemasid, mõjutades seeläbi negatiivselt Eestis elavate venelaste avalikku eneseväljendamist.

5.2. Vene noorte taju auditooriumist ning auditooriumiga arvestamine

Uuritavad valivad meediaväljaanded ning -kanalid vastavalt toodetud sisu eesmärkidele ja eripäradele. Kui sihtgrupiks on venekeelne elanikkond, siis kasutatakse sõnumite edastamiseks kohalikke venekeelseid meediaväljaandeid ja -platvorme. Isiklikele kogemustele ja omandatud praktikatele toetudes on uuritavad tundlikult paika pannud auditooriumite koosseisud. Peavoolumeedia kõige aktiivsemad kasutajad on uuritavate arvates valdavalt keskealised inimesed.

„/.../[See, millisele publikule sisu loon,] sõltub sellest, mida ütlen ning selleks valin seejärel vastava meediumi. Kui tahan rääkida venekeelse elanikkonnaga, siis võtan ühendust oma venekeelsete tuttavatega, kes töötavad näiteks Raadio 4. Minu aimduse järgi kuulavad seda 40+ keskealised inimesed. ETV+ hommikuprogrammi kuulavad nooremad keskealised inimesed. Kui mul on sellele publikule midagi öelda, siis ma proovin sinna saada. Kui ma tahan rääkida hariduse või lõimumise teemadel, siis on selleks eelkõige Postimees, arvamusportaali ja võibolla no õpetajate leht ka. Kui ma tahan konkreetselt noortele sisu panna, mis on informatiivsem ja meeleolukam, mis peegeldab rohkem minu seisukohti ja elu, siis kasutan selleks eelkõige Instagrami ja ka enda podcasti. (Aleksander)“

Iseseisva sisuloomega tegelevad vene noored on iseseisvalt omandanud turundusoskused, et sisu sobiva publikuni jõuaks ning arutelusid tekitaks. Säärane iseseisev turundus on aga ajamahukas, kuna hõlmab erinevaid strateegilisi lähenemisi – näiteks leiti, et kui sihtgrupiks on noored, siis on kõige mõistlikum kasutada sotsiaalmeediat, kuivõrd see on noorte poolt kõige aktiivsemalt kasutatav meediaplatvorm. Samas eeldab edukas sõnumite edastamine nooremale vanusegrupile enda aktiivset eksponeerimist kõneisikuna ning sotsiaalmeediaplatvormidel jälgijaskonna kasvatamist.

„Kui tahaks lihtsalt noorteni rohkem jõuda, olenemata sellest, mis keeles nad kõnelevad, peaksin ma rohkem sisuloojaks kujunema, mida ma tegelikult ei ole oma tausta, hariduse, töö poolest. Kahjuks minu elus sellist ruumi praegu pole. Ma ei näe

lähitulevikus, et teeksin mingeid samme, et minu jälgijaskond sotsiaalmeedias kasvaks tuhandete võrra. Minu meelest peab kas järjepidevalt sisu loomist tegema või Elu24 staariks hakkama piltlikult öeldes. Mul pole ambitsiooni ja soovi ning taust ei soosi ka seda – ma ei taha ka eksponeerida end sinna poole. (Aleksander)“

Vene noored, kes toodavad peamiselt tööandja poolt tellitud sisu, tunnetavad auditooriumina tööandjast kohati teistsugust koosseisu. Tunnetuslik erinevus tuli välja nii teleajakirjanike kui trükimeediasse sisu tootvate ajakirjanike intervjuudes.

„Minu publik on minu vanaema, kuid mu produtsent ütles, et meie publik on 25-60 aastat vanad. Minu arvates on tegelikult ainult 50+ inimesed publikuks. Kui teen intervjuusid, siis küsitakse minult, et Kanal 7, mis asi see on? Alati, iga kord ma räägin, et Kanal 7 on nagu Kanal 2, aga ainult vene keeles... uudised on kell 19.00, see on meie saade. Noored ja 30aastased inimesed ei tea, mis on Kanal 7 ning ei vaata telekat üldse. (Elena)“

Enda meediasõnavõtete ümbertõlkimist kasutavad vene noored aktiivselt ka eesmärgiga saada võimalusi avalikuks sõnavõtuks ning eriilmelise auditooriumi kaasamiseks. Intervjueeritavate sõnul annab mitmekeelsus neile kohati isegi rahvusliku eelise, sest võimaldab avaldada sisu nii eestikeelsetes kui ka venekeelsetes meediaväljaannetes. See võimaldab teoreetiliselt olla eestlastest rahvuskaaslastest mõjukam. Aleksander plaanib tõlkeid teadlikult, pidades tõlkimisel silmas vanemat põlvkonda, proovides sealhulgas luua põlvkondade vahelist sidet oma sõnumi edastamisel.

„Kui me vaatame meie jälgijaid sotsiaalmeedias eelkõige, siis minu kanalites on umbes võrdselt. Ma ei hakka rahvuseid välja tooma, sest on hästi palju inimesi, kes nimetavad ennast venekeelseteks eestlasteks või eesti venelasteks. Suur osa on neist Eesti kodanikud, aga just selle keelepõhjal võime öelda, et minu jälgijaskonnas on üsna võrdselt – võibolla pisut rohkem eesti keelt kõnelevaid inimesi. Seetõttu panen sotsiaalmeediasse ka pigem ikka eestikeelset sisu. Ma väga tahan saada kätte ka minu tuttavate, sõprade vanemaid, kes on mul ka võrgustikus ilusti olemas, siis tõlgin otse sama sõnumit vene keelde. Põhiteemadel, kui mul on väga lennukad arvamused hariduse ja lõimumise teemadel, siis olen üritanud teha peaaegu identse sisu nii eesti kui ka vene keeles. Näiteks kirjutan eestikeelsesesse portaali ja kohe pakun ka venekeelsele toimetusele – olen valmis ise ära tõlkima ja palun avaldamist. (Aleksander)“

Olga sõnul soovib ta auditooriumit rohkem aruteludesse kaasata, kuid puuduvad teadmised ja oskused seda teha, sest kirjutab teemadest, mis ei võimalda tema arvates uusi arutelusid luua. Mitme intervjuueeritava jaoks ei ole avaliku sõnavõtuga aktiivne auditooriumi kaasamine aruteludesse omaette eesmärgiks. Sergei peab sisuloomet eesmärgiga kaasata selle aruteludesse auditooriumi ohtlikuks, sest lugejabaasi passiivseks jäämise korral ei pruugi sel juhul avalik sõnavõtt täita enda täielikku eesmärki.

„Väga palju teadlikult nagu ei kaasagi. Kui mulle kirjutatakse Facebooki või kommentaaridesse (mitte Postimehe lehel artikli alla), siis ma vastan. Olen avatud diskussioonile, aga kuidagi aktiivselt ei kutsu inimesi kaasa rääkima. Minu kogemus näitab, et auditooriumi kaasamine on pisut ohtlik. Kui palju panustada sellele, et inimesed ilmtingimata hakkavad teema üle arutlema ja seda tegelt ei juhtu, siis näeb see kõik minu arvates pisut totakas välja. Sellest tulenevalt ma ei julge seda väga teha. (Sergei)“

Meediaväljaannetel on kindel lugejabaas, mistõttu muutub publikuni jõudmine erinevalt iseseisvast sisuloomest tunduvalt lihtsamaks, ent sellega kerkib esile vene noori painav hirm – auditooriumi mitmekesisusest tingitud arvamuste erisus. Sisuloomega tegelevad vene noored tunnevad hirmu potentsiaalse negatiivse tagasiside ees, mida auditooriumil on lihtsa vaevaga – ja tihtipeale anonüümselt – võimalik edastada. Ksenia sõnul saavad teleajakirjanikud peavoolu trükimeedia ajakirjanikest tunduvalt rohkem positiivset tähelepanu. Telemeedias töötava Elena intervjuu analüüsist seda aga välja ei tule.

„Venelastel on rohkem tagasisidet jagada. Näiteks on ru.Postimehe lehel võimalus kirjutada anonüümselt toimetusele kiri, kui miskit ei meeldi. Seal on väga tihti roppe ja ebameeldivad kommentaare, milles kirjutavad, et miski neile ei meeldi, kõik uudised on halvad. Kaja Kallas on halb peaminister. Kõik on halb. Mitte midagi ei ole head. Vaja lugeda Venemaa uudiseid, sest need uudised on kõik toredad. Eestikeelses portaalis on ka see, aga sealt ei tule nii palju selliseid arvamusi. Seal nokitakse grammatika kallal jne. Selliseid arvamusi nagu venelastel on, neil ei ole. (Elena)“

Sisuloomega kindla lugejas- ja kuulajaskonna loomisel tuleb olla aktiivne ja järjekindel. Iseseisvalt loodava taskuhäälingu puhul toob Aleksander raskusena välja regulaarsuse saavutamise, sest päevakajalised ja aktuaalsed teemad on pidevas muutumises, mistõttu ei pruugi taskuhäälingu publitseerimise ajaks enam loodud arutelud relevantsed olla.

„Ma arvan, et [suurim väljakutse taskuhäälingu tootmisel on] päevakajalisus. Kui seda järgi ajada, siis on hästi oluline, et sa teed seda õigel ajal. Kui aga elus toimub miljon asja, siis teema võib homme või ülehommeks muutuda ebaoluliseks. (Aleksander)“

Aleksandri ja tema sõprade poolt loodavat meeleolukat poliitilist liberaalset *podcasti*, mille eesmärgiks on luua humoorikaid poliitilisi arutelusid, kuulab mõni sada inimest. Taskuhäälingu sisu on eesti keeles, mistõttu moodustab selle kuulajaskonnast suurema osa eesti keelt kõnelevad nooremad inimesed, kes soovivad poliitilisi arutelusid kuulata meelelahutuslikult informeerival eesmärgil. Suurema osa auditooriumist moodustab tema tutvus- ja sõprusringkond.

Seega tunnetavad sisuloomisega tegelevad uuringus osalenud venekeelsed noored enda auditooriumeid erinevatel meediakanalitel ja -platvormidel hästi. Meediasisuga auditooriumini jõudmist ning kaasamist raskendab asjaolu, et puudub kindel lugejabaas, kelleni näiteks meediaväljaandes töötavatel ajakirjanikel on lihtsam platvormi toe tõttu jõuda. Vene noored tunnevad, et eesti- ja vene keele oskamine annab rahvusliku eelise, sest meediasisu tõlkimine kahte keelte võimaldab kõnetada ja kaasata suuremat publikut. Auditooriumi kaasamine aruteludesse ei ole üldjuhul aga taotuslik – kui inimesed soovivad aruteludega liituda, siis neil on selleks võimalus, kuid mitmed uuringus osalenud sisuloojad otseselt seda ei eelda. Taskuhäälingu tootmise puhul toodi raskendava tegurina välja pidevalt muutuvat inforuumi, kus hetkel relevantne teema ei pruugi olla oluline enam homme, kui sisu publitseeritakse.

5.3. Ajakirjanduslik koostöö eesmärgid, võimalused ja takistused

Uuringus osalenud sisuloomisega tegelevate vene noorte eesmärgid ja võimalused ajakirjanduslikus koostöös on üpris erinevad. Mitmete uuritavate sõnul pakuvad isiklikud tutvused ajakirjanikega paremaid võimalusi eneseväljendamiseks ja aruteludes osalemiseks. Aleksandril võimaldab ajakirjanduslik koostöö jääda paremini silma noore hariduseksperdina. Ksenia sõnul on tänu koostööle erinevate ajakirjanike ja vabaaühendustega saanud kajastada eksklusiivseid teemasid, mis muidu kajastamata jääksid. Olla osa meediaväljaande toimetusest annab head võimalused pakkuda vähemustele ning haavatud rühmadele platvormi.

„Kõige viimasem suur asi oli see, kui läksime Ukraina piirile ühe ajakirjanikuga. Enne seda käisin ka XXXXX projekti kaudu Ukrainas, täpselt aasta tagasi novembris. Tegime suure loo, mida Eestis keegi teine pole veel teinud. See lugu on Ukrainas okupeeritud Donetskis rahvavabariigis asuvatest koonduslaagritest, kus on tegelikult juba vene võim.

See oli kõige kõvem lugu, sest keegi Eestis pole sellest kirjutanud, kuigi see on juba ammu teada, et inimesi koondatakse sinna lambist. (Ksenia)“

Ajakirjanduslik koostöö võib samas ka pärssida avaliku sõnavõtu võimalusi. Aleksandri sõnul on ette tulnud olukordi, kus ajakirjanikud väldivad temaga koostööd, sest teda kui noort asjatundjat ei võeta tõsiselt. Soov ajakirjanduslikuks koostööks on vene noortel suurem kui neile pakutavad võimalused. Elena ja Sergei sõnul pelgavad eestlastest kolleegid venekeelseste ajakirjanikega koostööd – koostöö on ühepoolne (tõlgivad eestlastest kolleegidega artikleid).

„Meie eesti keelt kõnelevad kolleegid aga ei võta meie uudiseid. Ma täpselt ei tea miks, üks uudiseid ole natukene erinevaid, võibolla sellepärast. Ma: „Noh, koostööd teeme? Saame midagi huvitavat koos ära teha,“ aga ainult me võtame lõpuks ainult nende uudiseid enda kanalitesse. Aga näiteks eestikeelses Postimehes on arvamused venekeelsete inimeste poolt, aga mitte nii palju. Arvamused on ainult väga sotsiaalsete inimeste poolt: peatoimetajad, eksperdid jne, aga ma ei tea, kas see on huvitav eestlaste jaoks – jagada enda arvamusi venelastele. Mulle tundub, et see pole nii huvitav, sest meil on hoopis suurem hulk eestlasi kui venelasi. (Elena)“

Eelkõige eelistatakse iseseisvates vabatahtlikes meediasõnavõttudes kasutada kohalikke venekeelsete meediaväljaannete poolt pakutavaid platvorme, mille päevakavad on eestikeelsetest väljaannetest tunduvalt hõredamad. Seega on venekeelsete väljaannete kaudu saadavad võimalused avalikuks sõnavõtuks tunduvalt paremad.

„Ma ütlen, et eesti venekeelses meediasse, olgu selleks erameedia või riiklikmeedia, on lihtsam saada kindlasti venekeelses. Neil on pingerida, mida avaldada tavaliselt üpris lühike. Kui sinna midagi pakkuda, siis kutsutakse palju kiiremini kohale. Nende päevakord ei ole nii stacked, kui on eestikeelsetes toimetustes. Seetõttu eelistan aegajalt venekeelseid, aga ma tean, et suurem auditoorium on eestikeelses meedias. (Aleksander)“

Võiks ju arvata, et kuna eestlastest ajakirjanduskolleegidega on noortel vene sisuloojatel koostöö kehv, siis teevad venekeelsed noored ajakirjanikud omavahel koostööd. Nii aga ei ole. Mitmes intervjuus jäi kõlama nägemus samakeelsetest kolleegidest kui suurtest konkurentidest. Kui Sergei tõi välja ajakirjanike soovi võimaluse korral teineteise pealt kasu lõigata, siis Olga sõnul raskendab koostööd enim erinev tööetika ja ajakirjanduslikud oskused.

„Nad [kolleegid] mitte kunagi ei anna mulle teemasid, nad ei vasta minu küsimusele, kui uurin, et kas on midagi, millest võiksin kirjutada. Ma ei taha kaevata kellegi peale, aga lihtsalt nii on. Saangi seetõttu aru, et pean enda vajalikkust kaitsma ja teemasid üles kaevama. /.../ Nagu ma ütlesin, on ajakirjanikud pigem konkurendid. Kui kirjutada mingit lugu, siis koostöö väljendub selles, et kui teine kirjutab sama lugu kiiremini, kui mina, siis mul pole mõtet isegi enda versiooni ära saata. Mul on pigem negatiivne kogemus. (Sergei)“

„Eestikeelsete ajakirjanikega [pole koostööd teinud] mitte kunagi. Venekeelsetega jah, olen ühe korra teinud, kui olin sunnitud teise venekeelse ajakirjanikuga koos töötama. Mulle see ei meeldinud üldse. /.../ Neil teistel on teine kirjastiil, mõtete avaldamise stiil või informatsiooni edastamise viis. Mõned otsivad infot hooletult ning ei kontrolli allikaid, mida kasutavad. On olemas ka sellised ajakirjanikud, kes kasutavad hoolikalt omadussõnu. Üldsõnalisus ja omadussõnade kasutamine suvaliselt ei anna artiklitele mingit väärtust juurde minu arvates. Mul on olemas seisukoht, et parim oleks, kui kasutame fakte ning kontrollitud infot, mitte kuulujutte. (Olga)“

Seega pakub ajakirjanduslik koostöö hulgaliselt võimalusi kvaliteetsema sisu tootmiseks ning suurema auditooriumini jõudmiseks. Soov ajakirjanduslikuks koostööks on vene noortel suurem kui neile pakutavad võimalused. Venekeelseid meediaväljaandeid nähakse hea koostööpartnerina, sest hõre päevakava pakub häid võimalusi avalikuks sõnavõtuks. Küll aga peavad noored venekeelsed ajakirjanikud ja sisuloojad teineteist konkurentideks, mistõttu on koostöö raskendatud.

5.4. Vene noorte avalikku sõnavõttu toetavad ja takistavad tegurid

Intervjueeritavad tunnetavad, et aja jooksul on erinevad ühiskonnagrupid muutunud vähemuste suhtes üha avatumaks ja vastuvõtlikumaks, tänu millele on vene noortel tunduvalt lihtsam avaldada enda seisukohti kartmata laiema avalikkuse halvaks panu.

„Kui ma rääkisin avatud eestlusest ja sellest, et integratsioon on uute kultuuriliste, keeleliste pädevuste omandamine, vanade väärtuste ja kultuuriliste rituaalide, keele säilitamine. See ei ole see, et võtad uue väärtuse üle ja matad maha selle, mis on olnud. 2017 ja 2018, kui ma hakkasin sellest rääkima, siis eestikeelne ja venekeelne publik oli märkimisväärselt kurjem sisu suhtes. Ma tahan siiski olla positiivne inimene, seega ütleks, et inimesed on selle teema osas leebemaks läinud. Tegelikult uus põlvkond tuleb peale, kelle jaoks pole üldse seda küsimust, et mõni muukeelne inimene peab end

eestlaseks või tahab olla üks meie seast. Selle võrra muutub see asi popimaks ka. Tagasiside aina paraneb. Sõbrad ja kaudsed tuttavad, kes jälgivad mind juba aastaid, nende hulgas olen kogunud rohkem enda suhtes austust ning toetust. (Aleksander)“

Uuritavate sõnul kardavad Eestis elavad vene noored tagasisidet, sest tegemist on justkui loosirattaga – paremal päeval jagavad rahvuskaaslased positiivset tagasisidet, halvemal päeval aga negatiivset. Intervjuus jagab Elena enda kogemust olukorrast, kui kirjutas Ukraina pagulasi võõrustanud kunstnikust. Kunstnikul oleval tekkinud pärast loo avaldamist konflikt kolmanda isikuga, kes seejärel otsis välja avaldatud artikli ning palus Elenal kajastada tekkinud konflikti. Isik saatis Elenale ähvarduskirju ning helistas korduvalt isiklikule telefoninumbrile. Sääraseid situatsioone võivad tekitada noortele sisuloojatele hirmu, pannes vältima avalikke sõnavõtte.

„/.../ Ma ei vastanud talle, kuid ta jätkas kirjutamist. Kui ta sai aru, et kirjutamisel pole tolku, siis otsis minu telefoninumbri välja ja helistas mulle. Ma nägin kõiki e-kirju. Naine helistas mulle jälle ning palus konflikti kajastada, kuid rõhutasin talle, et see pole uudisväärne. Ühtlasi süüdistas mind artikli kirjutamises kohutavast inimesest. „Mis artikkel see on? – Ta võõrustas Ukraina pagulasi, miks vaja seda kajastada majandusajalehes,“ ütles ta. See tähendab, et ta ei nõustunud minu arvamusega, et sellistest inimestest tuleks artikleid kirjutada. Ma blokeerisin ta ja asi sai lõpu, aga see oli väga raske. Ma kartsin. (Elena)“

Sergei sõnul toetavad Vene noorte avalikku sõnavõttu võrdsed tingimused avalikuks eneseväljendamiseks kõigi teiste ühiskonnarühmadega. Kõigil, kes tahavad meedias sõna võtta, on tema sõnul põhimõtteliselt võimalus seda teha.

„Sõna saavad kõik, kes tahavad. Mõned inimesed on samas sellised, kes ei peaks nii palju sõna saama. Eesti meedia on väga avatud. Sõna ei saa need, kes ei taha sõna võtta või kes ei julge sõna võtta või kes pole teadlikud, et võimalus on meedias sõna võtta. Ma ei tunne, et meil oleks ligipääsu probleem, et inimestele ei võimaldata sõna saamist meedia kaudu või puuduvad arutelust. /.../ Mina sain meediasse tänu sellele, et ma olen vene keelt kõnelev noor ja arvan asjadest midagi. Mina nägin seda selge eelisena. /.../ Olla vene keelt kõnelev noor Eestis on mõnes mõttes väärtus, mis on küll piiratud, aga konkreetsetel teemadel saaks rohkem arvata, kui oleks soov. (Sergei)“

Aleksandri sõnul aga tuleb ise näha vaeva selleks, et avalikult sõna saada. Meediamajad kajastavad eelkõige teemasid, mis on päevakajalised, seega tuleb vähem aktuaalsete teemade algamisega näha ise vaeva, kasutades nutikaid lähenemisi.

„Räägime, et võiks meediapildis rohkem olla vähemuste esindajaid, naisi võiks kuulda võtta. Liberaalne jutt, mida tahaks rääkida, aga ma päriselt arvan, et ei ole piire ees. Kui oled nutikas, tegija, siis ei ole vahet, kas oled muukeelne, naine, LGBT, siis sa sõna ka saad. Olgu selleks ka populistidest poliitikud, ka nemad, kui väga tahavad, siis saavad sõna. Me peame arvestama lihtsalt sellega, et suurimad meediamajad on eraettevõtted ning eraettevõttes on oluline päevakajalisus jne. Ma puutun poliitikas kokku inimestega, kes väidavad, et meil on tsensuur ning nende lugusid ei avaldata, aga ma ise viskan pilgu peale ja ütlen, et sorri, aga see teema ei ole praegu lihtsalt aktuaalne. (Aleksander)“

Avalikku sõnavõttu takistavad tegureid on uuritavate sõnul aga veel. Näiteks selgus uuringus venekeelsete noorte tunnetuslikult vähene legitiimsus kriitiliste või neid huvitavate teemade tõstatamiseks. Uuringus osalenud vene noored tunnevad, et nende mõtted ei ole võrdväärselt olulised ekspertide ja eestlastest rahvuskaalastega. Aleksander tunneb, et legitiimsuse tunnetuslik puudus kriitiliste teemade ning probleemide tõstatamisel tuleneb eestlaste ja venelaste vahelisest konfliktisest ajaloost. Sõnavõtu legitimeerijana võetakse eelkõige isiklike läbielatud kogemusi.

„Ma ei tunne, et mul on piisavalt legitiimsust sellist [kanepi legaliseerimise] teemat tõstatada. /.../ Näiteks mulle annab legitiimsust rääkida sellest, kuidas on õppida vene koolis. See on teema, millest ma kirjutan siis, kui ma pean sellest rääkimist vajalikuks. Saan rääkida enda kogemusest, kuidas vene koolis õppisin ning tuletada sellest põhjuse, miks on miski vale või õige. Saan rääkida oma kogemusest viitamata kellelegi teisele. Ei pea viitama, et „see grupp inimesi ütles seda ning nüüd saame seda analüüsida“. Ei, mina raamistan teemat, esitan küsimusi ja ise ka vastan. See on isiklik kogemus või kaasatus. (Sergei)“

Avalikku sõnavõttu takistava tegurina tõi valdav osa intervjueeritavaid välja eestlastest rahvuskaaslastest erineva informuumi, meediatarbimisharjumused ja -eesmärgid ning kehva meediateadlikkuse.

„See [meediatarbimine] ikka erineb kardinaalselt, sest minu menüüs on palju vähem meelelahutuslikku sisu. Minu jaoks on meedia töö. Minu töö on end kursis hoida kõigega, mis toimub. Nende jaoks on valdavalt tegemist meelelahutusega. Nende maailmas on YouTube, TikTok, TNT ja SCS. Nad tahavad küll seda informatsiooni, mis toimub meie ümber, aga vähem. (Ksenia)“

Aleksandri sõnul levib oluline informatsioon hästi tele- ja raadiokanaleid pidi, kuid nende auditooriumina domineerivad keskealised ja vanemad inimesed, mistõttu ei pruugi vene noored päevakajaliste teemadega kursis olla. Mitmel korral toodi välja ka tunduvalt kehvemaid vähemuste sotsiaal-majanduslikke näitajaid, mistõttu ollakse nõrgemalt seotud riigi ja peavoolumeediaga.

„Ma arvan, et ikka natukene vähem kui eestikeelsetele noortele [pakub peavoolumeedia arutelu teemasid], ent ma arvan, et see on rohkem seotud pigem sotsiaal-majanduslike näitajatega. /.../ Nad ei ole võibolla nii haaratud sellega, mis riigis ja peavoolumeedias toimub. Nemad on rohkem kuidagi omaette. Ei tahaks öelda, et vene keeles ei levi põhiinfot – väga hästi levib. Riiklikult tele- ja raadiokanalid on väga head, kuid neid kuulavad peamiselt keskealised ja vanemaealised inimesed. Ikkagi see joon jookseb sealt, et sotsiaal-majanduslikult kui keeleliselt. Keeleliselt ka, aga natuke vähem. Läbi selle vähem seotust riigiga ja peavoolumeediakanalitega. (Aleksander)“

Negatiivset mõju avalikule sõnavõtule avaldab ka meediatööstus. Aleksandri arvates on osade erakätes olevate meediakontsernide põhieesmärgiks tulu teenimine, mistõttu mängib suurt rolli klikitavust soosiv atraktiivne pealkiri ja tuntute kõneisikute kaasamine. Samuti on meedias Ksenia sõnul tavaks anda sõna võimukamatele isikutele, kelle sõnadel on suurem kaal. See võib varju jätta Eestis elavate venelaste seisukohad.

„Ekspress grupis kaldub pigem klikitavuse peale – pole vahet, kas on poliitik, ekspert. Rohkem meelega sotsiaal- ja poliitilisi nägusid, kelle saab klikitavate tsitaadiga ribadeks tõmmata, et leviks paremini. Tundub, et Ekspress on rohkem raha teenimise peal väljas. (Aleksander)“

„Ma arvan, et siis on paraku juhtunud olukord, et see, kes kõige kõvemini karjub, saabki kõige rohkem ruumi. Praegu on see EKRE fraktsioon Riigikogus. See, mis toimub, ei ole normaalne, kuid paraku see toimub. (Ksenia)“

Meediaväljaannete jaoks mängib olulist rolli operatiivsus. Elena arvates on see üks teguritest, miks on vähemusnoorte seisukohad tagaplaanil, sest vene noored vajavad arvamuste kujundamiseks rohkem aega. Nii palju kui vene noori aruteludesse kaasatakse, oodatakse neilt endilt probleemidele lahendusi. See võib mõjuda negatiivselt meediasõnavõtteid ihaldusväärsele.

„Vot nüüd ma mõtlen, et see venekeelsele haridusele ülemineku... meil on nii palju räägitud sellest, aga kõik intervjuud ja arvamused on seotud õpetajatega ning ministritega. Keegi ei küsi noortelt, õpilastelt, kes peavad hakkama õppima eesti keeles. Võibolla on see probleem, et neil ei ole nii palju teadmisi, et argumenteeritult vastata nendele küsimustele. Muidugi nad saavad vastata, et idee neile ei meeldi, aga miks ei meeldi? Miks see teema on oluline jne? Teemasid ma mõtlen, et ei ole nii palju. Ainult probleemid. Kas tahavad noored rääkida probleemidest? Me saame rääkida küll palju, aga inimesed ei tea, kuidas konkreetseid probleeme lahendada. Me saame näidata, kus on probleem, aga kuidas seda lahendada? Võibolla sellepärast nad ei räägi meedias nii palju kaasa. (Elena)“

Iseseisva meediasõnavõtude puhul on suurimaks miinuseks piiratud ressursid. Kui elukutselist ajakirjanikku toetab vajalike ressurssidega tööandja, siis iseseisval sisulooyal puudub suurel määral sarnane tugisüsteem, mistõttu kardab nii mõnigi kirjutada kriitilistest temadest, rõhudes muuhulgas tühistamiskultuurile.

„Jah, kuid ma ei ole liiga julge, et seda teha [kriitilistest temadest kirjutada uue nurga alt]. /.../ cancelculture tänapäeval on liiga julm. Ma kardan lihtsalt ning mõtlen, et ma ei ole piisavalt autoriteetne inimene, kes teisi huvitaks ning keda teised kuulaksid. (Olga)“

Vabatahtlikult tegutsemise tõttu ei teeni suurem osa uuritavatest meediaproduktiooniga tulu, mistõttu tuleb neil rahastada enda tegevust omast taskust. Samuti tuleb leida võimalused originaalsisu loomiseks, mis neil sageli puuduvad.

„Kes intervjuuerib Eesti presidenti 24. veebruaril? Seda teeb eliitajakirjanik. See on üks näide, aga tegelt igal astmel on samamoodi. Kui tahta intervjueerida prominentset isikut, siis on alati keegi, kel on eelis intervjuu saamiseks ja venekeelse ajakirjanikuna olen püramiidi all otsas. Kui mul õnnestub ligi saada ja intervjuu teha, siis on selline intervjuu juba tehtud ja ei olegi midagi sellele enam lisada. 2 korda sarnast intervjuud lihtsalt ei avaldata. Ma sooviksin teha rohkem intervjuusid, aga neid on väga keeruline teha mul. (Sergei)“

Eriti suurt ressursi vajab intervjueeritavate arvates näiteks taskuhäälingu regulaarne salvestamine ja publitseerimine. Kvaliteetse audiosisu loomiseks läheb vaja helitehnikat ja töötlusteks vajalikke programmide kasutamise oskusi ja litsentse. Samuti eeldab suuline

sõnavõtt selget kõneviisi ja -tempot, et kuulajad tajusid õigesti edastatavaid sõnumeid. Küll aga nähakse taskuhäälingut tunduvalt vabama avaliku sõnavõtu vormina.

„Podcast täidab oma eesmärgi – meeleolukalt poliitiline. Inimesed saavad uut infot sealt ja see on midagi, mis ajab inimesi muigama ka – seda on öeldud. Natukene on seda tooni, et miks see nimi selline on? Kohati seksistlik või nilbe, kuid tegelikult on see taotuslikult selline, et see natukene paremini leviks. (Aleksander)“

Mitmed taskuhäälingu loomisega tegelevad uuritavad lepivad vestluskaaslastega kokku põhisõnumid, mis peaksid kõlama jääma. Arutelud sõnumite ümber ei ole nii formaalsed ja struktureeritud kui trükimeedias loodavatel arvamusalustel.

„Me fantaseerime enda iseloomujoonte ja teadmiste piires. Ma arvan, et siit tuleb sisu. Igal juhul räägime Eesti elust ja poliitikast, mis klapib meie narratiiviga. Lihtsalt arutame, mis on meie meelest praegu teema, millest tasub rääkida. (Aleksander)“

Intervjuu tulemused näitavad, et ühiskondlik avatus toetab vähemusnoorte avalikke sõnavõtte rohkem kui kunagi varem, kuid sellest olenemata tuleb valmis olla halvaksapanule ja negatiivsele tagasisidele. Samuti toovad uuringus osalejad välja venenoorte tunnetusliku ebavõrdsuse eestlastest rahvuskaaslaste ees, kelle sõnavõttudel on rohkem võimu ühiskonnas midagi muuta. Muuhulgas takistab avalikke sõnavõtte meediatööstuse arengukäik – kiirmeedia pakub vähem võimalusi vähemustele meediasõnavõttudeks, sest nende arvamusi on keerulisem koguda.

Ukraina-Venemaa vahelise konflikti mõju Eestis elavate venekeelsete noorte avalikule sõnavõttule

Suurt mõju vähemuste avalikele sõnavõttudele on avaldanud ka maailmas valitsevad poliitilised pinged. Üheks suurimaks mõjuallikaks on Ukraina ja Venemaa vaheline sõjaline konflikt. Kui ühelt poolt leiavad uuritavad, et Eestis elavatele venelastele on pööratud rohkem tähelepanu avalikes aruteludes, siis teisalt on toon, kuidas vähemustest räägitakse täis halvaksapanu ja viha. Sergei ja Elena leiavad, et vene keelt kõnelevaid isikuid tembeldatakse ühiskonnas venemeelseteks, mistõttu suhtutakse nende avalikesse sõnavõttudesse (ka neisse, mille sisul puudub seos sõjaga) agressiivselt.

„Ma tahaks väita isegi, et on rohkem [Eestis elavad venelased sõna] saanud. Eesti ajakirjanik soovis sõita Narva, toota klikitavaid artikleid, kus on Putinistide

seisukohad. Kohale on tulnud ka välismaa ajakirjanikud, et seda välja rebida. Samas regulaarselt on igasugused vene taustaga spetsialistid hakanud käima teemat kommenteerimas. Ka mina olen käinud Ukraina stuudios toimuvat kommenteerimas. See on väga aktuaalne ja nemad näevad meid kui ekspert sel teemal rääkima. Minu arvates on rohkem just sõna saanud – olgu selleks radikaalsed seisukohad või Eesti riiki toetavad. (Sergei)“

Nüüd on see probleem, et kui inimene räägib vene keeles, siis on justkui kohe tegemist inimesega Venemaalt. Eestlased ütlevad kohe: „Aaa, sa oled Venemaalt, sulle meeldib Putin, sa peaksid ära minema“. Aga tegelt ju ei meeldi? Tegelt meeldib näiteks hoopis midagi muud. (Elena)“

Kriitilistesse aruteludesse kaasatakse Ksenia sõnul meedias üldjuhul inimesi, kes on Ukraina poolt. Tihti on nendeks teadlased ja eksperdid, kel on küll head teoreetilised teadmised, kuid puudub reaalne isiklik side toimuvaga.

„Mulle üldse ei meeldi kuulata sõjaeksperte. No okei, sa võid istuda ja rääkida, mida nad seal teevad ja mis saab, kuid ma tahan kuulata, mis sa ütled mulle, sellelt inimeselt, kes reaalset jookseb seal relvaga. /.../ Muidugi sõjaeksperdid on ka väga vajalikud, kuid mulle meeldivad inimlikud lood kõige rohkem. (Ksenia)“

Intervjueeritavate sõnul on neil endil ja nende venekeelsetel sõpradel tavaks rääkida sõjaga seotud teemadest omavahel turvalises keskkonnas grupiarutelu vormis, et vältida konflikte, mis tekiksid avaliku sõnavõtuga.

„Ma ise ei taha väga palju rääkida nende inimestega, kes on rohkem Vene kultuuriruumis. Neid ma pigem kuulan, kui räägin ise ja esitan neile küsimusi. Kui ma räägin oma parimate sõpradega, siis meil läheb väga tuliseks. Me omavahel ei tülitse ning meil pole vaidlust. Me oleme lihtsalt väga emotsionaalsed. Oleme üldjuhul arvamustes ühel meelel. (Ksenia)“

Negatiivset mõju avalikule sõnavõtule avaldab ka sõja teemadel poole valimine – mida arvata, kuidas arvata -, millega kaasnevad tihtipeale probleemid. Elena, Ksenia ja Olga tõid intervjuus välja sõja laastava mõju nende inimsuhetele. Elena kirjeldas intervjuus koduseid pingeid, mis muudavad sõnavõttud ebameeldivaks.

„Väga palju probleeme oli, kui olid valimised ja kui ma ütlesin emale, et kelle poolt ma hääletasin. Ta oli šokis ja lausus: „Kaja Kallas? Ei ole vaja, ta tahab Eestis sõja teha,

sa ei saa aru! Ta tahab Eestisse sõda. Tal on punker, maja Hispaanias, Austraalias, kuhu põgeneda. Tal on kindel plaan paigas.“ Ma küsisin siis, et kellele ma siis hääle andma peaks. Ta ütles, et ta ei tea – tema ei vali mitte kedagi. Need inimesed, kes ei hääleta ning pärast istuvad diivanil ütlevad, et no vot, see on meie valitsus. „Kes need inimesed on? Mida nad teevad? Oh my god, mis toimub Eestis,“ sõnavad nad. Aga nemad ju ei hääletanud! On vaja proovida ja anda enda häält erakondadele, kes sulle meelejärgi on. Nüüd on see probleem, kui räägid poliitikast vanematega, siis arvamused on väga erinevad. Kui sõda algas, siis oli sama. „Kelle poolt sa rohkem oled?“, küsisid vanemad. Mulle ei meeldi keegi, mulle ei meeldi pooli valida. (Elena)“

Samuti kirjeldas Elena olukorda, milles maailmavaatelistest erimeelsused said saatuslikuks romantilisele suhtele.

„Sel ajal oli mul poissõber, kellele väga meeldis Venemaa. Kui sõda veel ei olnud, siis mõtlesin, et no võibolla on lihtsalt pisut imelik ning on võimalik aja pikku mõtlemist muuta. Ta ei tea üldse eesti keelt, aga kui sõda algas ning ma alustasin tööd meedias ja ta luges mu lugu sellest, siis meil oli väga palju konflikte. Ta ütles: „Oi, te teete valeuudiseid. See ei ole õige informatsioon, mida edastate! Mis see on?“. Oli väga raske olla sellises seltskonnas, kus on väga erinevad arvamused. Selle noormehega ma enam koos ei ole. (Elena)“

Sarnaselt Elenale otsustas Ksenia lõpetada suhtluse radikaalselt meelestatud lähedase inimesega.

„Mul on näiteks tädipoeg, kes on hästi radikaalselt Ukraina vastu. Ta on hästi radikaalselt meelestatud. Ta on mulle hästi palju Facebooki kirjutanud. See lõppes nii, et ma ei viitsinud temaga vaielda ja ma ütlesin talle seda. Kuna ta ikka rääkis edasi sellest teemast, siis ma blokeerisin ta ära. Perega koosistumistel, kui me kohtume, siis ma väldin temaga üksinda ruumist olemist, sest me hakkame sellest teemast rääkima. (Ksenia)“

Ksenia kirjeldas intervjuus ka kohtumist 8aastase poisiga, kes tunneb vastutust selle eest, et sõjaga seotud eriarvamused ei lõhuks perekonda.

„Kui ma käisin koolis viimati, Narva Pähklikmäe Gümnaasiumis ja rääkisin 8. klassile. Üks poiss tuli pärast minu juurde ja kurtis, et tal on suur probleem. Nimelt üks tädi vaatavat Ukraina televisiooni ja teine Venemaa televisiooni. Poisil endal ei ole veel

kujunenud arvamust ning tunneb vastutust, sest tema jääb mõlema inimese vahele. See on minu arvates väga ebaõiglane, sest miks peab 8. klassi laps vastutama selle eest, et tädid ei saa teineteisega enam läbi. Kooliealised tunnevad ennast vastutatuna. (Ksenia)“

Olga aga tundis, et olles Eestis elav vene rahvusest noor, asetatakse ta ühiskonnas samasse paati venemeelsete inimestega, mistõttu otsustas ta mingil perioodil vältida avalikke sõnavõtte isegi ülikoolis. Sarnane käitumis- ja mõtteviis tuli osaliselt välja ka teistes intervjuudes.

„Ma tundsin palju pingeid ja ärritust. Ma olen nii suletud ühiskonnast ning ma ei tahtnud võtta osa seminaridest ülikoolides ning ma ei tahtnud rääkida avalikult. Praegu ma ei mõtle enam nii, aga isegi praegu eksisteerib see stereotüüp, et kõikidel venelastel on oma vastutus selle sõja ees. (Olga)“

Seega toetudes intervjuude tulemustele, saab öelda, et kriis Venemaa ja Ukraina vahel on avaldanud väga palju negatiivset mõju vene noorte avalikule eneseväljendamisele. Konfliktiga tekkinud stereotüüpsed arvamused venelastest on pannud uuritavad vältima avalikke sõnavõtte. Muuhulgas on konfliktiga seotud eriarvamused tekitanud pingeid venekogukonnas, lõhkudes inimsuhteid.

5.5. Arendused ja muutused, mis paneksid vene noori rohkem avalikult sõna võtma

Aga mida oleks sisuloomega tegelevate vene keelt kõnelevate noorte arvates vaja teha, et vähemusnoored võtaksid rohkem avalikult sõna? Pea kõik uuringus osalejad leidsid, et alustada tuleks meediateadlikuse tõstmisest ja haridusreformist, mis aitaksid vähendada lõhet eesti ning vene keelt kõnelevate noorte vahel – luua tuleks ühine inforuum, kool ja õppekava.

„Hariduspoliitika – me ei räägi siin ainult eestikeelsest haridusest, seda on julmalt vähe. Mina õppisin eesti keeles, aga olin ikkagi täiesti ära lõigatud Eesti popkultuurist, kaasaegsest elust, kuna kõik lapsed minu koolis olid vene keelt kõnelevad. Kuna me õppisime keelekümbuses, siis eesti keelt me teadsime, aga meie seos oli väike. Ma ei teadnud, kes oli Koit Toome näiteks. Väga oluline on ühine kultuuriruum koolides, kus see on võimalik. See tähendab, et perspektiivis 5-7 aasta jooksul peaksime tulema selle juurde, et ei oleks kaks kooli – ühte tulevad vene keelt kõnelevad lapsed õppima ja teise eesti keelt kõnelevad lapsed. Nad peaksid tulema ühte majja. Kuidas seda teha? See on

sügavalt hariduse juhtimise küsimuse. Pedagoogiline küsimus. See ei ole poliitiline küsimus – otsus, et me nii teeme, on poliitiline, aga edasi on juba professionaalne küsimus, kuidas seda teostada. (Aleksander)“

Eestikeelsele õppele üleminek aitaks Ksenia sõnul tugevdada vene noorte sidet Eesti kultuuriga ning noored õpiksid väärtustama rohkem kodumaad, kuid enne keelega tegelemist tuleks tegeleda nende meelega.

„Ma ise arvan, et enne kui me keele kallale, võiksime tegeleda meelega. Kui sul ei ole ikka motivatsiooni, et keelt õppida, siis sa ei õpi. Peamine töö algabki sellest, et sa viid tüübid metsa ja ütled, et vaadake, kui ilusat metsa te ise kasvatate, see on teie riik ja värki. Sa teed sellist tööd, et panna nad väärtustama kodumaad, mis neil on. Ilma selleta see keeleõpe nagu ei toimi. (Ksenia)“

Sarnasel arvamusel on ka Aleksander, kelle sõnul tuleks luua rohkem ühiseid traditsioone eesmärgiga luua ühisem kultuuriruum, mis aitaks omakorda tõsta Vene kogukondade kuuluvustunnet.

„Kui ma mõtlen vaeva nägemist, siis ma räägin kaasaegsetest ühistest traditsioonidest. Sorri, aga laulupidu on natukene eksklusiiivne värk. Raske on sinna sulanduda – sa ei sisene sinna, et „jou, ma olen nüüd laulupeo inimene“. Peaks olema mingi uus asi, kultuurisündmus, mis on mõeldud nii eestlastele ja venelastele. See ei tohiks olla nagu Nublu ja Gameboy Tetrise laul, mis on suurepärase näide, vaid see on interaktiivne ja kaasav, mida saab ise ka kogeda ja millest on võimalik osa võtta. Kultuuriliselt võimestav kogemus. See võimestab kuuluvustunnet. (Aleksander)“

Seega võib öelda, et ühine info- ja kultuuriruum ning võrdväärne meediapädevus eestlastest rahvuskaslastega aitaksid kaasa kuuluvustunde suurendamisele, mis omakorda paneks vene noored tundma, et nende sõnavõttudel on võrdväärne mõju eestlastest eakaaslastega.

6. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Vene noorte kogemused ja praktikad meediasisu loomisel ja oma arvamuse väljendamisel

Eestis elavate vene emakeelega noorte sisuloojate jaoks on iseseisev vabatahtlik sisuloome ja tasuline kaastöö ajakirjandusväljaannetele erinevad praktikad. Vabatahtlik sisuloome annab vene noorele suurema vabaduse vaatepunkti ja käsitusviiside valimisel ning piiramatut, peamiselt sõpradest-tuttavatest koosnevat auditooriumi. Iseseisev meediaproduktioon on eneseväljendusliku iseloomuga, lähtudes hetke inspiratsioonist ning isiklikest kogemustest. Vabatahtliku sisuloome puhul mööndakse küllaltki kõrgeid barjääre – sarnaselt Thompsoni ja Weldoni uuringule (2022: 75-76) tuli minu uuringus välja, et jälgijaskonna suurendamiseks ja noorte seas sõnumiga mõjule pääsemiseks on vajalik turundus, mis on ressursimahukas. Uurijate (Thompsoni ja Weldoni, 2022: 75-76) sõnul töötavad vabakutselised ajakirjanikud nagu väikeettevõtte omanikud, kes lisaks sisutootmisele peavad toodangu auditooriumile maha „müüma“, vastutades täielikult loodud produkti eest. Seega eeldab iseseisev sisuloome paindlikust ja kohanemisvõimelisust. Uuringus osalenud vene noored aga ei näe vabatahtliku sisuloomet laialdaselt levivat. Kitsa leviku tõttu on see praktika sotsiaalse agentsuse suurendamiseks vene noorte silmis mõõduka väärtusega.

Ajakirjandusväljaannetega tehtava tasulise koostöö puhul arvestatakse rohkem meediakanali ning auditooriumi eripärasid (nt seda, et auditooriumiks on vanemad inimesed). Sõnavõttudes proovivad autorid jääda kujuteldava sotsiaalse legitimatsiooni piiresse ning vältida konflikte vanema auditooriumiga. Võrreldes tasustatud sisuloomega kaasneb iseseisva meediaproduktiooniga suurem eneseväljenduse vabadus, aidates jääda iseendaks erinevalt tasustatud sisuloomest, kus auditooriumi „teenindamine“ võib mõjuda vene noore tegelikule identiteedile ja seisukohtadele. See haakub Erving Goffmani ideega (1956: 2), et elu on justkui lava, kus näitleja (antud kontekstis noor venekeelne ajakirjanik) esineb sotsiaalsete normide ja piiride raames, tekitades publikus (antud kontekstis meediaväljaannete lugejaskonnas) kindlaid ootusi.

Võib öelda, et kaastöö professionaalsetesse meediakanalitesse sotsiaalse agentsuse kanalina on vene noorte silmis vastuoluline – tunnetatakse suuremat mõju, aga ka suuremat vastutust ning piiranguid eneseväljendusel. Meediaväljaannetesse sisu loomiseiga seotud piirangutest ja normidest on kirjutanud ka mitmed teadlased (Breed, 1955: 326-335; Bowman ja Willis, 2003: 9), kelle sõnul tuleb meediaväljaannetesse kuulumisel arvestama toimetuse poolt seatud käsitluse- ja tööviisidega, mis võivad kohati piirata avalikku eneseväljendust.

Sisuloomega tegelevate vene noorte arvates aitavad taskuhäälingud luua trükimeediasisust tunduvalt vabamaid arutelusid – paika pannakse vaid põhisõnumid, mistõttu tekivad arutelud improvisatsiooni ja ettevalmistuse kombinatsioonil. Thompson ja Weldon (2022: 105) jõudsid enda uuringus ka tulemuseni, et taskuhäälingute vorm võimaldab uudiseid „humaniseerida“, lubades jutuvestjal rääkida nendest omal moel. Lisaks jõudsin Thompsoni ja Weldoniga (2022: 107) samasugusele tulemuseni, et üliolulist rolli taskuhäälingute õnnestumises mängib hääletoon ja kõnetempo, mis on oluline osa loomaks kuulajatega usalduslikku suhet.

Audioformaad võimaldab luua dialooge, mis pakub võimalust arvamuste erisuseks, muutes arutelud mitmekülsemaks. Teemade valimisel toetuvad venekeelsed noored tugevalt läbi elatud kogemustele, sest nende sõnul annavad kogemused legitiimsust avalikuks sõnavõtuks. Sarnast trendi täheldab ka Marit Sukk (2018: 31) enda magistritöös, nentides noorte tunnetuslikku ebaküpsust oma arvamuse avaldamiseks ning Interneti jälje maha jätmist. Võimaluse korral välditakse rääkimist teemadel, mis võivad tekitada Eestis elava venekogukonnaga konflikti või valitakse võimalikult neutraalne kõnetoon. Demokraatliku osaluse hulka kuulub aga ka vaidlemine ja väitlemine, et tõuseksid esile uued võimalikud probleemkohad, seega võib legitiimsuse mitte omamise kartus mõjutada negatiivselt demokraatia arengut.

Kui rääkida sisuloomest, ei saa rääkimata jätta ka tootmiseks vajalikke ressursse. Vabatahtlik sisuloomes vajab tellitud sisuloomest tunduvalt rohkem aega ning noorte endi vabasid vahendeid, kuid on vähem tulusam ning sõnavõttud ei pruugi olla samaväärselt mõjuvad. Meediaväljaannetes sisu tootmisel on noortel toimetuse poolne moraalne ning professionaalne tugi, mis annab noortele rohkem kindlust ja võimalusi avalikuks eneseväljendamiseks (näiteks on võimalik kajastada eksklusiivsemaid teemasid).

Koostöö professionaalsete ajakirjanikega annab meediasisu loomele juurde küll mõjukust, kuid kipub tihti peale jääma ühepoolseks. Venekeelsetes väljaannetes on tavapäraseks praktikaks eestikeelsete uudistekstide ümbertõlkimine, võtmata arvesse venekeelse auditooriumi meediatarbimise eripärasid – vähemusi kõnetavad peamiselt olmeteemad, mitte universaalsed ühiskondlikud probleemid.

Avalikke arvamusi eelistatakse väljendada kohalike venekeelsete meediaväljaannete kaudu, sest nende päevakava on eestikeelsetest hõredam, muutes avalike sõnavõttude võimalused paremaks. Võimekus toota mitmekeelset meediasisu muudab noored agentsemaks, sest annab võimaluse kajastada auditooriumile iseäralikke teemasid, muutes avalikud sõnavõttud

mõjukamaks. Muuhulgas nähakse venekeelset meediaväljaannet mugava ja turvalise eneseväljendamise keskkonnana, milles erinevalt eestikeelsest väljaandest on väiksem võimalus negatiivsele ning vaenulikule tagasisidele. Sarnasele tulemusele jõudsid ka Correa ja Ho Jeong (2010: 648) enda uuringus, milles uurisid vähemuste poolt loodavat sisuloomet. Muuhulgas nendivad nad (Correa ja Ho Jeong, 2010: 648), et nn nišikogukondades täheldavad vähemused enda sõnavõttudes suuremat ühiskondliku mõju. Muuhulgas *Online*-keskkondade madalast aktiivsusest on rääkinud ka Marit Sukk (2018: 32), kes jõudis tulemuseni, et vähene mõju ühiskonnaprotsessidele oma tegevuse läbi on üheks põhjuseks, miks passiivseks jäämist eelistatakse.

Noored vene sisuloojad on tunnetuslikult paika pannud meediakanalite ja -platvormide auditoriumid – traditsioonilist meediat tarbib rohkem vanem generatsioon, sotsiaalmeediat aga nooremad inimesed. Samuti mõeldakse läbi, millise demograafilise elanikkonda soovitatakse kõnetada, valides vastavalt sellele kas eestikeelse või venekeelse auditoriumiga meediaplatformi.

Tegurid, mis toetavad või takistavad vene noortel meedias sõna võtta ise aktiivse sisuloomega tegelevate vene noorte arvates

Eestlastest rahvuskaaslased on ajapikku muutunud küll eriarvamustele üha vastuvõtlikumaks, kuid sellest olenemata seisavad vene noored silmitsi mitmete teguritega, mis pärsivad avalike sõnavõtte ihaldusväärset. Erinev inforuum, meediateadlikus, tarbimisharjumused ja -eesmärgid tekitavad vene noortes tunde, et nende mõtted ei ole võrdväärset tähtsad ja mõjukad eestlastest rahvuskaaslastega. Motivatsioon meediasõnavõtteks on olemas, kuid kartus ühiskondlikule halvaks panule paneb neist loobuma, muutes eelistatumaks arutelud väiksemate sõprus- ja tutvusringkondadega. Sarnasele tulemusele jõudis ka Marit Sukk (2018: 29), kelle uuringus osalenud noored näevad digitaalsetes keskkondades valitsevat anonüümsust probleemina – anonüümsus toetab negatiivseid ja vaenulikke kommentaare.

Muuhulga takistab vene noorte meediasõnavõtte ka meediatööstuse arengukäik. Erakontsernide üheks eesmärgiks on tulu teenimine ning see eeldab väljaannetelt maksimaalset operatiivsust. Tööstuse operatiivsus töötab aga vähemusnoorte vastu, sest nende arvamuste kogumine on ajamahukam ja keerulisem, jättes vähemusnoored tihtipeale kriitilistest aruteludest välja. Samal seisukohal on ka Simon Cottle (2000: 20), kelle sõnul soodustab kiirmeedia vähemuste avalike sõnavõtte tahaplaanile jäämist, sest tulu teenimine eeldab

meediaväljaandelt operatiivsust. Sarnasele tulemusele jõudis ka Vihalemm (2022) Kirde-Eesti kaevurite meedia esindatuse uuringus.

Ainuüksi demokraatlikuma meediaruumi loomine ei pruugi aga avalikku eneseväljendust venenoorte seas tõsta, sest muuhulgas tunnevad vähemusnoored, et probleemide tõstatamisel eeldatakse neilt ka lahenduste välja pakkumist. Van Dijk (1991) leidis enda uuringus, et uudismeediasse kaasatakse vähemusrühmi esindavaid kõneisikuid tihti peale eesmärgiga andmaks vastulauseid ekspertide ja valitsuse allikate poolt tõstatatud probleemsetele teemadele. Toetudes minule ja Van Dijk (1991) tulemustele saab öelda, et stereotüüp vähemustest kui olulistest lülidest probleemide lahendusprotsesside võib pärssida vene noorte meediasõnavõtte.

Äärmiselt tugevat mõju on Eestis elavatele vene noortele avaldanud Ukraina-Venemaa vaheline konflikt. Vähemustele pööratakse meedias varasemast rohkem tähelepanu, kuid eelkõige kirjutatakse neist negatiivsel toonil, mistõttu väldivad Eestis elavad vene noored meediasõnavõtte ja avalikes kriitilistes aruteludes osalemist. Võimalusi avalikeks sõjavõttudeks pakutakse meedias eelkõige teoreetikutele, kes jagavad eksperthinnanguid. Meedia disproportsionaalsuse tõttu jäävad arutelud kohati üheülbalisteks, jättes varju Eestis elavate venelaste arvamused ja kogemused. Võib öelda, et selline meediapraktika pärssib vähemuste ühiskondliku kuuluvustunnet.

Muutused ja arendused meedias ning ühiskonnas, mis paneksid vene noori rohkem avalikult sõna võtma

Eestis elavad vene noored seisavad oma igapäeva elus silmitsi vähemusrühmadele isepärase murede ja probleemidega, millest eestikeelses uudismeedias räägitakse. Selle tulemusena ei paku meedia noortele piisavalt huvi pakkuvaid aruteluteemasid. Meediasõnavõttude ihaldusväärseks muutmiseks tuleks meedias kajastada rohkem teemasid, mis puudutavad tugevamalt vähemusrühmi. Muuhulgas aitaks vene noorte avalikku eneseväljendamist tõsta meediateadlikuse tõstmine meedia- ja kodanikuhariduse kaudu. Clinton jt (2009: 22) rõhuvad enda uuringus, et meediapädevuse õpe peaks algama juba algklassides, olles võimalikult mänguline. Meediaharidus aitaks paremini mõista, millised rollid on meedial kui sotsiaalsel vahendajal ning kuidas saab meediasõnavõttudega ühiskonnaprotsesse mõjutada.

Vene noorte mediakoostöök vajalike võimaluste tõstmiseks on äärmiselt oluline suunata varasemast suuremaid investeeringuid venekeelsetesse toimetusse. Seda eriti Ukraina-Venemaa vahelise konflikti valguses, mis on kaasa toonud varasemast aktiivsema valeinformatsiooni leviku. Meediaväljaannete kvaliteedi tõstmine pakuks noortele paremaid

võimalusi usaldusväärse aktuaalse ja päevakajalise uudismeedia tarbimiseks. Kuna kohalikel venekeelsetel meediaväljaannetel on vähemusnoorte jaoks oluline roll avalikes sõnavõttudes (neid nähakse mugava ja turvalise sõnavõtu kanalina), siis aitaksid investeeringud kaasa ka mitmekülgsema meediaruumi loomisele, mis on oluline, et säiliks ning areneks demokraatia. Dreher (2010: 99) uuringu tulemus, et vähemusrühmadest rääkides ei pruugi olla puudus potentsiaalsetest sõnavõtjatest, vaid hoopis nende võimalustest olla kuuldavõetud, haakub ka minu uuringutulemustega.

Muuhulgas tuleks sidususe tõstmisel keskenduda ka ühise kultuuriruumi loomisele – eestlastel ja Eestis elavatel venelastel on väga vähe ühiseid traditsioone, mis erirahvustest kaasmaalased kokku tooksid. Ühisem kultuuriruum toetaks ka Eestis elavate vene noorte poolset suuremat kodukoha väärtustamist, mis võib motiveerida aktiivsemat osalemist ühiskonnaprotsessides.

6.1. Meetodi kriitika

Bakalaureusetöös kasutasin uurimismeetodina individuaalintervjuusid ja kvalitatiivset sisuanalüüsi, mis ei võimalda tulemuste üldistamist kõigile vene noortele ning võrdsetel alustel erinevate tekstide võrdlemise (Kalmus jt, 2015). Intervjuuküsimused osaliselt erinesid vastavalt uuringus osaleva indiviidi meediasisu loomest – näiteks taskuhäälinguga seotud küsimusi ei küsinud inimestelt, kes sellega kokku ei ole puutunud.

Intervjuud viisin läbi Zoomi vahendusel ning iga intervjuude pikkus oli keskmiselt 1h ja 30 minutit. Kõik intervjuud transkribeerisin käsitsi, mistõttu oli mul võimalik intervjuuküsimuste sõnastusi muuta – arvesse tuleb võtta, et emakeel on intervjuus osalenutel vene keel, seega küsimusesõnastus pidi olema võimalikult lihtne ja täpne vältimaks valesti mõistmist. Kohati esines intervjuudes küsimuse mitte mõistmist, seega uurijana täpsustasin küsimust või vajadusel sõnastasin ümber.

Kõik intervjuud toimusid Zoomi vahendusel ehk tegemist oli sünkroonsete veebiintervjuudega. Veebiintervjuudel on mitmeid nõrku kohti. Näiteks võib esineda tehnilisi viperusi seoses programmide töökindluse ja internetiühendusega (Murumaa-Mengel, 2020). Intervjuude läbiviimise ajal esines mitmel korral minul või intervjuueeritavatel probleeme internetiühendusega, mis osaliselt häirisid intervjuude läbiviimist ja voogu. Igas intervjuus kasutasime veebikaameraid, tänu millele oli võimalik teineteist näha, säilitades võimalikult hea inimkontakti. Selles olenemata võisid erinevalt näost näkku intervjuust erineda tingimused. Esimese etapi veebiintervjuus häiris, et ühe intervjuueeritavaga samas ruumis viibis tema

elukaaslane, kes intervjuus ei osalenud, kuid võis mõjutada kaadri taga intervjueeritava enesepresentatsiooni. Kuna intervjuerijana nägin vaid veebikaamera vaateväljas olevat, siis ei saa ka kindlalt veenduda, et teistes intervjuudes sarnast ohtu ei olnud. Leian aga, et võttes arvesse valimi eripärasid ja teematundlikust, võimaldas intervjuuvorm luua intervjueeritavatele luua endale võimalikult mugava ja turvalise keskkonna. Lepik jt (2014) arvavad samuti, et intervjueeritav peab veenduma selles, et intervjueeritavatele jääks intervjuust võimalikult positiivne kogemus.

Oluline on kriitikana välja tuua ka intervjueeritavateni jõudmine ja uurimuses seatud tingimused uuritavatele. Uuringus osalejad valisin välja läbi sotsiaalmeedia. Seega ei saanud valimisse sattuda noored, kel puudub e-posti aadress või kontod platvormidel Facebook ja Twitter. Samuti ootasin uuritavatelt eesti või inglise keele oskust, kuid suur osa Eestis elavatest vene noortest räägivad ainult vene keelt. Keeleoskuse ootuse tõttu jäi valimist välja nii mõnigi uurimusse sobiv vene noor. Seega tuleb silmas pidada, et tulemusi ei saa üldistada kõigi 18-30. aastaste Eestis elavatele venekeelsetele noortele.

6.2. Edasised võimalikud uurimissuunad

Eestis elavate vene noorte avalikku eneseväljendamist meedia kaudu ei ole minu teada varasemalt uuritud, mistõttu tuleks seda edaspidi kindlasti süvenenumalt uurida. Minu arvates tuleks läbi viia suurem kvantitatiivne uuring, mille tulemustest oleks võimalik teha suuremaid üldistusi. Minu uuringu väike valim suurteks üldistusteks võimalust ei anna. Sellegipoolest usun, et minu töös esitatud empiirilised tulemused annavad hea aluse edasiste võimalike uuringute läbiviimiseks ning tulemuste võrdlemiseks.

Kuna minu uuringusse kuulusid vaid ajakirjanikud ja sisuloojad, siis käsitlen töös vaid nende endi kogemusi ja oletusi. Samal teemal võiks veel kirjutada, võttes fookuseks meediatööstusse kuuluvate erinevate osapoolte nägemused vähemusnoorte avalikule eneseväljendamisele. Näiteks võib aidata mediatoimetuste ja vene noorte vaheline koostöö jõuda tulemusteni, mis aitavad selgitada ajakirjanike vahelist konkurentsi ning venekeelse ja eestikeelse ajakirjanduse ühepoolset koostööd.

Lisaks võiks uurida peavoolumeedia ja venekeelsete meediaväljaannete vahelist vähest koostööd. Uuring aitaks kaardistada väljaannete vahelised koostööd pärssivad tegurid, mille arvesse võtmisel oleks võimalik luua mitmekesisem meediaruum.

KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärk oli mõista, millist rolli mängib meedia aktiivsete vene noorte sotsiaalse agentsuse kanalina, toetudes Eestis elavate venekeelsete noorte ajakirjanike ja sisuloojatele nägemusele. Täpsemalt soovisin teada saada, millised on vene noorte praktikad meediasisu loomisel ja oma arvamuse väljendamisele ning mis toetab ja takistab vähemusnoorte meediasõnavõtte. Selleks, et vähemusnoorte meediaaktiivsust tõsta, soovisin ära kaardistada ka vajalikud muutused ja arendused meedias ning ühiskonnas, mis paneksid vene noori rohkem avalikult sõna võtma.

Eesmärgi saavutamiseks kasutasin sihipärast valimit, mille abil intervjueerisin viit venekeelset ajakirjanikku ja sisuloojat vanuses 18-30eluaastat. Valimi moodustamisel oli tähtis, et sisuloome sisuks oleks ühiskondlike teemade ja probleemide kajastamine ehk välja jäid noored, kes keskendusid meelelahutusliku sisu loomisele. Empiiriliste andmete kogumiseks viisin läbi individuaalseid süvaintervjuusid, milles kogutud andmeid analüüsisin temaatilise sisuanalüüsi abil.

Intervjuudest selgus, et iseseisva vabatahtliku sisuloome ja tasustatud sisuloome praktikad ning kogemused erinevad teineteisest märkimisväärselt. Eestis elavad vene emakeelega noored ajakirjanikud ja sisuloojad tunnetavad iseseisva sisuloome puhul suurt eneseväljenduslikku vabadust – rääkida saab endale huvi pakkuvatest teemadest, määrates ise narratiivid ja käsitlusviisid, sünteesides neisse ka omakogemusi. Samas eeldab sõnumiga mõjule pääsemine noortelt isiklike ressursse (nt aega ja raha) ning oskusi (nt turundamiseks). Seega võivad avaliku sõnavõttega kaasnevad kulud kaaluda üle tulud.

Tellitud sisuloome puhul täheldatakse paremat ligipääs suurematele ressurssidele (näiteks meediatoimetuse poolsele moraalsele ja professionaalsele toele) ning publikule. Samas piirab meediaväljaannete poolt tellitud sisuloome eneseväljendamist, sest toimetused võivad mõjutada teemade käsitlusviise ning narratiive. Kuna meediaväljaanne „teenindab“ publikut, siis tuleb venekeelsete noorte sõnul arvestada teemade kajastamisel auditoriumi eripäradega, et vältida potentsiaalsete konfliktide tekkimist. Seega on vene noorte silmis sisuloome vastuoluline – uute võimalustega kaasnevad ka uued piirangud.

Meediasõnavõttudeks eelistatakse kasutada eestikeelsete meediaväljaannete asemel venekeelseid meediaväljaandeid, mis pakuvad paremaid võimalusi ja turvalisemat keskkonda eneseväljendamiseks. Omakeelsete meediaväljaannete kasutamist meediasõnavõttudeks mõjutavad muuhulgas varasemad negatiivsed kogemused eestikeelsete uudistekanalite kasutamisel (nt eestlastest rahvuskaaslaste negatiivne tagasiside meediasõnavõttudele). Negatiivse tegurina toodi välja ka meediatööstuse arengukäiku – tulu teenimine eeldab operatiivsust ning kuna vähemused on raskemini ligipääsetav ühiskonnarühm, jäävad nende seisukohad tahaplaanile. Seega pakuvad uuritavate sõnul venekeelsed kohalikud meediaväljaanded eestikeelsetest paremaid võimalusi sõna- ja kuulda võtmiseks ning samuti on lugejad tolerantsemad sõnavõtjate suhtes.

Eestis elavate vene noorte avalikku sõnavõttu mõjutavatest teguritest rääkides ei saa üle hüpata Ukraina ja Venemaa vahelisest konfliktist, mis mõjutab uuritavate sotsiaalset agentsust. Kuigi venekeelsele kogukonnale pööratakse meedias varasemast rohkem tähelepanu, suhtutakse intervjuueeritavate sõnul neisse negatiivselt. Potentsiaalne hirm rahvuskaaslaste poolt paneb vene noori avalikke sõnavõtte vältima. Lisaks avaldab negatiivset mõju sõnavõttudele meediaväljaannete praktika anda venekeelsete inimeste asemel sõna teoreetikutele, kes justkui peaks esindama vene kogukondade seisukohti, kuid tegelikkuses seda ei tee. Kuna vähemuste tegelikud arvamused meedias kajastust tihti peale ei leia, toimub kohalikust meediast kaugenemine.

Meediasõnavõttude ihaldusväärseks muutmiseks tuleks meedias kajastada rohkem teemasid, mis puudutavad tugevamalt vähemusrühmi. Nii tõuseb motivatsioon ning vajalik turvatunne avalikuks sõna võtmiseks. Samuti on oluline edendada koolides meediaharidust ning investeerida venekeelsetesse väljaannetesse, et tekiks vajalikud oskused ja võimalused usaldusväärse informatsiooni tarbimiseks. Muuhulgas pidasid uuritavad oluliseks ühisema kultuuriruumi loomist, millega tõuseks kodukoha väärtustamine ning soov avalikult kaasa rääkida.

Minu teada ei ole varasemalt vähemusnoorte meedia kaudset avalikku eneseväljendamist Eestis uuritud, mistõttu tuleks teemat edaspidi süvenenumalt uurida, et teha suuremaid üldistusi ning saada terviklikum pilt. Uurida võiks näiteks meediatoimetuse nägemust vähemusnoorte avalikule sõnavõtule ning peavoolumeedia ja vene noorte vahelist meedia-alast koostööd.

SUMMARY

Media as a channel of social agency among active Russian youth in Estonia: the perspective of young Russian-speaking journalists and content creators

The aim of the bachelor's thesis was to understand the role of media as a channel of social agency among active Russian youth in Estonia, based on the perspective of Russian-speaking young journalists and content creators. Specifically, I wanted to find out the practices of Russian youth in creating media content and expressing their opinions, as well as what supports and hinders minority youth in their media discourse. In order to increase the media activity of minority youth, I also wanted to identify the necessary changes and developments in the media and society that would encourage Russian-speaking youth to speak out more publicly.

To achieve this goal, I used a targeted sample and conducted interviews with five Russian-speaking journalists and content creators between the ages of 18 and 30. It was important in the sample formation that the content creation focused on social issues and problems, excluding those who focused on creating entertainment content. For collecting empirical data, I conducted individual in-depth interviews, and analyzed the collected data using thematic content analysis.

The interviews revealed significant differences in the practices and experiences of independent voluntary content creation and commissioned content creation. Russian-speaking young journalists and content creators living in Estonia perceive a great deal of expressive freedom in independent content creation - they can talk about topics that interest them, determine the narratives and approaches themselves, and incorporate their own experiences into them. However, achieving impact with their message requires personal resources (e.g., time and money) and skills (e.g., marketing). Therefore, the costs associated with public speaking may outweigh the benefits.

In the case of commissioned content creation, participants of study have better access to resources (e.g., moral and professional support from media editors) and audiences. However, commissioned content creation limits self-expression because editorial offices can influence the treatment of topics and narratives. Since media outlets "serve" the public, Russian-speaking youth believe that particular characteristics of the audience should be taken into account when covering topics to avoid potential conflicts. Therefore, content creation is seen as contradictory by Russian-speaking youth - new opportunities come with new limitations.

In media discourse, Russian-language media outlets are preferred over Estonian-language ones, as they offer better opportunities and a safer environment for self-expression. The use of Russian-language media outlets for media discourse is influenced, among other things, by previous negative experiences with Estonian news channels (e.g., negative feedback from Estonians on media discourses). Another negative factor highlighted pertains to the trajectory of the media industry's development, as revenue generation necessitates promptness and, due to minorities being a less accessible social group, their perspectives are relegated to the background. Thus, according to the participants of the study, local Russian-language media outlets offer better opportunities for expressing and being heard compared to Estonian-language ones.

When discussing the factors influencing the public speaking of Russian-speaking youth living in Estonia, the conflict between Ukraine and Russia cannot be ignored, as it affects the social agency of the subjects under investigation. Although the Russian-speaking community receives more attention in the media than before, they are perceived negatively, according to the interviewees. The potential fear from fellow compatriots discourages Russian-speaking youth from engaging in public discourse. Additionally, giving voice to theorists instead of Russian-speaking individuals, who are assumed to represent the views of the Russian-speaking communities but in reality do not, negatively impacts discourse. As the real opinions of minorities often do not find representation in the media, detachment from the local media occurs.

To make public speaking more desirable, it is necessary to cover more topics in the media that strongly affect minority groups. This will increase motivation and the necessary sense of security for public expression. It is also important to promote media education in schools and invest in Russian-language publications to develop the necessary skills and opportunities for consuming reliable information. Among other things, the respondents considered the creation of a more united cultural space important, which would increase the appreciation of their place of residence and the desire to participate publicly.

To my knowledge, there has been no previous research in Estonia on the public self-expression of minority youth through media. Therefore, in the future, the topic should be studied in more depth to make broader generalizations and obtain a more comprehensive picture. One could examine, for example, the media editorial's vision regarding the public discourse of minority youth and the media-related collaboration between mainstream media and Russian youth.

KASUTATUD KIRJANDUS

Aprillikuust on vaatajate ees telekanal 3+!. TV3, 30.03.2022. Kasutatud 05.05.2023, <https://www.tv3.ee/3-portaal/tele-ja-kino/aprillikuust-on-vaatajate-ees-telekanal-3/>

Arriagada, A. (2017). Content Creators and the Field of Advertising. S. Cunningham ja D. Craig (toim), Content Creators and the Field of Advertising (lk 232-249). NYU Press: New York.

Bassel, L. (2017). The Politics of Listening: Possibilities and Challenges for Democratic Life. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-53167-4>

Bourdieu, P. (1972). Outline of a Theory of Practice. R. Nice (toim), *Structures, habitus, Power: basis for a theory of a symbolic power* (lk 159-183). University Press, Cambridge: Great Britain.

Bowman, S. ja Willis, C. (2003) We Media: How audiences are shaping the future of news and information. J.D. Lasica (toim), *Introduction to participatory journalism* (lk 7-15). Reston: The Media Center at The American Press Institute.

Breed, Warren. (1955). Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. *Social Forces*, 33(4), 326-335. <https://doi.org/10.2307/2573002> ’

Clinton, K., Purushotma, R., J. Robinson, A., Weigel, M. (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Massachusetts: The MIT Press.

Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social Semiotics*, 14(2), 115-132. <https://doi.org/10.1080/1035033042000238295>

Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation?. *New Media & Society*, 10(3), 373-391. <https://doi.org/10.1177/1461444808089414>

Couldry, N. (2010). Why voice matters. *Voice as Value* (lk 1-20). London and Thousand Oaks, California: SAGE.

Content Creation Coursebook. (2020). *News Feed*, aprill. Kasutatud 12.05. 2023, https://newsfeed.org/wp-content/uploads/newsfeed_contentcreation_short_2-FINAL-compressed.pdf

Correa, T. ja Ho Jeong, S. (2010). RACE AND ONLINE CONTENT CREATION. *Information, Communication & Society*, 14(5), 638-659. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2010.514355>

Cottle, S. (2000). Ethnic minorities and the media. S. Allan (toim), *Media research and ethnic minorities: mapping the field* (lk 1-31). Open University Press: Buckingham and Philadelphia. Kasutatud 26.12.2022, https://www.researchgate.net/publication/268518927_Ethnic_Minorities_and_the_Media_Changing_Cultural_Boundaries

Dreher, T. (2009). Listening across difference: media and multiculturalism beyond the politics of voice. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 23(4), 445-458. <https://doi.org/10.1080/10304310903015712>

Dreher, T. (2010). Speaking up or being heard? Community media interventions and the politics of listening. *Media, Culture & Society*, 32(1), 85-103. <https://doi.org/10.1177/0163443709350099>

Elo, S., Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>

Evans, A.L., Evans, V., Lami Kanra, A.M., Jones, O.S.L. (2004). Public Speaking in a Democracy. *Journal of Instructional Psychology*, 31(4), 325-329. Kasutatud 09.01.2023, <https://www.proquest.com/openview/6ef806703eedb23a2e985c3147089d9e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=48173>

Flaxman, S., Goel, S., Rao, Justin M. (2016). FILTER BUBBLES, ECHO CHAMBERS, AND ONLINE NEWS CONSUMPTION. *Public Opinion Quarterly*, 80(1), 298-320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>

Gardner, J. ja Lehnert, K. (2016). What's new about new media? How multi-channel networks work with content creators. *Business Horizons*, 59(3), 293-302. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.01.009>

Giddens, A. (1984). The Constitution of Society. (1984). *Elements of the Theory of Structuration* (lk 1-28). Berkley and Los Angeles: University of California Press.

Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Angelica S. Goffman (toim), *Performances* (lk 10-46). Edinburg: University of Edinburgh .

Juzefovičs, J. ja Vihalemm, T. (2020). Navigating Conflicts through the Media: The Sceptical and Self-Responsible Repertoires of Baltic Russian-Speakers. *East European Politics and Societies and Cultures*, 36(2), 1-23. <https://doi.org/10.1177/0888325420964946>

Kalmus, V., Siibak, A. (2019). Eesti inimarengu aruanne 2019/2020. H. Sooväli-Sepping (toim), *Eesti noored virtuaalses arvamusruumis* (lk 202-229). Tallinn: Eesti Koostöö Kogu.

Kalmus, V., Masso, A., Lauristin, M. (2017). Eesti ühiskond kiirenevas ajas: uuringu „Mina. Maailm. Meedia“ 2002–2014 tulemused. P. Vihalemm, M. Lauristin, T. Kalmus, T. Vihalemm (toim), *Põlvkondade eristumine muutavas ühiskonnas* (lk 620-664). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Kalmus, V., Masso, A., Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. Kasutatud 20.12.2022, <https://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Kantar Emor. (2022). Teleauditooriumi mõõdikuuring. Kasutatud 27.12, <https://www.kantaremor.ee/pressiteated/teleauditooriumi-ulevaade-novembrikuus-2022/>

Korts, K. (2008). *Inimarengu aruanne, 2007*. Kontaktid etniliste eestlaste ja eestivenelaste vahel (72-77). Tallinn: Eesti Koostöö Kogu.

Kultuuriministeerium. LÕIMUMISPROGRAMM 2021-2024 (ÜHENDATUD 2021-2024 KOHANEMISPROGRAMMIGA). (2021a).

Kultuuriministeerium: „Lõimuv Eesti 2020“ lõpparuanne. (2021b).

Kõuts-Klemm, R. ja Seppel, K. (2018). *Juhatus meedia ja kommunikatsiooni teooriasse*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). Intervjuu. Kasutatud 20.12.2022, <https://samm.ut.ee/intervjuu>

Leppik, M (2020). *The segmented integration and mediated transnationalism of Estonian Russian-speaking population*. Doktoritöö. Tartu Ülikool: Ühiskonnateaduste instituut.

Leppik, M. ja Vihalemm, T. (2017). Eesti ühiskond kiirenevas ajas: uuringu „Mina. Maailm. Meedia“ 2002–2014 tulemused. P. Vihalemm, M. Lauristin, T. Kalmus, T. Vihalemm (toim), *Venekeelse elanikkonna hargmaisus ja meediakasutus* (lk 591-612). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., Ólafsson. K. (2011). Risks and safety on the internet: the perspective of european children: full findings from the EU Kids Online survey. London: London School of Economics and Political Science.

Macnamara, J. (2013). Beyond voice: Audience-making and the work and architecture of listening as new media literacies. *Continuum Journal of Media & Cultural Studies*, 27(1), 160-175. <https://doi.org/10.1080/10304312.2013.736950>

Murumaa-Mengel, M. (2020). Kuidas mõista andmestunud maailma? Metodoloogiline teejuht. Masso, K. Tiidenberg, A. Siibak (toim), *Veebiintervjuud, projektiivtehnika ja loovuurimismeetodid* (lk 707-738). Tallinn: Tallinna Ülikooli kirjastus.

Mäekivi, M. (2019). Vabalevi kanaleid saab nüüd HD-Formaadis vaadata üle Eesti. ERR, 05.02.2019. Kasutatud 05.05.2023, <https://www.err.ee/907646/vabalevi-kanaleid-saab-nuud-hd-formaadis-vaadata-ule-eesti>

Nabatchi, T. ja Leighninger, M. (2015). Public Participation for 21st Century Democracy. *Good or Bad? Charming or Tedious? Understanding Public Participation*, 13-44. <https://doi.org/10.1002/9781119154815.ch2>

Olmanson, J. ja Falls, Z. (2016). Encyclopedia of Educational Philosophy and Theory. M. A. Peters (toim), *New Media Literacies* (lk 1-6). Singapur: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-287-532-7_118-1

Riigikogus läbis eestikeelsele õppele ülemineku eelnõu teise lugemise. (05.12.2022). Kasutatud 29.12.2022, <https://www.riigikogu.ee/istungi-ulevaated/riigikogus-labis-eestikeelsele-oppele-ulemineku-eelnou-teise-lugemise/>

Ruggiero, E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3-37.

Ruzvidzo, J. (2020). Improving the Representation of Marginalised Minorities in Sports Media. DOI: 10.13140/RG.2.2.32532.99201

Rämmer, A. (2014). Valimi moodustamine. Kasutatud 20.12.2022, <https://samm.ut.ee/valimid>

Second European Union Minorities and Discrimination Survey Main Results. (2017). *European Union Agency for Fundamental Rights*, 6. detsember. Kasutatud 07.05.2023, http://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2017-eu-midis-ii-main-results_en.pdf

Seppel, K. (2015). Meedia ja infoväli. *Eesti ühiskonna lõimumismonitooring 2015*, 87-97. Balti Uuringute Instituut, Tallinna Ülikool, SA Poliitikauuringute Keskus Praxis. <https://www.kul.ee/eesti-uhiskonna-integratsiooni-monitooring-2015>

Seppel, K. (2017). Meediakasutus ja infoväli. *Eesti ühiskonna integratsiooni monitooring 2017*, 68-78. Balti Uuringute Instituut, Tallinna Ülikool, SA Poliitikauuringute Keskus Praxis. <https://www.ibs.ee/wp-content/uploads/EIM2017.pdf>

Seppel, K. (2020). Meedia ja infoväli. *Eesti ühiskonna lõimumismonitooring monitooring 2020*, 71-82. SA Poliitikauuringute Keskus Praxis, Balti Uuringute Instituut, Tallinna Ülikool, Tartu Ülikool, Turu-uuringute As. <https://www.ibs.ee/wp-content/uploads/2022/01/Eesti-Integratsiooni-Monitooring-2020.pdf>

Statistika andmebaas. (2020). IT32: 16-74-aastased arvuti- ja internetikasutajad. Kasutatud 04.01.2023, https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_infotehnoloogia_infotehnoloogia-leibkonnas/IT32/table/tableViewLayout1

Statistika andmebaas. (2022). RV0222U: Rahvastik soo, rahvuse, maakonna järgi, 1. jaanuar. Haldusjaotus seisuga 01.01.2018. Kasutatud 05.05.2023, <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/valdkonnad/rahvastik>

Sukk, M. & Soo, K. (2018). EU Kids Online'i Eesti 2018. aasta uuringu esialgsed tulemused. V. Kalmus, R. Kurvits, A. Siibak (toim), Tartu: Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste Instituut.

Sukk, M. (2018). Online-osalus ja mitte-osalus: Eesti noorte arvamused ja kogemused. Magistritöö. Tartu Ülikool: Ühiskonnateaduste instituut.

Thompson, D. J. ja Weldon, J. (2022), Content Production for Digital Media. Singapur: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-16-9686-2>

Vabalevis on nüüd kaheksa kanalit, lisandus 3+. *Levira*, 01.04.2022. Kasutatud 05.05.2023, <https://levira.com/vabalevis-on-nuud-kaheksa-kanalit-lisandus-3/>

Van Dijk, T. (1991) Racism and the Press. London: Routledge.

Vihalemm, T., Masso, A., Vihalemm, P. (2004). Eesti elanik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest. Kalmus, V., Lauristin, M., Pruulmann-Vengerfeldt, P. (toim), Eesti kujunev keeleruum (lk 57-74). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

Vihalemm, P., Kõuts, R. (2017). Eesti ühiskond kiirenevas ajas. Uuringu Mina. Maailm 2002-2014 tulemused. P. Vihalemm, M. Lauristin, V. Kalmus, T. Vihalemm (toim), *Meediakasutuse muutumine: internetiajastu saabumine* (lk 251–278). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Vihalemm, T., Keller, M., Kiisel, M. (2015). From Intervention to Social Change. B, Berry. (toim), *Social practices as sites of social change* (lk 25-35). Tartu: University of Tartu.

Vihalemm, T. ja Hogan-Brun, G. (2013). Dilemmas of Estonian Nation-Building in the Open Media Market. *Sociolinguistica. Internationales Jahrbuch für Europäische Soziolinguistik*, 27(1), 69-86. DOI:10.1515/soci.2013.27.1.69

Vihalemm, T. (2022). Media, miners and the injustices of sustainable transition in North-East Estonia. *The Extractive Industries and Society*, 11(5). <https://doi.org/10.1016/j.exis.2022.101129>

Vilić, D. (2021). Researching economic development and entrepreneurship in transition economies. *Challenges, Issues and Opportunities for Integration of Refugees into Immigration Society* (lk 33-43). Banja Luka: University of Banja Luka.

Vähemusrahvuste kaitse raamkonventsioon. (8.12.2008). *Riigi Teataja*. Kasutatud 28.12.2022, <https://www.riigiteataja.ee/akt/13086847>

Watkins, J. ja Tacchi, J. (2008). Participatory content creation for development : principles and practices. J. Watkins ja J. Tacchi (toim). *Introduction: What is Participatory Content Creation?* (lk 1-12). India: The United Nations Educational Scientific & Cultural Organization..

LISAD

Lisa 1 – Intervjuukava

1. plokk – isiklik meediatarbimine

- 1) Milliseid meediakanaleid ja väljaandeid Sa jälgid igapäevaselt?
- 2) Milliseid meediakanalid ja väljaandeid Sa jälgid aeg-ajalt?
- 3) Milliseid meediakanaleid ja väljaandeid Sa usaldad?
- 4) Kui palju ja mis eesmärgil jälgid Sa televisiooni?
- 5) Millistest meediaväljaannetest ja -kanalitest tunned meediamaastikul puudust? Miks?

2. plokk – sisuloome

- 1) Millist meediasisu lood?
- 2) Mis on olnud Sinu kirjutatud lugude eesmärgiks?
- 3) Kust oled ammutanud inspiratsiooni rääkima/kirjutama konkreetsetel teemadel?
- 4) Mis inspireerib Sind avalikult sõna võtma?
- 5) Millised on Sinu suurimad väljakutsed meedia produtseerimisel?
- 6) Kui palju oled kajastanud teemasid, mis puudutavad tugevamalt just Eestis elavatele venelasi?
Kui on – kuidas oled neid teemasid kajastanud? Kes on saanud sõna Sinu lugudes?
Millist sihtrühma pidades oled neid lugusid kirjutanud?
Kui ei ole – millega Sinu arvates selliste teemade kajastamisega tuleks arvestada, kui kirjutad eestlastest auditooriumile? Aga kui kirjutad venekeelsele auditooriumile?
- 7) Kuidas on mõjutanud Sinu tegevus avalikku arutelu?

3. plokk – auditoorium

- 1) Millisele publikule meediasisu lood?
- 2) Kes on Sinu meediasisu sihtgrupiks?
- 3) Kuidas erineb Sinu sihtgrupp rahvuslikult?
- 4) Milliseid meetmeid kasutad, et Sinu poolt loodav meediasisu jõuaks võimalikult suure auditooriumini?
- 5) Kuidas soovid, et auditoorium Sinu poolt edastatavaid sõnumeid ja meediasisu tajuks?
- 6) Kuidas kaasad auditooriumit aruteludesse?
- 7) Milliste auditooriumi eripäradega tuleb sisuloomes arvestada?

4. plokk – tagasiside

- 1) Millist tagasisidet oled enda loodud sisuloomele saanud?
- 2) Kuidas erineb eestlaste ja venelaste poolt edastatav tagasiside? Millised rühmad veel eristuvad oma vastuvõtu põhjal?

5. plokk – koostöö

- 1) Kui palju teed koostööd erinevate kodaniku- ja vabaihendustega?
- 2) Kui palju oled teinud ajakirjanduslikku koostööd erinevate institutsioonidega?

6. plokk – avalik sõnavõtt

- 1) Kelle arvamused on Sinu arvates meedias enim esindatud? Miks Sa arvad, et nii on?
- 2) Kui palju pakub peavoolumeedia vene emakeelega noortele huvitavaid arutelusid ja teemasid?
- 3) Mis on Sinu arvates põhjusteks, miks vene noore saavad meedias vähe/palju sõna?
- 4) Millised ühiskonnarühmad saavad meedias Sinu arvates vähe või üldse mitte sõna?
- 5) Mis toonil Sinu arvates räägitakse Eesti meedias venelastest ja kohalikus vene meedias eestlastest?
- 6) Kuidas saaks Sinu arvates venekeelse elanikkonna häält meedias kuuldavamaks muuta?
- 7) Kui palju saavad Sinu arvates meedias sõna erinevate ühiskondlik-poliitiliste arvamustega rühmade esindajad?

7. plokk – sõja mõju avalikule sõnavõtule

- 1) Millist mõju on Vene-Ukraina sõda avaldanud Eestis elavale vene kogukonnale?
- 2) Kuidas on sõda Ukrainas ja maailmas valitsevad poliitilised pinged mõjutanud Eestis elavate venelaste avalikku sõnasaamist?
- 3) Milliseid arvamusi Vene-Ukraina sõja kohta on kohalikus meedias rohkem esile kerkinud? Milliseid aga vähem?

Lisa 2 – Värbamiskiri

Tere!

Olen kirjutamas Tartu ülikoolis ajakirjanduse ja kommunikatsiooni erialal bakalaureusetööd, milles uurin meediaproduktiooniga tegelevate aktiivsete Eestis elavate vene noorte meediatarbimist ja avalikku väljendamist. Uuringu läbiviimine on oluline, sest teadaolevalt ei

ole teemat varem uuritud ning oluline on täita lünk, et mõista vene noorte mõtte- ja käitumise mustreid.

Uuringusse otsin 18-30-aastast meediaproduksiooniga tegelevat noort (sobivad kõik noored, kes arutlevad regulaarselt päevakajalistel teemadel meedias, (video)blogides, artiklites jne). Meediaproduksioon ei pea toimuma eesti keeles, küll aga ootan intervjuude läbiviimiseks intervjuueeritavatelt eesti keele oskust. Intervjuud toimuvad videosilla vahendusel ning kestavad ligikaudu 1h 15min.

Kuna vene noorteni jõudmine on keeruline, siis uurin äkki leidub Teie kogukonnas noori, kes sooviksid uuringust osa võtta.

--

Lugupidamisega

Joonas Piir

TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala 3. kursuse tudeng

Lisa 3 – Nõusolekuvorm

Tere!

Mina olen Joonas Piir, Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi üliõpilane ja pöördun Sinu poole palvega osaleda minu bakalaureusetöö uuringus.

Uuringu eesmärk on tunda õppida Eesti vene rahvusest või venekeelsetest kodudest pärit meediaproduksiooniga tegelevate noorte meedia kasutust. Konkreetsemalt huvitavad küsimused: 1) kuidas suhtuvad aktiivsed vene noored arvamuse avalikku väljendamisesse meedias, milliseid riske ja võimalusi tunnetatakse?; 2) millised on aktiivsete vene noorte meediatarbimise harjumused; 3) kuidas ja millistes eesmärkidel ühiskondlikult aktiivsed vene noored meediat kasutavad; 4) millised muutused või arendused meedias paneks aktiivseid vene noori rohkem avalikult sõna võtma? Uurimistöö eesmärgiks on aidata luua Eesti ühiskonnas paremat informatsiooni ja avardada võimalusi inimeste osaluseks ühiste probleemide sisulises arutelus. Uuringu läbiviimine on oluline, sest teadaolevalt ei ole teemat varem uuritud ning oluline on täita lünk, et mõista vene noorte mõtte- ja käitumise mustreid.

Uuringu tarbeks tehakse kümme intervjuud vene noortega. Intervjuu kestab tund kuni poolteist tundi ja see toimub Zoomi keskkonnas. Uuringus osalemine on vabatahtlik ja Sa võid intervjuust igal hetkel loobuda. Intervjuu sisu analüüsitakse selle helisalvestise üleskirjutuse kaudu. Üleskirjutuses Sinu nime ei märgita ja see jääb teada üksnes intervjuueerijale. Salvestist hoitakse kuni üleskirjutise valmimiseni intervjuueerija arvuti kohalikul kettal ja seda ei salvestata pilvetehnoloogia abil. Pärast tekstilise üleskirjutuse tegemist kustutan intervjuu helisalvestise oma arvutist. Intervjuu üleskirjutist tehes eemaldan tekstis kolmandate isikute nimed ja muu Sinu kui intervjuueeritava identifitseerimist võimaldava informatsiooni. Bakalaureusetöö tekstis kasutan lühikesi väljavõtteid intervjuude üleskirjutustest, kuid ei maini intervjuueeritava nime.

Intervjuude üleskirjutusi bakalaureusetööle ei lisata. Intervjuude üleskirjutusi näevad ainult uuringut läbiviivad üliõpilased Greete Niido ja Joonas Piir ning nende juhendaja, professor Triin Vihalemm. Minu bakalaureusetöö valmib 2023 juuni alguses ja pärast kaitsmist on see elektrooniliselt kättesaadav Tartu Ülikooli raamatukogu andmebaasis D-Space.

Nõusoleku andmine

Mind on informeeritud ülalmainitud uuringust: ma olen teadlik uuringu eesmärgist, andmekogumise meetodikast, andmete kasutamise ja säilitamise põhimõtetest. Kinnitan oma nõusolekut uuringus osalemiseks allkirjaga. Tean, et uuringu käigus tekkivate küsimuste ja võimalike probleemide kohta saan mulle vajalikku täiendavat infot uuringu teostajalt.

Uuringu teostaja: Joonas Piir, XXX@gmail.com, +372 XXX

Bakalaureusetöö juhendaja: professor Triin Vihalemm, XXX@ut.ee

Lisa 4 – Kodeerimise tabelid

Iseseisva (mitte töödaja poolt tellitud) meediasisu loomise eesmärgid ja praktikad

Nimi	Aleksander	Sergei	Ksenia	Elena	Olga
Iseseisva sisuloome põhjused ja eesmärgid	<p>Trükimeedia eesmärgiks on jagada läbielatud kogemusi, toetuda läbielatule, mitte teadusele. Jääda silma kui noor haridusekspert. Võrreldes tellitud sisuloomega lihtsam jääda iseendaks. Saab kirjutada teemadel, mis ennast enim huvitavad, valides ise narratiivi ja tooni.</p> <p>Podcasti eesmärgiks toota meeleolukat poliitilist sisu (jäädes samal ajal tõsiselt võetavaks) ning jagada isiklikku maailmavaadet. Pakkuda konservatiivsetele</p>	<p>Trükimeedia eesmärgiks on rikastada kohalikku venekeelset aruteluruumi. Panustada venekeelse meediaruumi arengusse. Isiklik areng, eneseteostus. Võimaluse korral saada töö eest tasu, et tunneks ennast väärtustatuna.</p>	<p>Trükimeedia eesmärgiks pöörata tähelepanu olulistele teemadele, mille keskmeks on haavatud rühmad või vähemused ja pakkuda probleemidele lahendusi. Panustada mitmekülgse meedia arengusse Eestis. Kasvatada meediateadlikust noortes, viies läbi meediakoolitusi ja laagreid.</p>	<p>Telemeedia eesmärgiks kajastada uudiseid neutraalsel toonil, isikliku arvamuseeta. Keskenduda teemadele, mis puudutavad vähemusi, et vältida valeinformatsiooni jõudmist nendeni ebausaldusväärsete kanalite kaudu.</p>	<p>Trükimeedia eesmärgiks edastada enda nägemus, arvamus, maailmavaateline sisukoht teatud probleemide kontekstis. Kirjutada teemadest, mis puudutavad tervet Eesti elanikkonda, mitte kindlat rahvast. Tutvustada Eestis elavaid inimesi, kes on ühiskondlikult mingil moel aktiivsed. Jagada enda läbielatud kogemusi.</p>

	raadiosaadetele liberaalne vastand. Eneseareng.				
Meediakanal/platvorm 1 eripärad ja kasutamise põhjused. Eelised ja puudused	Podcast: Stiil vabam – paika pannakse vaid põhisõnum, mis kõlame peaks jääma. Saab viisakuse piirides teha nalja inimeste/teemade üle.	Podcast: Eeldab selget kõnetempot ja -viisi. Leiab, et podcast pole nii formaalne kui trüki ajakirjandus, kuid siiski tuleb jääda faktide juurde. Trükimeediast kindlama struktuuriga, kuid samas eeldab võimalikult palju improvisatsiooni. Puudused: Salvestamine on ajakulukas ning salvestamise protsessi keerulisem kontrollida. Vajab rohkem ressursi. Keeruline järeltöötlus – teksti on lihtsam töödelda, kui helifaili.	Leiab, et Instagram on platvorm, mis aitab ühendada aktiivseid vene noori, kes toodavad iseseisvalt meediasisu.	-	Podcast: Leiab, et võrreldes trükimeediaga on podcastis kergem teha koostööd teiste ajakirjanikega – dialoogi pidamine. Leiab, et Tiktok ning Instagram on platvormid, mis annavad võimaluse vene noortel paremini sõna võtta. Kasutab Instagrami ja Facebooki, et informatsioon jõuaks rohkemate inimesteni. Leiab, et Telegrami eeliseks kohalike meediaväljaannete ees on selle usaldusväärsus.

		Trükimeediaga võrreldes kehvem teenistus, kui mitte olematu.			
Meediakanal 2 eripära ja kasutamise põhjused. Eelised ja puudused	Peavoolu trükimeedia puudused - Ajamahukas. Artiklid võivad jääda tähelepanuta. Iseseisev ümbertõlkimine, kui tahta jõuda vene keelt kõneleva auditooriumini. Eelised – Võidakse maksta tasu. Teksti toimetamise võimalus.	Peavoolu trükimeedia puudused – Ajamahukas. Puudub ligipääs prominentsete isikute intervjuerimiseks. Eeldab iseseisvat turundust. Eeldab iseseisvat tekstide ümbertõlkimist. Koostöö meediaväljaandega nõrk – noort autorit ei kaasata sisuloomesse. Eelised - Saab kirjutada teemadest, mis ennast enim kõnetavad. Võidakse maksta tasu.	Peavoolu trükimeedia eelised - Makstakse tasu teemade kajastamise eest, mis endale reaalselt huvi pakuvad, kuid miinusena osa lugejad arvavad, et tasu maksmine tekitab tsensuuri.	Telemeedia puudused – Tuleb sageli kajastada sisu, mis endale huvi ei paku. Raske jääda originaalseks sisu loomes – suurem osa sisust on sama, mis eestikeelses televisioonis.	Trükimeedia eelised – Võimalus kirjutada teemadest, mis ennast huvitavad. Teemade käsitlemise viisid ja narratiivid valib ise. Puudused – ei maksta tasu. Kuna puudub toimetuse poolne otsene tugi, siis kardab kirjutada teemadest, mis on kriitilisemad. Puudub infobaas – infot tuleb otsida ise ning veenduda selle õigsuses.

<p>Iseseisva meediasisu loomise üldised praktikad</p>	<p>Tuleb leida vastavad ressursid – mida rohkem ressursse, seda suuremad on võimalused. Kindla struktuuri loomine ja tooni seadmine, kuidas teemadest rääkida. Raske säilitada teemade aktuaalsust ja päevakajalisust. Ei pea järgima tööandja poolt seatud nõuded ega täitma nende eeldusi, kuid seetõttu tuleb panna paika ise piirid, kuidas ja mis toonil teemadest rääkida, säilitades eetilisuus. Eesmärk jõuda noorteni, kelle mediamenüü on laiem ja tarbimisharjumused aktiivsemad. Noorteni jõudmiseks vaja silma jääda sotsiaalmeedias aktiivse sisuloojana.</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>Televisiooni töö on teenindav – lähtutakse sihtrühma võimekusest. Venemeelsed lähedased süüdistavad võltsuudiste tootmises, tekitades noortes vene ajakirjanikes uut tüüpi stressi.</p>	<p>Vabadus kirjutada teemadest, mis endale enim huvi pakuvad. Iseseisev meediasisu tootmine teemadel, mis ennast huvitab, laiendab tutvuskonna silmaringi. Iseseisva meediasisu loomise puhul on rohkem vahetut tagasisidet. Kuna kirjutab üldjuhul vene keeles, siis loevad tema artikleid vene keelt kõnelevad inimesed. Kuna puudub abikäsi, kes aitaks suunata, mis nurga alt teemadest kirjutada ja kuidas neid paremini avada, et anda terviklik pilt, siis on juhtunud, et inimesed ei saa täpselt aru artikli sisust ja eesmärgist.</p>
--	---	----------	----------	--	---

	Aktiivne iseseisev tegevus aitab kaasa koostööle ajakirjanikega. Iseseisev turundus.				
--	--	--	--	--	--

Tööandja poolt tellitud meediasisu loomise eesmärgid ja praktikad

Nimi	Aleksander	Sergei	Ksenia	Elena	Olga
Tööandja poolt tellitud sisuloome põhjused ja eesmärgid	Teenida raha. Jääda silma kui noor väärtustatud haridusekspert. Hoida ja tugevdada suhteid ajakirjanikega eesmärgiga olla rohkem kaasatud lõimumisega ja haridusega seotud aruteludesse.	Teenida raha või muid hüvesid enda tegevusega. Panustada venekeelse meediaruumi arengusse. Tuua avalikkuse ette teemasid, mis peaksid saama rohkem tähelepanu. Käsitleda teemasid uutest vaatenurkadest, kaasates eksperte.	Teenida raha. Pakkuda vähemustele ja haavatud rühmadele kõlapinda.	Teenida raha. Pakkuda usaldusväärset, faktitäpset, päevakajalist sisu venekeelsele vanemas eas televaatajani ajal, mil vene kogukondade seas levib üha rohkem valeinformatsiooni.	Usub, et kui sisuloome eest makstakse raha, siis see ei ole usaldusväärne. Tahab, et ajakirjandus jääks hobiks, et saaks kirjutada teemadest, mis talle enim huvi pakkuvad ning seetõttu ei kirjuta teemadest, mis talle endale huvi ei paku. Kirjutab meediaväljaannete poolt pakutud teemadel vaid juhul,

					kui need ka talle huvi pakuvad. Rahalisel eesmärgil sisu ei tooda. Pigem proovib kasutada meediaväljaannete platvorme oma artiklite avaldamiseks.
Meediakanal/platvorm 1 eripärad ja kasutamise põhjused. Eelised ja puudused	Peavoolu trükimeedia puudused: Väike võimalus kirjutada teemast, mis ennast huvitab. Teemade kajastamisel tuleb narratiiv ja käsitlusviisis lähtuda tööandja huvidest. Venekeelsetel kohalike meediaväljaannete puhul tuleb teha väikese ressursiga ära võimalikult palju. Sisukvaliteet võib kannatada, sest olulist rolli mängib	Peavoolu trükimeedia puudused: Ohjad täielikult toimetuse käes. Teemade kajastamisel tuleb meeles pidada tööandja enda huvidest. Koostöö tööandjaga nõrk – teeb „tükitööd“ ning sisuloomesse kaasatakse vähe. Toimetus suunab kirjutama universaalsematel teemadel. Eelised: Kindel auditoorium.	Peavoolu trükimeedia puudused: Stereotüüp erakätes olevates meediakontsernides, et ajakirjanikud on ära ostetud. Eelised: Kindel auditoorium. Töö on tasutatud. Suuremad ressursid kui iseseisva meediasisu loomise puhul. Võimalik kirjutada teemadest, mis ennast huvitavad. Toimetuse poolne toetus.	Peavoolu televisiooni puudused: Võimaluse korral kasutavad meediamajad informatsiooni kogumisel eestlastest ajakirjanikke. Venekeelsete ajakirjanike ülesanne on tihtipeale eestikeelsed artiklid ümber tõlkida, mistõttu kannatab originaalsus. Vähe vabadust. Tuleb leida variatiivsus tõsiste ja meelelahutuslike teemade vahel, et kõvad teemad	Trükimeedia miinused: Kuna on kindel lugejabaas, siis suurem võimalus saada negatiivset tähelepanu enda artiklitele. Eelised: Kindel platvorm, mille kaudu enda mõtteid laiema auditooriumini edastada.

	klikkide arv (rahaline aspekt). Kohati raskem jääda iseendaks. Eelised: Kindel auditoorium. Töö on tasutatud. Suuremad ressursid kui iseseisva meediasisu loomise puhul.	Töö on tasutatud. Suuremad ressursid kui iseseisva meediasisu loomise puhul.		auditooriumi ära ei tüütaks. Eelised: Kindel auditoorium. Töö on tasutatud. Suuremad ressursid kui iseseisva meediasisu loomise puhul.	
--	---	--	--	---	--

Meediasisu tarbiv auditoorium ning nende kaasamine aruteludesse

Nimi	Aleksander	Sergei	Ksenia	Elena	Olga
Meediakanal 1 auditooriumi kirjeldus	Peavoolu venekeelse trükimeedia auditoorium (Postimees.RU) – 40+ vanuses venekeelne elanikkond.	Peavoolu venekeelse trükimeedia auditoorium (Postimees.RU) – Vene keelt kõnelevad liberaalsete maailmavaadetega haritud inimesed. Arvamusartiklite lugejaskonnast moodustab suur osa tutvusringkondadest (sh poliitilistest).	Peavoolu eestikeelse trükimeedia auditoorium (Õhtuleht) – Konkreetselt intervjueeritava lugusid loevad vähemusrühmad ja sotsiaalselt haavatamad rühmad, sest kajastab teemasid, kus nemad on fookuses.	Peavoolu venekeelse telemeedia auditoorium (Kanal7)– 25- 60aastased vene keelt kõnelevad inimesed. Auditooriumisse ei kuulu noored inimesed, sest harjumus televisiooni vaadata on kehv, mistõttu ei ole teadlikud ka konkreetse kanali olemasolust.	Eesti- ja venekeelse trükimeedia auditoorium (Samovar, NARVAMUS) – Narvas elavad inimesed ning isiklik tutvusringkond, kes artiklites käsitlevate teemade vastu huvi tunnevad.

Meediakanal 2 auditooriumi kirjeldus	Peavoolu vene keelse televisiooni (ETV+) auditoorium – 25- 60aastased vene keelt kõnelevad inimesed.	-			
Meediakanal 1 auditooriumi kaasamise praktikad	Peavoolu trükimeedia eelised – Lihtsama vaevaga jõuab laiema auditooriumini. Peavoolu trükimeedia miinused - Iseseisev tekstide ümbertõlkimine eestikeelest vene keelte ja vastupidi, et erikeelsed meediaväljaanded artiklid avaldaksid.	Peavoolu trükimeedia eelised - Kindel auditoorium ja lugejabaas.	Peavoolu trükimeedia puudused - Minimaalne tähelepanu ja kiitus auditooriumilt. Peavoolu trükimeedia eelised - Võimaldab suurema auditooriumi ette tuua uusi kriitilisi arutelusid	Peavoolu telemeedia eelised - Kindel auditoorium ja lugejabaas. Peavoolu trükimeedia puudusteks – Auditooriumi kaasamise protsessis on oluline rääkida teemadest, mis auditooriumi kõnetaks (vene keelt kõnelevate inimeste puhul eriti olmeteemad). Venekeelses televisioonis on auditooriumi kaasamine aruteludesse keeruline, sest toodetav sisu on eetris otse ning enda nime ja näoga pelgavad aruteludes	-

				osalemast (nt tänavaküsitlustes).	
Meediakanal 2 auditooriumi kaasamise praktikad	Podcasti puudusteks eestikeelse sisu tõttu väike kuulajaskond (sajad kuulamised per osa). Auditooriumina domineerivad nooremad eesti keelt kõnelevad inimesed.	Podcasti puudusteks see, et eeldab regulaarsust ja head kvaliteeti saavutamaks kindel kuulajaskond	-	-	-
Auditooriumi kaasamise üldised praktikad	Ei kaasa teadlikult auditooriumi – kes soovib, see liitub aruteludega, kuid ei moodusta osa sisuloome eesmärkidest. Võimalikult suure ja eriilmelise auditooriumini jõudmiseks tuleb teha iseseisvat turundust meediasisul ning või püüda enda tegevusega avalikkuse tähelepanu (nt skandaalidega).	Ei kaasa teadlikult auditooriumi, sest peab seda ohtlikuks (kui sisuloome üheks eesmärgiks on arutelu teke, siis võib see totakas välja näha, kui seda tegelikult ei juhtu). Eestis elava vene kogukonna kaasamine on keeruline, sest suures osas on tegemist passiivse grupiga.	Kaasab erinevaid ühiskonnaliikmeid lähtuvalt käsitleva teema sisust.	-	Tahaks auditooriumi rohkem aruteludesse kaasata, aga see pole siiani toimunud nii nagu tahaks (leiab, et kirjutab teemadest, mille üle on keeruline arutelusid luua).

	<p>Sotsiaalmeedia on põhiline kanal, mille kaudu on võimalik kaasata nooremaid inimesi – vene ja eestikeelseid võrdselt.</p> <p>Valib meediumi ja kanali vastavalt sellele, kelleni sõnumid jõudma peaksid.</p>				
--	---	--	--	--	--

Ajakirjanduslik koostöö ning seda soodustavad ja takistavad tegurid

Nimi	Aleksander	Sergei	Ksenia	Elena	Olga
Ajakirjandusliku koostöö eesmärgid	<p>Üheks eesmärgiks on luua väärtuslikke suhteid ajakirjanikega, tänu millele saab paremini pildis olla (kaasatakse rohkem avalikesse aruteludesse). Jääda paremini silma noore eksperdina.</p>	<p>Meediaväljaande toimetusest osa olemine tekitab tunde, et on väärtuslik osa ühiskonnast – leiab, et tänu sellele, et on osa Postimehest, on „keegi“.</p>	<p>Tänu ajakirjanduslikule koostööle avanevad uued informatsiooni kogumise võimalused, tänu millele saab kajastada teemasid, mis koostöötajate kajastamata jäaksid. Ajakirjanduslik koostöö kolleegidega aitab saada konstruktiivset artikkelitele tagasisidet</p>	<p>Kasutada meediakanaleid ja väljaandeid, et usaldusväärsed päevakajalised ja aktuaalsed uudised jõuaksid vähemusteni.</p>	<p>Leiab, et toimetusse kuulumine ja tema jaoks huvi pakkuvate teemade kajastamine aitab olla tal ühiskondlikult aktiivne (väljendab aktiivsust).</p>

			ajakirjanike perspektiivist. Tunneb end vahendajana ühiskonna ja vähemuste, haavatud rühmade vahel – koostöö meediaväljaandega aitab nende probleemid läbi tema tuua laiemal avalikkuse ette eesmärgiga aidata leida lahendusi.		
Ajakirjandusliku koostöö võimalused ja takistused	Takistused – noortesse asjatundjatesse ei suhtuta tõsiselt, nende arvamusi ei võeta kuulda.	Olles teiste ajakirjanikega sina peal, on võimalik pääseda inimesteni, asjatundjateni, kes oskavad luua teemadele uut väärtust.	Koostöös teiste ajakirjanikega on võimalik areneda karjäärilisel kiiremini. Aitab luua uusi võimalusi ning tutvusi ajakirjandusmaastikul.	Koostööd takistab vene keelsete toimetuste ressursi puudus. Kas kõneisikute kehv vene keele oskus või isiklik soov vältida vene keeles rääkimist domineerivas eestikeelses informatsioonis. Ühepoolne koostöö – vene keelset ajakirjanikud on valmis koostööks eestlastest	Koostööd takistab – ajakirjanike oskused, kogemused, maailmavaatelised seisukohad. Samas näeb, et need faktorid aitaksid kaasa kvaliteetse ja arutleva podcasti loomisel (dialoog).

				kolleegidega, aga eestlastest rahvuskaaslased pelgavad sellist koostööd. Ajakirjandusliku koostöö läbi saab panustada kohaliku meediaruumi arengusse.	
Ajakirjandusliku koostöö üldised praktikad	Venekeelsesse kohaliku meediaga on lihtsam teha koostööd, sest teemasid päevakava on tunduvalt hõredam kui eestikeelses meedias.	Koostööpartnereid valib enda tutvus- ja suhtlusringkonnast või inimeste seast, kellele on lihtsam ligi pääseda. Venekeelsetel ajakirjanikel on keerulisem otsida koostööpartnereid kui nende eestlastest rahvuskaaslastel. Venekeelse toimetuse ja ajakirjaniku vahel koostöö on ühepoolne.	-	-	Vene keelt kõnelevad ajakirjanikud näevad teineteist konkurentidena (ka ühes toimetuses tegutsevad), mistõttu kannatab nende vaheline koostöö.

		Vene keelsed ajakirjanikud näevad teineteist konkurentidena.			
--	--	--	--	--	--

Vene noorte sõna saamist toetavad ja takistavad tegurid ise aktiivse sisuloomega tegelevate vene noorte arvates

Nimi	Aleksander	Sergei	Ksenia	Elena	Olga
Sõna saamist toetavad tegurid	<p>Viimase aastakümnega on erinevad ühiskonnagrupid muutunud avatumaks ja vastuvõtlikumaks.</p> <p>Toetab tugevam integreerumine Eesti ühiskonda.</p> <p>Toetavad läbi elatud kogemused, millest vene noortel on võimalik aruteludesse siia tuua, et näidata probleemkohtade olemasolu.</p> <p>Kirjalike tekstide puhul toetab võimalus neid toimetada ja fakte kontrollida.</p> <p>Toetavad võrdsed võimalused avalikuks sõnavõtuks.</p> <p>Toetab venekeelsete meediaväljaannete hõre päevakava, tänu millele on</p>	<p>Toetab potentsiaalne positiivne tagasiside auditooriumilt.</p> <p>Poliitiliselt aktiivseid noortel on olemas erakondlik toetus mõtteavaldustes.</p> <p>Toetavad isiklikud läbielatud kogemused, mis läbi on võimalik kriitilisi arutelu teemasid avalikkuse ette tuua.</p> <p>Toetavad võrdsed võimalused sõna saamiseks.</p> <p>Toetab rahvuslik eelis – vene keeles võtab avalikult sõna vähe noori, mistõttu on kergem silma jääda ja häälel on rohkem võimu.</p>	<p>Toetab potentsiaalne positiivne tagasiside auditooriumilt (kuid sama suur potentsiaal on saada negatiivset tagasisidet).</p>	<p>Toetab avatud veeb, mille abiga on võimalik ennast kiiresti teemadega kurssi viia ja veenduda faktides, kujundades seejuures enda arvamust.</p> <p>Toetab soov panustada demokraatia arengusse, luues avalikke arutelusid teemadel, mille keskmes on näiteks vähemused.</p>	-

	suurem võimalus avalikuks sõnavõtuks.				
Sõna saamist takistavad tegurid	<p>Takistavad sündmused minevikust ja olevikust, mis polariseerivad rahvusgrupe.</p> <p>Takistab vene keelt kõnelevate noorte meediatarbimisharjumused – informatsioon levib hästi tele- ja raadiokanaleid pidi, kuid nende auditooriumina domineerivad keskealised ja vanemad inimesed.</p> <p>Takistab meediatööstuse ärimudel – teemad peavad tulu teenimiseks olema aktuaalsed, seega ei pruugi meediamajad avaldada teemasid, mis teevad muret vene noortele, aga pole sel hetkel makro tasandil päevakajalised.</p> <p>Takistab sotsiaal-majanduslik aspekt – vene keelt kõnelevad inimesed on vaesemad, mistõttu on vähem võimalusi ühiskonna elus kaasa lüüa.</p> <p>Takistab ligipääs kvaliteetsele haridusele.</p>	<p>Takistab vähene kaasatus ühiskonnaprotsessidesse.</p> <p>Takistab vähene elukogemus.</p> <p>Takistavad negatiivsed stereotüübid vene noortest.</p> <p>Takistab poliitiliste jõudude negatiivne suhtumine vene noortesse.</p>	<p>Takistab lugejate poolt tulev negatiivne tagasiside.</p> <p>Takistab erinev inforuum ja meediatarbimisharjumused ja -eesmärgid (tarbitakse üldjuhul meelelahutuslikel eesmärkidel).</p> <p>Takistab meediatööstuse omapära – sõna antakse võimukamatele inimestele.</p> <p>Takistavad stereotüübid vene noortest, mis tekitavad neis ebakindlust (nt et vene emakeelega noored ei oska piisavalt hästi eesti keelt).</p> <p>Takistab usaldus Eesti meedia vastu.</p> <p>Vene noored pelgavad avalikku tähelepanu.</p> <p>Takistab sotsiaal-majanduslik aspekt.</p> <p>Takistab keelebarjäär.</p> <p>Takistab sotsiaalne surve mingit kindlat moodi käituda ja mõelda.</p> <p>Takistab vähene elukogemus ja vanusest</p>	<p>Takistab kehv meediateadlikkus – kuidas meedia kasutamine avalikuks sõnavõtuks neile kasulik võib olla.</p> <p>Arvamus, et nende mõtted ei ole nii olulised kui ekspertide ja eestlastest rahvuskaslaste. Hirm negatiivsele tagasisidele ning halvaks panu.</p> <p>Potentsiaalne negatiivne tagasiside ning halvaks panu.</p> <p>Takistab meediatööstuse areng – informatsiooni hankimine peab olema kiire, mistõttu ei küsita arvamusi noortelt, kellel selle</p>	<p>Takistab julgus ja legitiimsus teatud teemadel sõna võtta – kardavad tühistamiskultuuri.</p> <p>Takistab kartus, et nende sõnadel ei ole kaalu.</p> <p>Takistab vähene eesti keele oskus (eeldab, et avalikuks sõnavõtuks peab oskama hästi eesti keelt?).</p> <p>Takistab kohati kitsam silmaring.</p>

			tingitud tõsiselt võetavust (legitiimsus).	kujundamine võtab rohkem aega ning kelleni jõudmine on aeganõudvam. Takistab arvamuste erisus, eriti Ukraina-Venemaa vahelise konflikti kontekstis.	
--	--	--	--	---	--

Ukraina-Venemaa vahelise sõja mõju Eestis elavate venelaste avalikule sõnavõtule

Nimi	Aleksander	Sergei	Ksenia	Elena	Olga
Sõja positiivne mõju avalikule sõnavõtule	Vene keelt kõnelevad inimesed on saanud ühelt poolt rohkem tähelepanu – ajakirjanikele pakub huvi, millised on piiriäärsetel aladel elavatel inimeste seisukohad seoses konfliktiga Ukrainas.	Inimestel, kes sõda ei poolda, on suuremad võimalused meedia vahendusel sõna võtta.	-	-	-
Sõja negatiivne mõju avalikule sõnavõtule	Suur osa inimestest Eestist seostab sõda Eestis elavate inimestega, kel pole tegelikult sellega	-	Aruteludesse kaasatakse üldjuhul vaid inimesi, kes on Ukraina poolt. Meedia pakub kõlapinda rohkem	Vene keelt kõnelevaid inimesi peetakse automaatselt Putinistideks,	Sõjast tekitud ärevus ja pinged venekeelsetes kogukondades pani

	<p>mingit pistmist – eeldatakse, et kui tegemist venelasega, siis kindlasti toetab konfliktis Venemaad ning oled meedia kui ka eestlastest rahvusaaslaste poolt hukka mõistetud, aruteludest välja jäetud.</p> <p>Seaduste loomisel, mis puudutavad vähemusi ning valitsuse otsuste tegemisel ja nende kommuniqueerimisel peegeldub valitsuse vaenu nende vastu (EKRE IKE).</p> <p>Tugev Ukraina poolehoid paneb Eestis elavad venelasi vältima avalikku sõnavõttu, sest kardetakse hukkamõistu puhtal rahvuse alusel.</p>		<p>ekspertidele/teoreetikutele, kel muudab reaalne isiklik kogemus.</p> <p>Arvamusavaldused on muutunud agressiivsemaks ja neis on rohkem viha sõjas osaleva teise osapoole suhtes.</p> <p>Vene noored kardavad isiklike sõjaga seotud arvamusi avalikult avaldada (kardavad konflikte ja halvakspanu, viha), mistõttu arutatakse omakeskis, turvalisemas keskkonnas.</p>	<p>mistõttu suhtub avalikus nende sõnavõttudesse olenemata teemast negatiivselt ja kriitiliselt (edastatavast sõnumitest proovitakse igal võimalusel tõlgendada toetust Venemaale).</p> <p>Samas kehtib ka vastupidi - vene keelt kõnelevad inimesed võivad olla ka Ukraina päritolu, mistõttu tuleb endast ja päritolust täpsemalt rääkida.</p> <p>Negatiivset mõju avajalikule sõnavõtule avaldab ka pidev poolte valimis – mida arvata, kuidas arvata -, millega kaasnevad probleemid suhetes (olenemata valitud poolest).</p> <p>Venemeelsed vanemad suhtuvad</p>	<p>avalikku suhtlust vältima.</p> <p>Eestlastest rahvusaaslastel arvavad, et kõik venelased vastutavad sõja eest koos.</p> <p>Isiklikult tunneb, et sõja tõttu võidakse tema artiklitesse suhtuda negatiivselt.</p> <p>Isiklikult väldib arvamuse avaldamist sõja teemadel, sest kardab vene kogukonna halvakspanu.</p>
--	--	--	---	---	---

				negatiivselt enda lastesse, kes töötavad Eestis ajakirjanikena – arvavad, et propageerib valeinformatsiooni (usuvad, et ajakirjanikud on USA valitsuse poolt ära ostetud).	
Sõjas tingitud üldised kogemused avalikule sõnavõtule	Leiab, et olukorras, kus sõda on keset Euroopat, ei ole hea ehitada vähemustele (venelastele) omameedia kanaleid – jätkata tuleks seda, et riiklikud kanalid edastaksid vene keeles olulist informatsiooni, sest omakanalite loomise tagajärjel võib veelgi rohkem inimesi langeda valeinformatsiooni ohvriks.	-	Esialgne tugev avalik Ukraina toetuse avaldamine on ära vajunud, sest sõda on muutunud argiseks.	-	-

Arendused ja muutused, mis paneksid vene noori rohkem avalikult sõna võtma

Nimi	Aleksander	Sergei	Ksenia	Elena	Olga
Olulised arendused ja muutused peavoolu trükimeedias, mis paneksid vene noori rohkem avalikult sõna võtma	Rohkem aruteluteemasid peavoolu trükimeedias, mis puudutaksid tugevamalt vene noori. Eesti venekeelsete väljaannetes suuremate investeeringute suunamine, mis aitaks toota aktiivsemalt ja kvaliteetsemalt ajakirjandust.	-	-	-	-
Olulised arendused ja muutused televisioonis, mis paneksid vene noori rohkem avalikult sõna võtma	-	-	-	Noorte aktiivsem kaasamine – kui küsida haridustemadel arvamusi, siis mitte ainult õpetajatelt vaid ka õpilastelt, sest vene koolides õppivate õpilaste arvamus ja nägemus on oluline uue	

				haridusreformi elluviimiseks.	
Vajalikud arengud ja muutused ühiskonnas, mis paneksid vene noori rohkem avalikult sõna võtma	Haridusreform – väiksem lõhe eesti ja vene keelt kõnelevate noorte vahel – ühine inforuum, kool, õppekava. Parem side, kommunikatsioon valitsuse ja Eestis elava vene kogukonna vahel. Ühised traditsioonid, mida tähistatakse koos ning mis aitaks parandada lõhet eesti ja vene kogukondade vahel (suurema kuuluvustunde tekitamiseks).	Meediateadlikuse tõstmine. Meedia ja kodanikuharidus aitaks vene noorte häält rohkem kuuldavale tuua avalikus ruumis.	Meediapädevuse tõstmine. Eestikeelsele õppele üleminek, et tekiks tugevam side kultuuriga, mis aitab omakorda kaasa kodumaa väärtustamisele. Projektid, mille läbi toetatakse vene noori avaliku kommunikatsiooni läbiviimise protsessides.	Meediateadlikuse tõstmine. Jätta noortes tekitamata tunne, et probleemide lahendamine on nende õlgadel – anda noortele mõista, et nende osa on anda sisendeid probleemidest, et see järel need, kellel on võim ja oskus, saaksid neid lahendada.	Tõsta meediateadlikust – seal juures, kuidas meediat enda kasuks töötama panna. Ühine haridussüsteem, kool, inforuum.

Lisa 5 – Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks

Mina, Joonas Piir,

1. Annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „**Meedia aktiivsete vene noorte sotsiaalse agentsuse kanalina: noorte ajakirjanike ja sisuloojate vaade**“, mille juhendaja on Triin Vihalemm, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõpuni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Joonas Piir

23.05.2023