

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

Lii Liivak

**Suhtekorraldusega seonduvate ajalehetekstide
hariv roll**

Bakalaureusetöö

Juhendajad: lektor PhD Kaja Tampere
professor Peeter Vihalemm

Tartu 2005

SUMMARY

Educative role of newspaper articles associated with public relations.

In the theoretical part of the present Bachelor of Arts work was explained the essence of educative role of public relations, dangers to professional communication management and the importance of media in communication. In the second part of the work was represented a conducted empirical research, where was pointed out unorganized relations dealt in journalism and in discussion were drawn parallels between the results of the research and theoretical base.

The purpose of the work was to examine the reflection of unorganized relations in Estonian journalism, searching, to what aspects of public relations are referred and what are the seen solutions.

In the current work six research questions were raised:

- Is the problem of unorganized relations emerged in journalism and where it appears?
- What are the subjects where unorganized relations emerge?
- Who displays the problems of unorganized relations in media?
- What is the role attached to publicity?
- What the communicative problems consist of?
- What are the solutions to organize the relations?

In the research three Estonian newspapers were analyzed- Eesti Ekspress, Eesti Päevaleht and Postimees. Three months of newspapers (December 2004- February 2005) were researched. Quantitative and qualitative analysis of media texts were carried out. During the quantitative analysis all the mentioned newspapers were examined and the articles that corresponded to four criteria were pointed out-

unorganized relations appeared in the articles, directed to publicity, communicative aspect and educative role.

During the quantitative analysis thirty articles corresponded to criteria were selected out. Consequently qualitative analysis of selected articles was carried out and all the criteria of the articles were generalized and the results were shared into bigger groups.

In the process of research all the answers to the raised questions were found.

- The problem of unorganized public relations can be found in journalism in the aspect of absence of cooperation.
- The main subject, where the unorganised relations appear, is government (among them state, ministry, local government, state crisis committee).
- About unorganized relations most are debating journalists, seldom politics, specialists and the representatives of publicity.
- Publicity is accounted mainly irresponsible and not cooperative, rarely is positive position attached to publicity.
- Communicative aspect is appeared through different communicative aspects, which can be non- operating communication, disorder of communication and misunderstanding.
- Solutions to disorganized public relations can be in dialogue, honest, understandable and clear communication, in educating publicity and following the ethical principles.

The main conclusion is that in analyzed articles solutions offered originate from the ideal communication model, which offers managers, public relation managers and journalists many possibilities for cooperation. In the situation of real competition the roles of public relations managers and journalist present a contrast. Journalist takes a position of a watchdog and public relations managers protect interests of the employer. The research showed that the third party- publicity, is often ignored. Publicity is often not included and is explained through inefficiency and incompetence, but which shows undone work of the public relation workers.

Here appears the educative role of public relations, the purpose of the organisation is to inform publicity and direct through the dialogue, honest, clear and understandable messages proceed from ethical principles.

SISUKORD

SUMMARY	2
SISSEJUHATUS.....	6
1. TÖÖ TEOREETILISED LÄHTEKOHAD.....	8
1.1 Dialoogist kompetentsini.....	11
1.1.1 Kommunikatsioonivõrk.....	11
1.1.2 J.E. Grunigi kahe-suunaline sümmeetriline mudel suhtekorralduse hariva rolli alustalana	14
1.2 Meedia roll dialoogi toimimisel.....	22
1.3 Ohud kahe-suunalisele kommunikatsioonile.....	25
1.3.1 Mõjutamine	25
1.3.2 Eetika hajuvus	26
2. UURIMISMETOODIKA.....	30
2.1 Töö põhiküsimused	30
2.2 Valim.....	30
2.3 Uurimismeetod.....	31
3. UURIMISTULEMUSED.....	36
4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	43
KOKKUVÕTE.....	50
KASUTATUD KIRJANDUS	53
LISA.....	58

SISSEJUHATUS

Eestis asus esimene suhtekorraldusliku hariduse omandanud professionaalne suhtekorraldaja tööturule, 1998. aastal kui oli lõpetanud Tartu Ülikooli. Peale seda on aastatega lisandunud kümneid oma ala asjatundjaid, kuid siiski tuleb veel rääkida suhtekorralduse üldisest nõrgast tasemest ning suhete korraldamatusest. Suhtekorraldus on Eestis küllaltki uus valdkond ning paljud juhid vaatavad sellele skeptiliselt, tulemuseks on aga avalikkuse rahulolematus ning üksteisest möödarääkimine.

Kui soovida mõista, millisele tasemele Eestis suhtekorraldus on jõudnud, siis võiks vaadata ennekõike suuremaid meediakanaleid, mille põhjal enamjaolt avalik arvamus kujundatakse ning mis ühtlasi on ka ühiskonna peegliks. Selleks, et midagi muuta, tuleks eelkõige aru saada, mida valesti tehakse ning kes ja kui palju kommunikatsiooniprobleeme mõistab. Seepärast vaadeldakse ka antud bakalaureusetöös suhete korraldamatuse kajastamist just kolmes Eesti suuremas ajalehes: Eesti Ekspressis, Eesti Päevalehes ja Postimehes. Uuritakse, milles ilmneb suhete korraldamatus ning milliseid lahendusi olukorra parandamiseks välja pakutakse.

Antud valdkonna vastu tekitas minus huvi Bledi Manifest (van Ruler & Večič 2002), kus on välja toodud Euroopa avalike suhete neli omadust. Mingil põhjusel on aga kõik nimetatud rollid suunatud organisatsioonisestele suhetele. Kuna aga Eesti avalikus ruumis on hulgaliselt korraldamata suhteid, siis soovisin uurida, kas Bledi Manifestis väljatoodud avalike suhete hariv roll ka organisatsioonist väljapoole töötab. Teabe liikumise mudelist (vt Joonis 1) lähtudes soovin uurida, kas mõlema osapoole teadmiste suurendamise abil on võimalik parandada suhteid avalikkusega.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks on uurida suhete korraldamatuse kajastamist Eesti ajakirjanduses, keskendudes suhtekorralduslikele aspektidele viitamisele ning väljapakutud lahendustele.

Ühtlasi on töö heaks aluseks antud valdkonna edaspidiseks uurimiseks just suhtekorralduse hariva rolli aspektist vaadatuna. Näiteks võiks uurida ühte konkreetset organisatsiooni või Eesti Vabariigi äsja lagunenud valitsust suhtekorralduse hariva rolli aspektist.

Käesolevas bakalaureusetöös püstitatakse uurimisküsimused:

- Kas ajakirjanduses kerkib esile suhete korraldamatuse probleem ja milles see ilmneb?
- Milliste subjektide puhul suhete korraldamatuse aspekt esile kerkib?
- Kes tõstavad esile suhete korraldamatuse probleemi meedias?
- Milline roll omistatakse avalikkusele?
- Milles seisnevad kommunikatsiooniprobleemid?
- Milliseid lahendusi pakutakse suhete korrastamiseks?

Töö esimeses pooles antakse ülevaade uurimuse teoreetilistest lähtekohtadest – selgitatakse suhtekorralduse hariva rolli olemust, ohte kommunikatsiooni professionaalsele juhtimisele ning meedia osatähtsust kommunikatsioonis. Bakalaureusetöö teises pooles on kirjeldatud läbiviidud empiirilist uurimust, tuues välja korraldamata suhete käsitlemise ajakirjanduses ning diskussioonis on tõmmatud paralleele uurimistulemuste ja teoreetiliste lähtekohtade vahel.

Suur tänu kõigile, kes aitasid kaasa käesoleva bakalaureusetöö valmimisele. Eriti soovib käesoleva bakalaureusetöö autor tänada oma juhendajaid Kaja Tamperet ja Peeter Vihalemma heade nõuannete ja moraalse toe eest.

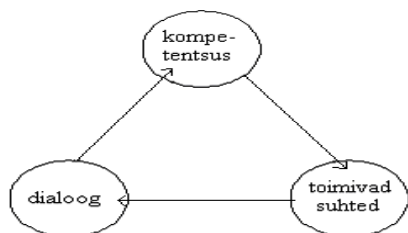
1. TÖÖ TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

Käesolevas bakalaureusetöös defineeritakse suhtekorraldust lähtudes J.E. Grunigi (1992) ning Delphi (2002) uuringus valminud definitsioonist.

Delphi uuringus (van Ruler & Večič 2002) osalenud Euroopa suhtekorralduseksperdid valisid märksõnu, et koostada suhtekorralduse definitsioon ning 2/3 osalejate toetusega saadi järgnev tulemus: “Suhtekorraldus on suhete alalhoidmine avalikkusega kommunikatsiooni kaudu, saavutamaks vastastikust mõistmist“.

J.E. Grunig (1992) defineeris aga suhtekorraldust kui kommunikatsiooni juhtimist organisatsiooni ja tema sihtgruppide vahel. Täiendades seda definitsiooni Delphi uuringus koostatud definitsiooniga, saame käesoleva töö jaoks tervikliku suhtekorralduse määratluse – *suhtekorraldus on kommunikatsioonijuhtimine organisatsiooni ja avalikkuse vahel, vastastikuse mõistmise saavutamiseks.*

Käesoleva töö aluseks on teabe liikumise mudel (vt Joonis 1), mille põhimõtete professionaalne kasutamine tagab organisatsiooni ja avalikkuse vahel toimivad suhted. Mudeli aluseks on kahepoolset toimiv dialoog, mis suurendab poolte kompetentsust, see on omakorda toimivate suhete aluseks. Kui suhted avalikkusega mingil tasandil toimivad, siis saab hakata toimuma järgmise tasandi teabe liikumise mudeli ring, mis taas saab alguse dialoogist. Seega, täielikult toimivate suhete puhul peaks teabe liikumise mudel töötama pideva spiraalina. Kui saavutada kompetentsus läbi kahepoolse kommunikatsiooni, toimivad suhted teatud tasandil, seejärel astutakse taas dialoogi, et saavutada toimivamad suhted järgmistel tasanditel.



Joonis 1. Teabe liikumise mudel ◀

Käesolevas bakalaureusetöös vaadeldakse peamiselt just mudeli esimest poolt – kuidas läbi dialoogi kompetentsust saavutada – toetudes J. E. Grunigi sümmeetrilisele mudelile ning seostades seda aspektidega andragoogika teooriast. Suhtekorraldamise töö efektiivseks toimimiseks on oluline nimetatud valdkondadega kursis olla kuna see lisab arusaamist inimeste vastuvõtumehhanismidest avalikkuse teabe suhtes.

Andragoogika kui teadusvaldkond selgitab teabe vastuvõtmise mehhanisme täiskasvanutel ning sellega seotud võimalikke tekkivaid psühholoogilisi barjääre. Andragoogika uurib täiskasvanute õpetamise ja nende isiksuse arengu sihipärase suunamise seaduspärasusi, olles niiviisi koostööle orienteeritud informaalne õpe. Siin loevad ühtviisi mõlema osapoolte kogemused ja teadmised (Märja et al 2003). Seega on andragoogikas väga oluline informatsiooni vaba liikumine ning osapoolte kaasatus. Ka suhtekorralduse põhitõdedest lähudes on professionaalse suhtekorralduse aluseks pidev informatsiooni juhtimine ning dialoogilisus. Seega kattuvad oma põhisuundadelt suhtekorraldusteooriad ja andragoogika. Viimane neist aga selgitab ühtlasi ka pideva teabe liikumise ja dialoogilisuse tähtsust täiskasvanu ehk avalikkuse seisukohalt.

Töö teiseks teoreetiliseks aluseks on Bledi Manifest, mille järgi omavad avalikud suhted sama demokraatlikku funktsiooni, mis ajakirjandus: nad mõlemad suurendavad informatsiooni vaba liikumist. Sellest lähtudes iseloomustavad suhtekorraldust Euroopa kontekstis neli rolli (Van Ruler & Vecič 2002):

1. Reflektoorne: ühiskonna muutuvate standardite, väärtushinnangute ja seisukohtade analüüsimine ning nende arutamine organisatsiooni

liikmetega, kohandamaks vastavalt organisatsiooni standardeid/seisukohti. Roll puudutab organisatsiooni standardeid, väärtushinnanguid ja seisukohti ning on suunatud missiooni ja organisatsiooni strateegiate arendamisele.

2. Juhtimisalane: plaanide loomine avalike gruppidega suhtlemiseks ja suhete säilitamiseks avaliku usalduse ja/või vastastikuse mõistmise saavutamiseks. Roll on seotud ärialaste ja teiste (siseste ja välimiste) avalike gruppidega ning tervikliku avaliku arvamusega ja on suunatud organisatsiooni missiooni ja strateegiate elluviimisele.
3. Tegevuslik: organisatsiooni (ja selle liikmete) kommunikatsioonivahendite ettevalmistamine, mis aitab organisatsioonil end väljendada. Roll keskendub teenustele ning on suunatud teiste poolt kujundatud kommunikatsiooniplaanide elluviimisele.
4. Hariv: aidata kõigil organisatsiooni liikmetel kommunikatsiooni alal kompetentseks saada, et vastata sotsiaalsetele nõudmistele. Roll puudutab organisatsiooni liikmete mõtteviisi ja käitumist ning on suunatud sisegruppidele.

Käesolevas töös asetub põhirõhk suhtekorralduse harivale rollile kommunikatsioonis avalikkusega, mis on edasiarenduseks Bledi Manifestis kirjeldatud organisatsiooni sissepoole suunatud harivale rollile. Käesoleva töö autori arvates on Eesti ühiskonnas avalikkusele suunatud hariv roll väga oluline, kuna ühiskonnakorra muutumisega tekkis palju uut ja inimestele senitundmatut – uued olukorrad ja vajadus toimida ja käituda uut moodi. Mistõttu on laiemale avalikkusele väga vajalik saada selget informatsiooni ühe või teise ühiskonnaelu aspekti kohta. Samal ajal näitab igapäeva praktika, et üksteise mittemõistmist, üksteisest möödarääkimist ja korraldamata suhteid esineb Eesti ühiskonnas sageli. Üheks põhjuseks on kindlasti puudulik kommunikatsiooni juhtimine teavitamiseks avalikkust ühiskonnas asetleidvate muutuste tagamaadest ja olulisusest. Kotler (1975, refereeritud Eskelinen 2005 kaudu) defineerib avalikkust kui rahva märgatavat rühma, mille vastu organisatsioon huvi tunneb. Kotleri teine liigitus, *kaasalöömise tase*, on see, kas avalikkus on huvitatud organisatsioonist või mitte ning kas organisatsioon on huvitatud avalikkusest. Antud liigitus on käesoleva töö vaatenurgast väga oluline, kuna huvi teise osapoole arvamuste ja kogemuste vastu ning koostöö vajalikkuse mõistmine on ühtlasi dialoogi astumise aluseks.

Kotleri (1975, refereeritud Eskelinen 2005 kaudu) kolmas liigitus põhineb avalikkuste omavahelisel integratsioonil. See kategooria on oluline, kuna erinevad avalikkused on samuti ühendatud teineteisega, üks avalik võib mõjuda teisele avalikkusele või mõjutab oma käitumisega teiste hoiakuid ning seeläbi ka dialoogi toimimist.

1.1 Dialoogist kompetentsini

Järgnevalt vaadeldakse teabe liikumise mudeli esimest poolt, seda, kuidas läbi dialoogi kompetentsust suurendada. Eelkõige toetatakse J.E Grunigi kahe-suunalisele sümmeetrilisele mudelile ning vaadeldakse ka nimetatud mudelit toetavaid teooriaid.

1.1.1 Kommunikatsioonivõrk

Tabelis 1 esitletud kommunikatsioonivõrgu liigitus on Hollandi suhtekorralduse alase erialakirjanduse viimase 50 aasta ülevaate tulemus. Ülevaate eesmärgiks oli luua suhtekorralduse erinevate rollide tüpoloogiat. Esialgelt saadi küll seitse erinevat tüpoloogiat, kuid analüüsi käigus tunnistati neist kolm (linna väljahüüdja, oober, maagiline müsteerium) sobimatuteks (van Ruler 2004).

Tabel 1

Kommunikatsioonivõrgu liigitus

	Denotatsioon	Konotatsioon
Ühesuunaline informeerimine, ühepoolne kontroll	informatsioonistrateegia	veenmisstrateegia
Kahe-suunaline informeerimine, kahepoolne kontroll	üksmeele loomise strateegia	dialoogi strateegia

Sotsiaalteadusliku kommunikatsiooniteooria seisukohast tuleb väita, et mudel, mis vaatab kommunikatsiooni teaduseelset viisil kui „maagilist kuuli“, ei saa olla suhtekorralduses sobilik. Alati tuleb silmas pidada võimalikke informatsiooni vastuvõtjaid ning hinnata tegevuse mõjusid. Seetõttu ei saa ka linna väljahüüja ja ooberi kommunikatsioonimudelit tõsiselt võtta. Sama kehtib ka mudeli kohta, mis käsitleb kommunikatsiooni maagilise müsteeriumina. Puuduvad empiirilised või loogilised tõendid, et suvaline neljast järelejäänud mudelist oleks ülejäänud kolmest üle. Kõik püüavad teisi informeerida ja veenda ning osalevad dialoogides ja läbirääkimistes, sõltuvalt kontekstist ja situatsioonist (van Ruler & Večič 2003, refereeritud van Ruler 2004 kaudu). Seetõttu võib eeldada, et nelja järelejäänud mudelit saab suhtekorralduses kasutada, ent pigem siiski strateegia kui isoleeritud mudelina. Küsimuseks on: “Millal ja millistes tingimustes on mudelid õiged?” (van Ruler 2004). On selge, et dialoogi kasutamine kommunikatsioonijuhtimises on möödapääsmatu ja vägagi oluline, samas aga esineb ka situatioone, kus on otstarbekam kasutada hoopiski ühesuunalist tabeliikumismudelit.

Järelejäänud neli mudelit paigutatigi tabelisse, mille üheks teljeks oli osalemise määr kommunikatsiooniprotsessis ja teiseks teljeks ettekujutus tähendusest, luues kommunikatsioonistrateegiate situatsioonilise mudeli. Neid nelja tabelis eristatud välja võib vaadelda avalike suhete alase töö strateegiatena. Igal on oma teooria, mis määrab, millistel tingimustel strateegia kehtib ning millistel tingimustel seda kasutada saab. Neli strateegiat moodustavad avalike suhete nn tööriistakasti. Igaüks, kes soovib organisatsiooni kommunikatsiooni juhtida, võib kasutada konkreetset valitud strateegiat konkreetse kommunikatsiooniprobleemi lahendamiseks. Ruut, mida piiravad jälgitud ühesuunaline liikumine ja tähenduse märgistav külg, on informatsiooni strateegia. See tähendab kellegi või millegi suhtes informeerimise strateegiat. Pressiteated ja avalike suhete materjalid koostatakse sageli vaid informeerimise eesmärgil (van Ruler 2004). Strateegia nõuab avarat tegevuskava (kuna sõnum peab olema selge), informatiivset sõnumit ja teadlikku, informatsiooni otsivat kuulajaskonda (Grunig & Hunt 1984; Renckstorf 1994, refereeritud van Ruler 2004 kaudu). Informeerimise strateegiast kasvab sujuvalt välja veenmise strateegia, mis on oma olemuselt palju jõulisem ja laiaulatuslikum. Nii piiravadki veenmise strateegiat ühelt poolt jälgitud ühesuunaline liikumine ja teiselt kõrvaltähenduslik tähenduse külg. See strateegia

on reklaami ja propaganda aluseks (van Ruler 2004). Propaganda strateegia on eesmärgistatud keskendumine teiste teadmistele, suhtumisele ja käitumisviisidele. Strateegia nõuab avarat tegevuskava, veenvat sõnumit ja varjatud kuulajaskonda (Perlof 1993, refereeritud van Ruler 2004 kaudu).

Hoopiski teise suuna võtab aga dialoogi strateegia, mis informeerimise ja veenmise strateegiast paljuski erineb. Dialoogi strateegia kasutamisel toimub informatsiooni liikumine mõlemas suunas – organisatsioonilt avalikkusele ning avalikkuselt organisatsioonile. Dialoogi strateegiat piiravad seega kahesuunaline liikumine ja tähenduse kõrvaltähenduslik külg (van Woerkum 1997, refereeritud van Ruler 2004 kaudu). Vahendamise strateegiat kirjeldavad niinimetatud interaktiivne tegevuskava loomine ja sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtlus. Seesugust strateegiat võib kasutada ka tööalaste arutluste edukaks läbiviimiseks, konkreetsete probleemide identifitseerimisel väikesepiirilistes ajurünnakutes ja probleemidele võimalike lahenduste otsimiseks (Senge 1990, refereeritud van Ruler 2004 kaudu). Strateegia seisneb interaktiivse tegevuskava loomise ja otsuste tegemise esimese faasi püsimises (probleemi uurimine ja identifitseerimine). Selleks on vaja mõlemalt poolt mitteametlikke sõnumeid ja teadlikku kuulajaskonda (van Ruler 2004). Dialoogi strateegiast saab sujuvalt üle minna üksmeele loomisele, kuna läbi dialoogi luuakse tugevad suhted ja üksteise mõistmine, mis ühtlasi ongi aluseks neljandale strateegiale - üksmeele loomine.

Ruut, mida piiravad kahesuunaline liikumine ja tähenduse märgistav külg, on üksmeele loomise strateegia. Strateegia tegeleb sildade ehitamisega organisatsiooni ja avalikkuse vahel (Dozier 1992, refereeritud van Ruler 2004 kaudu). Strateegiat saab kasutada kui teineteisest sõltuvate osapoolte huvide vahel on konflikt. Strateegia katab mõlemapoolsele kokkuleppele jõudmise protsessi. Üksmeele loomise strateegia seisneb interaktiivse tegevuskava loomise ja otsuste tegemise teises faasis püsimises. Selleks on vaja aktiivset ühiskonda, selgeid läbirääkimisi ning avalikkusega arvestamist organisatsiooni tegevuskava loomise protsessis (Grunig 1992).

Eelnevalt väljatoodud informatsioonistrateegia teoreetilisi aspekte käsitletakse peamiselt massimeedia, kommunikatsiooni ja ajakirjanduse teooriate raames.

Veenmisteooriaid leiab peamiselt sotsiaalpsühholoogiast, reklaamist ja propagandast. Dialoogi ja üksmeele loomise alased arutlused esinevad massikommunikatsiooniteaduse teoreetilises osas harvem. Dialoog ja üksmeele loomine on siiski oluliseks osaks konflikti ja läbirääkimiste teooriates. Samuti oluliseks uurimisvaldkonnaks organisatsioonilise kommunikatsiooni, inimestevahelise kommunikatsiooni ja vahendamise valdkonnas. Selle üle arutletakse praegusel ajaperioodil laialdaselt ning seda kasutatakse organisatsiooni ja teadmiste juhtimise õppimisel (van Ruler 2004).

Käesoleva töö lähtepunktist vaadelduna on antud kommunikatsioonivõrgu dialoogi ja üksmeele loomise osad olulise tähtsusega, kuna need on suhtekorralduse hariva rolli alustaladeks. Avalikkust püütakse kaasata dialoogi selleks, et anda informatsiooni aspektidest, mis avalikkust huvitab ning mida tal koostööks organisatsiooniga vaja on. Läbi dialoogi aga püütakse saavutada üksmeel ning seeläbi toimivad suhted.

1.1.2 J.E. Grunigi kahesuunaline sümmeetriline mudel suhtekorralduse hariva rolli alustalana

Avalikkussuhete on demokraatliku ühiskonna nähtus, mis aitab teha organisatsiooni reageerivaks avalikkusele, jälgida avalikkuses domineerivaid vajadusi ja huve, interpreteerida neid organisatsiooni otsustamise ja tegevuse lähtepunktide seisukohalt ning vastavalt sellele organisatsiooni nõustada (Tampere 2003). Avalikud suhted suurendavad organisatsioonilist efektiivsust vaid siis, kui luuakse pikaajalisi usalduslikke ja mõistvaid suhteid organisatsiooni strateegilise avalikkusega (Grunig 2001). Veel üheks avalikkussuhete sotsiaalseks funktsiooniks on teha informatsiooni kättesaadavaks ning seeläbi demokraatlist protsessi kergendada. Nii pakuvad avalikkussuhted ühiskonnale konfliktide lahendamist ja haridusliku suhte olemasolu dünaamilises üksmeeles, mis baseerub sotsiaalsele korrale. Väljaspool avalikkussuhete funktsiooni ilmneb aga organisatsiooni hälbiv käitumine ning paindumatus muutustele (Tampere 2003).

Informatsiooni jagamist võib vaadelda erinevatel viisidel, tõdedes, et üks lähenemisviis on otstarbekam ning rohkem töötavam kui teine. Eristatakse kahte tüüpi lähenemist kommunikatsioonile, millest esimene on funktsionäärlik ja teine funktsionaalne. Funktsionäärliku viisi puhul teostatakse kekkonnamonitooring eesmärgiga muuta kommunikatsiooniväljundid tõhusamaks, muutmata organisatsiooni sisuliselt. Funktsionaalne lähenemisviis aga vaatleb avalikkussuhteid läbi vastastikuse vahetuse ja vastastikuse korrigeerimise mudeli (Dozier & Ehling 1992:160). Funktsionaalne lähenemisviis viitab oma olemuselt ka J.E. Grunigi kahe-suunalisele sümmeetrilisele mudelile, mille pearõhk ongi dialoogilisusel. Ühtlasi on see ka üks demokraatliku ühiskonna kommunikatsiooni põhikarakteristikutest.

Demokraatliku ühiskonna organisatsiooni kommunikatsiooni olulisteks omadusteks on

- ausus,
- puhas ja mõistetav kommunikatsioon,
- dialoogiline kommunikatsioon,
- teaduspõhised tegevused suhtekorralduses (Tampere 2003).

Siiski tuleb tõdeda, et eelpoolnimetatud karakteristikuid ei järgita mitte kõigis suhtekorralduse mudelites. Nii võib välja tuua neli J. E. Grunigi (1992) mudelit, mida nüüdisaegne suhtekorralduspraktika paljudes maades järgib:

- pressiagentuuri puhul on tegemist ühesuunalise mudeliga, kus tegeletakse avalikkuse mõjutamisega, kõige olulisemad on meediasuhted, tähelepanu otsitakse kõikvõimalike vahendite abil;
- avalikkuse informeerimise mudeli puhul on tegu ühesuunalise mudeliga, kus edastatakse täpset, kuid tavaliselt ainult soodsat informatsiooni oma organisatsioonide kohta;
- kahe-suunaline asümmeetriline mudel arvestab ka sihtgruppidega, mõõtes kommunikatsiooni efektiivsust erinevate uuringutega, veendes avalikkust käituma nii, nagu organisatsioonile sobiv;
- kahe-suunaline sümmeetriline mudel eeldab aga juba lisaks organisatsioonipoolsele kommunikatsioonile nii uuringuid kui ka

sihtgruppidepoolset aktiivset kommunikatsiooni, seega dialoogi kahe osapoole vahel. Kasutades seda mudelit, hinnatakse mõlemat, nii organisatsiooni kui avalikkust, ja mõlemad võivad muuta oma käitumist.

Käesolevas töös pööratakse põhirõhk J.E. Grunigi neljandale – kahesuunalisele sümmeetrilisele mudelile, rõhutades suhetes avalikkusega dialoogilise kommunikatsiooni tähtsust. J.E. Grunigi (1989) definitsioon avalike suhete kahesuunalisest sümmeetrilisest mudelist kätkeb endas seda, et tõelised avalikkussuhted ei toimi, kuni see sümbioosne soorituse mudel ei ole saavutatud. Avalike suhete kahesuunalise sümmeetrilise mudeli olulisust tõestab ka Kenneth Abrahamsson (Abrahamsson 1974, Eskelinen 2005, kaudu) oma uurimuses. Ta järeltas oma uurimuste põhjal, et mudel, kus avalikkuse ja organisatsiooni vaheline kommunikatsioon baseerub kahesuunalisel sümmeetrilisel mudelil, on kõige paremini töötav. Mõlemad, nii avalikkus kui ka organisatsioon käituvad kui teabe edastajad ning kui vastuvõtjad ning neil mõlemal on võimalus alata kommunikatsiooniakte. Siiski kasutatakse aga praktikas väga laialdaselt asümmeetrilisi mudeleid, mis oma olemuselt on rohkem organisatsioonikesksed ning avalikkusega vähem arvestavad.

Grunig (1989) ja tema kaasuurijad Dozier ja Ehling (1992:176) defineerivad asümmeetriat kui kommunikatsioonimudelit, milles ühesuunalist, lineaarset kausaalset efekti ennustatakse ja hinnatakse. Väites, et eeldamine on asümmeetriline, kuna see kujutab kommunikatsiooni ja avalikke suhteid millegina, mida organisatsioonid teevad pigem inimestele kui koos inimestega. Sümmeetrilised avalikud suhted tähendavad kauplemise, läbirääkimiste ja konflikti lahendamise strateegiate kasutamist sümbolsete muutuste esilekutsumiseks nii organisatsiooni kui selle kuulajaskonna arvamustes, suhtumistes ja käitumisviisides (Grunig 1989:29). Sümmeetriline kommunikatsioon tähendab, et iga kommunikatsiooniprotsessis osaleja on võrdväärselt võimeline teist mõjutama (van Ruler 2004).

Ka J.E. Grunig ja J. White leidsid, et suhtekorralduses domineerib asümmeetriline lähenemine, milles suhtekorraldus on teeks millegi saamisel, mida organisatsioon tahab, ilma et ta muudaks oma käitumist või läheks kompromissile. J.E. Grunigi ja

J. White'i (1992) arvates ei ole see efektiivne moodus kommunikatsiooni praktiseerimiseks ja suhete juhtimiseks. Nad usuvad, et hästi töötavad avalikkussuhete osakonnad võtavad omaks rohkem realistlikuma vaate, et avalikkussuhted on sümmeetriline kompromisside ja läbirääkimiste protsess, mitte võimusõda. Sümmeetriline vaade on efektiivsem, kuna organisatsioonid loobuvad mõnest asjast, mida organisatsioonid tahavad, saades kokkuvõttes siiski rohkem seda, mida tegelikult soovivad (Grunig & White 1992:38-39). Seega võib öelda, et kahesuunalise asümmeetrilise mudeliga viivad praktiseerijad läbi teaduslikke uuringuid, tegemaks kindlaks, kuidas veenda avalikkust käituma nii, nagu nende klientideks olevad organisatsioonid soovivad. Kahesuunalise sümmeetrilise mudeli praktiseerijad kasutavad uuringuid ja dialoogi, et tuua sümbiootilisi muutusi nii oma organisatsioonide kui ka avalikkuse ideedesse, hoiakutesse ja käitumisse. Kahesuunalises sümmeetrilises mudelis üritavad organisatsioonid rahuldada oma huve, samaaegselt üritades aidata avalikkusel rahuldada nende huve (Grunig 2001).

J.E. Grunigi kahepoolset sümmeetrilist mudelit toetavad ka C.A. Pratt ja J. Habermas. C.A. Pratt tõi välja, et suhtekorraldus vajab kestva, dialoogilist kahesuunalist sümmeetriliste suhete arendamist (Habermas et al 1996). Ka käesoleva bakalaureusetöö temaatikast lähtudes võib väita, et kommunikatsioonis avalikkusega jääb puudu kahesuunalisusest ning selle olemuse mõistmisest.

Sümmeetriline mudel toimib situatsioonides, kus grupid tulevad kokku, et kaitsta ja täiustada oma huve. Toimub argumentatsioon, debatt ja veenmine. Ilmnevad aga ka dialoog, kuulamine, mõistmine ja suhete loomine, olles efektiivsemad konfliktide lahendamisel kui asümmeetriline mudel. Avalike suhete inimesed, kes kasutavad sümmeetrilist lähenemist, suudavad kaasa aidata koostööl põhinevatel protsessidel, sest nad on haritud professionaalid, kellel on teistega töötamise kogemus ja see hõlbustab dialoogilist kommunikatsiooni ja suhete loomist. Siiski selleks, et olla edukad, peavad nad olema võimelised veenma avalikkust selles, et sümmeetriline lähenemine täiustab nende huve rohkem kui asümmeetriline lähenemine, samal ajal tõstes oma reputatsiooni eetilise taset, sotsiaalselt vastutustundliku organisatsiooni ja avalikkusena (Grunig 2001).

Üheks võimaluseks on organisatsiooni poolne sõnumi koostamine selliselt, et sõnumi saajad sellest huvituksid ning neil tekiks organisatsiooniga võimalikult sarnane tähendus. Siiski tuleb lähtuda sellest, et avalikkussuhted ei ole manipulatsioon ega musta valgeks rääkimine ega ka oluliste asjade varjamine. Avalikkussuhted on dialoog mõlema poole huvides (Past 2005). Ausust ja mõistetavust kommunikatsioonis rõhutavad veel paljud teised teoreetikud. Järgnevalt kirjeldatakse J. Habermasi (1996) nägemust nõuetest kommunikatsioonile.

J. Habermas väidab, et kommunikatsioonis peab lähtuma neljast valiidsuse nõudest: mõistetavus, tõde, õigsus ja ausus. Nende nõuete järgimine tagab ratsionaalse ja adekvaatse kommunikatsiooni. Selle omakorda teeb võimalikuks ideaalse kõneluse situatsioon - seega on kõik ideed avatud väljakutsele ja arutlusele; osalejad on üksteisega siirad ja kõigil on võrdne võim teisi mõjutada (Habermas et al 1996). Ka selles punktis kajastub taas Grunigi kahesuunalise sümmeetrilise mudeli dialoogilisuse aspekt.

Koostöö olulisust rõhutavad ka mitmed teised teooriad. Nii saab taaskord vaadelda andragoogikast tulenevat informatsiooni vastuvõtmismehhanismi. Konstruktivistlikust õppimisnägemusest lähtudes õpivad inimesed mõtlemise ja kogemuste koosmõjul ning sellele järgneva keerukamate kognitiivsete struktuuride arendamise kaudu. Sotsiaalse konstruktivismi järgi sünnib teadmine, kui inividid osalevad ühiselt probleemide ja ülesannete lahendamisel ning arutlevad nende üle. Tähendused määratletakse dialoogil põhineval protsessil. Õppijad puutuvad kokku uue kogemusega, koondavad sellele nii oma olemasoleva mõtlemise kui ka assimileerivad sellega oma kogemused. Seeläbi liiguvad nad eemale vaimsest tasakaaluasendist (uut teadmist omandatakse kasutades varasemalt õpitud) ja struktureerivad oma mõtted ümber, et luua uus mõte (Schape 1999).

Selline kahesuunalise kommunikatsiooni vajadus on hästi põhjendatav läbi andragoogilise lähenemise avalikkusele. Jõudes teatud elustaadiumi tekib inimesel vajadus juhtida ise oma elu ja võtta ise vastu otsuseid oma elu oluliste valdkondade kohta. Samaaegselt soovib isik, et teda sellisena ka teiste poolt aktsepteeritaks. Juhul kui täiskasvanud inimene tunneb, et tema tahet eiratakse ja teda tahetakse

teda puudutavate otsuste tegemisel kõrvale jätta, tekib tal soov sellele vastupanu osutada (Märja et al 2003:29). Seega ongi siinkohal väga olulisel koha dialoog kahe osapoolle vahel. Oluline on teadvustada, et mõlemad osapooled toovad koostööprotsessi kaasa oma kogemused. Koostöö toimub mitte koostöö enda pärast, vaid enamasti soovitakse siiski vastuseid saada oma küsimustele ning otsustusprotsessis kaasa rääkida (Märja et al 2003). Seega võib lähtudes andragoogikast öelda, et kui kahel osapoolel situatsioonitaju erineb ning kontakt nende vahel puudub, siis ei ole lootustki tulemuslikuks kommunikatsiooniks.

Erinevad teoreetikud on välja toonud aspekte, mida dialoogi astudes ning ühtlasi seal juba ka olles järgima peaks. Siinkohal toon välja R. Pearson, P. R. Burlson ja S. L. Kline nõudmised dialoogiks:

- osalejatel peab olema võrdne võimalus kõneluse algatamiseks ja alalhoidmiseks;
- osalejatel peab olema võrdne võimalus väljakutsete, selgituste ja tõlgenduste tegemiseks;
- osalejatevaheline interaktsioon peab olema vaba manipulatsioonist, ülemvõimust ja kontrollist;
- osalejad peavad olema võrdsed võimu poolest (Sharpe 2000).

Need eeldused toetavad järeldust, millele M. L. Sharpe ja S. Black jõudsid, kus oli öeldud, et enne kui organisatsioonilise juhtimise meeskonnad võivad tõeliselt sooritada avalikke suhteid, peab heaks kiitma 3 põhimõtet:

- organisatsiooni majanduslik ja sotsiaalne stabiilsus on sõltuv avaliku arvamuse toetusest;
- kõikidel inimestel on õigus saada informatsiooni nende otsuste kohta, mis mõjutavad nende elusid;
- kahe-suunalise kommunikatsiooni juhtimine võimaldab organisatsioonil kohaneda muutustega (Sharpe 2000).

Nimetatud põhimõtetest lähtub ka J. E. Grunig, kui ta kirjeldab kahe-suunalist sümmeetrilist kommunikatsiooni - sümmeetrilise mudeli eelduseks on, et kommunikatsioon viib mõistmisele. Teine võtme-eeldus on, et inimesed ja

organisatsioonid peavad olema huvitatud oma käitumise tagajärgedest ja püüdma ebasoodsaid tagajärgi kõrvaldada (Sharpe 2000).

J.E. Grunigi kahe-suunaline sümmeetriline kommunikatsioonimudel järjestab prioriteetidid nii, et kommunikatsioon viib arusaamisele. Peamine kommunikatsiooni eesmärk on hõlbustada arusaamist inimeste ja selliste teiste süsteemide, nagu organisatsioonid, avalikkused või ühiskonnad, seas (Grunig 1989). Samuti väidab J. Habermas oma mudelis, et arusaamise funktsioon on prioriteetne teiste funktsioonide ees, mis on tuletatavad arusaamisest (Habermas et al 1996).

Ka antud punktis jõuame taas ringiga andragoogiliste seletusteni, miks arusaamise aspekt kommunikatsioonis niivõrd olulist rolli mängib. Täiskasvanud võtavad teadmisi paremini vastu, kui need on esitatud selgelt ning neile on jäetud piisavalt aega teabe omaksvõtmiseks. Segaselt ja kiiruga esitatud teated aga jäävad tähelepanuta ning seega ka mõistmata, tekitades segadust ja möödarääkivusi (Märja et al 2003).

Seega on kommunikatsiooni võtmeks tõsiasi, et see loob ühiseid, vastastikuselt ühtivaid tähendusi. Kõnealuse lähenemise märksõnaks on dialoog, mis otseselt tähendab sõnade ja nende tõlgenduste vaba voogu (Matson & Montagu, 1967, refereeritud van Ruler 2004 kaudu). Lingvistilises mõistes ei ole dialoog sama mis arutelu. Arutelu on püüde teineteist parimas mõttes veenda, dialoog on oma idee teiste ette toomine ning nende stimuleerimine uute mõtete lisamisele, lootuses esimest mõtet parandada (van Ruler 1999, refereeritud van Ruler 2004 kaudu). Seesugune ettekujutus dialoogist sobib L. Thayeri (Thayer, refereeritud van Ruler 2004 kaudu) diakronistliku ettekujutusega kommunikatsioonist, mille kohaselt kommunikatsioon on kestav õppimisprotsess, milles tähendused kogemuste, tunnete jm arenemise kaudu arenevad. Teiste väitel läheb seesugune protsess veelgi kaugemale ja loob jagatud tähenduse, st uue märgitseva tähenduse, mida tavaliselt nimetame konsensuseks (van Ruler 2004). Seega võib väita, et selleks, et dialoog oleks tulemuslik, on eelkõige oluline mõistmine, millest lähtudes teave mülli integreeritakse ning seeläbi osapooltevaheline üksmeel saavutatakse.

Eelnevast on näha, et dialoogi kasutamine ei põhine ainuüksi kahepoolisel informatsiooni vahetamisel, vaid ka paljudel muudel aspektidel (nt mõistmine).

Seega tuleb tõdeda, et organisatsioonil ei ole alati kerge kasutada dialoogi ideed, kuna nad on harjunud kodanike vaid informeerima. Organisatsioonid ei ole sageli valmis kasutama kahepoolset sümmeetrilist mudelit (Grunig & Jaatinen 1999, refereeritud Eskelinen 2005 kaudu). Sümmeetrilist kommunikatsiooni on mõnikord raske rakendada, näiteks situatsioonis, kus on suur arusaamade erinevus kahe osapoolte vahel või kui huvi ja tegevusgrupid ei ole alati huvitatud valima sümmeetrilist kommunikatsiooni (Vos & Schoemaker 1999:23). Siinkohal tulebki tõdeda, et teatud situatsioonides on igati õigustatud ka asümmeetrilise kommunikatsioonimudeli kasutamine, eriti veel üleminekuühiskondades, kus maailmavaatelised arusaamad kahel osapooltel sageli drastiliselt erinevad.

Seega, kuigi asümmeetrilist lähenemist on kirjeldatud eelnevalt pigem kui halba harjumust, mis eelnevast teadmatusel ja oskamatusel nii avalikkusele kui ka organisatsioonidele külge on jäänud, on asümmeetrilise ühepoolse kommunikatsiooni oskused tähtsal koha ka kõrgemates kommunikatsioonimudelites. Näiteks selleks, et kasutada kahepoolset sümmeetrilist mudelit, tuleb suhtekorraldajal omada ka asümmeetrilisi strateegiaid. Grunig (2001:25) kirjeldas kahepoolset sümmeetrilist mudelit kui segatud motiividega mängu, milles kasutatakse nii asümmeetrilisi kui sümmeetrilisi strateegiaid. Empiirilises uurimuses täiuslikest avalikest suhetest väidab Grunig (2002, refereeritud van Ruler 2004 kaudu), et avalike suhete alased praktikud ja töötajad saaksid toimida sillaehitajatena, peavad nad töötama organisatsiooni silmade ja kõrvaena, samuti eesrääkijana. See tähendab, et avalike suhete alased praktikud peavad oma traditsioonilistele ühepoolsele kommunikatsioonile (nagu pressikonverentside korraldamine, uudiste kirjutamine ja avalike suhete alaste materjalide koostamine) lisaks omandama ka oskused, mis võimaldavad neil osaleda kahepoolses kommunikatsioonis. Seega kasutavad organisatsioonid erinevaid kommunikatsiooniviise, sõltuvalt olukorrast, küsimustest ja poolte haaratusest.

Võttes kokku käsitletud teoreetilised lähtekohad saab välja tuua suhtekorralduse avalikkusele suunatud hariva rolli üldise määratluse. Suhtekorralduse avalikkusele suunatud hariv roll tugineb kahepoolisel kommunikatsioonil, kus toimib pidev dialoog kahe osapoole vahe. See dialoog põhineb aususel ja eetilistel printsiipidel, saavutades seeläbi läbipaistva kommunikatsiooni, mis viib osapooled suurema mõistmiseni ehk suurendab osapoolte kompetentsi. Läbi kompetentsi suurendamise saavutatakse aga tulemuslikkus, üksmeel mingis konkreetses küsimuses. Seega võib suhtekorralduse hariva rolli lahti kirjutada järgmiste põhimõistete esiletõstmisena:

A1. Dialoogilisus

- 1.** Osapoolte võrdsus
- 2.** Koostöös interaktiivse tegevuskava loomine
- 3.** Avalikkuse seisukohtade järgimine
- 4.** Sisuka tagasiside andmine
- 5.** Selgitamine läbi sihtgrupile tuttavate ja oluliste situatsioonide
- 6.** Eetiliste normide järgimine
- 7.** Valiidsus
 - a.** tõesus
 - b.** õiglus
 - c.** siirus
 - d.** mõistetavus

A2. Tulemuslikkuse saavutamine

- 1.** Vastastikune mõistmine
- 2.** Üksmeele loomine
- 3.** Muutuste möödapääsmatuse tunnistamine

1.2 Meedia roll dialoogi toimimisel

Demokraatlik kommunikatsioon sõltub järjest enam meediast, kuna vähe on ühiskondlikke teemasid, mille käsitlemisel ei arvestataks meedia positiivse või negatiivse rolliga. Suur osa ühiskonda puudutavatest küsimustest on sõltuvuses kommunikatsioonist – probleemid, mis puudutavad võimu jaotust ning

rakendamist, juhtimist, sotsiaalseid muudatusi ja integratsiooni. Kusjuures eriline roll on sealjuures avalike kommunikatsioonivahendite kaudu levitataval teabel (McQuail 2003). Ka organisatsioonid kasutavad aktiivselt massikonnunikatsioonivahendeid oma teabe edastamiseks ning tagasiside saamiseks.

Organisatsioonide poolt algatatud arutelu avalikkuse heaolu ja käekäiku puudutavatest küsimustest õhutab tavaliselt ühiskondlikku diskussiooni, mille tulemusena saadakse palju kasulikku informatsiooni ning ideid. Ajakirjandusel on seejuures etendada oluline roll erinevate inimrühmade seisukohtade ja huvide peegeldajana, teadvustajana ja väljendajana. Kodanikuühiskonna huvirühmade kaasamine arutellu on vajalik juba üksnes seetõttu, et tagada ühiskondlike riskide esiletoomine ja vaadete mitmekesisus (Riigikogu Toimetised 2000, refereeritud Tolman 2004 kaudu).

Ajakirjanduse ja meediavahendite rolle saab vaadelda mitmeti. Järgnevalt on välja toodud meedia rollid lähtudes McQuailist (2003):

- aken: mis avardab meie vaatevälja sündmuste ja kogemustega ning võimaldab meil endil toimuvat näha ilma teiste sekkumiseta;
- peegel: millest oodatakse, et see annab usaldusväärse pildi maailma ja ühiskonna sündmusest, kuigi peegli nurga ja suuna määravad teised ja meil on vähem vabadust näha seda, mida tahame;
- filter ja värvavaht: mis valib välja teatavad kogemuse osad, millele pööratakse erilist tähelepanu ja jätab tahtlikult või ebateadlikult kõrvale teised vaatenurgad ja hääled;
- teeviit: teejuht ja tõlgendaja, mis näitab teed ja teeb mõistetavaks selle, mis muidu on ebaselge või killustatud;
- foorum või platvorm: informatsiooni ja ideede esitamiseks auditooriumile, sageli koos võimalusega vastureaktsiooniks ja tagasisideks;
- kaasarääkija või informeeritud vestluspartner: kes üksnes ei edasta informatsiooni, vaid vastab ka küsimustele kvaasi-interaktiivsel viisil.

Käesoleva bakalaureusetöö fookustest lähtudes on meedia roll avalikkussuhete harivas rollis foorumiks või platvormiks olemine, võimaldades sedasi avalikkuse ja organisatsiooni vahelise dialoogi pidamist. Selleks, et dialoogi tähtsust mõistetak ning dialoogi astutaks, tuleks osapooltel mõista selle olulisust ja möödapääsmatust. Selle saavutamist saab aga meedia toetata läbi oma viienda sotsiaalse rolli, milleks Mc Quailist (2003) lähtudes on mobiliseerimine, koostööle kutsumise ja koostöö tagamise funktsioon erinevate gruppide ja tasandite vahel.

Viis meedia peamist sotsiaalset rolli (Mc Quail 2003):

- informeerimise funktsioon – olulistest sündmustest, protsessidest maailmas, võimuhetele osutamine, uuenduste, kohanemise ja progressi hõlbustamine;
- järelevalve funktsioon – institutsioonide ja avalikkuse tegevuste üle;
- kriitiline funktsioon – kõiges kahtlemine;
- ergutav funktsioon – arutelule suunamine;
- mobiliseerimine, koostööle kutsumise ja koostöö tagamise funktsioon erinevate gruppide ja tasandite vahel.

Siinkohal tuleb arvestada kindlasti ka seda, et suhted meediaga ei ammenda kogu avalikkussuhteid, kuid need on siiski üks olulisemaid vahendeid avalikkussuhete avalike eesmärkide realiseerimisel (Suhtekorralduse käsiraamat 1998). Vastavalt Nordenstrengile (2002, refereeritud Eskelinen 2005 kaudu) on demokraatlikus ühiskonnas meedia ülesanne avalikkust informeerida, kontrollida nende mõjuvõimu ja säilitada võimaluste mitmekesisust. Meedia osa demokraatias on informeerida kodanikke, neid juhtida ning hoida ülal arvamuste mitmekesisust. Ühtlasi võiks see tähendada, et meedia vastutab osaliselt ka dialoogi toimimise eest.

1.3 Ohud kahesuunalisele kommunikatsioonile

Suurimateks ohtudeks dialoogi toimimisele ja seeläbi suhtekorralduse harivale rollile on ausast ja läbipaistvast kommunikatsioonist üleminek mõjutamisele ning ühtlasi ka eetika hajuvus. Järgnevalt vaadeldakse nimetatud ohte lähemalt.

1.3.1 Mõjutamine

Uut, kujunevat mõjude paradigma iseloomustab kaks peamist asjaolu. Esiteks konstrueerib meedia ise sotsiaalseid formatsioone ja isegi ajalugu, paigutades teatud skeeme järgides reaalsust etteaimatavasse konteksti. Teiselt poolt kujundavad auditoriumi liikmed interaktsioonis meedia poolt pakutavate sümbolsete konstruktsioonidega oma pildi sotsiaalsest reaalsusest ja oma kohast selles. See käsitlus võimaldab teha nii meedia võimu kui inimeste võimu puhul valikuid, mis leiavad aset pideva üksteisega läbirääkimise tulemusel (Mc Quail 2003). Sellest lähenemisviisist lähtudes ei olegi praktiliselt ühel organisatsioonil võimalik avalikkust soovitud suunas mõjutada, kuna suurt rolli mõju avaldamise protsessis mängivad paljud muud tegurid (nt konkreetne inimene, tema mõttelaad, kogemused, ümbruskond jms). Siiski vaadeldakse antud bakalaureusetöös mõjutamist kui ohtu toimivale kahepoolsele kommunikatsioonile, kus üks osapooltest teadlikult ja järjepidevalt püüab teist osapoolt läbi ühepoolse kommunikatsiooni mõjutada. M.L. Sharpe (2000) nimetab sellist lähenemist kui suhtekorraldust, kus kasutatakse kommunikatsiooni organisatsiooni huvides avalikkusega manipuleerimiseks.

1960ndatel tegi R.A. Bauer (1964:319) järelduse, et mõjude mõistmise osas on olemas kaks erinevat seisukohta. Esimest kirjeldab ta sotsiaalse mudelina, seesugusel seisukohal on üldine kuulajaskond ja sotsiaalteadlased, kui nad kirjeldavad reklaamimist ja kellegi teise propagandasid, see on üks viise, kuidas inimene inimest ära kasutab. See on ühesuunalise mõju mudel: kommunikatsioon mõjutab publikut, edasiandjal on aga üldjuhul märkimisväärne ulatus ja võim teha publikuga seda, mida tahab.

Antud mudeli kohaselt on ühel osapoolel võim teise üle ning see ei sobi kokku eelpool kirjeldatud J.E. Grunigi kahe-suunalise sümmeetrilise mudeliga ning samas põhineb selline lähenemisviis ka ühepoolisel kommunikatsioonil, mitte aga dialoogil. Seega ongi suurim oht sellel, et dialoogi mitte töötamisel minnakse üle ühe-suunalisele kommunikatsioonile, mis on oma olemuselt väga kergesti mõjutamisena vaadeldav. Seega, kui rääkida mõjutamisest, siis põhineb kommunikatsioon teistel alustel, mitte aga dialoogil.

Nii võib vaadelda mõjutamise kontekstis hoopiski R.A. Baueri ühe-suunalise mõju sotsiaalset mudelit, mis on võrdväärne J.E. Grunigi asümmeetriliste mudelitega, kaasa arvatud kahe-suunalise asümmeetrilise mudeliga. R.A. Bauer räägib oma sotsiaalses mudelis ühe-suunalisest mõjust siiski eeldatava lineaarse kausaalsuse pärast. On küsitav, kas sotsiaalse mudeli kirjeldamisel saab kasutada mõistet kahe-suunaline, kuna vastuvõtjat nähakse kui objekti, kes on võimeline vaid vastu võtma või saatja küsimustele vastama. Kahe-suunalises protsessis ei ole vastuvõtja täiel määral osalejaks ja sama kehtib ka J.E. Grunigi kahe-suunalise asümmeetrilise mudeli kohta. Seetõttu võib kirjeldada J.E. Grunigi kahe-suunalist asümmeetrilist mudelit kui kontrollitud ühe-suunalist kommunikatsiooni (van Ruler 2004).

Teist mudelit nimetas R.A. Bauer (1964) teaduslikuks mudeliks, milles kommunikatsioon on transaktsiooniline protsess, milles kaks poolt eeldavad suhtlemisest ligikaudu samaväärsel määral võtta ja saada. Kuigi seesuguse teadusliku mudeli puhul on arvesse võetud mõju, ei järgi see lineaarset kausaalset mudelit. Seega peegeldab J.E. Grunigi kahe-suunaline sümmeetriline mudel R. A. Baueri teaduslikku mudelit (van Ruler 2004). Selline lähenemisviis põhineb dialoogil olles suhtekorralduse hariva rolli üheks põhi karakteristikuks.

1.3.2 Eetika hajuvus

Eetika on avalikkuse ja organisatsiooni suhetes loodava ja alles hoitava kindlustunde aluseks. Eetika loob ja säilitab ühtlasi ka usaldust, teenides nii organisatsiooni kui ka avalikkuse huve (OECD 1996, refereeritud Eskelinen

2005 kaudu). Sellele vaatamata on suhtekorralduspraktikas eetikanormidest kinnipidamisega tõsiseid probleeme, võib koguni väita, et tekkimas on eetikakriis.

Lehtonen tõdeb, et kahjuks on palju näiteid, et organisatsioonide motiivid ei ole alati eetilised ja vastutustundelised. Sageli hoitakse kliente üksnes vaevu rahuldatuna, saavutamaks avalikku heakskiitu või sekkumaks avalike otsuste tegemisse (Sari 2005). Suhtekorraldus on aga suhted avalikus kommunikatsioonis, mis on saavutatud vastastikusel mõistmisel (van Ruler & Večič 2002:13). Vastastiku mõistmist on aga võimalik saavutada vaid läbi dialoogi.

Selleks, et saaks toimida kahepoolne kommunikatsioon, tuleb lähtuda eetilistest tõekspidamistest ning seeläbi on üks suurimaid ohte suhtekorralduse hariva rolli toimimisele just eetika hajuvus.

Siiski jäävad alati eetilised diskussioonid kommunikatsiooni kasutuse üle, kuna see baseerub pingele organisatsiooni ja keskkonna vahel (Vos & Schoemaker 1999). Igapäevases suhtekorralduspraktikas tuleb aga teha otsuseid avaliku huvi rahuldamiseks, võttes arvesse ka tööandjat, eetikanorme ja personaalseid tõekspidamisi (Eskelinen 2005). Üks lähenemine eetikaprobleemide lahendamisele seisneb tegijate professionaalsuse suurendamises, kuid tuleb tõdeda ka seda, et eetiline käitumine jääb alati ka individuaalse käitumise funktsiooniks (Rootamm 1999).

Sellele, mis on suhtekorralduses eetiline ja mitte, on erinevaid arvamusi. Seega kui keegi käitub enda arvates eetiliselt, ei pruugi see ühtida üldsuse arusaamaga eetilisest käitumisest. Üks on aga kindel, et professionaalsete suhtekorraldajate silmis on üks eetilise läbiv joon kahepoolne kommunikatsioon..

Eelneva väite tõestuseks võib vaadelda R. Pearsoni välja pakutud kahte eetilise suhtekorralduse eeskirja:

- moraalseks kohustuseks on rajada ja säilitada kommunikatsiooni kõigi avalikkustega, keda organisatsiooni tegevus on mõjutanud;

- moraalseks kohustuseks on parandada nende kommunikatsiooni suhete kvaliteeti, st teha neid aina enam sümmeetrilisteks (Eskelinen 2005).

Esimese eeskirja kohaselt on organisatsioonil enne strateegiliste otsuste tegemist tarvis arvesse võtta avalikkusele mõjuvaid tagajärgesid. Teine eeskiri väidab, et organisatsioonidel on moraalne kohustus suhelda nende avalikkustega isegi siis, kui organisatsioon ei saa neid alati kohandada.

R. Pearsoni suhtekorralduse eetilise soorituse mudeli keskne kontseptsioon eetiliste otsuste tegemisel on põhinemine dialoogil. Selles mudelis defineeris ta protsessi kui eetilist otsuse tegemist, mis põhineb siiral dialoogil. Samuti tõi välja organisatsiooni ohu eksikombel sattuda monoloogi või “organisatsioon-teab-kõige-paremini” või “keerukasse” soorituse mudelisse. Tema mudel toetab J.E. Grunigi vaadet, et toimivat suhtekorraldust ei ole võimalik saavutada enne, kui organisatsioon jõuab avatud kahepoolsele tasemele (Sharpe 2000). Ühtlasi on ka kergem ja odavam rajada kahepooselt tasakaalustatud suhtekorraldust, kui hiljem kõrvaldada väärarusaamu. Edukamad on need organisatsioonid, kus on kindlalt sõnastatud ülesanded, eesmärk, kus on määratletud sihtgrupid ja plaan kahepoolseks tasakaalustatud suhtekorralduseks organisatsiooni ja avalikkuse vahel. Kuna suhtekorraldus on vahend, mis loob usaldust, tuginedes eetikale (Past 1999).

Ka J. Habermas (1986) toetab dialoogilisuse ideed, tuues välja, et eetiliste reeglite aluseks on ideaalne kommunikatsiooni situatsioon, mis tähendab olukorda, kus kõigil osapooltel on ühesugune võimalus dialoogist osa võtta.

Ideaalse kõne situatsioon saab vastavalt J. Habermasile toimida, kui on täidetud järgmised punktid:

- igal subjektil, kes on kompetentne rääkima ja tegutsema, lubatakse arutlusest osa võtta;
- kõigil on luba kuulata üle ükskõik millist väidet;
kõigil on arutluses lubatud tutvustada ükskõik millist väidet;
kõigil on lubatud väljendada oma suhtumisi, soove ja vajadusi;

- ühtegi rääkijat ei tohi takistada oma õiguste harjutamisel sisemise või välimise sundimisega, nagu on kirjas kahes esimeses punktis (Eskelinen 2005).

J. Habermasi arutlus eetikast on tähtis suhtekorralduslikust seisukohast, kuna see suunab tähelepanu pigem protsessile kui organisatsiooni ja tema avalikkuse vahelise interaktsiooni sisule (Pearson 1989, refereeritud Eskelinen 2005 kaudu).

J. Habermasi poolt formuleeritud eetika nõuab sotsiaalseid institutsioone, milles normid ja praktikad on seadustatud dialoogi kaudu, avalikkusel on võimalus pääseda ligi informatsioonile ja kaaluda erinevaid lahendusi sotsiaalsetele probleemidele.

2. UURIMISMETOODIKA

2.1 Töö põhiküsimused

Järgnevalt tuuakse välja käesoleva bakalaureusetöö uurimisküsimused.

- Kas ajakirjanduses kerkib esile suhete korraldamatuse probleem ja milles see ilmneb?
- Milliste subjektide puhul suhete korraldamatuse aspekt esile kerkib?
- Kes tõstavad esile suhete korraldamatuse probleemi meedias?
- Milline roll omistatakse avalikkusele?
- Milles seisnevad kommunikatsiooniprobleemid?
- Milliseid lahendusi pakutakse suhete korrastamiseks?

2.2 Valim

Käesolevas uurimistöös on läbi viidud kvalitatiivne ja kvantitatiivne faktoranalüüs ning analüüsitud on kolme kuu (detsember 2004 – veebruar 2005) ajalehti - Postimees, Eesti Päevaleht ja Eesti Ekspress. Valim moodustati Eesti suurimatest ajalehtedest, mis on kõige laialdasema suunitlusega. Kuigi Eesti suurimateks ajalehtedeks peetakse kuut väljaannet – Postimees, Eesti Päevaleht, Eesti Ekspress, Äripäev, Maaleht ja SL Õhtuleht, siis antud uurimuses vaadeldi vaid kolme esimest. Äripäev ja Maaleht jäid analüüsist välja, kuna antud ajalehtede suunitlus on spetsiifiline. Äripäev näeb oma auditooriumina firmajuhte ja ettevõtjaid, pakkudes neile tööks vajalikku informatsiooni ning olles ühtlasi reklaamikanaliks ettevõtjate vahel (<http://www.aripaev.ee>). Maalehe auditooriumit määratletakse

eelkõige maapiirkondades elavate inimestega (<http://www.maaleht.ee>); SL Õhtuleht jäi vaatluse alt välja, kuna tegemist on tabloidlehega.

Algselt plaaniti uurida vaid kahe kuu väljaandeid, kuid kuna antud valdkonnast kirjutati suhteliselt vähe, laienes uurimisperiod ühe kuu võrra. Võimaluseks oleks veel olnud ka analüüsida rohkem erinevaid väljaandeid ning jääda esialgse kahe kuu piiridesse, kuid see oleks omakorda hakanud mõjutama tulemusi, kuna liialt oleksid hakanud domineerima antud ajahetkel päevakorras olevad teemad. Seega analüüsiti käesolevas uurimustöös kolme Eesti suurimat ajalehte kolme kuu lõikes, kusjuures analüüsi all olid ajalehtede paber kandjad. Kokku analüüsiti 159 ajalehenumbrit - Postimees (73 numbrit), Eesti Päevaleht (73 numbrit) ja Eesti Ekspress (13 numbrit) (vt Tabel 2).

Tabel 2

Analüüsitud ajalehenumbri väljaannete kaupa kuude lõikes

	Detsember 2004	Jaanuar 2005	Veebruar 2005
Eesti Ekspress	5	4	4
Eesti Päevaleht	25	25	23
Postimees	25	25	23

2.3 Uurimismeetod

Käesolevas uurimuses viidi esmalt läbi kvantitatiivne meediatekstide analüüs. Uuringu käigus analüüsiti kolme kuu (detsember 2004 - veebruar 2005) Eesti kolme suurimat ajalehte (Eesti Ekspress, Eesti Päevaleht, Postimees). Läbi analüüsiti kõik antud ajavahemikus eelpool nimetatud väljaannete paber kandjatel ilmunud ajalehenumbri ning toodi välja artiklid, mis vastasid neljale kriteeriumile – nendes esines suhete korraldamatus, suunatus avalikkusele, kommunikatsiooniaspekt ja hariv roll.

Kriteeriumid valiti antud töö fookusest lähtudes. *Suhete korraldamatuse* kriteerium valiti, kuna uurimuses vaadeldi olukordi, kus suhted ei toimi – suhted on korraldamata, suhtekorralduses esineb puudujääke. Kriteerium *suunatus avalikkusele* valiti seepärast, et juba töö teoreetilises osas vaadeldi suhteid organisatsioonide ja avalikkuse vahel ning antud töö on fokuseeritud avalikkuse ning organisatsioonide vahelistele suhetele. Lähtudes töö üldisest suunitlusest, määrati kolmandaks kriteeriumiks kommunikatsiooniaspekt ning hiljem lisati hariv roll, kui suhtekorralduse üks põhirollidest, mida töö teoreetilises osas pikemalt käsitletakse.

Kriteerium *hariv roll* lisati hiljem, kuna algselt oli plaanis antud kriteeriumit kvantitatiivse analüüsi käigus väljaselekteeritud artiklites analüüsida eraldi. Kuid kvantitatiivset analüüsi tehes selgus, et selline lähenemisviis ei osutu otstarbekaks, kuna edaspidiseks analüüsiks valitud artiklid ei pruugigi hariva rolli kriteeriumit sisaldada. Antud põhjusel lisati kolmele esialgsele kriteeriumile ka hariva rolli kriteerium.

Suhete korraldamatuse all vaadeldi erinevaid konflikte ja kommunikatsiooniprobleeme. Suunatus avalikkusele tähendab aga seda, et üheks konfliktiks või mittetoimuva kommunikatsiooni osapooliks on avalikkus ning teiseks mingi konkreetne organisatsioon. Selle kriteeriumi all vaadeldakse avalikkusele antud positsiooni või iseloomustust. Kommunikatsiooniaspekti all vaadeldi informatsiooni liikumist ja sellega seonduvaid probleeme ning tugevusi. Hariv roll ilmnes artiklites aga läbi ettepanekute ning tähelepanupööramiste sellele, kuidas kommunikatsiooni tõhusamaks muuta.

Esimene probleem, mis kvantitatiivsel meediatekstide analüüsil üles kerkis, seostus avalikkusele suunatuse kriteeriumiga. Nimelt jäi algselt paika panemata, et kommunikaatoriks peab olema kindel subjekt, mitte aga ebamäärane üldistus. Näiteks ühes 28. veebruari 2005. aasta Eesti Päevalehe artiklis „Eesti on endiselt kõva tegija“ olid esindatud küll kõik kriteeriumid, kuid segaseks jäi see, kes oleks pidanud teavet edastama ning avalikkust antud valdkonnas harima. Probleem lahenes artiklite teistkordse analüüsi käigus, kus sai välja jäetud kõik need kirjutised, kus ilmnes küll suunatus avalikkusele, kuid teine osapool jäi

ebamääraseks. Nii ei osutunud valituks ka Eesti Päevalehe artikkel „Eesti on endiselt kõva tegija“.

Samalaadne küsitavus tekkis ka artiklite puhul, kus probleemi juured olid jäänud väga kaugesse minevikku ning seega jäi segaseks, kes ja kuidas vastutab korraldamata suhete eest (nt 8. veebruari 2005. aasta Eesti Päevalehe artikkel „Positiivset mõtlemist, setokesed!“). Ka artiklid, kus tekkis selline kahtlus, jäid antud töö kvalitatiivsest analüüsist välja.

Teisena saab välja tuua selle, et kuna suhtekorralduse hariva rolli kriteerium lisandus töö käigus, siis tuli artiklid veel kord teise pilguga üle vaadata ning seega lood, kus vastavat kriteeriumit ei esinenud, välja praakida (nt 3. veebruari 2005. aasta Eesti Ekspressi juhtkiri „Tartu rahutus“). Samas ilmnes ka artikleid, mis esialgselt välja jäid, kuid teistkordsel lugemisel siiski valituks osutusid – üks selline artikkel ilmus 15. detsembril ajalehes Postimees pealkirjaga „Kiire-kiire aeglane“. Põhjuseks võib ilmselt välja tuua selle, et pikema aja tagant valimi teistkordne analüüsimine võimaldab paremini artiklite sisuni jõudmist.

Seejärel viidi läbi kvalitatiivne analüüs, milles kvantitatiivses analüüsis välja selekteeritud kolmekümne artikli iga kriteeriumi puhul tehti üldistusi ning saadud tulemused koondati suurematesse gruppidesse. Näiteks vaadeldi artiklite autoreid mitte kui eraldi erakonna esindajaid või ministreid, vaid ühise nimetuse all kui poliitikuid. Nii koondusid kolmekümne artikli autorid viide alagruppi – ajakirjanikud, poliitikud, ametnikud, eksperdid ja üldsuse esindajad. Samuti toimiti ka eelnevalt paikapandud kriteeriumite puhul, kus näiteks suhete korraldamatuse kriteeriumis koondati informatsiooni üleküllus, informatsiooni vähesus, manipuleerimine avalikkusega jms ühise nimetaja „informatsioonihäired“ alla.

Esialgsete uurimistulemuste koondamisel lähtuti eelkõige saadud tulemustest, mida püüti ühiste nimetajate alla paigutada. Suhete korraldamatuse kriteeriumi alla paigutusid kolm suuremat gruppi, milleks olid koostöö puudumine, informatsioonihäired, mõistetamatus ning neli väiksemat (usalduse puudumine, halb maine, vastutusest kõrvalehiilimine ja vale lähenemisviis). Koostöö puudumise alapunktis vaadeldi avalikkuse ja organisatsiooni vahelise koostöö

puudumist. Informatsioonihäirete alla liigitati kõik informatsiooniga seonduv ning ühtlasi ka erinevad kommunikatsiooniprobleemid (nt manipuleerimine teabega, tagantjärele targutamine). Eraldi vaadeldi mõistetamatus aspekti, mille alla koondati mitte mõistmine ning raskesti mõistetavus.

Avalikkusele suunatud kriteerium sisaldas endas avalikkusele antavaid iseloomustusi ja positsiooni ühiskonnas. Antud kriteerium jagunes kolmeks suuremaks alapunktiks – vastutusvõimetu avalikkus, avalikkuse mittekaasatus ning avalikkus kui aktiivne ühiskonna osa. Alapunktis, kus vaadeldi avalikkuse vastutusvõimetust, toodi välja aspektid, mis näitasid avalikkust adekvaatse koostööprotsessi õõnestajana (nt avalikkus on sinisilmne, ebakompetentne, passiivne). Avalikkuse mittekaasamise all vaadeldi aga organisatsioonidepoolset avalikkuse tõrjumist või ükskõiksust avalikkuse vastu. Ning kolmandasse alapunkti - avalikkus kui aktiivne ühiskonna osa – koondati iseloomustused, mis näitasid, kas avalikkuse hinnangut või avalikkuse olulist positsiooni kommunikatsioonis.

Artiklites ilmnenu kommunikatsiooniaspekt kerkis esile pigem kommunikatsiooniprobleemina ning seetõttu olid ka antud kriteeriumi alapunktid oma olemuselt pigem probleemikesksed – kommunikatsiooni mittetoimimine, informatsioonihäired, mõistetamatus. Siiski ilmnes ka üks probleemitu kommunikatsiooniaspekt – meedia kui areen diskussiooniks. Informatsioonihäirete all vaadeldi taas informatsiooniga seonduvaid küsimusi ning ebaprofessionaalset kommunikatsiooni. Kommunikatsiooni mittetoimimise all vaadeldi aga üldisemaid kommunikatsiooniprobleeme. Siinkohal tekkis alaliikidesse jaotamisel probleeme – näiteks, kas ebasobiv kommunikatsioon kuulub esimesse või teise alaliiki. Antud töös paigutati see siiski alapunkti *kommunikatsiooni mittetoimimine*. Otsuse langetamisel lähtuti loogikast, et üldisemad kommunikatsiooniprobleemid liigituvad alapunkti *kommunikatsiooni mittetoimimine* ning otseselt informatsiooniga seonduv ning konkreetsamad kommunikatsiooniprobleemid (nt silmakirjalikkus ja läbimõtlematult formeeritud sõnumid) liigituvad alapunkti *informatsioonihäired* alla. Eraldi küsimus tekkis aga dialoogi mittetoimimise juures, kuna ühelt poolt võis seda vaadelda kui konkreetset kommunikatsiooniprobleemi, kuid samas on see ka piisavalt üldine ja ühtlasi ka väga oluline kommunikatsiooni toimimiseks. Antud juhul langetati otsus, et

dialoogi olulisus kommunikatsioonis on mõjusam, kui selle aspekti konkreetsus ning antud kommunikatiivne nõrkus liigitati *kommunikatsiooni mittetoimimise* alapunkti.

Ainus kriteerium, kus alapunkte välja tuua ei õnnestunud, oli *lahenduste leidmiseks väljapakutud kommunikatsiooniaspekt* ning ühtlasi ei olnud siinkohal alapunktide koostamisel ka mõtet, kuna kõik ilmnunud tulemused olid ühelt poolt terviklikud ja teiselt poolt moodustasid nad ühtse terviku suhtekorralduse hariva rollina.

3. UURIMISTULEMUSED

Ajalehtede analüüsi tulemusena saadi 4 artiklit Eesti Ekspressist, 14 artiklit Eesti Päevalehest ning 12 artiklit Postimehest, seega kokku 30 artiklit. Subjektid, keda selekteeritud artiklid kajastasid, oli suhteliselt laialdased, kuid siiski mõningad neist olid populaarsemad kui teised (vt Tabel 3).

Tabel 3

Artiklites kajastunud subjektid

Subjekt, kelle tegevust artiklid kajastavad	Artiklite arv
Valitsus (riik, ministeeriumid, ministrid, kohalik omavalitsus, riiklik kriisikomisjon)	17
Kindlustusfirmad	7
Haigekassa, tervisekaitseamet	2
Euroopa Liit	1
Falck	1
Mobiilside operaatorid	1
Ragn-Sells	1

Analüüsitava valdkonnaga seonduvalt võtsid sõna peamiselt ajakirjanikud ise (vt Tabel 4). Eesti Ekspressis olid kõigi valitud artiklite autoriteks Eesti Ekspressi ajakirjanikud. Eesti Päevalehes oli aga pilt natukene mitmekesisem, kuna sõna said ka spetsialistid – ühel korral arst ning ühel korral ühe organisatsiooni peadirektor. Tähelepanuväärne on aga siinkohal see, et Eesti Päevalehe töötajaskond ei kirjuta antud väljaandes mitte lihtsalt ajakirjanikuna, vaid pigem läbi oma positsiooni – nii määratlevad artiklite autorid end peatoimetaja, kolumnisti, peadirektorina. Ajalehes Postimees võtsid analüüsitavatest väljaannetest kõige rohkem antud valdkonnas sõna erinevate erialade esindajad – riigikogu liige, külavanem, sotsioloog ja ministeeriumi esindaja. Märkimisväärne on aga see, et suhtekorraldaja, kelle

sõnavõttu antud teemadel oleks ehk enim oodanud, ei figureerinud analüüsitava temaatikaga artiklites mitte ühtegi korda.

Tabel 4

Analüüsitavate artiklite autorid väljaannete kaupa

	Eesti Ekspress	Eesti Päevaleht	Postimees	Kokku
Väljaandega seonduv isik ehk ajakirjanik	4	12	8	24
• Ajakirjanik	4	3	6	13
• Kolumnist		1		1
• Kultuuritoimetaja		1		1
• Laupäeva toimetuse juhataja		1		1
• Peadirektor		2		2
• Peatoimetaja		1		1
• Peatoimetaja asetäitja		1		1
• Toimetus		2	2	4
Poliitik			2	2
• Justiitsministeerium			1	1
• Riigikogu liige			1	1
Spetsialist		1	1	2
• Arst		1		1
• Eesti Naisuurimus- ja Teabekeskuse sotsioloog			1	1
Ametnik		1		1
• Seesami Rahvusvahelise kindlustuse peadirektor		1		1
Üldsuse esindajad			1	1
• Rahula külavanem			1	1
Ekspert				0

Järgnevalt kirjeldatakse artiklite analüüsi tulemusi kriteeriumite lõikes. Suhete korraldamatuse aspekt ilmnis eelkõige koostöö puudumises avalikkuse ja organisatsioonide vahel ning informatsioonihäiretes (vt Tabel 5).

Tabel 5

Kriteeriumi *suhete korraldamatus* avaldumine

Suhete korraldamatuse avaldumine artiklites	Artiklite arv, kus kriteerium nimetatud viisil ilmnis
Koostöö puudumine	9
<ul style="list-style-type: none"> • kahe osapoole vahel puudub koostöö 	8
Informatsioonihäired	8
<ul style="list-style-type: none"> • avalikkust ei informeerita piisavalt 	3
<ul style="list-style-type: none"> • informatsiooni üleküllus 	1
<ul style="list-style-type: none"> • teave võimaldab avalikkusega manipuleerida 	1
<ul style="list-style-type: none"> • läbimõtlemata kommunikatsioon 	1
<ul style="list-style-type: none"> • mitteadekvaatse informatsiooni edastamine 	1
<ul style="list-style-type: none"> • tagantjärele targutamine 	1
Mõistetamatus	6
<ul style="list-style-type: none"> • lepingute sisu on tavakodanikule raskesti mõistetav 	4
<ul style="list-style-type: none"> • esineb valesti mõistmist 	2
Usalduse puudumine	3
Avalikkusega mitteamvestamine	1
Halb maine	1
Vale lähenemisviis avalikkusele	1
Vastutusest kõrvalehiilimine	1

Üheksal korral toodi välja, et kahe osapoole vahel puudub koostöö, ühtlasi oli see aspekt ka kõige rohkem kajastuv. Neljal korral nenditi, et kindlustusfirmadega sõlmitud lepingute sisu on tavakodanikule raskesti mõistetav. Samuti toodi ühes artiklis välja see, et tüüpitingimused lepingutes võimaldavad avalikkusega manipuleerida. Samasse valdkonda kuulub ka see, et avalikkust ei informeerita

piisavalt (mainiti kolmel korral) ning mitteadekvaatse informatsiooni edastamine (toodi välja ühel korral). Ühes artiklis ilmnis aga suhete korraldamatuse aspekt selles, et informatsiooni on liiga palju ning seepärast ei jõua avalikkus seda kuidagi vastu võtta. Osapoolte vahelist usalduse puudumist mainiti kolmel korral ning valesimõistmist toodi välja kahel korral. Ühes artiklis toodi välja organisatsiooni halva maine probleem. Üks kord mainiti veel ka suhete korraldamatuse aspekti all avalikkusega mitteamvestamist, valet lähenemisviisi, vastutusest kõrvalehiilimist, tagantjärele targutamist ning läbimõtlematust kommunikatsioonis ning sellest tulenevaid üksteisest möödarääkimisi.

Kriteerium *suunatus avalikkusele* avanes erinevates situatsioonides, enim ilmnis siiski avalikkuse iseloomustamist kui vastutusvõimetut osapoolt ning samas ka seda, et avalikkusele ei antagi võimalust koostööd teha (vt Tabel 6).

Tabel 6

Avalikkusele antud iseloomustus

Artiklites avalikkusele antav iseloomustus	Artiklite arv, kus kriteerium nimetatud viisil ilmnis
Avalikkus on ise vastutusvõimetu	13
• avalikkus on muretu ning sinisilmne	7
• avalikkus on passiivne	2
• avalikkus on ebakompetentne	4
Avalikkust ei kaasata	10
• avalikkust informeeritakse ebapiisavalt	4
• avalikkusel on halb positsioon	3
• avalikkus on mittekaasatus	3
Avalikkus kui aktiivne ühiskonna osa	8
• avalikkuse soosingu eest võitlemine	1
• avalikkusega lepituse otsimine	1
• avalikkuse vähene toetus	1
• avalikkuse vastumeelsuse avaldumine	5

Kriteeriumi *suunatus avalikkusel* puhul leiti enim (seitsmel korral), et avalikkus on muretu ning sinisilmne. Viiel korral tõdeti avalikkuse vastumeelsust toimuvale. Neljal korral ilmneseid vasted antud kriteeriumile läbi avalikkuse ebapiisava informeerituse. Kahes artiklis toodi välja, et avalikkus on ise liialt passiivne. Avalikkuse halba positsiooni toodi välja kolmel korral – küll toodi välja see, et avalikkust ignoreeritakse, kui ka seda, et neid koheldakse ebaõiglaselt. Samuti toodi kolmel korral välja avalikkuse mittekaasatust. Avalikkuse ebakompetentsi väljendati koguni neljal korral. Kriteerium suunatus avalikkusele väljendus veel ka avalikkuse soosingu eest võitlemisel, avalikkusega lepituse otsimisel ning vähesel toetusel avalikkusele (kõiki nimetatud avaldusviise mainiti üks kord).

Kommunikatsiooniaspekt ilmnese peamiselt mittetoimivas kommunikatsioonis (vt Tabel 7). Kui vaadelda antud aspekti ilmnemist üldisemalt, siis on näha, et kommunikatsiooniaspekti võib üldjoontes ümber nimetada ka kommunikatsiooniprobleemiks, kuna 31 artiklist vaid ühel korral viidati meediale kui avaliku diskussiooni toimumise kohale, 30 artiklit viitasid aga erinevatele kommunikatsiooniprobleemidele. Üheteistkümmel korral toodi välja see, et kommunikatsiooni kahe osapoole vahel ei toimu. Dialoogilisuse puudumist mainiti ära kolmel korral. Kahel korral toimus küll kommunikatsioon, kuid puudu jäi selgitustest, selleks et informatsiooni õigesti mõistetakse. Mõistetamatus aspekti toodi välja eraldi veel läbi sõnumi avalikkuseni mitte jõudmise (neli korda). Ning muret informatsiooni kallutatuse ning seeläbi avalikkusega manipuleerimise üle võis leida kahest artiklist. Kahel korral mainiti ka ebasobivat kommunikatsiooni. Üks kord toodi välja kommunikatsiooniaspekti kriteeriumi alla ka meediat kui areeni diskussiooniks, informatsiooni üleküllust, segaselt ja läbimõtlematult formeeritud sõnumeid, tühje lubadusi ja silmakirjalikkust.

Kommunikatsiooniaspektide avaldumine artiklites

Artiklites ilmnenu kommunikatsiooniaspektid	Artiklite arv, kus kriteerium nimetatud viisil ilmnes
Kommunikatsiooni mittetoimimine	16
• kommunikatsiooni mittetoimimine	11
• dialoogi puudumine	3
• ebasobiv kommunikatsioon	2
Informatsioonihäired	6
• informatsiooni kallutatus	2
• informatsiooni üleküllus	1
• silmakirjalikkus	1
• tühjad lubadused	1
• läbimõtlematult formeeritud sõnumid	1
Mõistetamatus	7
• sõnum ei jõua avalikkuseni	4
• mitteselgitamine	2
• segaselt formeeritud sõnumid	1
Meedia kui areen diskusiooniks	1

Kriteeriumi *hariv roll* alla ilmnes enim viiteid sellele, kuidas suhtekorralduse hariv roll kommunikatsioonis väljenduma peaks (vt Tabel 8). Enim, kaheteistkümmel korral, toodi välja see, et kommunikatsioon peaks põhinema dialoogil. Kümmel korral rõhutati ausa kommunikatsiooni olulisust, kaheksal korral informatsiooni läbipaistvust ehk selgust ning neljal korral mõistetavust. Viies artiklis öeldi selgelt välja, et läbi kommunikatsiooni tuleks informatsiooni vastuvõtjat harida. Ühes artiklis püstitati ka eetilise küsimus ning toodi välja, et eetilise piiri tunnetamine on väga oluline.

Tabel 8

Pakutud lahendused kommunikatsiooniprobleemidele

Lahenduste leidmiseks väljapakutud kommunikatsiooniaspektid	Artiklite arv, kus kriteerium nimetatud viisil ilmnes
Dialoog	12
Ausus	10
Läbipaistvus	8
Harimine	5
Mõistetavus	4
Eetilisus	1

4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Vaadeldud ajavahemikul ning analüüsitavates ajalehtedes ilmnes suhete korraldamatuse probleem peamiselt seoses valitsuse ja poliitikaga. Ühelt poolt võis see tuleneda sellest, et analüüsitav periood eelnes vahetult valitsuse vahetusele ning seega oli ka valitsuse reiting äärmiselt madal. Teisalt võib see näidata ka üldist valitsusepoolset suhete korraldamatust ehk suhtekorralduse nõrka taset. Ka kindlustusfirmad olid sagedased hammasrataste vahele jääjad, seda saab põhjendada antud ajavahemikul aktuaalse teemaga, mis Eesti tormikahjustusi ja nende hüvitamist käsitles.

Kuna enamasti esines suhete korraldamatus just valitsusega seonduvalt, siis on see ühtlasi ka antud teema edasiseks uurimiseks hea suund – uurida suhete korraldamatust ja suhtekorralduse harivat rolli Eesti Vabariigi valitsuse näitel.

Üllatav on aga see, et analüüsitaval ajavahemikul ei võtnud suhete korraldamatuse teemadel sõna suhtekorraldajad, vaid nende töö olid enda peale võtnud hoopiski ajakirjanikud. Pigem oleks aga oodanud suhtekorraldajate aktiivset sõnavõttu ning ajakirjanikelt pigem toetust antud valdkonnas.

Ka teoreetilised lähtekohad vaatlevad ajakirjanduse rolli kui foorumit või platvormi organisatsiooni suhetes avalikkusega (Mc Quail 2003), võimaldades sedasi avalikkuse ja organisatsiooni vahelise dialoogi pidamist. Selleks, et dialoogi tähtsust mõistetakse ning dialoogi astutaks, tuleks osapooltel mõista selle olulisust ja mõõdapääsmatust. Selle saavutamist saab aga meedia toetada läbi sotsiaalse rolli, milleks Mc Quailist (2003) lähtudes on mobiliseerimise, koostööle kutsumise ja koostöö tagamise funktsioon erinevate gruppide ja tasandite vahel.

Uurimistulemustest, mis viitavad suhtekorraldajate vähestele sõnavõttudele, võib aga järeldada, et suhtekorralduse tase on Eestis veel endiselt madal ning

professionaalseid suhtekorraldajaid vähe. Teiselt poolt näitab suhtekorralduse nõrka taset ainuüksi juba ka fakt, et ajakirjanduses kurdetakse suhete korraldamatuse üle ning et antud teemal võtavad sõna siiski ennekõike ajakirjanikud ise. Käesoleva bakalaureusetöö uurimuse tulemused on suurepäraseks näiteks, et ajakirjanikud on läbi oma töö ja erinevate koolituste omandanud suurepäraselt kommunikatsioonijuhtimise oskused ning võivad seeläbi olla professionaalsetele suhtekorraldajatele suurepärased partnerid.

Ka ideaalis nähakse suhtekorraldajat ning ajakirjanikku partnerina, kuna suhtekorraldaja ja ajakirjaniku koostööd iseloomustab kummagi ametikandja professionaalsus, sest mõlemad peavad oluliseks avalikkuse informeerimist. Suhtekorraldaja peab kõnelema ainult tõde, samal ajal kui lugejad ootavad meedialt ka konflikti ja seda ei tekita sageli mitte tõestatud faktide esitamine, vaid intrigeeriva küsimuse püstitamine. Organisatsiooni suhtekorraldaja jaoks peab olema selge, et ajakirjanik pole professionaalselt ei suhtekorraldaja sõber ega vaenlane, ta on partner, kes lähtub oma tööandja huvidest (Past 2005). Silmas tuleks pidada ka seda, et suhtekorraldaja koostööpartneriks ei ole mitte ainult ajakirjanik vaid ka avalikkus. professionaalne suhtekorraldaja on avalikkusega samaväärses koostöös kui ajakirjanikuga. Erinevus seisneb sageli vaid selles, et avalikkusega astutakse kontakti erinevate meediumite vahendusel, seega sageli ka koostöös ajakirjanikuga.

Käesoleva bakalaureusetöö uurimistulemused näitasid, et peamiseks kriteeriumiks, milles suhete korraldamatus ilmnis, osutus koostöö puudumine kahe osapoole vahel. Koostöö on teoreetilistest lähtepunktidest vaadelduna ülioluline selleks, et suhted avalikkuse ja organisatsiooni vahel toimiksid. Vaadeldes näiteks koostöö rolli läbi andragoogika teooria, leiame järgmise seletuse: jõudes teatud elustaadiumi, tekib inimesel vajadus juhtida ise oma elu, võtta ise vastu otsuseid oma elu oluliste valdkondade kohta ning samal ajal tahab ta, et teda sellisena ka teiste poolt aktsepteeritaks. Ja kui täiskasvanud inimene tunneb, et tema tahet eiratakse ja teda tahetakse teda puudutavate otsuste tegemisel kõrvale jätta, tekib tal soov sellele vastupanu osutada. Oluline on ka teadvustada, et mõlemad osapooled toovad koostööprotsessi kaasa oma kogemused ning koostöö toimub

mitte koostöö enda pärast, vaid enamasti soovitakse siiski vastuseid saada oma küsimustele ning otsustusprotsessis kaasa rääkida (Märja et al 2003).

Üheks koostöö aluseks on jagatava informatsiooni mõistetavus. Mõlemad osapooled võivad aktiivselt kommunikatsiooniprotsessis osaleda, kuid sellest poleks kasu, kui nad üksteist ei mõsitaks, ei mõistaks neile suunatud teabevooge. Läbiviidud uurimuses toodi sagedasti välja ka informatsiooni raskesti mõistetavust. Antud aspekti rõhutavad ka teoreetikud kui olulist faktorit heas ja tulemuslikus kommunikatsioonis. J.E. Grunigi kahe-suunaline sümmeetriline kommunikatsioonimudel järjestab prioriteedid nii, et kommunikatsioon viib arusaamisele. Peamine kommunikatsiooni eesmärk on hõlbustada arusaamist inimeste ja selliste teiste süsteemide, nagu organisatsioonid, avalikkus või ühiskond, seas (Grunig 1989). Ka J. Habermasi (1996) väidab oma mudelis, et arusaamise funktsioon on prioriteetne teiste funktsioonide ees, mis on tuletatavad arusaamisest. Ning lisaks toetab veel eelpool nimetatud teoreetikuid ka andragoogikast tulenev seletus, et täiskasvanud võtavad teadmisi paremini vastu, kui need on esitatud selgelt. Segaselt ja kiiruga esitatud teated aga jäävad tähelepanuta ning seega ka mõistmata, tekitades segadust ja möödarääkivusi (Märja et al 2003).

Kui vaadelda ka vähem mainitud aspekte (nt vastutusest kõrvalehiilimine, valelikkust jms) suhete korraldamatuses, siis võib samuti väita, et tulemus on igati ootuspärane, kuna välja toodud puudused on teoreetikute poolt nimetatud kui teguviisid, millest professionaalne suhtekorraldaja hoiduma peaks.

Vaadeldes demokraatliku ühiskonna kommunikatsiooni karakteristikuid, milleks on ausus, puhas ja mõistetav kommunikatsioon, dialoog, uuringud, millele oma tegevus/otsused rajatakse (Tampere 2003), on näha, et käesoleva töö uurimistulemused viitavad selgelt ebaprofessionaalsele kommunikatsioonile. Nii on näiteks aus kommunikatsioon professionaalse suhtekorraldaja jaoks juba aabitsatõde ja seega tundub imelik sellisel teemal diskuteerida. Kuid nagu uurimistulemused näitasid, on aususe probleem praktikas siiski veel väga teravalt üleval. Ikka ja jälle leiab vassimist ja varjamist, mis avalikkuse seas protestimeelsust õhutab ning professionaale pead vangutama paneb. Järelikult

enne, kui rääkida tasakaalustatud dialoogilisest kommunikatsioonist, tuleks tegevusuhetekorraldajatele selgeks teha ausa kommunikatsiooni olulisus.

Kui organisatsioone kirjeldati kui ebaadekvaatselt kommunikeeruvaid objekte, siis avalikkust vaadeldi enim sinisilmse ning ebapiisavalt informeeritu ja ebakompetentsena. Ühtlasi toodi ka välja see, et avalikkus on võtnud organisatsioonidele vastasseisva positsiooni. Selline tulemus oli taas igati ootuspärane, kuna korraldamata suhted eeldavad ühelt poolt avalikkuse vähest informeeritust ning mittekaasatust, mis aga omakorda tekitab vastumeelt ja pikemas perspektiivis ka passiivsust. Siin mainitud avalikkuse iseloomustus tuli selgelt välja ka analüüsitavates artiklites.

Avalikkust peeti ka passiivseks, siinkohal on aga taas tegemata töö organisatsioonidel, kes ei ole avalikkusele piisavalt selgitanud dialoogi olulisust ja kasutegurit. Grunigi (2001) järgi suudavad suhtekorraldajad, kes kasutavad sümmeetrilist lähenemist, kaasa aidata koostööl põhinevatele protsessidele, sest nad on haritud professionaalid, kellel on teistega töötamise kogemus, hõlbustamaks dialoogilist kommunikatsiooni ja suhete loomist. Siiski selleks, et olla edukad, peavad nad olema võimelised veenma avalikkust selles, et sümmeetriline lähenemine täiustab avalikkuse huve rohkem kui asümmeetriline lähenemine, püüdes kaasata seeläbi avalikkust aktiivsesse kommunikatsiooniprotsessi (Grunig 2001).

Samas kui avalikkusele anti passiivne roll, tõdeti, et avalikkuseni ei jõuagi sageli informatsioon, neid ei kaasata dialoogi jne. Nii mainitigi suhete korraldamatuse peamiste põhjustena analüüsitavates artiklites mittetoimivat kommunikatsiooni, sõnumite mittejäudmist avalikkuseni, dialoogi puudumist, ebaselgust ja kallutatust. Siinkohal võib need punktid kõik ka kokku võtta ning öelda, et probleem peitub demokraatliku ühiskonna kommunikatsiooni põhikomponendi, dialoogi mittekasutamisel ning ebaselgetes sõnumites, seega eelkõige eetika hajuvuses.

Käesoleva bakalaureusetöö teoreetiliseks lähtekohaks oleva J.E. Grunigi kahe-suunalise sümmeetrilise kommunikatsiooni mudel leiab aset läbi dialoogide, läbirääkimiste, kuulamiste ja konfliktide juhtimise, olles ühtlasi ka eetilise kui näiteks asümmeetriline kommunikatsioon (Grunig 1992).

Kuna suhtekorralduse üheks alustalaks on eetika, on seega väga oluline ka kahesuunaline kommunikatsioon, kus grupid tulevad kokku, et kaitsta ja täiustada oma huve. Toimub argumentatsioon, debatt ja veenmine. Samuti ilmnevad dialoog, kuulamine, mõistmine ja suhete loomine, olles efektiivsemad konfliktide lahendamisel kui ühepoolsed katsed kooskõla saavutada. Avalike suhete inimesed, kes kasutavad sümmeetrilist lähenemist, suudavad kaasa aidata koostööl põhinevatele protsessidele, kuna nad on haritud professionaalid, kellel on teistega töötamise kogemus, hõlbustamaks dialoogilist kommunikatsiooni ja suhete loomist. Siiski selleks, et olla edukad, peavad nad olema võimelised veenma oma klientideks olevaid organisatsioone ja avalikkust selles, et sümmeetriline lähenemine täiustab oma huve rohkem kui asümmeetriline lähenemine, samal ajal oma reputatsiooni tõstes eetilise, sotsiaalselt vastutustundliku organisatsiooni ja avalikkusena (Grunig 2001).

Uurimusest selgus, et suhete korraldamatus põhineb suurelt dialoogi mittekasutamisel. Kuna aga dialoog puudub, siis järelkult on tegemist pigem J.E. Grunigi asümmeetrilise mudeliga, mis ennekõike viitab mõjutamisele. J.E. Grunig ja J. White leidsid, et asümmeetriline kommunikatsioon on teeks millegi saamisel, mida organisatsioon tahab, ilma oma käitumist muutmata ja ilma kompromissideta (Grunig & White 1992:38-39). Seega on suhtekorralduse praktikas tõelisuseks saanud käesoleva töö teoreetilises osas käsitletud oht - mõjutamine.

Teisalt viitab dialoogi puudumine ka teisele ohule, milleks on eetika hajuvus. R. Pearsoni (Pearson, refereeritud Sharpe 2000 kaudu) suhtekorralduse eetilise soorituse mudeli keskne kontseptsioon eetiliste otsuste tegemisel on põhinemine dialoogil. Selles mudelis defineeriti eetilise otsuse tegemist, mis põhineb siiral dialoogil ja viidati organisatsiooni ohule eksikombel sattuda monoloogi või "organisatsioon-teab-kõige-paremini" või "keerukasse" soorituse mudelisse.

Kommunikatsiooniaspektid, mida lahenduste leidmiseks välja toodi, olid väga selgelt ühtivad töö teoreetilises osas kirjeldatud suhtekorralduse hariva rolli iseloomustusega. Nimelt toodi enim välja, et toimivad suhted põhinevad ennekõike dialoogil, sealjuures on oluline ka ausus ja läbipaistvus, mõistetavus ning eetilisus. Ka töö teoreetilistest lähtekohtades järeldus, et suhtekorralduse hariv roll põhineb

dialoogil, mis lähtub aususest ja eetilistest printsiipidest, läbi mille suureneb osapoolte kompetentsus.

Ka Bledi Manifestis (Van Ruler & Večič 2002) rõhutati suhetkorralduse hariva rolli juures organisatsiooni liikmete aitamist kommunikatsiooni alal kompetentseks saada, et vastata sotsiaalsetele nõudmistele. Suhtekorralduse hariv roll puudutab organisatsiooni liikmete mõtteviisi ja käitumist ning on suunatud sisegruppidele. Sellest definitsioonist lähtudes vaadeldakse käesolevas töös suhetkorralduse harivat rolli kui avalikkuse aitamist kommunikatsiooni alal kompetentseks saada, et nad vastaksid sotsiaalsetele nõudmistele. Ühtsustades läbi mõistetavuse ja üksmeele avalikkuse ja organisatsioonide mõtteviise ja käitumist, saavutatakse mõlema osapoolte kõrgem kompetentsus.

Analüüsitud artiklites pakutud lahendused lähtuvad ideaalsest kommunikatsioonimudelist, mis pakub juhtidele, suhetkorraldajatele ja ajakirjanikele palju koostöövõimalusi. Reaalses konkurentsiolukorras vastanduvad sageli suhetkorraldaja ja ajakirjaniku rollid, esimene asub kommunikaatori juhi/organisatsiooni huvide kaitsele ning teine neid ründama. Suhete korraldamatus ja kommunikatsioonihäired paisuvad veelgi konfliktsemateks, mis võib viia kiirema lahenduseni, aga tõsiste ressursikaotuste hinnaga.

Uurimuse käigus saadi seega vastused kõigile püstitatud küsimustele:

- ajakirjanduses kerkib suhete korraldamatuse probleem esile peamiselt koostöö puudumise aspektist;
- peamised subjektid, kelle puhul suhete korraldamatuse probleem esile kerkib, on valitsusasutused (sh riik tervikuna, ministriumid, ministrid, kohalik omavalitsus, riiklik kriisikomisjon);
- enim võtavad suhete korraldamatuse teemal sõna ajakirjanikud, üksikutel kordadel ka poliitikud, spetsialistid ja avalikkuse esindaja;
- avalikkust nähakse peamiselt vastutusvõimetuna ja koostösse mitte kaasatuna, üksikutel kordadel omistatakse avalikkusele ka aktiivne positsioon;

- kommunikatsiooniaspekt avaldub eelkõige läbi erinevate kommunikatsiooniprobleemide, milleks on kommunikatsiooni mittetoimimine, informatsioonihäired ja mõistetamatus;
- lahendust suhete korraldamatusele nähakse esmalt toimivas dialoogis, ausas, mõistetavas ja läbipaistvas kommunikatsioonis, avalikkuse harimises ning eetiliste printsiipide järgimises.

KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö teoreetilistes lähtekohtades selgitati suhtekorralduse hariva rolli olemust, ohte kommunikatsiooni professionaalsele juhtimisele ning meedia osatähtsust kommunikatsioonis. Bakalaureusetöö teises pooles kirjeldati läbiviidud empiirilist uurimust, tuues välja korraldamata suhete käsitluse ajakirjanduses ning diskussioonis toodi välja paralleele uurimistulemuste ja teoreetiliste lähtekohtade vahel.

Töö eesmärgiks oli uurida suhete korraldamatuse kajastamist Eesti ajakirjanduses, uurides, millistele suhtekorralduslikele aspektidele viidatakse ning milliseid lahendusi nähakse.

Käesolevas bakalaureusetöös püstitati ka kuus uurimisküsimust.

- Kas ajakirjanduses kerkib esile suhete korraldamatuse probleem ja milles see ilmneb?
- Milliste subjektide puhul suhete korraldamatuse aspekt esile kerkib?
- Kes tõstavad esile suhete korraldamatuse probleemi meedias?
- Milline roll omistatakse avalikkusele?
- Milles seisnevad kommunikatsiooniprobleemid?
- Milliseid lahendusi pakutakse suhete korrastamiseks?

Uurimuses analüüsiti kolme Eesti üleriigilist ajalehte – Eesti Ekspress, Eesti Päevaleht ning Postimees. Vaatluse all olid ajalehtede kolme kuu (detsember 2004 – veebruar 2005) paber kandjad, mille põhjal viidi läbi kvantitatiivne ja kvalitatiivne meediatekstide analüüs. Kvantitatiivse analüüsi käigus analüüsiti läbi kõik antud ajavahemikus eelpool nimetatud väljaannete paber kandjatel ilmunud ajalehenumbriid ning toodi välja artiklid, mis vastasid neljale kriteeriumile – nendes

esines suhete korraldamatus, suunatus avalikkusele, kommunikatsiooniaspekt ja hariv roll.

Kriteeriumid valiti antud töö fookusest lähtudes. Suhete korraldamatuse kriteerium valiti, kuna uurimuses vaadeldi olukordi, kus suhted ei toimi. Kriteerium *suunatus avalikkusele* valiti, kuna antud töö on fokuseeritud avalikkuse ning organisatsioonidevahelistele suhetele. Lähtudes töö üldisest suunitlusest määrati kolmandaks kriteeriumiks kommunikatsiooniaspekt. Neljandaks kriteeriumiks oli hariv roll kui suhtekorralduse üks põhirollidest, mida ka töö teoreetilises osas pikemalt käsitleti.

Kvantitatiivse analüüsi käigus selekteeriti kolme kuu Eesti Ekspressist, Eesti Päevalehest ja Postimehest nimetatud kriteeriumite põhjal välja kolmkümmend artiklit. Järgnevalt viidi läbi kvantitatiivse analüüsi käigus väljaselekteeritud meediatekstide kvalitatiivne analüüs, kus artiklite iga kriteeriumi puhul tehti üldistusi ning saadud tulemused koondati suurematesse gruppidesse. Nii tekitati igale kriteeriumile alakriteeriumid. Suhete korraldamatuse kriteeriumi alla paigutusid kolm suuremat gruppi, milleks olid koostöö puudumine, informatsioonihäired, mõistetamatus ning neli väiksemat (usalduse puudumine, halb maine, vastutusest kõrvalehiilimine ja vale lähenemisviis). Avalikkusele suunatuse kriteerium jagunes kolmeks suuremaks alapunktiks – vastutusvõimetu avalikkus, avalikkuse mittekaasatus ning avalikkus kui aktiivne ühiskonna osa. Artiklites ilmnunud kommunikatsiooniaspekt avaldus enamasti läbi kommunikatsiooniprobleemide, mistõttu jagunesid ka antud kriteeriumi alapunktid järgmiselt: kommunikatsiooni mittetoimimine; informatsioonihäired; mõistetamatus; meedia kui areen diskusiooniks. Ainus kriteerium, kus alapunkte välja ei toodud, oli hariva rolli kriteerium, kuna lahenduste leidmiseks väljapakutud kommunikatsiooniaspektid moodustasid niigi ühtse terviku ega jaotunud alagruppidesse.

Uurimuse käigus saadi vastused kõigile kuuele püstitatud uurimisküsimusele:

- ajakirjanduses kerkib suhete korraldamatuse probleem esile peamiselt koostöö puudumise aspektist;

- peamine subjekt, kelle puhul suhete korraldamatuse probleem esile kerkib, on valitsusasutused (sh riik tervikuna, ministeeriumid, ministrid, kohalik omavalitsus, riiklik kriisikomisjon);
- enim võtavad suhete korraldamatuse teemal sõna ajakirjanikud, üksikutel kordadel ka poliitikud, spetsialistid ja avalikkuse esindaja;
- avalikkust nähakse peamiselt vastutusvõimetuna ja koostösse mitte kaasatuna, üksikutel kordadel omistatakse avalikkusele ka aktiivne positsioon;
- kommunikatsiooniaspekt avaldub eelkõige läbi erinevate kommunikatsiooniprobleemide, milleks on kommunikatsiooni mittetoimimine, informatsioonihäired ja mõistetamatus;
- lahendust suhete korraldamatusele nähakse esmalt toimivas dialoogis, ausas, mõistetavas ja läbipaistvas kommunikatsioonis, avalikkuse harimises ning eetiliste printsiipide järgimises.

Peamise järeldusena saab välja tuua selle, et analüüsitud artiklites pakutud lahendused lähtuvad ideaalsest kommunikatsioonimudelist, mis pakub juhtidele, suhtekorraldajatele ja ajakirjanikele palju koostöövõimalusi. Reaalses konkurentsi olukorras aga vastanduvad sageli suhtekorraldaja ja ajakirjaniku rollid, ajakirjanik asub valvekoera rolli ning suhtekorraldaja oma tööandja huve kaitsma. Analüüsisel ilmnes ka veel, et kolmas osapool – avalikkus jäetakse sageli sootuks vaeslapse rolli. Avalikkust ei kaasata ning ühtlasi põhjendatakse seda läbi avalikkuse saamatuse ning ebakompetentsuse, mis aga tegelikkuses näitab suurelt suhtekorraldajate tegemata tööd. Siin aga ilmnebki suhtekorralduse hariv roll, kus organisatsiooni ülesandeks on avalikkust informeerida ja suunata läbi dialoogi, ausate, läbipaistvate ja mõistetavate sõnumite lähtudes eetilistest printsiipidest.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Bauer, R. A. (1964). The obstinate audience: The influence process from the point of view of social communication. - *The American Psychologist*, vol. 19, 319–328.
- Dozier, D. M., Ehling, W. P. (1992). Evaluation of public relations programs: what the literature tells us about their effects. - *In.: Excellence in public relations and communication management*. J. E. Grunig. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 159-184.
- Eskelinen, S. (2005). *Communication in Governmental Organizations*. University of Jyväskylä (manuscript).
- Grunig, J. E. (1989). Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory. - *In.: Public Relations Theory*. C. H. Botan & V. Hazleton. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 17-44.
- Grunig, J. E. (2001). Two-way symmetrical public relations. Past, present and future. - *In.: Handbook of public relations*. R. L. Heath. Thousand Oaks, London, New Delhi: International Educational and Professional Publisher, 11-30.
- Grunig, J. E. (1992). Communication, public relations, and effective organizations: an overview of the book. - *In.: Excellence in public relations and communication management*. J. E. Grunig. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1-28.

- Grunig, J. E., White, J. (1992). The Effect of Worldviews On Public Relations Theory and Practice. - In.: *Excellence in public relations and communication management*. J. E. Grunig. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 31-64.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. (T. McCarthy, Trans). Boston: Beacon.
- Habermas, J., Ethics, D., Leeper, R. V. (1996). This is the background image for an Adobe Acrobat Capture OCR page with image plus hidden text. - *Public Relations Review*, vol. 22, no. 2, 133-150.
- Mc Quail, D. (2003). *Mc Quaili massikommunikatsiooni teooriad*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Märja, T., Lõhmus, M., Jõgi, L. (2003). *Andragoogika. Raamat õppimiseks ja õpetamiseks*. Tln.: Kirjastus Ilo.
- Past, A. (1999). Eetika hajuvus võib muutuda üleöö kriisiks. - *Ärielu*, nr 6, 59-61.
- Past, A. (2005). *Juhtimine ja suhtekorraldus. Meelespealilledega tass*. Tallinn: Kirjastus Pegasus.
- Rootamm, J. (1999). Eetika ja professionaalsus suhtekorralduses. - *Rmt.: ärieetika olemusest ja arengust Eestis*. E. Joon, J. Rand, M. Metsa. Tln.: Eesti Kõrgem Kommertsikool, 56-58.
- Schapel, M. (1999). Konstruktivismist: konstruktivistlik õpetamis- ja õppimisteooria. *Haridus*, nr 5, 32-33.

- Sharpe, M. L. (2000). Developing a Behavioral Paradigm for the Performance of Public Relations. - *Public Relations Review*, vol. 26, no. 3, 345–361.
- *Suhtekorralduse käsiraamat*. (1998). Äripäeva kirjastus.
- Tampere, K. (2003). *Public relations in Transition Society 1989-2002. Using a Stakeholder Approach in Organisational Communications and Relations Analyses*. Jyväskylä Studies in Humanities. Jyväskylä. [Doktoritöö].
- Tolmann, B. (2004). Uue karistusseadustiku probleemide tutvustamine ja võrdlus Päevalehes, Postimehes ja SL Õhtulehes perioodil 1. mai 1999-31. mai 2003. Tartu Ülikool, Sotsiaalteaduskond, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond. Tartu. [Bakalaureusetöö].
- Van Ruler, B. (2004). The communication grid: an introduction of a model of four communication strategies. - *Public Relations Review*, vol. 30, 123–143.
- Van Ruler, B. & Večič, D. (2002). *The Bled Manifesto on Public Relations*. Ljubljana: Pristop Communicarions.
- Vos, M. F., Schoemaker, H. (1999). *Integrated communication: concern, internal and marketing communication*. Utrecht: Lemma.

Kasutatud allikad

- Ajaleht Postimees kodulehekülg. (15.09.2004). <http://www.postimees.ee/>

- Ajalehe Äripäev kodulehekül. (15.09.2004).
<http://www.aripaev.ee>
- Ajalehe Maaleht kodulehekül. (15.09.2004).
<http://www.maaleht.ee>

Analüüsitud artiklid

- Arjakas, K. (2005). Loll saab kirikuski peksta. Postimees, 03.02.
- EPL. (2005). Tegelikkusest irdunud. Eesti Päevaleht, 19.01.
- EPL. (2005). Oleviste kirik Harjumäel. Eesti Päevaleht, 24.01.
- Hvostov, A. (2004). Kaks kala ja viis leiba. Eesti Ekspress, 02.12.
- Hvostov, A. (2005). Õigus käituda lolli. Eesti Ekspress, 06.01.
- Hvostov, A. (2005). Kaheksa vaprat tuletõrjujat. Eesti Ekspress, 26.01.
- Hõbemägi, P. (2004). Vähem riiki, rohkem rahvast! Eesti Päevaleht, 31.12.
- Ideon, A. (2005). Peen kiri. Eesti ekspress, 13.01.
- Kagge, R. (2005). Valitsus kritiseeris elanike teavitamist tormi kohta. Postimees, 12.01.
- Kokk, A. (2005). Müüsi siin mõned hinged. Eesti Päevaleht, 19.01.
- Kokk, A. (2005). Info on tellija nägu. Eesti Päevaleht, 02.02.
- Kook, U. (2005). Jälle üks miljon prügikasti. Eesti Päevaleht, 29.01.
- Laev, S. (2005). Euroskeptikud nõuavad debatti põhiseaduse üle. Eesti Päevaleht, 29.01.
- Luhi, M. (2005). Kuidas teha vara vettpidavaks? Eesti Päevaleht, 15.01.
- Muuli, K. (2004). Kiire-kiire aeglane. Postimees, 15.12.
- Pajumets, M. (2004). Vääritud seksism. Postimees, 01.12.
- Peensoo, P. (2005). Ligi pooled autojuhid vaidlustavad neile määratud parkimisviivise. Eesti Päevaleht, 14.01.
- PM. (2004). Juhtkiri: Haridusministri uus kaotus. Postimees, 11.12.

- PM. (2004). Juhtkiri: Parts ja Lihula. Postimees, 22.12.
- Poll, E. (2004). Keelatud! Päriselt ka. Eesti Päevaleht, 10.12.
- Pruul, A. (2005). Me ei taha oma koju prügilat. Postimees, 25.01.
- Reinap, A. (2005). Ühe päeva kindlustus. Postimees, 13.01.
- Roonemaa, H. (2005). Kuus järeltust mereriigile. Postimees, 15.01.
- Sildam, T. (2005). Üks uudis. Postimees, 12.01.
- Tappo, S. (2004). Armastuse hind. Postimees, 09.12.
- Tarand, K. (2005). Tükeldatud algtekst ja mitu minevikku. Eesti Päevaleht, 03.02.
- Tarum, M. (2005). Muretud ja vassivad tervishoiuratsanikud. Eesti Päevaleht, 31.01.
- Tõnison, M. (2004). Isiklik rekord: Margit Tõnison: 11 vastamata kõnet. Eesti Päevaleht, 09.12.
- Tänavsuu, T. (2005). Tööandja kaudu saab odavamad mobiilkõned. Eesti Päevaleht, 08.02.
- Vaher, K.M. (2005). Kui torm pole torm. Postimees, 19.02.

LISA

KOONDTABEL SUHETE KORRALDAMATUSE KAJASTAMISE KOHTA VAATLUSALUSTES AJALEHTEDES

- Kriteeriumid:
1. Suhete korraldamatus, kommunikatsioonihäired
 2. Suunatus avalikkusele
 3. Kommunikatsiooniaspekt
 4. Hariv roll

Leht/ rubriik/ kuupäev	Artikli pealkiri	Autor (nimi, amet)	Kõneallev subjekt	Kriteeriumi avaldumine
EE / arvamus / 26.01.05	Kaheksa vaprat tuletõrjujat	Andrei Hvostov / EE	Euroopa Liit	<ol style="list-style-type: none"> 1. EL murelik, et on selliseid siht ja sidusrühmi, kellega ei ole piisavalt häid suhteid ja kes levitavad valeinfot. 2. Väärtõlgenduste ja euroskeptikute seisukohad vs EL nn „tuletõrjujad“ avaliku soosingu eest positsioone haaramas. 3. Meedia kui areen avalikuks diskussiooniks – küsimus, kelle info on jõulisem, kumma info tuleb esimesena jne. 4. EL mures enda kohta levitatava teadmuse pärast – oluline on kuulutada inimeste just seda teadmust, mida peetakse õigeks.
EE / arvamus / 06.01.05	Õigus käituda lollisti	Andrei Hvostov / EE	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inimesed ei kuula valitsuse nõuandeid, kuid hädas olles ootavad, et valitsus neid kiirelt ja operatiivselt aitaks. 2. Domineerib avalikkuse muretu ja sinisilmne, pealiskaudne käitumine. „Inimesed arvavad endal olevat võõrandamatu õiguse käituda lollisti“. 3. Valitsuse sõnumid ei jõua avalikkuseni. 4. Valitsus on mures rahva kuulamatuse pärast, oluline on, et avalikkus saadetud sõnumeid mõistaks ja hakkaks vastutust jagama.

Leht/ rubriik/ kuupäev	Artikli pealkiri	Autor (nimi, amet)	Kõnealolev subjekt	Kriteeriumi avaldumine
EE / juhtkiri / 13.01.05	Peen kiri	Argo Ideon / EE	Kindlustusfirma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pärast nädalavahetuse üleujutust avastavad inimesed, et maja elamiskõlbmatuks muutnud merevesi polegi tormikahju. Et kindlustusfirma seda ilma kuluka lisakindlustuseta ei hüvita. Inimesi ei olnud informeeritud kindlustuslepingu sisu olulistest nüanssidest. 2. Domineerib avalikkuse muretu ja sinisilmne käitumine. 3. Kindlustusfirmad ei ole oma sihtgruppe piisavalt selgelt teavitanud. 4. Kindlustusfirmad peaksid oma kliente harima.
EE / arvamus/ 02.12.04	Kaks kala ja viis leiba	Andrei Hvostov / EE	Haigekassa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Haigekassa on hädas, kuna nende maine on halb, samas aga spetsialistid küll leiavad, et nende tegevus on läbipaistev aga avalikkus suhtub jätkuvalt tõrksalt. 2. Avalikkus on võtnud selgelt negatiivse seisukoha Haigekassa suhtes – miks see nii on. 3. Haigekassa on jäetud ükski ning kuna tal pole avalikke toetajaid ei suuda ta ka oma positiivseid sõnumeid edastada. 4. Tuntakse puudust toimivast kahepoolsest kommunikatsioonist, et osapooled üksteist mõistaksid
EPL / arvamus / 02.02.05	Info on tellija nägu	Aavo Kokk / pea- direktor	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informatsiooni on liiga palju, kui aga keegi seda enne avalikkuseni jõudmist selekteerib, siis võib teiste maailmapilt moonutatud saada. 2. Avalikkus on halvas positsioonis. 3. Informatsiooni on kas palju või siis on see moonutus algsest teabest. 4. Informatsioon peab olem aus ja läbipaistev (eriti valitsuse poolt edastatav).
EPL / arvamus / 03.02.05	Tükeldatud algtekst ja mitu minevikku	Kaarel Tarand / kolumnist	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tartu rahuleping ei ole avalikkusele kättesaadav ning seega tekitab teadmatus avalikkuses väärarusaamu. 2. Kuna avalikkus ei tea, siis nad oletavad. 3. Tartu rahulepingut ei kommunikeeruta piisavalt. Müra on aga kerge tekkima, kui alginfo on raskesti kättesaadav 4. Valitsus peaks avalikkusele selgitama Tartu rahulepingu sisu ja lepingut kättesaadavamaks tegema. Informatsioon peab kogu aeg liikuma muidu tehakse mõttetut lärmi ega mõisteta põhiideed.
EPL / majandus / 08.02.05	Tööandja kaudu saab odavamad mobiilikõned	Toivo Tänavsuu / EPL	Mobiilside operaatorid	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mobiilifirmad teevad äriklientidele hinnakirjaväliseid erisoodustusi, pälvides sellega suuremate eraklientide pahameele. 2. Avalikkust vaadeldakse kui ebaõiglaselt kohaldatavat objekti. 3. Kui mobiili operaatorid pakuvad äriklientidele midagi muud, mis kirjas nende kodulehtedel, siis on kahetsusväärne, et nad ei soovi paremaid tingimusi avalikustada kõigile. Operaatorid vussivad. 4. Vaja on kahesuunalist ausat kommunikatsiooni, vaja selgitada miks mingi asi nii või teisiti on.

Leht/ rubriik/ kuupäev	Artikli pealkiri	Autor (nimi, amet)	Kõnealolev subjekt	Kriteeriumi avaldumine
EPL / lugejakiri / 31.01.05	Muretud ja vassivad tervishoiuratsanik ud	Matti Tarum / arst	Tervisekaitse- amet	1. Tervisekaitseamet ei anna avalikkusele adekvaatset informatsiooni. 2. Avalikkus on ebapiisavalt informeeritud. 3. Informatsioon, mis avalikkuseni jõuab on ebapiisav ja kohati veel ka vastuoluline. 4. Vaja on ausat ja läbipaistvat kommunikatsiooni.
EPL / arvamus / 29.01.05	Jälle üks miljon prügikasti	Urmet Kook / Pea- toimetaja asetäitja	Valitsus	1. Olen kuulnud, et linnapea Tõnis Palts on avaldanud mitmel pool pahameelt, miks kirjutab meedia nii palju vabadussamba küsitlusest, kuigi tegu olevat täiesti tühise teemaga. Tõsi, ainult et Palts peaks siis ise esmalt vastama küsimusele: miks Tallinna linnavõim tegeleb tühiste teemadega? Ja kulutab selleks miljoni. 2. Avalikkus võtab vähe osa. 3. Informatsioon on kallutatud ning seeläbi saab avalikkusega manipuleerida. 4. Läbipaistvus ja ausus vassimise ja kallutatuse asemele, siis on ka uuringutel mõtet.
EPL / Eesti / 29.01.05	Euroskeptikud nõuavad debatti põhiseaduse üle	Sigrid Laev / EPL	Valitsus	1. Riigikantselei kavatseb rahvale selgitada, mida kujutab endast Euroopa Liidu põhiseadus. Euroskeptikud kurdavad samas, et eurodebatt on välja suretatud ning märtsis riigikokku kinnitamisele jõudva põhiseaduse tutvustamisega on hiljaks jäädud. 2. Avalikkus ei ole põhiseadusest huvitatud ega sellel teemal ka informeeritud. 3. Ei oldagi huvitatud põhiseaduse põhjalikust tutvustamisest ning seeläbi seda ka ei teha. 4. Rahvale anti järamiseks suhkrutükk, aga seda, et Euroopa Liidule tuleb välisminister või et liit muutub üheks riigiks, keegi rahvale arutamiseks ei anna. Poolamets pole netiversiooniga rahul, väites, et juriidilisi küsimusi peaks rahvale rohkem selgitama. Tuuakse välja vajadus toimiva dialoogi järele.
EPL / arvamus Juhtkiri/ 24.01.05	Oleviste kirik Harjumäel	EPL	Valitsus	1. Rahvaküsitluse näol on tegu järjekordse valitsuse väärsammuga vabadussamba rajamise lõputus loos. 2. Ainult väike osa avalikkusest on kaasatud dialoogi ning seegi põhineb manipuleerimisel. 3. Pealinlastele esitatud küsimus on selgelt kallutatud iseloomuga ja seega tulemus ette teada. Kuigi riigi valimiskomisjoni soov katsetada sügisel käiku minevat e-hääletussüsteemi on igati tervitatav, heidab küsimuse ebaõnnestunud valik varju sellelegi tähtsale katsele. - Rahvaga manipuleeriti läbi kallutatud küsimuse. 4. Dialoogi peaks kaasama kõik, keda asi puudutab ning see peaks olema aus ja eetiline.
EPL / arvamus / 19.01.05	Müüsiime siin mõned hinged	Aavo Kokk / pea- direktor	Kindlustusfirma	1. Organisatsioon käitub oma klientidega ükskõikselt, ega tee kahepoolset koostööd, see aga tekitab avalikkuses pahameelt. 2. Avalikkus jäi kriisiolukorras pika ninaga, kuna oli eelnevalt olnud liialt sinisilmne. 3. Organisatsiooni poolne kommunikatsioon on segane. 4. Tulevikus peaks aga püüdma ausa ja läbipaistva kommunikatsioonile.

Leht/ rubriik/ kuupäev	Artikli pealkiri	Autor (nimi, amet)	Kõnealolev subjekt	Kriteeriumi avaldumine
EPL / arvamus juhtkiri / 19.01.05	Tegelikkusest irdunud	EPL	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suhkrutrahv tuli poliitikute arvates vääramatult ja kui keegi ongi selles vastutav, siis igatahes mitte nemad. 2. Artikli autor aga annab mõista, et avalikkus ei saanud oma käitumise eest aru anda, kuna neil puudus eelnevalt teave. 3. Kommunikatsioon antud valdkonnas oli segane – hoiatused ja selgitused puudusid. 4. Kommunikatsioon peab toimuma pidevalt, ning see peab olema selge – poliitikute asi on rahvast/avalikkust sellistel teemadel läbi hariva kommunikatsiooni valgustada.
EPL / arvamus / 15.01.05	Kuidas teha vara vettpidavaks?	Margus Luih / Seesam Rahvusva helise Kindlus- tuse pea- direktor	Kindlustusfirma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eestit laastanud tormikahjustused tõid välja ka osa kindlustusseltside lepingute nõrgad kohad, mida varem pigem avalikkuse eest varjul hoiti 2. Avalikus on sinisilmne ega süüvi lepingutesse. 3. Kindlustusfirma ei informeerinud kliente piisavalt ja samas kliendid on ka vähe huvitatud. 4. Vaja oleks kahepoolset kommunikatsiooni, dialoogi.
EPL / Tallinn / 14.01.05	Ligi pooled autojuhid vaidlustavad neile määratud parkimisviivise	Piret Peensoo / EPL	Falck	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transpordiamet saab päevas autojuhtidelt vähemalt poolsada taotlust viivistasu tühistamiseks, statistika järgi vaidlustatakse iga teine otsus. 2. Avalikkus ei mõista Falcki otsuseid. 3. Falck ei kommuniqueeru piisavalt, et selgita oma otsuseid. 4. Trahvijal võiks olla rohkem selline hariv roll, et inimesel ei jääks trahvikivitus kripeldama.
EPL /31.12. 04	Vähem riiki, rohkem inimest!	Priit Hõbemägi / pea- toimetaja	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eesti riik ei hooli oma kodanikest – ei väärtusta inimesi niipalju et olla toeks oma rahvale. 2. Tõstatatakse küsimus, et miks valitsus ei pöördunud Kagu-Aasia katastroofis eestlaste poole, keda see sündmus puudutas 3. Ei ühtki avaldust ega julgustavat sõna – kommunikatsioon praktiliselt puudub, see mis on, on külm ja väga ametlik. 4. Antud kontekstis oleks vaja kommunikatsiooni, mis on soe ja avatud, mis haaraks kohe kahepoolsesse positiivsesse infovahetusse.

Leht/ rubriik/ kuupäev	Artikli pealkiri	Autor (nimi, amet)	Kõnealolev subjekt	Kriteeriumi avaldumine
EPL/ 10.12.04	Keelatud! Päriselt ka	Ene Poll / Laupäeva toimetuse juhataja	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keelud küll tehakse aga poolikud ning seega neid eiratakse. 2. Avalikkus on veel liiga rumal, neile tulebki keeldude ja käskudega läheneda. 3. Tehakse poolikuid keelde, see aga ei pane inimesi muutma oma negatiivset käitumist -> neile on vaja konkreetseid ja selgeid. 4. Kommunikatsioon peab olema selge.
EPL / 9.12.04	Margit Tõnison: Isiklik rekord: 11 vastamata kõnet	Margit Tõnison / kultuuri- toimetaja	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Riik ei vasta pöördumistele ja palvetele. 2. Erasektorit ignoreeritakse, need väikesed pudinad ei tundu piisavalt olulised olevat. 3. Sellist vaikimist ei esine ainult erasektoris, vaid ka kõige kõrgemal riiklikul tasandil. Võtkem kas või Veljo Tormise ja Paavo Järvi avalik pöördumine meie valitsusjuhtide poole seoses muusikaakadeemia majamurega – tulemuseks oli neli kuud vaikust. Raske uskuda, et Toompeal pesitseb müstiline amneesiapisik, mis paneb kollektiivselt unustama. Hoidutakse kõrvale kommunikatsioonist -> vaikitakse. 4. Ideaalses maailmas on kommunikatsioon kahe-suunaline.
PM / arvamus /19.02.05	Kui torm pole torm	Ken-Mart Vaher /justiitsmi nisterium Res Publica	Kindlustusfirma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tüüptingimused lepingutes teevad võimalikuks avalikkusega manipuleerimise. 2. Kindlustusfirmad ei arvesta avalikkusega, samas on avalikkus ka ise sinisilmne. 3. Infot ei tehta piisavalt kättesaadavaks. 4. Vajadus dialoogi järele, kusjuures oluline on mõistetavus.
PM / arvamus / 03.02.05	Loll saab kirikuski peksa	Küllo Arjakas / riigikogu liige	Kindlustusfirma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ootamatult selgus, et kindlustuslepingud ei näe ette toimunud tormikahjustuste hüvitamist. 2. Avalikkus on sinisilmselt lepingutele allakirjutanud ega teadnudki, et sellist kahju ei hüvitata. 3. Kindlustusfirma ei selgita oma sihtgrupile piisavalt lepingu sisu, kuid sihtrühmal endil lepingut lugeda on väga raske. 4. Vaja on toimivat ausat kahepoolset infovahetust -> dialoogi
PM / arvamus / 25.01.05	Ma ei taha oma koju prügilat	Aigar Pruul / Rahula küla- vanem	Ragn-Sells	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ragn-Sells tahab Rahula külla prügilat rajada kuid elanikud on selle vastu. Seega kajastub artiklis see, et kuidas üks konkreetne organisatsioon avalikkusele vastu töötab, väites ise, et arvestab avalikkuse huvide ja soovidega. 2. Avalikkus väljendab oma vastumeelt. 3. Kuigi Ragn-Sells väidab et nad arvestavad elanike huve, ei kuula nad elanike vastasseisu üldse. R-S räägib küll et teevad koostööd, kuigi tegelikkuses sunnivad vaid oma tahet läbi. 4. Tuuakse välja vajadus ausa ja toimiva dialoogi järele.

Leht/ rubriik/ kuupäev	Artikli pealkiri	Autor (nimi, amet)	Kõneallev subjekt	Kriteeriumi avaldumine
PM / arvamus / 15.01.05	Kuus järel dust mereriigile	Henrik Roonemaa / PM	Kindlustusfirma	1. Targad ollakse tagantjärele, õigel ajal aga ei kommunikeeruta adekvaatselt. 2. Avalikkus peaks valvsam olema. 3. Valitsus peaks läbimõeldumalt tegutsema avalikkuse informeerimisel. 4. Vastutust tuleb jagada -> kahepoolset adekvaatselt informatsiooni jagada.
PM / arvamus / 13.01.05	Ühe päeva kindlustus	Aivar Reinap / PM	Kindlustusfirma	1. Ilmnes, et tormipoolt majja uhtud merevesi ei olegi tormikahju, mida kindlustus hüvitaks. 2. Avalikkus suhtub lepingutesse suhteliselt kergekäeliselt ning seeläbi satub raskustesse. 3. Kindlustusfirmad ei ole oma sihtrühmi piisavalt adekvaatselt teavitanud. 4. Kindlustusfirmad peaksid hakkama tegelema ka klientide harimisega, selleks, et säilitada oma usaldusväärsus.
PM / arvamus / 12.01.05	Üks uudis	Toomas Sildam / PM	Valitsus	1. Avalikkust ei olnud tormist piisavalt teavitatud. 2. Avalikkus on selles valdkonnas suhteliselt kuulamatu, ega oska samas ka käituda, kuna see on neile uus ja tundmatu asi. 3. Kriisireguleerijad ei edastanud asjakohast informatsiooni. 4. Sellistes kriitilistes situatsioonides (ka eelselt) on oluline avalikkust harida, koostöös välja selgitada, millist teavet enim vajatakse, ning seda siis edastada.
PM / siseuudis / 12.01.05	Valitsus kritiseeris elanike teavitamist tormi kohta	Rasmus Kagge /PM	Valitsus	1. Tormi tulek tundud inimestele kaootiline ning sellele ei pööratud suurt tähelepanu. 2. Avalikkus oli ebapiisavalt teavitatud kuid usutakse, et ka parema teavituse korral ei oleks midagi paremini läinud. 3. Teabeliinid ei tööta, kohalikud omavalitsused ei andnud avalikkusele selgesõnalist tormihoiatust ning käitumisjuhiseid. 4. KOM asi on avalikkust antud valdkonnas harida – arusaadav kommunikatsioon ja pearõhk on mõistetavusel.
PM/ 22.12.04	Juhtkiri: Parts ja Lihula	PM	Valitsus	1. Avalikkus oli J. Partsi peale pahane seoses Lihulas mälestussamba mahavõtmisega. 2. Parts üritas avalikkusega lepitust saada. 3. Kommunikatsioon on silmakirjalik, avalikkus eest tehakse ühte nägu, kuid endal on seljataga varuks terve armee. 4. Vaja on läbipaistvat ja ausat kommunikatsiooni selleks, et toimiks kahe-suunaline kommunikatsioon.

Leht/ rubriik/ kuupäev	Artikli pealkiri	Autor (nimi, amet)	Kõnealolev subjekt	Kriteeriumi avaldumine
PM/ 15.12.04	Kiire-kiire- aeglane	Kalle Muuli / PM	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Viikase läbi pidevalt reforme, et muuta asju aremaks, aga tegelikkuses ei ole keegi rahul ning avalikkus siiski pigem kannatab. 2. Avalikkust kaastakse vähe otsustuse protsessi. 3. Viikase läbi reforme enne asjade läbiarutamist siht- ja huvigruppidega. 4. Selleks et reformid kasu tooks on vaja kahepoolset kommunikatsiooni ja saavutada mõistmine ja üksmeel
PM / 11.12.04	Juhtkiri: Haridusministri uus kaotus	PM	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Haridusministeerium ja õpetajad ei tööta üksmeeles- ei jõua kokkulepeteni ega üksteise toetamiseni. 2. Avalikkuse survele tuleb haridusministeeriumil sageli oma seisukohtadest taganeda. 3. Sel ajal kui teised riigiasutused-seaduselojad püüavad loodavaid õigusakte organisatsioonidega, kelle liikmeid see puudutab, igati läbi rääkida, peavad õpetajad haridusministeeriumi plaanidest ennekõike ajalehtede kaudu teada saama ja on sellepärast pahased ning pettunud. 4. Selge ja kahepoolne kommunikatsioon on puudu ning see tekitab palju segadust ning pahameelt.
PM / 09.12.04	Armastuse hind	Sigrid Tappo / PM	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Valitsus ei suuda/taha täita antud lubadusi. 2. Avalikkus väljendab valitsuse sõnapidamatuse pärast pahameelt. 3. Valitsus annab tühje lubadusi - Poliitilised lubadused lastega perede suuremaks rahaliseks toetamiseks on juba osa tänavamüra. 4. Vaja oleks ausat kommunikatsiooni, et see mida valitsus lubab ka täidetaks, et saaks tekkida usaldus.
PM/ 02.12.04	Vääritimõistetud seksism	Marion Pajumets / Eesti Naisuurim us- ja Teabekesk use sotsioloog	Valitsus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Avalikkus mõistis sotsiaalministeeriumi sõnumit valesti, kuna see oli halvasti formuleeritud. 2. Avalikkuse reaktsioon oli tormiline ja kaitsev. 3. Sotsiaalministeerium ei suutnud oma sõnumit piisavalt selgelt avalikkusele edastada, jättes nii toimuvast vale mulje ning pahandades läbi vääritimõistmise avalikkust. 4. Kommunikatsioon peaks olema selge ja läbipaistev.