

Tartu Ülikool
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

Eesti ajakirjanike rollikäsituse muutumine 1988 – 2009

Magistritöö

Maret Einmann
Juhendaja prof Epp Lauk

2010

Sisukord	
Sissejuhatus	4
I TEOREETILISI LÄHTEKOHTI	6
1.1 Ajakirjanduse rollist. Normatiivsed paradigmad	6
1.1.1 Ajakirjanikuametist Eestis	12
1.2 Ajakirjanike professionaalne ja sotsiaalne rollitunnetus	14
1.3 Rollitaju mõjutajad	16
1.3.1 Rollitaju sisemised mõjutajad	18
1.3.2 Rollitaju välised mõjutajad	21
1.3.3 Ajakirjanike kutseideoloogiast ja eetikast	26
1.4. Rolli tüpoloogiad	29
1.5 Ajakirjanike sotsialiseerumisprotsess	33
1.6 Rollitaju ja reaalse tööpraktika	36
1.7 Rollikonfliktid	38
II AJAKIRJANIKE KÜSITLUSED. MEETOD JA TULEMUSED	42
2.1 1988., 1995. ja 2009. aastal läbi viidud ajakirjanike küsitlused	42
2.2 Ajakirjanike tunnetus oma rollist	43
2.2.1 Ajakirjanike vanus, haridus, kanal	44
2.2.2 Olulised hindajad	46
2.2.3 Osalejad, levitajad, interpreteerijad	47
2.2.4 Rollitaju muutumine individualistlikumas suunas	50
2.2.5 Ajakirjanike professionaalsed omadused	52
2.2.6. Rollikonfliktid	55
III INTERVJUUD AJAKIRJANIKEGA. MEETOD JA TULEMUSED	57
3.1 Intervjuud ajakirjanikega	57
3.2. Intervjuude analüüs	58
3.3 Ametirollid intervjuudes	61
3.3.1 Informatsiooni jagamine, levitamine	62
3.3.2 “Väravavahi” kontseptsioon	65
3.3.3 Interpreteerija, seletaja, analüüsija	68
3.3.4 Vastanduja	70
3.3.5 Ajakirjandus kui tavaline palgatöö	73
3.4. Kuuluvus ja seotus	75
3.5 Rollikonfliktid intervjuudes	79
3.6 Rollikonfliktiga toimetulek, kohanemine	84
3.7 Ajastu kontekstist	87
Järeldused ja diskussioon	91
Kokkuvõte	98

Summary	100
Kasutatud kirjandus	102
LISAD	105
Lisa 1 Ajakirjanduse osa ühiskonnas	105
Lisa 2 Ajakirjanike vanus	106
Lisa 3 Ajakirjanike tööstaaž	107
Lisa 4 Ajakirjanike haridus	108
Lisa 5 Ajakirjanike töökohtade arv	109
Lisa 6 Vastutus ja olulised hindajad	110
Lisa 7 Seisukohad töö kohta	111
Lisa 8 Ajakirjanike ülesanded	112
Lisa 9 Ajakirjanike kohustused sõltuvalt tööstaažist 1	113
Lisa 10 Ajakirjanike kohustused sõltuvalt tööstaažist 2	114
Lisa 11 Ajakirjanike professionaalsed omadused	115
Lisa 12 Lisaväärtused ja raskused ajakirjanikutöös	116
Lisa 13 Kontroll ja sõltumatus	

Sissejuhatus

Käesolev magistritöö uurib Eesti ajakirjanike rollikäsitusi. Uurimisaineks on 1988., 1995. ja 2009. aastal ajakirjanike seas korraldatud küsitluste tulemused ning 2009. aasta kevadel ja suvel läbi viidud intervjuud.

Pamela J. Shoemakeri ja Stephen D. Reese'i järgi mõjutavad meedia sisu meediatöötajate sotsialiseeritus ja hoiakud. Kommunikatori tunnused, nagu näiteks sugu ja rahvus, nende isiklik taust (religioon, vanemate sotsiaalmajanduslik olukord) mitte üksnes ei mõjuta kommunikaatori isiklike hoiakuid, väärtusi ja uskumusi, vaid neil on otsene mõju nende professionaalsele kogemusele. Need professionaalsed kogemused vormivad kommunikaatorite professionaalseid rolle ja eetikat. Professionaalsel rollil ja eetikal on omakorda otsene efekt massimeedia sisule (Shoemaker&Reese 1991: 54-55).

Siiski on väljendatud ka seisukohta, et paljud organisatsioonilised tegurid on tähtsamad kui individuaalsed ja subjektiivsed. Personaalse mõju avaldumine sõltub žanrist ja organisatsiooni tüübist. Mitteuudislikud žanrid pakuvad isiklike vaadete avaldamiseks rohkem võimalusi ja selleks on suuremad võimalused ka juhul, kui kommerts- ja finantssurve on väiksemad (Tunstall 1993, McQuail 2000: 242 kaudu).

Viimastel aastatel on üha sagedamini kõneaineks, et kriisis on nii ajakirjandus¹ kui ka ajakirjaniku roll. Ajakirjanduse sügavaid muutusi praegusel ajal konstateerib ka näiteks Henrik Örnebring (2009). Ta märgib, et ajakirjanduse traditsiooniline raamistik, mis põhines nn *ühelt-paljudele* või *meie-kirjutame-teie-loete* kommunikatsioonimudelitel, on osutunud ebaoluliseks kiirelt laienevate detsentraliseeritud info tootmisel ja jagamisel põhinevate võrgustike tõttu. "Igaüks on ajakirjanik ja igaüks võib teha ajakirjandust," selgitab Örnebring.

Tehnoloogilised muutused teevad ajakirjanduse heterogeensemaks, mitmenäolisemaks, avatumaks. Paralleelselt sellega ja koos tehnoloogiliste muudatustega võib täheldada teist

¹ Eesti ajakirjanduse kolmekordsest kriisist on kirjutanud nt Tiit Hennoste (2010). "Kommikoer ja pommikoer. Üksteist lugu eesti ajakirjandusest". Loomingu Raamatukogu 1-2.

olulist trendi: ajakirjanduse globaalset homogeniseerumist ja kommertsialiseerumist, märgib Örnebring ning küsib, mismoodi need pealtnäha vastandlikud trendid – tehnoloogiast tulenev heterogeniseerumine ning kommertsialiseerumisest tulenev homogeniseerumine – toimivad. (Ibid)

Praegusaja ajakirjanduse mõistmisel on Örnebringi järgi valdav nn fundamentaalsete muutuste paradigma ning seda ka ajakirjanike seas. Mida õigupoolest tähendab olla ajakirjanik niisugusel muutuste ajal? Missugused on ajakirjanike tajud oma ametist ja rollist?

Käesoleva töö eesmärk ongi uurida ajakirjanike rollitunnetust ning selle võimalikke muutusi ajas. Edasistes uuringutes oleks võimalik keskenduda kommunikaatorite rolli ja meedia sisu ning laiemate ühiskondlike protsesside seoste uuringutele.

Ajakirjanike rollitaju analüüsisin järgnevate uurimisküsimuste kaudu.

1. Missugused olid ajakirjanike kujutlused oma rollist fundamentaalsete ühiskondlike, tehnoloogiliste ning majanduslike muutuste ajal (1988- 2009)?
2. Missuguseid rollitaju muutusi on võimalik välja tuua?
3. Kuidas tajutakse vastuolusid oma rollis, rollikonflikte?

Töö jaguneb kolmeks peatükiks. Esimeses tutvustatakse ajakirjanike rollikäsituse teoreetilisi lähtekohti. Teises peatükis analüüsitakse 1988, 1995. ja 2009. aastal läbi viidud ajakirjanike küsitluste tulemusi. Kolmandas peatükis antakse ülevaade ajakirjanikega läbi viidud intervjuude analüüsi tulemustest.

Täna kõiki intervjuueeritavaid pühendatud aja ja avameelsuse eest. Täna oma juhendajat Epp Lauku, samuti Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi töötajaid igakülgse abi ja toetuse eest. Suur aitäh perekonnale. Magistritöö tegemiseks on toetust saanud ETF grantist nr 7547 “Ajakirjanduskultuurid muutumises: võrdlevaid perspektiive”.

I TEOREETILISI LÄHTEKOHTI

1.1. Ajakirjanduse rollist. Normatiivsed paradigmad

Kõikide ametite puhul võib suuremal või vähemal määral rääkida ametiroolist, eetikast, professionaalsetest standarditest, siiski on ajakirjanduse roll pisut erilisem. Henrik Örnebring (2009) põhjendab ajakirjanduse erilist staatust Lääneriikide ajakirjanduse ja demokraatia ajaloolise seotusega. “Ajakirjandust on vaadeldud isegi demokraatia ühe institutsioonina /---/ Erinevalt teistest ametitest on ajakirjandus *demokraatiale vajalik*” (Ibid). Kuid see n-õ sotsiokultuuriline leping, milles ajakirjandus omab legitiimsust, kuna kannab teatud tavasid järgides demokraatia funktsiooni, on üha enam küsimuse all, nendib Örnebring.

Algul tegeles ajakirjandusteooria ajakirjanduse rolliga poliitilises protsessis, nagu seda käsitlesid mitmed liberaalsed mõtlejad, nagu Thomas Paine, John Stuart Mill, Alexis de Tocqueville jt. Termin “**neljas võim**” („**neljas seisus**“) on pärit 18. sajandi lõpu Inglismaalt, osutamaks võimule, mida press omas samaväärselt ülejäänud kolme võimuesindajaga/ seisusega Briti kuningriigis: lordid, kirik ja saadikud. Ajakirjanduse võim põhines tema informatiivsuse potentsiaalil ja tema võimel anda avalikku tuntuust ning tunnustatust. Ajakirjanduse keskne vabadus oli anda ülevaateid ja kommenteerida nõupidamisi, istungeid ja valitsusakte. See vabadus sai esindusdemokraatia ja progressi nurgakiviks.

Angloameerika traditsioonis oli pressivabadus lähedalt seotud üksikisikute vabadusega ning liberaalse ja utilitaarse poliitilise filosoofiaga. Hiljem tekkis iseregulatsiooni mehhanismi mõiste, mis tähendas, et vabalt väljendatud tõde võib kindlalt eksimuse, kui mõlemad saavad end vabalt väljendada (John Milton). Teine viis sama mõtte väljenduseks on “**ideede vaba turuplats**”. Selle idee aluseks on veendumus, et igal inimesel on õigus ajakirjanduse kaudu vabalt mõtteid vahetada (Harro 1996: 20). Koos ühiskonna industrialiseerumise, masstootmise ja üha suuremale tarbimisele suunatud elulaadi tekkimisega 19. sajandi lõpul industrialiseerus ka ajakirjandus. Sellega kadus

vabaturg sellises mõttes, nagu seda kujutlesid valgustusfilosoofid ja utilitaristid, kuigi ajakirjandus muutus nüüd järk-järgult võimust üha sõltumatumaks. (Harro 1996: 26)

Ajakirjandusvabadus tähendas kuni 20. sajandini eeskätt ajakirjanduse kui institutsiooni enesemääramise õigust: mitte kellelgi, eriti valitsusel, pole õigust otsustada, kellel on lubatud perioodilisi trükiseid välja anda ja mida toimetus otsustab avaldada. 20. sajand tõi kaasa uue mõtteviisi: ajakirjandusvabadus ei ole mitte ajakirjanduse kui institutsiooni privileeg, vaid ühiskonnaliikmete vaba kommunikatsiooni õigus. Nende kahe mõtteviisi sünteesina sündis idee, et ainult **sotsiaalselt vastutustundeline ajakirjandus** ei kuritarvita talle antud vabadust.

Sotsiaalsel vastutusel põhinevat ajakirjandust on ajakirjanduse nelja normatiivse regulatsiooni ühe tüübina kirjeldanud Sibert, Peterson ja Schramm (1947, Harro 1996: 56 kaudu) **autoritaarse, liberaalse ja nõukogulik-totalitaarse** tüübi kõrval. “Idee, et ajakirjanike sotsiaalne vastutustunne ja eneseregulatsioon on ajakirjandusvabaduse parimaks võimalikuks garantiiks, on siitpeale olnud ajakirjanduse eneseregulatsiooni peamiseks põhjenduseks. See tähendab, et professionaalsete kommunikaatorite (ajakirjanike, toimetajate) ja ühiskonna vahel sõlmitaks justkui leping: ühiskond annab ajakirjandusele teatud õigused, mitte privileegid, kaitseb ajakirjanduse vabadust nende eest, kes püüavad informatsiooni levikut takistada; ajakirjandusorganisatsioonid ja ajakirjanikud aga tunnustavad vabatahtlikult teatud kitsendusi ja kohustusi ühiskonna ees ning osalevad kriitilistes aruteludes nende üle.” (Harro 1996: 57)

Ameerika ajakirjanikud ja meediauurijad on esitanud ka **kodanikuajakirjanduse** või **osalusajakirjanduse** kontseptsiooni (Glasser ja Craft 1997; Schudson 1998, Glasser 1999). Osalusajakirjanduse eesmärgi kohaselt peaks ajakirjandus edendama sotsiaalset osalust ja avalikku arutelu, selle kaudu tugevdama kodanikuühiskonda. Schudsoni järgi tugineb see rohkem eestkoste mudelile kui turu- või propagandamudelile. Ta kirjutab (1998: 136, McQuail 200:143 kaudu): “Eestkoste mudeli kohaselt peaksid ajakirjanikud pakkuma uudiseid vastavalt sellele, mida nemad professionaalse grupina arvavad, mida kodanikud peaksid teadma.” See esitab mitmed nõuded ajakirjanike professionaalsusele.

Schudsoni sõnade kohaselt on ajakirjanikud professionaalid, kes hoiavad kodanikuks olemist meie jaoks tõsiselt võetavana. Glasseri ja Crafti (1997) järgi kutsub osalusajakirjandus üles muutusele informeerivast ajakirjandusest suhtlevaks ajakirjanduseks. Avalikkus ei vaja ainult informatsiooni sündmuste kohta, vaid ka enda seostamist toimuvaga, mis kutsub esile vaidlusi ja arutelu. Osalusajakirjandus lööb sellega lahku neutraalsest ja objektiivsest info edastamise traditsioonist, mis aga ei tähenda tagasipöördumist poliitilise või propagandistliku ajakirjanduse poole.

Ühiskonna valvekoera kontseptsioon kujunes välja 19. sajandi Ameerika Ühendriikides kohtuvaidluste käigus. Selle kontseptsiooni järgi on ajakirjandus eelkõige ühiskonna huve teeniv institutsioon.

Uuema aja ajakirjanikke puudutavad uuringud algavad David Manning White'i (1950, Shoemaker&Reese 1991: 3 kaudu) väitega, et ajakirjanikud on kui **väravavahid** (*gatekeepers*), kes selekteerivad kogu päeva sündmuste seast need, millest saavad uudised.² Ning alates Warren Breed's (1955) kirjeldustest, kuidas ajakirjanikud sotsialiseeruvad oma ametiga, on hulk uurimusi sellest, kuidas meediatöötajad, organisatsioonid ja ka ühiskond mõjutavad meedia sisu (Shoemaker&Reese 1991: 3).

Normatiivsete meediateooriate "põllul" leidub küllalt üksmeelt põhiideede osas, kuidas meedia peaks andma oma panuse demokraatliku ühiskonna toimimisse.

Kõige üldisemalt oodatakse meedialt kaasabi nelja eesmärgi suhtes (McQuail 2000:144):

1. Jälgida pidevalt sündmusi, ideid ja avaliku elu tegelasi, mille tulemuseks on nii avalikkusele suunatud teadetevoog kui ka moraalse ja sotsiaalse elukorralduse vastu eksimise esiletoomine.

² *Gatekeeping* on üks vanimaid ja tuntumaid (rolli)konstrukte: protsess, mille kaudu miljardid sõnumid transformeeritakse sadadeks sõnumiteks, mis jõuavad kindlate inimesteni kindlatel päevadel. Väravavahiks olemine hõlmab endas rohkem kui pelgalt uudiste valikut. Dnohue, Tichenor ja Olien (1972, Shoemaker: 1991: 1 kaudu) on märkinud, et väravahiks olemine on informatsiooni kontrollimise laiem protsess, mis sisaldab sõnumi kodeerimist, mitte ainult valikut, vaid ka selle tagasi hoidmist (varjamist, edastamata jätmist), ülekandmist, vormimist, väljapanekut (esitlemist), kordamist, teabe ajastamist. Teisisõnu hõlmab väravavahiks olemise protsess kõiki aspekte sõnumite valikust, käsitlemisest ja kontrollist, olgu sõnum siis vahendatud massimeedia või interpersonaalsete kanalite kaudu.

2. Pakkuda sõltumatut ja põhjalikku kriitikat ühiskonna ja selle institutsioonide kohta.
3. Julgustada eneseväljendust ja sotsiaalset osalust, pakkuda selleks vahendeid võimalikult paljudele.
4. Osaleda ühiste arusaamade ja identiteedi kujunemises, tugevdada sotsiaalset sidusust.

McQuaili hinnangul oleks vale oodata, et kõik meediakanalid nende eesmärkide nimel tegutseksid või et erinevate kanalite osatähtsus oleks ühesugune, lisaks tuleb normaalseks pidada omavahel kokkusobimatute mõttevoolude olemasolu. (Ibid)

Nordenstreng (1997, McQuail 2000:144-145 kaudu) on välja toonud viie normatiivse paradigma piirjooned.

1. **Liberaal-pluralistlik paradigma**, mis põhineb vanal liberaalsel teorial, rõhutades üksikisiku osa ja defineerides avalikku huvi sellena, mis avalikkust huvitab. Aruandlus ühiskonna ees saavutatakse meediaturu ja minimaalse eneseregulatsiooni teatud vormide kaudu, riigi roll on minimaalne.
2. **Sotsiaalse vastutuse paradigma**. Publitseerimisvabadusega kaasnevad isiklikku huvi ületavad kohustused laiema ühiskonna ees. Visandatakse vabaduse positiivne tähendus, mis sisaldab teatud sotsiaalseid eesmärke. Individualistlikule poliitilisele teooriale eelistatakse kogukondlikku.
3. **Kriitiline paradigma**. Meediat nähakse olevat sattunud sõltuvusse sotsiaalsetest struktuuridest, väljendusvabadust piiravad repressiivsed või hegemoonilised (riigi ja äri) jõud ühelt poolt ja rõhutatud massid teiselt poolt. Meedia omab emantsipatsioonilist potentsiaali, kuid ainult nendes vormides, millel õnnestub pääseda domineeriva institutsiooni kontrolli alt.

4. **Administratiivne paradigma** pärineb 19. sajandi elitaarsest kodanlikust pressist ja tõstab esile registreerivat objektiivset ajakirjandust, mis tugineb olulistel teemadel usaldusväärset informatsiooni pakkuvatele autoriteetsetele allikatele. Paradigma väljendab nii ajakirjandusliku professionaalsuse ideaale kui ka teovõimelise bürokraatliku riigi nõudmisi. Administratiivsel paradigmat on infotehnokraatlik kallutatus, mille eesmärgiks on pigem meeldida ja kasu tuua juhtivale poliitilisele eliidile kui massidele.

5. **Kultuurilise dialoogi paradigma** juured on traditsioonilises ja agraarses ühiskonnas, rohujuuretasandi liikumistes, liberaalses teoloogias ja kultuuriuuringutes. See paradigma lükkab kõrvale nii universaalse ratsionaalsuse kui ka bürokraatlik-professionaalse kompetentsi ja efektiivsuse ideaalid. Paradigma rõhutab subkultuuride õigusi koos neile omaste väärtustega, edendab vastastikust mõistmist ja kokkukuuluvuse tähtsaks pidamist.

Kõigi normatiivsete pressiteooriate ühiseks elemendiks on nõue, et meedia peaks esmajärjekorras *vastama oma auditooriumi vajadustele ja -huvidele* ning alles seejärel *arvestama klientide ja riigi huvidega* (McQuail: 227).

Denis McQuail (2000: 140) märgib, et tänapäeval pole meedia enamikus maades iseseisev süsteem oma erilise filosoofia või eesmärgiga, vaid sellega seondub palju erinevaid funktsioone ja ootusi.

Ühiskonna positiivseid ootusi meedia suhtes on mõnda aega väljendanud tugev kriitika ajakirjanduslike standardite languse suhtes, mis tuleneb enamasti kommertsialiseerumisest (Bogart 1995, McQuail 2000 kaudu). Massimeediat süüdistatakse selles, et ta ei toeta piisavalt poliitikuid nende püüdlustes avalikkust informeerida ja kaasa haarata, eelistades selle asemel meelt lahutada, sensatsiooni tekitada ja raha taga ajada (Patterson 1994; Blumler ja Gurevitš 1995; Fallowa 1996; Blumer ja Kavanagh 1999, McQuail 2000 kaudu). James Carey (1999, McQuail 2000 kaudu) tõstatab küsimuse ajakirjanduse saatuses, kui ajakirjandus lakkab hoolimast oma

demokraatlikust rollist. “Ilma institutsioonide toetuseta või demokraatia vaimuta taandatakse ajakirjanikud propagandistideks või meelelahutajateks/---/; ajakirjanduse saavad hävitada veel teisedki jõud peale totalitaarse riigi; ajakirjanduse võib hävitada ka meelelahutuslik riik” (*Ibid*).

McQuaili sõnul pole aga kuigi palju tõestusmaterjali kommertsialiseerumise tulemusel toimunud meedia tegevusstandardite languse kohta, vähemalt nii võib väita paljude Euroopa maade puhul (Brants 1998, McQuail 2000 kaudu).

Kuidas aga hinnata selles valguses Eesti ajakirjandust? Ka Eesti ajakirjanduse aadressil on kõlanud süüdistusi³, rääkides demokraatiale ohtlikust ajakirjanduse kvaliteedi langusest, meelelahutuse osatähtsuse suurenemisest. Kas ajakirjanike endi kujutluses ajakirjanduse rollist ühiskonnas on toimunud sellesisulisi muutusi?

³ Vt nt Ilves, T. H. *Quis custodiet ipsos custodiet?* Postimees, 21.01.2010.

1.1.1 Ajakirjanikuametist Eestis

Ajakirjanikuameti teke Eestis on otseselt seotud rahvusliku intelligentsi tekkimise ja arenguga. 19. sajandi teisel poolel hakkas silmanähtavalt kasvama eestlastest kirikuõpetajate, arstide, juristide, koolmeistrite arv. Nende hulgast võrsusidki 1860.–1880. aastatel eesti soost ajalehetoimetajad. Nagu paljudes teisteski maades, näiteks Soomes, said ka Eestis ajalehetoimetajateks eeskätt nende elukutsete esindajad. Kõige rohkem oli ajakirjanike hulgas endisi kooliõpetajaid. (Pallas 2000: 162)

Eestis on ajakirjanikul traditsiooniliselt olnud **kasvataja ja harija roll**, didaktilis-normatiivne funktsioon oli valdav ajakirjanduse hälliperioodis. Pallas kirjeldab 19. sajandi lõpu ajakirjaniku rolli osana ka **vastutust avalikkuse ees** – sellest tulenevalt oli tähtis olla haritud ajakirjanik. Samuti on eesti ajakirjanduse nn hälliperioodi ajakirjanikud märkinud **asjatundlikkuse** vajadust oma töös: toimetaja peaks ise asjatundja olema ja tal peaksid asjatundlikud kaastöölised olema (Postimees 31.10.1887). Üle saja aasta tagasi puudusid ülikoolidest ühiskonnateadused. Sellele oli kõige lähemal õigusteaduslik ja teoloogiline haridus. “Mees, kes õpetatud seadusetundja, on vististi ka kõige sündsam ajalehe toimetaja,” kirjutas Karl August Hermann Jaan Tõnissonile oma õnnistust kaasa andes, kui viimane Postimehe etteosa asus (Postimees 31.11.1896, Pallas 2000: 154 kaudu).

Ajaleht on Eesti ühiskonnas olnud õpetaja-teenäitaja, kes on lugejatest targem ja avarama pilguga ning kelle ülesandeks on oma teadmisi ja arvamusi lugejaga jagada. Aegapidi, seoses poliitilise avalikkuse arenguga, hakati ajalehes nägema **kindlate ideede propageerijat, teatavate konkreetsete eesmärkide nimel võitlejat**. Hakati tunnetama tema reaalselt ühiskondlikku jõudu. Eestis olid ajakirjanikud, eriti rahvuslikust ärkamisajast kuni Eesti Vabariigi alguseni avalikkuse silmis mõnes mõttes erilises staatuses. Tegemist oli õhukese eesti haritlaste kihi väikesearvuliste esindajatega, kes polnud mitte ainult ajakirjanikud, vaid ka **avalikud elu tegelased ja rahvajuhid**. Näiteks kirjutas Päevaleht (22.10.1919) ajakirjaniku osast ühiskonnas järgmiselt: “Keset meie

hariduse lugu seisab ajalehe mees, kes jutustab, õpetab ja seletab, valupäevadel troosti jagab ja teed kitsikusest välja juhatab”. (Mälk: 2000: 165).

Kirjanik ja ajakirjanik, aastatel 1908–1934 Päevalehe peatoimetajana töötanud Georg Eduard Luiga on rõhutanud ajakirjaniku töös vastutust ja eetilistust, millest tolle aja tormiliselt arenevas ja kiirelt äristuvast eesti ajakirjanduses sageli vajaka jäi. Luiga on öelnud: “Kirjutage ainult tõtt, ärge rutake inimeste peale heitma halba varju, kaaluge tema tegu poolt ja vastu seisukohalt, püüdke inimesi mõista ja otsustage siis.” (Lauk 1994: 70)

1.2. Ajakirjanike professionaalne ja sotsiaalne rollitunnetus

Rolli käsitletakse kui sotsiaalselt defineeritud positsioone ja käitumismudeleid, mida iseloomustavad kindlad reeglite, normide ja ootuste kogumid, mis reguleerivad indiviidide suhtlust ja sotsiaalseid praktikaid. (Franklin et al 2005: 270)

Käesolevas töös vaadeldakse ajakirjanike professionaalset ja sotsiaalset rolli ajakirjanike enesetaju vaatepunktist. See kätkeb

- 1) ajakirjanike endi poolt defineeritavat *suhet oma töösse*;
- 2) viisi, kuidas mõistetakse oma *ülesandeid ajakirjanikuna*,
- 3) tunnetust *vastutusest ühiskonna*, aga ka *meediakanali, omanike ning kolleegide* ees.
- 4) ajakirjanike tunnetust *kutse-etikast*

Rollitaju on ka kompleks subjektiivsetest ja intersubjektiivsetest *väärtustest*, mõjutatud nii professionaalse kogemuse kui ka ajaloolise konteksti poolt, märgivad Volek ja Jirak (2007: 362).

Sellest tulenevalt ei ole rollitaju absoluutne, vaid pigem ajutine ja muutuv nähtus, sõltudes paljudest erinevatest teguritest. Seetõttu ei saa rääkida kindlalt püsivatest gruppidest või tüpoloogiatest – rollitaju muutub vastavalt ajakirjaniku professionaalsele kogemusele, elueale, meediakanalile, kultuurikontekstile ja ühiskondlik-poliitilisele taustsüsteemile.

On vähe ameteid, mille esindajate professionaalne rollitaju muutub nii põhjalikult seoses ühiskonnakorra muutumisega. Seoses ühiskondlike muutustega mõtestatakse uuesti oma professionaalne roll ja selle funktsioonid.

Ka Eesti puhul saab rääkida dramaatilistest muutustest ajakirjanike rollitajus seoses ühiskonnakorra jm institutsionaalsete muutustega.⁴

Dramaatilistel pöördehetkedel ei kohane aga sugugi mitte kõik professiooni esindajad muutustega ning paljud ajakirjanikud jätavad oma ameti maha.

Dramaatilised pöördehetked või kriisid ei ole seotud üksnes ühiskonnakorra muutustega: ka kultuuriline ja majanduslik globaliseerumine, tehnoloogia ülikiire areng või ka majanduskriis on muutused, mille valguses ajakirjanikud oma rolli uuesti mõtestavad.

Shoemaker ja Reese toovad välja, et ametist lahkuvad need, kes kaotavad oma noorusele omase elevuse otsimise ning soovivad suuremat palka. Samuti minnakse omandama haridust, lahkutakse oma erialavaldkonda (nt keskkonnareporter mõnda teise keskkonnaga seotud institutsiooni), paljud suunduvad n-ö pealtvaatamise asemel aktiivsesse poliitikasse. Põletakse läbi ja lahkutakse ameti n-ö korduva loomuse tõttu (aasta-aastalt lood valimistest) või väsitakse sündmuse passiivse vaatleja rollist. Hulk liikumisi leiab aset ajakirjanduse ja teiste massikommunikatsiooni valdkondade vahel: näiteks uudiseajakirjanikust saab teleprodutsent (Shoemaker&Reese 1991: 58-59).

⁴ Ajakirjanike rollitunnetust postkommunistlikes maades on uurinud Epp Lauk (1996: 93–106), seades küsimuse ajakirjanike rolli defineerimisest ühest ühiskonnakorrast teise liikudes ehk muutumisest propagandamasina hääletorust demokraatliku ühiskonna ajakirjanikuks. Selles olukorras on olnud paljude maade, ka Eesti ajakirjanikud.

1.3 Rollitaju mõjutajad

Ajakirjanike professionaalsed rollid on seotud nii ajakirjanike isiklike enesekirjelduste ja -tajudega, kui ka massimeedia poliitiliste funktsioonidega, märgivad Weischenberg *et al* (1998: 242).

Ajakirjanik keskendub oma rollifunktsioone täites *individuaalsetele* või *organisatsioonilistele/institutsioonilistele* otsustustele.

Dooley (1997, 2-12, Pallas 2000: 21 kaudu) järgi on ajakirjandustöö ja amet kultuuriline ja sotsiaalne konstruktsioon, mida tuleb määratleda ja rekonstrueerida erinevate protsesside kompleksis, millest osa asub väljaspool ametialast kontrolli.

Meedia on reeglina institutsionaliseeritud. Seetõttu ei saa ka näiteks meedia sisu analüüsidest võtta arvesse üksnes üksiku ajakirjaniku isiklikku tasandit, sest meediaorganisatsioonidel on ajakirjanike tegevusele juba nn *eelmõju* (Weischengerg *et al* 1998: 231). Muutujana tuleks arvesse võtta mitmeid tunnuseid, näiteks *organisatsioonilisi tunnuseid* (nt organisatsiooni suurus ja *diferentseerumine meedialiigi alusel*, selle struktuur või autonoomia) (Ibid).

Shoemaker ja Reese tõdevad, et ajakirjaniku rollifunktsioone täites ristuvad *organisatsiooni tasandi küsimustega* ka *omanikud*, nende eesmärgid ja poliitika. (Shoemaker&Reese 1991: 115).

Tunnuseid, mis ajakirjanike rollitaju mõjutavad, võib liigitada **sisemisteks** ehk indiviidi põhisteks ja **välisteks**.

Sisemised tunnused seostuvad peamiselt sotsiaal-demograafiliste karakteristikutega, nagu vanus, sugu, aga ka haridus, elukoht (linn või maapiirkond). Sisemiste rollitaju mõjutajate alla liigituvad ka ajakirjaniku isikuomadused ning ajakirjaniku personaalne eetika ja moraal.

Välise tunnustena mõjutavad rollitaju meedia institutsioonid meedialiigi põhiselt, meedia organisatsioon, aga ka sotsiaal-kultuurilised mõjurid laiemalt.

1.3.1 Rollitaju sisemised mõjutajad

Weischenbergi et al 1992. aastal Saksamaa ajakirjanikke käsitletud uurimus tõi välja, et ajakirjandusliku töö põhilised mõjutajad olid *rollitaju sisemised perspektiivid*. Siiski märkisid Saksamaa ajakirjanikud lisaks sisemistele teguritele oma rollitaju peamise mõjutajana ka lugejaskonda või auditooriumi.

Üks oluline osa rollikontseptsiooni sisemistest mõjutajatest on ajakirjaniku isiksus ja isikuomadused.

Ajakirjanikul on indiviidina oma meeldimised ja mittemeeldimised, ideed oma töö olemusest, viisid, kuidas probleemi mõtestatakse, eelistatavad otsustamise strateegiad ning väärtused, mis otsuseid mõjutavad. Kommunikaator ei ole vaba ka isiklikest kapriisidest, nagu märgib Pamela Shoemaker (1991: 75).

Indiviidi personaalsed hoiakud ja väärtused mõjutavad ajakirjaniku kui väravavahi (*gatekeeper*) otsuseid, märgib ta (1991: 25). Varasemad uuringud kinnitavad (White 1950, Shoemaker 1991: 25 kaudu), et ajakirjaniku kui väravavahi *personaalsed hoiakud ja väärtused* omavad tugevat mõju uudisteteemade valikule. Flegeli ja Chaffee 1971. aasta uuring väidab, et kõige tugevamani mõjutavad reportereid nende *isiklikud arvamused*, järgnesid *toimetajate, lugejate ja reklaamiandjate arvamused* (Shoemaker 1991: 25).

“Nõnda võib öelda, et nad ignoreerisid väliseid sotsiaalseid survestajaid, kaasa arvatud nende endi ametiga seotud bürokraatiad, aga ei ignoreerinud isiklike veendumusi.” (Flegel&Chaffe 1971: 650–651; Shoemaker 1991: 26 kaudu)

Pamela Shoemaker lähtub *gatekeeperi* rollitaju analüüsis *mõtlemise teooria*st – kuidas *gatekeeperid* väärtustavad ja interpreteerivad sõnumeid –, *otsuste tegemise teooria*st ning individuaalse väravavahi karakteristikutest – taustast, väärtustest, rollitajust ja kogemustest.

Ajakirjanike rollitaju oleneb ka ajakirjaniku *enesehinnangust*, aga ka näiteks *ambitsioonikusest ja initsiatiivikusest*.

Meie taustal on kalduvus mõjutada seda, kuidas me maailma näeme. Meie perekonnad, koolid kõik elukogemused vormivad meie prioriteete, ootusi, unistusi, kommunikaatorid ei erine selle poolest arstidest, töolistest jne, kinnitavad Shoemaker&Reese (1991: 64).⁵

Isiklike tunnete, eelarvamuste, stereotüüpsete ettekujutuste mõju ajakirjanikutööle on märkinud ka Tiit Hennoste (2001: 231) “Reporterilt eeldatakse, et ta tegutseb loogiliselt, ratsionaalselt ja süsteemselt. Et ta on objektiivne, täpne, tasakaalukas, asjatundlik ja ajab oma lugejate, mitte iseenda või mingi organisatsiooni asja. Kuid ka reporteril on tunded, eelarvamused, stereotüübid, mis mõjutavad teda eeskätt ebateadlikult.”

Tundeid määratleb Hennoste (Ibid) kui kontrollimatuid emotsionaalseid hoiakuid konkreetsete inimeste või institutsioonide suhtes, mis teda juhivad. Need võivad tema hinnangul reporteri tööd segada, aga võivad ka sundida teda otsima kuritarvitusi ja ebaseaduslikkust. “Näiteks konkreetne inimene, kellest ta kirjutama peab, võib olla talle ebameeldiv või meeldiv. Just sellised tunded toovad teksti varjatud suhtumist väljendavaid pisisõnu ja grammatilisi konstruktsioone.”

Reporteril võivad olla ka positiivsed või *negatiivsed eelarvamused* mõne inimrühma suhtes, millesse tema loo kangelane kuulub. Need tekitavad kindlaid tundeid selle inimese suhtes, ilma et ajakirjanik tema kohta midagi erilist teaks. Siin on oluline mõjutaja ka harjumus. Reporter võib olla mõne isiku, organisatsiooni olemasoluga nii harjunud, et ignoreerib igasugust negatiivset infot selle kohta, märgib Hennoste. “See tähendab: see on ikka niimoodi olnud ja seepärast ei saa seda kuidagi küsitavaks teha või sellele vastu rääkida. “Selline eelhoiak ei lase reporteril täita ajakirjanduse väga olulist rolli: olla võimu kriitik.” (Hennoste 2001: 232)

⁵ Shoemaker ja Reese (1991: 66-72) on uurinud ka ajakirjanike isiklike väärtusi ja uskumusi, poliitilisi hoiakuid, religioosseid suundumusi ja väärtusi ning nende mõju meedia sisule.

Reporteril võivad olla ka *stereotüüpsed arusaamad* mõne inimrühma suhtes. Need võivad reporterit pimestada, nii et ta ei näe inimese või rühma tegelikke omadusi, vaid tõlgendab nende käitumist stereotüüpide kaudu (Ibid).

Sellegipoolest on ka professionaalsetel omadustel, nagu näiteks loomingulisusel, isikupärasel ütlemise ja kirjutamise viisil, võimel kiiresti sündmustele reageerida, analüüsivõimel jne. ajakirjanike rollitaju enesetunnetuslikule kontseptsioonile oma mõju.

Samamoodi on mõju ka *professionaalsetel baasväärtustel*, nagu näiteks ausus, leppimatus vale ja silmakirjalikkusega, sellega seonduvad ka nii isiklik kui ka ametieetika, moraal ja kõlblus.

Professionaalsed baasväärtused on universaalsed, need ei sõltu ajastust, meedialiigist ega ka näiteks konkreetsest organisatsioonist, kus ajakirjanik töötab.

Shoemakeri ja Reese'i (1991: 72) järgi ei ole ajakirjaniku roll ja personaalne mõju kogu aeg ühesugune, vaid muutuv, sõltudes esiteks *kommunikaatori isikust ja positsioonist* ning teiseks töötegemise õhustikust. "On võimalik, et kui kommunikaatoritel on rohkem võimu oma teadete üle ja nad töötavad vabamas õhkkonnas, mõjutavad nende isiklik suhtumine, hinnangud ja tõekspidamised sisu rohkem. On üsna selge, et näiteks inimesed, kes jõuavad eri meedialiikides (ajakirjanduses, filmis, televisioonis) kõrgetele kohtadele, kasutavad avardunud võimalusi isiklike arvamusi ja tõekspidamisi väljendada. Meedia loogika, mis soodustab isikupära väärtustamist, toetab tihti ka seda tendentsi, kuni see ei lähe vastuollu kommertsloogikaga."

Vaid ühe osa rollikontseptsioonist moodustavad *ajakirjanike endi arusaamad oma rollist*. Osa ajakirjanikke soovib olla poliitika mõjutajad, teised lihtsalt uudiste vahendajad, kolmandad meelelahutajad jne.

1.3.2 Rollitaju välised mõjutajad

Eeldus, mille järgi isiklikud omadused mõjutavad otseselt meedia sisu, haakub küll hästi meedia ideoloogia ja mütoloožiaga, kuid on vastuolus *organisatsioonilise ja tehnoloogiliste determinismiga*. Enamik meediatooteid ei ole üksikisiku, vaid meeskonna looming. “Personaalne autorlus ei ole eriti oluline, hoolimata tendentsist, et meedia soosib üksikuid kuulsusi.” (McQuail 2000: 239)

Ka ajakirjanike sotsio-demograafilise tausta mõju meedia sisule on vähene, märgivad Weaver ja Wilhoit (1986: 25, Shoemaker&Reese 1991: 64 kaudu). Suuremat tähtsust omistavad nad *organisatsioonilistele mõjutajatele ja piirajatele*.

Ajakirjanikud tegutsevad sümbioosis oma organisatsiooniga. Ajakirjanik peab arvestama kitsendustega, mida tekitavad kommunikatsioonirutiinid, ta peab mahtuma organisatsiooni raamistiku sisse, millel on oma prioriteedid, samuti tuleb arvestada mõjuritega väljastpoolt organisatsiooni. Kõik on omavahel seotud sotsiaalse süsteemiga. (Shoemaker 1991: 75)

Ajakirjanikel on vastutus organisatsioonilises kontekstis – nad peavad omaks võtma organisatsiooni tingimused, konteksti. Nad peavad sulanduma sellesse.

Samuti võivad rollitaju määratlemisel olulise tähtsusega olla *organisatsiooni sisesed isikutevahelised suhted*.

Ajakirjanike rollitunnetust mõjutavad ka ajakirjandusjuhtide, omanike, peatoimetajate jm *ülemuste arusaamad* sellest, millist rolli peavad nende alluvad täitma.

Ajakirjaniku tööprotsess on suhtlus väga mitmete inimeste interaktsioonis – teised toimetuse liikmed jne. Otsustes lähtutakse “uudisväärtusest” ja auditooriumi ootustest. Otsuseid, tegevusi mõjutab meedia organisatsioon.

Märkimisväärne osa ajakirjanike rollikäitumises on ka näiteks ajakirjaniku tunnetusel isiklikust *valikuvabadusest organisatsioonis*, mis on tihti vastuolus meediaorganisatsiooni elementidega, nagu orienteeritus kasumile, tehnilised tööruitiinid, (Weischenberg et al 1998: 242).

Rollitaju väliste mõjutajate alla liigitavad Weischenberg ja teised ka *lugejaskonna* ehk auditoriumi. (1998: 248).

Üks võimalus ajakirjaniku enesetunnetuslikku rolli määratleda on vastavalt sellele, *keda ajakirjanik püüab esindada*, märgib ka Hennoste. Ajakirjanik võib olla rangelt oma lugejate esindaja, aga võib olla ka mingi poliitilise jõu, kindla rühma või partei esindaja (Hennoste 2001: 231)

Ajakirjanik kujutleb auditoriumi väärtusi ja tundeid tema enda omadega sarnasena (Shoemaker 1991: 62). Gieber (1963, Shoemaker 1991: 62 kaudu) nimetab niisugust ajakirjanikku *projitseerivaks (projective)* ajakirjanikuks: ta tegutseb oma isiklike otsustuste kohaselt, eeldades, et auditorium on samal arvamusel.

Shoemaker toob ajakirjanike puhul välja ka *introjektsiooni* – teiste inimeste hoiakute, vaadete, motiivide jms omaks võtmise. Ajakirjanikke, kelle puhul võib introjektsiooni täheldada, on ilmselt harvem, pakub Shoemaker (*Ibid*), kuid nemad üritavad “kätte saada” auditoriumi muresid ning väravavalvamise protsess on isiklikest väärtustest ja tunnetest rohkem mõjutatud väravavahi tajust selle kohta, mida auditorium tahab.

Vähemat mõju näevad Weischenberg et al (1998: 248) *PRi institutsioonidel, kirjastajatel ja ringhäälingu superviisoritel, ajakirjanike sõpradel ja perel, äril, poliitilistel parteidel, ametiühingutel, spordiühendustel ja kirikutel*.

Oma osa on ka *harjumustel ja rutiinil*, samuti on uudistevalikul oluline roll toetumisel *ülejäanud meediale* – toimetajad on innukad lugejad. Samuti tuleb arvestada, et meediaorganisatsioonid on ka omavahel otseses turuvõitluses.

Üks osa ajakirjanike professionaalsest rollikontseptsioonist on *ajakirjanikutööle seatavad eesmärgid*. Tunstall (1971, McQuail 2000: 227 kaudu) on eristanud leheajakirjanike uuringutele tuginedes *tulunduslikke* ja *mittetulunduslikke eesmärke* (prestiiži kogumine, ühiskondliku mõju või võimu saavutamine, teatud normatiivse sihi poole püüdlemine, nt teatava sotsiaalse grupi teenindamine). Tulunduslikke eesmärke on peamiselt kaht laadi: sissetulekud otsesest müügist tarbijatele ja sissetulekud reklaamist.

Rollitaju sõltub ka konkreetsetest *tööülesannetest*. Ajakirjanduses on rida erinevaid *ameteid* ja paljuski määravad needki ajakirjanike tunnetust oma rollist. “Nii võib uudisteajakirjanik pidada ennast neutraalseks vahendajaks, aga arvamustoimetuse liige mõjutajaks ja poliitikuks teiste vahenditega, ehk inimeseks, kes teeb poliitikat ajakirjanduse, mitte partei kaudu” (Hennoste 2001: 231).

Organisatsioonis eri *staatust* omavate ajakirjanike rollifunktsioonid on erinevad, märgib Poola uurija Sylwia Meczal (2009). Tema eristab oma uurimustöö põhjal ajakirjanikuametis kolme tasandit ning seob need konkreetsete rollifunktsioonidega:

1. Uudisteajakirjaniku tasand – kompleksne käsitlevate teemade variatiivsuse poolest. Selle tasandi ajakirjanike tähtsam funktsioon on *informeeriv*, olgugi et ajakirjanik võib olla ka sel tasandil vahel *sotsiaaltöötaja* või *vahendaja* kogukonna ja võimude vahel. Vahel võivad selle tasandi kommunikaatorid olla ka *kommentaatori* rollis. Samm järgmisele tasandile on Meczali järgi ajakirjanikul võimalik astuda kahes suunas, valides kas eksperdi või toimetaja suuna.
2. *Ekspert-ajakirjaniku* (publitsisti, uuriva ajakirjaniku) tasand võibki olla ajakirjanikukarjääri lõplik tasand juhul, kui ei soovita saada toimetajaks. Selle tasandi ajakirjanik vastutab pikemate ja keerulisemate materjalide ettevalmistamise eest (reportaažid, esseed jm), töötab erinevas töörütmis, ei sõltu toimetuse ajagraafikust, võib töötada materjale ette valmistades kauem. Selle

tasandi kommunikaatorite peamine roll on *paljastada kõrvalekaldeid*. Sageli on nad ka kommentaatorid, informandid ja ka sotsiaaltöötajad.

3. Toimetaja tasand – selle tasandi ajakirjanik on väga kogunud, tema peamine funktsioon on planeerida väljaannet, kontrollida nooremate ajakirjanike materjale, anda nõu ja tulla välja ideedega. Kõrgem positsioon sellel tasandil on peatoimetaja oma. (Mecfal 2009)

Üheks oluliseks teguriks, mis ajakirjanike arusaama enda rollist kujundab, on *ühiskondlik-kultuuriline kontekst* ning ka *ajakirjanduse traditsiooniline roll* ühiskonnas. Nii on Eestis ajakirjanik olnud valgustaja, kultuuritegelane, aga ka see, kes võitleb võimu kuritarvituste vastu.

Aastatega on muutunud nii tehnoloogia kui ka ajakirjanike igapäevane *töörutiin ja – praktika*. Ka see mõjutab ajakirjanike taju omaendi rollist.

Olulised mõjutajad võivad olla ka *hüved*, mida ajakirjanikutöö võimaldab, ning *auahnus* või *soov pälvida* auditooriumi, peatoimetaja või kolleegide *tunnustust*.

On ka ajakirjanikke, kes käsitlevad oma rolli eeskätt *pragmaatilisena*: see on palgatöö.

Rollitaju mõjutavad väliselt

1. *Organisatsioon, meediaväline, sotsiaalne, institutsionaalne tasand*.
2. *Turg*. Kasumit tootvates ettevõtetes on ajakirjaniku tööprotsess osa üldisest tulude suurendamise ja kulude vähendamise protsessist. Eeskätt väiksemates väljaannetes peavad toimetajad tegema nii ärilisi kui ka ajakirjanduslikke otsuseid.
3. *Reklaamiandjad*. Eriti meediakanalites, mis sõltuvad otseselt kommertslikest toetustest.
4. *Valitsus*.

5. *Muu meedia*. (Ajakirjanikud lähtuvad oma rollitaju representeerimisel paljuski sellest, mida teevad teised ajakirjanikud või väljaanded, pidades seda oluliseks.)
6. *Kultuur*. Kultuurikontekst mõjutab rollitaju ning neid teemasid, mis pääsevad läbi “värava” (*gate*) ja ka sõnumeid endid. Rollitaju mõjutab ka kultuurikontekst.
7. *Ideoloogia*. Rollitaju võib olla mõjutatud ideoloogia poolt, milles ajakirjanikud eksisteerivad. Ideoloogiat ei vaadelda siin mitte individuaalse uskumuste süsteemina, vaid integreeritud maailmavaatena, mida jagavad peaaegu kõik sotsiaalses süsteemis. (Shoemaker 1991: 62–75)

1.3.3 Ajakirjanike kutseideoloogiast ja -eetikast

Kuulumine kutseorganisatsiooni ning tunnetus professionaalsest ideoloogiast mõjutab ajakirjaniku tunnetust oma rollist. Kellega ajakirjanik end samastab: kas identifitseerib end kohaliku kogukonna või üldisema (laiema) avalikkusega või ka oma toimetusega/väljaandega?

Ideoloogiat võib mõista kui tõekspidamiste süsteemi, mis rõhutab teatud väärtusi ja eitab teisi. Ühel ametialal töötavatel inimestel või seda ametit pidavate inimeste jaoks võib ühiskonnas välja kujuneda selle ametiga seotud tõekspidamiste süsteem. Ajakirjanikud kasutavad kutseideoloogiat, esitamaks küsimusi oma ameti eesmärkide ja nende saavutamise viiside kohta (Altschull : 148, Harro 1993: 45-46 kaudu).

Altschull käsitleb mõisteid *professionaalne ideoloogia* ja *kutse-eetika* suures ulatuses kattuvana. Ideoloogia on tema käsitluses siiski laiem ja lahtisem, teisisõnu muutuvam ja diskuteeritavam, sageli konkreetselt sõnastamata, teatud kultuurikontekstis arenenud.

Altschulli järgi on kutseideoloogial neli allikat:

- 1) ameti/kutse ajaloolises arengus toodud eetikakoodeksid ja käitumisjuhised,
- 2) teadlik mõtlemine antud professiooni üle,
- 3) emotsioonidel põhinevad seisukohad,
- 4) professiooni liidrite avalikud avaldused (Altschull : 17, Harro 1993: 46 kaudu)

Ajakirjanike kutseideoloogia üle on põhjalikult arutletud Ameerika Ühendriikide ajakirjandusavalikkuses. Eetikaalaseid arutlusi suunas vahetult pärast sõda moodustatud Robert M. Hutchini komisjon, mis tegi 1947. aastal raporti, milles kritiseeriti teravalt tollast ajakirjandust kui sensatsiooni ja kasumit taga ajavat ja inimesi eksitavat. Tõstatati ka küsimus, miks üldse peab ajakirjandusel olema õigus ja eelis olla vaba ja sõltumatu. Vastus sellele oli, et ajakirjandusel, olles vaba ja sõltumatu, on ühiskonna ees *kohustus*. Teisisõnu – eetiline ajakirjanik teenib eeskätt ühiskonna, mitte aga isiklikke huve.

Niisugune arusaam tundub utoopiline, kuna välistatud on inimese isiklik huvi ja sellega eitatakse inimese bioloogilist olemust. Ometi on *sotsiaalne vastutus* ja *avalikkuse huvid* kujunenud paljude professionide, mitte üksnes ajakirjanike ametiideoloogia põhialuseks. Ametiideoloogia, aktsepteerituna avaliku arvamuse ja ajakirjanike enamuse poolt ühiskonnas, on üksikisikule teatud surveabinõu eetiliste otsustuste tegemisel (Ibid: 359)

Ajakirjaniku identiteeti on nähtud tõe edastamises ja vahendamises. “Igal elualal on oma ideaal või üldine eesmärk, mis annab sellele elualale identiteedi. Tõerääkimise nõudmine meedialt toetab demokraatia ideed – informatsiooni levik aitab rahval valitsuse toimimist kontrollida, tõe kindlaks teha ja kokkulepeteni jõuda. Samuti osutub see praktilises mõttes kasulikuks: kedagi solvamata laia publikut säilitades suureneb väljaande müügi- ja reklaamitulu.”⁶

Ajakirjanduseetika väärtustab objektiivset selgust, ausust, andmete kontrollimist ja erapooletust, selgitavad Patterson ja Wilkins⁷ “Ilmselt ei saa eeldada, et ajakirjanikul poleks *oma* väärtushinnanguid. Kuid saab nõuda, et ajakirjaniku töömeetod oleks erapooletu (esitades võrdsel määral eriarvamusel olevate osapoolte seisukohti) ja et ta ei taotleks oma sõnumiga teatud hinnangu võidulepääsemist.” (Ibid)

Valetamise kui tõerääkimise vastandi avaldumisviise on Pattersoni ja Wilkinsi hinnangul mitmeid – tõsiasjade moonutamine, ilustamine või lihtsustamine, juhtunu või õeldu esitamine selgitava kontekstita, erinevate infokildude esitamine eksitavas kombinatsioonis ja faktide võltsimine. Selle loetelu hulka kuuluvad näiteks väljamõeldud sündmuste ja tegelaste esitamine uudise sisuna ning laim – halvustava valeinfo levitamine. Tõemoonutusi võib põhjustada hooletus ja teadmatus, kuid ka mõne asjaosalise kasutaotlemine. Keerulisem on hinnata mahavaikimist: kuidas suhtuda tõe varjamisse, mis ei sisalda otsest valet; kuidas hinnata olukorda, kus ajakirjaniku käsutuses on oluline avalikku huvi puudutav info, kuid ta jätab selle tervenisti või osaliselt avaldamata. Need probleemid seostuvad küsimusega, kuidas toimida siis, kui

⁶ Tartu Ülikooli Eetikakeskuse Eetikaveeb <http://www.eetika.ee/193952>.

⁷ tsiteeritud Tartu Ülikooli Eetikakeskuse Eetikaveebi <http://www.eetika.ee/193952> kaudu.

tõde võib kedagi oluliselt solvata või kahjustada; kas on teisi väärtusi, mis võivad ka meediatöös tõe üles kaaluda. (Ibid)

Osa ajakirjanikke võtab aga eetika suhtes justkui lihtsama vaate, võrdsustades selle objektiivsusega. Teised võivad võrdsustada eetilise käitumise tõerääkimisega, kuid missuguse tõe? Tõe definitsioonid muutuvad ajas ja olenevad allikatest (Shoemaker&Reese 1991: 78).

Teatud hulgale ajakirjanikest saab objektiivsus otsekui pelgupaigaks, Tuchman (1972, Shoemaker&Reese 1991: 79 kaudu) annab sellele nime “objektiivsus kui strateegiline rituaal”, mõeldes välja reeglid, mille järgimine lubab ajakirjanikel kaitsta end kriitika vastu. Shoemaker ja Reese kõnelevad ka institutsionaliseeritud eetilistest strateegiatest, nagu näiteks otsene tsiteerimine, ja välja tuues argumendi “mõlemad pooled”.

1.4 Rolli tüpoloogiad

Peamine jaotus ajakirjanike rollitaju skaalal, millest erinevad uurijad on juhitud, on **neutraalne ajakirjanik versus osaleja**.

Üks esimesi uurijaid, kes sellisest jaotusest lähtus, oli Cohen (1963) Ameerika Ühendriikides (Canel and Pique 1998: 307 kaudu).

Neid kaht rolli – neutraalse ajakirjaniku ning osaleja rolli – eristavad ka Johnstone, Slawski ja Bormann (1972, Shoemaker& Reese 1991: 75 kaudu).

Osalejad näevad oma tööd valitsuse tegevuse uurimises, analüüsides probleeme komplekselt, arutledes riikliku poliitika üle ning arendades intellektuaalseid ja kultuurilisi huvisid. Nn osalejad ajakirjanikud on selle uurimuse alusel nooremad, haritumad ning töötavad suuremates meediaorganisatsioonides.

Osalejad ei looda, et tõde saaks n-ö loomulikult paljastatud ning nende lugudes avaldub taotlus tegutseda avalikkuse suunajatena.

Teiseks **neutraalsed ajakirjanikud**, kes näevad oma ametit avalikkusele kiire informatsiooni edastamises, hoidudes kontrollimata sisuga lugudest; keskenduvad laiale publikule ning lahutavad auditooriumi meelt.

Neutraalsed reporterid näevad oma rolli, pakkudes auditooriumile faktilist informatsiooni, lubades auditooriumil teha järeldused selle kohta, mis on tõene ja õige.

Seda tüpoloogiat laiendasid Weaver ja Wilhoit, kes defineerisid kolm eraldiseisvat tõekspidamiste süsteemi, mis valitsevad ajakirjanike hoiakutes pressifunktsioonide kohta: **vastustav (adversary)**, **tõlgendav (interpretive)**, (uudiseid) **levitav (dissemination function)** (1986, Shoemaker&Reese 1991: 75 kaudu).

Interpreteeriv (tõlgendav) funktsioon – ametlike väidete uurimine, probleemistiku analüüsimine ja riikliku poliitika üle arutlemine on USA ajakirjanike domineeriv professionaalne roll.

Levitav funktsioon – avalikkusele kiire informatsiooni andmine ja keskendumine laiale auditooriumile on samuti suure tähtsusega.

Vastustav-funktsioon – äri ja ametnikkonna huvidele vastu seismise roll on Ameerika Ühendriikide ajakirjanike puhul vähemuses.

Levitav funktsioon esindab Johnstone'i neutraalset tüüpi, kuid selle puhul on rõhk informatsiooni kiirel esitamisel avalikkusele. Interpreteerija on lähedane Johnstone'i "osalejale", rõhutades ajakirjaniku tõlgendavat, interpreteerivat rolli. "Vastustav" esindab nende ajakirjanike enesetaju, kes eelistavad kriitilist vaadet valitsusele, poliitikutele. Mõlemad uurimised kinnitavad, et puhtaid tüüpe esineb väga harva, resümeerivad Volek ja Jirak (2007: 361).

Üle 60% Ameerika ajakirjanikke käsitletud uuringus osalenutest tajus interpreteeriva/uuriva rolli tähtsust, umbes pool rõhutas info kiire jagamise tähtsust suurimale võimalikule auditooriumile. Kolmas grupp (17% valimist) võttis omaks vastanduja rolli, käitudes valvekoerana nii valitsuse kui ka nn suuräri valdkondades (Shoemaker 1991: 47).

Hulk uurimusi näitab, et enamik ajakirjanikest eelistab *neutraalse teavitaja* rolli, samuti sobib see roll paremini ajakirjanduses väga oluliseks peetava professionaalse väärtuse – *objektiivsusega* (Ibid). Rootsi maakonnalehtede ajakirjanike uurijad Fjaestad ja Holmov (1976, McQuail 2000: 228) sõnastasid põhirollidena *valvekoera* rolli ning *kasvataja ja harija* rolli.

Uurimustes ei spekuloida, kuidas võiks rollitaju mõjutada näiteks otsuste tegemise (värvavahiks olemise) protsessi, kuid need rollid võiksid põhjustada seda, et värvavahid “näevad” erinevaid asju ja näevad ka nende uudisväärtust erinevalt. “Teabe jagajad” tegelevad arvatavasti üksnes nende sõnumitega, mis tulevad nende tähelepanuvälja kui töö tavapärane osa, samal ajal kui “uurijad” otsivad ja n-ö arendavad lugusid. “Vastandujad” rõhutavad lugusid valitsuse ja ärivaldkonna väärtegudest (Shoemaker 1991: 47).

Hilisemad ajakirjanike uurijad on kasutanud sarnaseid skaalasid. Nii võtsid Canel ja Pique hispaania ajakirjanikke 1991. aastal analüüsides aluseks kaks põhilist dimensiooni: **passiivne-aktiivne** ja **propageerija-neutraalne** (Canel&Pique 1998: 307).

Volek ja Jirak (2007: 358) defineerivad traditsiooniliste rollitaju viisidena **harivat, uurivat-vastandujat** ja **neutraalset-objektiivset** ajakirjaniku tüüpi. Volek ja Jirak toovad välja, et eksisteerib alagrupp, kelle jaoks ajakirjaniku roll on puhtalt karjääripõhine/pragmaatiline (2007: 358)

Tüpoloogiaid on teisigi, üldistades võib märkida, et kirjeldatakse üht tüüpi ajakirjanikke, kes näevad oma rolli kui ühiskonna peeglit – peegeldamas reaalsust – ning teine tüüp, kelle võtmeülesanne on olla “interpreteeriv”, anda tõlgendavat pilti sellest peeglist. Kuid puhtaid tüüpe on väga vähe, valdavalt on ajakirjanike vaade oma rollile pluralistlik.

Erinevad uurijad on märkinud, et ükski skaala ei ole analüüsiks päris piisav.

Valdav enamus Ameerika ajakirjanikest näeb oma rolli ülimalt mitmekesisena. “Neid ei saa kirjeldada lihtsalt kui interpreteerijaid või jagajaid; nad on *mõlemat*,” märgivad Weaver ja Wilholt (1991: 144, Robinson&Saint-Jean 1998: 364 kaudu).

Weaveri ja Wilhoiti kolmeosalisest mudelist on lähtunud ka Robinson ja Saint-Jean, uurides Kanada naisajakirjanikke (1998: 364). Ka nende hinnangul ei ole antud kolmeosaline skaala (interpreteerija, levitaja, vastanduja) piisav, võrdlemaks professionaalsete rollitajude keerukust.

Eestis on ajakirjanike rolliorientatsioone uurinud Ann Seilenthal, analüüsides ajalehe Edasi autoreid aastal 1968. Ta märgib, et ajalehele kirjutamisel oli valdava osa autorite eesmärgiks lugejate informeerimine ning omavahel tihedalt seotud publitsistliku mõjutamise ja suunamise soovide kompleks (1971: 86).

Eestis on ajakirjanike rollikäsitluse teemadel kirjutanud ka Raivo Palmaru. Tema uurimuses on küsitletud 78 trükiajakirjanikku. Rollikäsitluses eristab Palmaru ajakirjanikku kui neutraalset vahendajat ning ajakirjanikku kui pühendunud publitsisti, teisisõnu absoluutselt erapooletut, sõltumatut, õiglast ja emotsioonivaba tegelast, kes piirdub vaid teabe vahendamisega, ning täiuslikku mõjutajat, propagandisti, kelle poolehoid mõnele ideoloogiale, erakonnale või liikumisele on jäagitu ning kes näeb oma rolli ainult õigete ideede ja poliitiliste jõudude väsimatus propageerimises ja kelle puhul objektiivsuse kriteeriumid ei kehti (2001: 166). Siiski on Palmaru valim väike ja ühekülgne ega luba teha üldistusi või kaugemale ulatuvaid järeldusi Eesti ajakirjanikkonna kohta.

2006. aastal on eesti ajakirjanikkonda uurinud Scott Abel. Tema korraldatud küsitlusele vastas 227 Eesti ajakirjanikku.

Peamiste järeldustena toob Abel välja järgmised aspektid.

* Eesti ajakirjanike *kõrge rahulolu* oma tööga, tähtsate aspektidena märgiti vabadust ja autonoomiat töö juures, samuti palka ja stressi.

* Eesti ajakirjanikkond *ei määratle ühiskonna valvekoera rolli kontseptsiooni samal määral kui seda teevad ajakirjanikud pikaajalisema demokraatiaga maades.*

* Eesti ajakirjanikud omistavad ajakirjandusele *ühiskonna aktiviseerija rolli*, nad tunnevad kasvavat vajadust *teenida avalikkuse huve.*

1.5 Ajakirjanike sotsialiseerumisprotsess

Olulisel kohal rollitaju muutumises ja arengus on *professionaalse sotsialiseerumise* protsessil. Sotsialiseerumisprotsessi tähtsust on välja toonud näiteks Weischenberg ja teised (1998: 248), märkides, et professionaalne sotsialiseerumine kasvatab eetilist küpsust, ja ka Epp Lauk ja Anu Pallas (2006: 17). “Juurdetulistajatele õpetati kohanemis- ja toimetulekustrateegiat märkamatu ja loomulikult igapäevases töös,” kirjutavad nad Eesti Raadio ning põlvkondliku jätkumise rollist nõukogude okupatsiooni aastatel.

Kommunikaatori professionaalsed ja eetilised orientatsioonid on vormitud eelkõige ametikohal (või ametialast haridust omandades), protsessi kaudu, mida Breed (1960: 62, Shoemaker ja Reese 1991 kaudu) on nimetanud *sotsialiseerumiseks*: uus ajakirjanik avastab ja võtab omaks ajakirjaniku staatusega kaasas käivad õigused ja kohustused, normid ja väärtused.

Ka Weischenberg et al (1998: 242) on seisukohal, et rollikontseptsioon ei ole pelgalt individuaalne enesekirjeldus, vaid *professionaalse sotsialiseerumisprotsessi tulemus*. “Ajakirjanduslik rollitaju areneb seega sotsiaalses kontekstis teatud kindla käitumisvabaduse määraga.”

Määrava tähtsusega on seejuures ka *grupimõtlemine*, nagu märgivad ka Janis & Irving (1983, Shoemaker 1991: 28 kaudu). Ajakirjanikud on sügavalt haaratud sidusasse in-gruppi (siseringi). Siseringi survest sõltub vaimne võimekus, moraalsed otsustused. “Mida enam rühmavaimu ja sõbralikkust, seda suurem on oht, et *sõltumatu kriitiline mõtlemine asendub grupimõtlemisega*,” leiavad Janis & Irving (1983, Shoemaker 1991: 28).

Janis jagab grupimõtlemise sümptomid kolme kategooriasse.

1. Esiteks *võivad grupi liikmed üle hinnata grupi võimu ja moraalsust*. “Ajakirjanikud võivad kujutleda, et nad on loomupäraselt moraalsed, ning seetõttu nad ei tõstata küsimust oma käitumise eetilistest tagajärgedest, märgib Shoemaker (1991: 29).

Avalikkuse “õigus teada” võib olla ajakirjanikule justkui kaitse, õigustamaks eetikanormidega vastuollu minemist.

2. Janise teine aspekt grupimõtlemisest puudutab *suletust*. “Ajakirjanikud võivad ignoreerida informatsiooni, mis vastandub nende eeldatavale käitumisele, ning nende tegevuse kohta käivat kriitikat tajutakse õela, nõrga või rumalana. Kuna ajakirjanikud peavad end korrektseteks vahekohtunikeks, kes teavad, mida avalikkus peab teadma, on nad tihti alternatiivsetele vaadetele suletud.

3. Kolmanda ohutegurina grupimõtlemise puhul toob Janis välja võimaliku *konformsuse*: kui grupi liige jääb eriarvamusele, tunneb ta teiste grupiliikmete poolt nn konformsuse survet, ajakirjanikud väärtustavad oma valikuid vastavalt sellele, mida teised ajakirjanikud teevad (Shoemaker 1991: 29).

Organisatsiooni normide ja väärtuste omandamine või õppimine on Pamela Shoemakeril (1991: 59) defineeritud kui *organisatsiooniline sotsialiseerumine*. Sotsialiseerumisprotsessi puhul võib kirjeldada eri tasandeid (Jablin 1982: 256-257, Shoemaker 1991: 59):

1. *Saabumise eelne tasand* – hõlmab perioodi, mil isik formuleerib oma ootused töö kohta.
2. *Kokkupõrke tasand* – hõlmab isiku sisenemist organisatsiooni, selle tulemusena tekib mõnikord nn rollišokk, konflikt isiklike ootuste ning organisatsiooni tegelikkuse vahel.
3. *Metamorfoos* (ümberkujundus) – organisatsioonilise sotsialiseerumise viimane aste, kus isikut püütakse vastu võtta organisatsiooni täisliikmena. Isik võib üle võtta uue enesetaju, luua uusi suhteid inimestega, võtta omaks uued väärtused ja omandada uusi käitumisviise.

Uurijad on kirjeldanud ka organisatsiooni toimetuspoliitika omandamist – see on samuti osa sotsialiseerumise protsessist. “Ajakirjanikud õpivad vaatluse ja kogemuse abil, mis

on uudisväärtuslik (s.t vastuvõetav tööandja poolt) ning kuidas vältida kriitikat. Tuchman (1972, Shoemaker 1991: 60) nimetab seda *objektiivsuse strateegiliseks rituaaliks*.

Ajakirjanike sotsialiseerumine annab neile nn *jagatud väärtuste konteksti*. (Signal, 1973; Shoemaker 1991: 60 kaudu). See jagatud väärtuste kontekst tuleb mängu otsuste tegemise protsessis. Nõnda ei tehta otsuseid mitte üksnes oma isiklike kriteeriumide (rollitaju sisemised mõjutajad) või kommunikatsioonitöö spetsiifiliste rutiinide põhjal⁸ (Shoemaker&Reese 1991: 85).

Osa rutiine on n-ö meediumi-spetsiifilised: televisioonitöötajad käituvad sarnasemalt, heites kõrvale teemasid või lugusid, millel ei ole nii head visuaalset materjali, ajalehetoimetajatel seevastu on ühisjooni, jättes välja n-ö viimase hetke materjale, mis saavad vahetult enne *deadline*'i, kuna nad on täitnud ruumi juba varem (Jones, Troidahl, Hvistendahl 1961, Shoemaker 1991: 48).

Ajakirjanike kogukond (*community*) omab ettekujutust sellest, mis on hea ajakirjandus, nagu märgib Ryfe (2009: 199). Sotsialiseerumisprotsessi olulisust on ta sõnastanud emotsionaalselt: "Tänapäeva Ameerika ajakirjanik peab adapteeruma või surema."

⁸ Rutiine vaadeldakse antud töös kui tavapäraseid teatud kindla muustriga korduvaid tööpraktikaid, mida meediatöötajad kasutavad.

1.6 Rollitaju ja reaalne tööpraktika

On ilmne, et viis, kuidas ajakirjanikud oma ametit defineerivad, mõjutab sisu, mida nad toodavad. Ajakirjanikud, kes näevad end neutraalse uudise levitajana, peaksid kirjutama väga erinevalt neist, kes näevad end interpreteerijate või osalejatena, märgivad Shoemaker ja Reese (1991: 80).

Ajakirjaniku arusaamad enda rollist on olulised uudismaterjali valimise ja kirjutamise mõjutajad. Eri mõjurid üheskoos võivad üksteist võimendada või tasandada ning kokku tulevad tegelikud rollid, mida ajakirjanikud mängivad ja mis tihti on ainult osalt teadvustatud Hennoste (2001: 230–231).

Mõistet 'rollitaju' või 'rollikontseptsioon' vaadeldakse antud töös aga ajakirjanike enesekohase raamistuse kaudu. See tähendab, et ametialane roll, mida tajutakse või endale omistatakse, ei pruugi kattuda tegeliku rollikäitumise või -kasutusega.

Weischenberg et al (1998: 242) selgitavad, et *professionaalne rollitaju võib olla indikaator või tingimus professionaalseks rollikäitumiseks* ning üksnes sel juhul, kui ajakirjanikud suudavad kohaldada endi rollitajusid tegelikuks professionaalseks käitumiseks, on need rollikontseptsioonid asjakohased reaalsuse konstruktsiooniks.

Weischenberg ja teised kasutavad mõistet '**rollikäitumise relevantsus**', iseloomustamaks seost rollikontseptsiooni või rollitaju ning tegeliku professionaalse käitumise vahel.

Rollikäitumise relevantsust võivad mõjutada erinevad sõltumatud muutujad: nii näiteks saab ajakirjanik tegutseda vaid kindlalt piiritletud rollis, kui seda nõuab näiteks meediaorganisatsiooni toimetuse poliitika. Samuti võivad ajakirjanike subjektiivseid rollikontseptsioone mõjutada materiaalsed (rahalised) ressursid jne.

Teadmine, kuidas ajakirjanikud mõtlevad oma rollidest, ei võimalda siiski otseselt ennustada, kas nad ka tegelikult teostavad oma kavatsused (Weischenberger et al 1998: 246). Kuid need kaks – rollitaju ja tegelik käitumine – on teineteisele lähemal juhul, kui üksikisikust ajakirjaniku hoiakud on vastavuses selle meediaorganisatsiooni toimetuse poliitikaga, milles töötatakse.

1.7 Rollikonfliktid

Et rollitajul on mitmeid erinevaid sisemisi ja väliseid mõjureid, võivad need teatud tingimustel ka omavahel vastuollu sattuda.

Konfliktid võivad tekkida siis, kui teatud väärtused või normid tuleb hierarhiasse panna – näiteks ei saa ajakirjanik olla ühtaegu hooliv, nagu nõuaksid näiteks tema sisemised väärtused, ja objektiivne, nagu näeksid ette professionaalse rollitaju aspektid.

Mitmed kommunikaatorite (peamiselt ajakirjanike) uuringud jõuavad järeldusele, et kui tekib konflikt meediaorganisatsiooni ja töötaja vahel, põhjustab seda tõenäoliselt *organisatsiooni poliitiliste eesmärkide või majanduslike huvide* jälgijäämine *individuaalsele väljendusvabadusele*. Ajalehtede uuringud osutavad sellele, et ajakirjanikud tajuvad selgelt toimetajate ja väljaandjate poliitikat, mis dikteerib, milliseid teemasid valida või kuidas lugusid kirjutada. (McQuail 2000: 245)

Enamik meediaorganisatsioone käsitlevaid uurimusi toob esile konfliktid organisatsiooni sees: madalamatel positsioonidel olevad töötajad *versus* otsustajad (McQuail 2000: 244).

Nii võivad omavahel pingeid või vastuolusid tekitada järgmised aspektid:

- 1) meediaorganisatsiooni huvid *versus* professionaalsed standardid
- 2) meediaorganisatsiooni huvid *versus* individuaalne otsustus- ja väljendusvabadus
- 3) meediaorganisatsiooni huvid *versus* isiklikud eetilised tõekspidamised
- 4) regulatsioonid, standardid, rutiinne tootmine *versus* loovus
- 5) meediaorganisatsiooni ärilised huvid *versus* loovus, väljendusvabadus, eetika
- 6) meediaorganisatsiooni ärihuvi *versus* ajakirjanduse sotsiaalsed eesmärgid
- 7) avalik huvi *versus* isiklik huvi

Ühe võimalikuna on kirjeldatud ka konflikti *professionaalsete normide ning äri ja meelega* vahel (McQuail 2000: 244).

Et enamik meediast on kasumit toovad ettevõtted ning lähtuda tuleb eeskätt organisatsiooni majanduslikest eesmärkidest⁹, võib ajakirjanikes samuti rollifunktsioonide osas pingeolukordi tekitada. Kuivõrd enamiku meediaorganisatsioonide esmane eesmärk on majanduslik kasu, seisavad uudisteorganisatsioonid silmitsi kasvava majandusliku survega, millel on täna suurem roll ajakirjanduslike otsustuste määramisel. (Shoemaker&Reese 1991: 144) Nõnda on ajakirjanike rollifunktsioonide täitmisel oma mõju PR-kampaaniatel, aga ka reklaamiandjate survele, kuid ka erinevate allikate võimalikul lobitööl.

Shoemaker&Reese (1991:134) toovadki välja *toimetaja rolli muutumist*, märkides, et toimetaja rollis on rohkem juhtimise (*management*) kui toimetamise funktsiooni ning vähenenud on ajakirjanduse funktsioon.

Ka organisatsiooni tavade ning ajakirjaniku isikliku rollitaju vahel võib esineda pingeid: näiteks väga kindlate raamidega organisatsiooni rutiinid ei võimalda paindlikkust. N-ö tehasestruktuur tähendab, et raske on anda isiklikku panust ning raske on lõplikku produkti ka kontrollida (Shoemaker&Reese 1991 : 88).

Ajakirjanikus võib rollifunktsioonide täitmisel tekitada pingeid ka *auditooriumi* mõju. Nimelt ei pruugi ajakirjaniku (või organisatsiooni, grupi) ettekujutused auditooriumi vajaduste või soovide kohta täpselt kattuda ajakirjaniku ettekujutusega oma rollist ja ülesannetest.

“Välja arvatud teatud esinemisoskused, on põhilisi meediaoskusi raske määratleda. Need võivad erineval määral eeldada võimet tähelepanu püüda ja huvi äratada, tabada auditooriumi maitset, olla arusaadav või olla hea suhtleja, meeldida, tunda meediaäri või omada head nina uudiste peale. Ühtegi neist ei saa aga võrrelda oskustega, mida saab omandada harjutades, nii nagu see on enamiku teiste professionide puhul. Ehk on just

⁹ Majanduslikest kaalutlustest uudistöö mõjutajana on kõnelenud Herbert Gans ja Lleon Sigal (1973, Shoemaker&Reese 1991: 121 kaudu).

vabadus, loomingulisus ja kriitiline lähenemine meedia juures need aspektid, mida vastava ala inimesed ikka veel hindavad,” pakub McQuail (2000: 246). Keskseks dilemmaks on tema hinnangul *vabaduse ja piirangute vastuolu institutsioonis*, mille *ideoloogia* väärtustab originaalsust ja vabadust, kuid mille *organisatsiooniline raamistik* nõuab küllalt ranget kontrolli.

Nõukogude perioodil läksid omavahel sageli vastuollu *võimu* ja *auditooriumi* huvid ning ajakirjanikel tuli lahendada seesmine rollikonflikt: ei ole võimalik istuda ühtaegu kahel toolil, olles truu nii valitsusele kui kuulates auditooriumi häält.

Ellujäämiseks võeti omaks *mitmetähenduslik roll, säilitades nii auditooriumi kui ka võimu usalduse*, selgitab Epp Lauk (1996). See nähtus on tuntud ka nn *redise fenomenina*: pealt punane, seest valge. Ajakirjanikud saavutasid populaarsuse, tegeledes igapäevaelu teemadega, kirjutades tavalistest inimestest, käsitledes probleeme inimlikust vaatenurgast, kuid ideoloogiliselt vastuvõetavas vormis. Ajakirjanikud ja auditoorium tundsid, et nad kuuluvad ühte, samasse rahvuslikku ja keelelisse kogukonda, vastukaaluks “nendele”, valitsevatele võõrastele.

Epp Lauk toob ajakirjanike küsitlustulemusi analüüsisid välja nelja laadi suhtumise esindajad: 1) küünilised konformistid, 2) kultuuriliselt vastutajad, 3) probleemideta tegutsejad, 4) nomenklatuuri osa (Lauk 1996: 97).

Epp Laugu hinnangul koosneb uue meediapõlvkonna jaoks küsimus professionaalsest identiteedist vähemalt kolmest osast: 1) millise rolli võtavad nad poliitilisel lahinguväljal, 2) kuidas nad defineerivad oma positsioone meedia kommertsialiseerumise protsessis ning 3) missugused on nende kohustused auditooriumi ees. Lisaks veel aspektid, missugune on nende isiklik panus ja suhe oma töösse ning missugused on nende isiklikud arvamused ja moraalne vastutus. (Lauk 1996: 103)

Epp Lauk väidab, et ajakirjanikud peaks selgemini defineerima enesele objektiivse reporteritöö tõelist tähendust. Ta resümeerib, et Eesti ajakirjanikel jääb vajaka selgest

arusaamast selles osas, mida kätkeb endas valvekoera roll. Kelle valvekoerad peaksid ajakirjanikud olema? Kas nende töö peaks piirduma poliitiliste teemade uurimisega või peaks see hõlmama ka ühiskonna majanduslikke ja kommertslikke sfääre? (Ibid)

Paljud varasemad uurimused teistes maades näitavad, et ajakirjanike enesetaju on eri poliitilistes keskkondades erinev.

Nõukogude ajakirjaniku ideaal ei põhinenud mitte professionaalsetel, vaid poliitilistel ja ideoloogilistel väärtustel ja standarditel. Nõukogude ajakirjaniku professionaalsust mõõdeti lojaalsuses parteile. Osalemine kultuurilises opositsioonis nõukogude ideoloogia vastu ei tähendanud seda, et ajakirjanike enesetaju oleks erinenud märkimisväärselt nõukogude standardist: kuigi hoiakud erinesid ametlikust ideoloogiast, tundsid ajakirjanikud endid pigem kindlate väärtuste kaitsjatena kui neutraalse informatsiooni tootjatena (Lauk 1996: 93–106)

“Ajakirjanikud defineerivad sageli end endiselt kui ühiskonna “eestkostjaid” või “juhte”, tootes poliitiliselt erapoolikut teavet, maskeerides seda objektiivseks teadmiseks (Jakubowicz 1996: 63, Lauk, 1996: 96 kaudu).

II AJAKIRJANIKE KÜSITLUSED. MEETOD JA TULEMUSED

2.1 1988., 1995. ja 2009. aastal läbi viidud ajakirjanike küsitlused

Käesoleva uurimuse üheks allikaks on ajakirjanike ankeetküsitlused 1988, 1995. ja 2009. aastast.

1988. aastal korraldasid ajakirjanike seas ankeetküsitluse “Ajakirjanik. Ajakirjandus. Aeg” ENSV Riikliku Tele-Raadiokomitee informatsiooni- ja arvutuskeskuse sotsioloogid, ENSV Ajakirjanike Liit ja TRÜ ajakirjanduskateeder. See oli esimene suurem eesti ajakirjanikke käsitletud uurimus. Vastajaid oli 362, neist 44% naisi, 56% mehi.

1995. aasta küsitluse koostas Tartu Ülikooli ajakirjandusosakond. Uurimuse jaoks valiti ajakirjanikke 63st Eesti meediaorganisatsioonist, küsitlusele vastas 252 ajakirjanikku, See oli ligemale 17% tollaegsest Eesti ajakirjanikkonnast. 1995. aastal töötas Eestis hinnanguliselt 1500 ajakirjanikku. Naisi oli valimis 48%, mehi 52%.

Oxfordi Ülikooli Reutersi Ajakirjandusuuringute Instituudi Euroopa maade ajakirjanike uuringu tarvis koostatud *online*-küsitlusele vastas 2009. aasta suvel 277 Eesti ajakirjanikku, see moodustas 11,9 % seitset riiki: Ühendkuningriik, Rootsi, Poola, Läti, Eesti, Saksamaa, Itaalia haaranud küsitlusest. Eesti puhul oli vastanute protsent kogu populatsioonist (toimetuse nimekirjades olevatest ajakirjanikest) 23. 2009. aastal oli toimetuste nimekirjades 1193 ajakirjanikku, küsitlus saadeti 1063-le. Naisi oli vastanutest 57%, mehi 43%. Ajakirjanike tegelik sooline proportsioon – 52% naisi, 48% mehi – erines veidi vastanute soolisest proportsioonist. Ilmselt olid naised aktiivsemad küsitlusele vastajad.

2.2 Ajakirjanike tunnetus oma rollist

Sellest, missugusena näeb ajakirjanik meedia osa ühiskonnas, sõltub, missuguse rollitunnetuse ta ajakirjanikuna omaks võtab.

Ajakirjanikud tunnetavad oma positsiooni ühiskonnas üsna kindlana. Esiteks väljendub see ajakirjanike tajus ajakirjanduse suurest usaldusväärsest. “Enamasti usaldavad või mõnikord usaldavad” inimesed ajakirjandust ajakirjanike endi arvates 98% ulatuses (1995). Ajakirjanikud tunnetasid usalduse suurenemist, võrreldes nõukogude ajaga. Võrreldes tolle perioodiga on suure osa (56%) ajakirjanike hinnangul 1995. aastal olulisel määral kasvanud nii inimeste usaldus kui ka huvi (63% vastanuist) ajakirjanduse suhtes (Lisa 1).

Ka ajakirjanduse reaalsel mõju ühiskonnale hindasid ajakirjanikud 1995. aastal suureks. Tervelt 88% ajakirjanike arvates oli ajakirjanduse mõju väga tugev, tugev või keskmine.

Ajakirjanduse üldise taseme kohta leidsid ajakirjanikud kõige sagedamini, et see on muutunud paremaks: tervelt 62% vastas, et ajakirjanduse tase on tõusnud.

Ajakirjanikud hindavad kõrgelt ka oma tuntust: ligi pool (46%) 1995. aastal küsitlusele vastanuist pidas end ajakirjanikuna võrdlemisi tuntuks.

2.2.1 Ajakirjanike vanus, haridus, kanal

Eestis on ajakirjanike *vanuseline struktuur* alates 1988. aastast muutunud noorenemise suunas, toimunud on põlvkonn vahetus, osa ajakirjanikke on ametist väljunud. (Lisa 2)

1988. aastal küsitlusele vastanud ajakirjanikud on *staažikad*: üle viiendiku neist (21%) on ajakirjanduses töötanud üle 25 aasta. Rohkem kui kümnendik on töötanud 21-25 aastat. 1995. aastal on üle poole vastanuist (51%) ametis olnud kuni viis aastat, sealhulgas alla kahe aasta ametis olnute osakaal oli tervelt 25%. 1988. aastal oli kuni viieaastase tööstaažiga ajakirjanike osakaal 24%. 2009. aastaks on väiksema tööstaažiga ajakirjanike hulk mõnevõrra stabiliseerunud: kuni viieaastase ajakirjanikutöö kogemusega ajakirjanike osakaal oli 31% ning peaaegu veerandil ajakirjanikest (23%) oli töökogemust 10-15 aastat. Samuti on võrreldes 1995. aastaga 2009. aastaks õige pisut suurenenud staažikamate ajakirjanike osakaal: üle 21 aasta töötanud ajakirjanikke oli 1988. aastal 14%; 2009. aastal oli 20 aastat ja üle selle töötanud 16% ajakirjanikest. (Lisa 3)

Hariduselt on 1995. aastal küsitlusele vastanuist kõige suurem osakaal mõne muu ala (peale ajakirjanduse) kõrgharidusega ajakirjanikel – 42%. Ajakirjanduslikku kõrgharidust omas 32% vastanutest. 2009. aastal vastas küsitlusele ajakirjanduslase koolituse olemasolu kohta jaatavalt 53%. Kõrgemat haridust muul alal omas 77% vastanuist. (Lisa 4) 1988. aasta küsitluse andmestikus kahjuks andmed hariduse kohta puuduvad.

Valdavalt olid küsitlustele vastajate seas *kirjutavad ajakirjanikud* ning kirjutavate ajakirjanike hulk vastajate hulgas on ajapikku suurenenud. Päevalehes töötas 34% 2009. aasta küsitlusele vastanuist, 25% 1995. aasta ajakirjanikest. 1988. aasta ajakirjanikest töötas 26% rajooni- või linnalehes ning 12% vabariiklikus ajalehes.

Enamasti olid vastajad n-õ reajakirjanikud, reporterid, kel polnud alluvaid. Ühtegi alluvat polnud 60%-l ajakirjanikest 1988. aastal, 71%-l 1995. aastal ning 42%-l 2009. aastal. 2009. aastaks oli nende ajakirjanike hulk, kes oma töös teisi juhivad, märgatavalt

kasvanud. Nii juhtis 2009. aastal üht-kaht töötajat 17%, 3-5 alluvat oli tervelt 22 protsendil 2009. aasta ajakirjanikest ning 6-9 alluvat oli 15% ajakirjanikest 2009. aastal.

Peamiste tööülesannetena märkisid ajakirjanikud 2009. aastal kõige sagedamini *reporteritööd* (28%), kolmandik (33%) märkis oma peamise tööülesandena *juhtivat toimetamist*. 13% olid *toimetajaid* või *abitoimetajaid* ning 6%-l vastanuist oli peamine tööülesanne *üldjuhtimine*.

2009. aastal ei olnud ajakirjanikuamet enam nii stabiilne kui varem: kui 1995. aastal oli ajakirjanikke, kes töötanud vaid ühel ametikohal, tervelt 44%, siis 2009. aastal oli selliseid ajakirjanikke, kes töötanud vaid ühel (käesoleval) ametikohal, poole vähem, 22%. 42% on ajakirjanikke, kel varasemalt on olnud 2-3 töökohta. 18%-l oli olnud üks eelnev töökoht ning 14%-l 4-5 töökohta enne praegust. (Lisa 5)

Siiski näitavad 2009. aasta andmed, et ametis püsitakse kauem – 2009. aastal on küllaltki suur osa (22%) neid, kes viimasel ametikohal on töötanud 10-15 aastat.

2.2.2 Olulised hindajad

Arusaama oma rolli kohta mõjutavad nn tähtsad teised, kelle hinnangut oma professionaalsele tegevusele peavad ajakirjanikud oluliseks. Nn oluliste hindajate, kelle arvamust ajakirjanikud arvesse võtavad, osa on tähtis ajakirjanike *sotsialiseerumisprotsessis*, mille käigus võetakse omaks suur hulk ametialaseid oskusi, aga ka väärtusi, norme hinnanguid, ametiideoloogiat.

Nii 1988. kui ka 1995. aastal oli ajakirjanikele tähtis *kolleegide* arvamus (76% 1988. a ja 80% 1995. aastal). *Toimetuse juhtkonna hinnangut* peeti 1988. aastal tähtsaks 49% juhtudest, sh 42% oli toimetuse juhtkonna hinnang väga tähtis, 1995. aastal pidas toimetuse juhtkonna hinnangut tähtsaks aga tervelt 84%. *Sõprade või tuttavate hinnang* oli oluline 62 protsendile vastanuist 1988. ja 72% 1995. aastal vastanuist. *Ajakirjanduse õppejõudude või uurijate* hinnang oli väga tähtis või tähtis enam kui poolele (53%) nii 1988 kui ka 1995. aastal vastanuist. Kõige olulisem oli ajakirjanikele 1988. aastal siiski *lugejate, kuulajate ning vaatajate arvamus* (85%). Sama väljendasid ajakirjanikud ka 1995. aastal: kõige olulisem professionaalse tegevuse hindaja oli auditoorium (95%).
(Lisa 6)

2.2.3 Osalejad, levitajad, interpreteerijad

Nii 1988. kui ka 1995. aastal on ajakirjanike küsitlustulemuste põhjal rollifunktsioonidest võimalik esile tuua **osaleja** ning vähesemal määral ka **neutraalse ajakirjaniku, informatsiooni levitaja** roll. Samas nähakse 1995. aastal ka ka nn **osalusajakirjanduse rolli** – julgustada inimeste eneseväljendust. 82% ajakirjanikest leidis, et ajakirjandus annab inimestele võimaluse väljendada oma arvamust ühiskonnas oluliste nähtuste suhtes. 1988. aastal toodi esile võimalust aidata kujundada ühiskondlikku arvamust (55%).

Nii ongi 1988 ja 1995. aasta rollifunktsioone analüüsides otstarbekam eristada **osaleja** ning informatsiooni **levitava ajakirjaniku** rollitüüpe.

Suur osa ajakirjanikke (88%) leidis 1995. aastal, et ajakirjanduse osa ühiskonnas on **aidata kaasa demokraatlikele uuendustele poliitikas ja majanduses** (ehk nn **osaleja** roll) . Sarnast funktsiooni näevad ajakirjanikud endal ka 2009. aastal: 43% vastanutest nõustus kindlalt väitega, mille kohaselt on ajakirjanike kohus püüda ühiskonda paremaks muuta. Sellel rollifunktsioonil võivad olla eesti ajakirjanduse traditsioonist pärit juured: ajapikku on omaks võetud ajakirjanduse hälliperioodist pärit missioonitundelise õpetaja, ideede propageerija roll.

1995. küsitluste põhjal tajusid ajakirjanikud oma rollina ka **interpreteerimist**. Seda väljendas oluliseks peetav professionaalne oskus tabada kiiresti probleemi tuuma ning seda arusaadavalt sõnastada (1995. aastal märkis selle oskuse eriti olulisena 91% vastanutest). Samuti nähti ajakirjanduse rollina aidata inimestel sündmustes orienteeruda. Ka see on interpreteeriv roll – aidata inimestele probleeme lahti mõtestada, neid seletada.

Suurema muutusena võib 1988. ja 1995. aastat võrreldes tuua välja **vastustava rollifunktsiooni lisandumise**. 1988. aastal nägid ajakirjanikud ajakirjanduse rolli osalise, levitava (lugejaid-kuulajaid informeerida) funktsiooni läbi (nt väljendada üldsuses

levinud arvamusi) ning vastustavat funktsiooni ei tule küsitluse kaudu üldse esile. See tulenes paratamatult toleaeegsest tegelikkusest, kus võimulolijad ja nende tegevus ei kuulunud ajakirjanduse kriitika alla. 1995. aastal oli tugevalt väljendunud nn vastanduja roll: ligi kolmveerand (72%) vastanuist leidis, et ajakirjandus takistab avalikustamisega korrupsiooni. Pea samapalju (71%) leidis ka, et ajakirjandus annab inimestele võimaluse kontrollida võimulolijate tegevust. 87% vastanuist pidas väga oluliseks või küllaltki oluliseks ajakirjaniku ülesandeks paljastada võimulolijate musti tegusid ehk vastanduja/vastustaja rolli. Samuti nähti olulise professionaalse omadusena suhtuda kriitiliselt ümbritsevaase ellu. Enamus ajakirjanikest (90%) pidas seda eriti või küllaltki oluliseks. Vastanduja roll on selgelt esindatud ka 2009. aasta küsitluse tulemustes levitava ja interpreteeriva funktsiooni kõrval: enamus (83%) ajakirjanikest nõustus 2009. aastal väitega, mille kohaselt on ajakirjanike kohus toimida ühiskonnas valvajana, hoides võimulolijaid vastutavana. Antud juhul on eristatav selge seos ajakirjanike tööstaaziga: mida kauem on ajakirjanik töötanud, seda sagedamini on väljendunud funktsioon toimida ühiskonnas „valvekoerana“. (Lisad 7, 8, 9)

1995. aastal eristub 1988. aastaga võrreldes **levitava funktsiooni** osatähtsuse ning **neutraalse ajakirjaniku** rolli suurenemine. Kui 1988. aastal seadis endale lugu kirjutades või saadet tehes eesmärgiks lugejaid-kuulajaid informeerida ning anda teadmisi 86% ajakirjanikest, siis 1995. aastal oli levitav funktsioon (vahendada kiiresti kvaliteetset infot) valdav. Seda pidas ajakirjaniku ülesandena väga oluliseks 90% vastanuist, 9% lisaks pidas seda funktsiooni küllaltki oluliseks. Levitava funktsioonina peeti oluliseks (84%) ka uute teadmiste jagamist. Valdav oli levitav funktsioon ka 2009. aasta küsitlustulemuste põhjal ajakirjanike rollikohustusena: 97% nõustus kindlalt väitega, mille kohaselt on ajakirjanike kohustus esitada fakte objektiivselt ja täpselt.

Levitava funktsiooni tunnetamine nii valdavana ajakirjaniku rollitajus on märk lääneliku ajakirjandusmudeli ülevõtmisest Eesti ajakirjanike poolt.

2009. aasta küsitlustulemustest eristub **interpreteeriv funktsioon**, mida 1988. aasta küsitluse põhjal ei ole võimalik ajakirjanike rollifunktsioonina eristada, ka 1995. aastal

oli see funktsioon veel vähe tähtis. 2009. aastal on aga informeerimise-levitamise funktsiooni järel interpreteeriv funktsioon ajakirjanike rollitajudes olulisel kohal. Oluliste interpreteerivate rollikohustustena nähti uudiste selgitamist ja analüüsimist. Enamus (92%) vastanud ajakirjanikest nõustus kindlalt väitega, mille kohaselt on ajakirjanike kohus uudiseid selgitada ja analüüsida. Ka siin on täheldatav sõltumine tööstaažist: kauem ametis olnud ajakirjanikud tajuvad seda kohustust sagedamini.

Enamus vastanuist 2009. aastal (91%, sh nõustus kindlasti 43%) pidas tähtsaks ajakirjaniku rolli sotsiaalselt ja poliitiliselt oluliste **päevateemade tõstatajana**. Antud rollifunktsiooni tajusid olulisemana just pigem väiksema staažiga ajakirjanikud. (Lisad 8, 9)

Ajakirjanikud näevad ajakirjanduse või ajakirjaniku ühe funktsioonina ka pakkuda **meelelahutust**. Selle funktsiooni osatähtsus on kasvanud: kui 1988. aastal seadis lugu kirjutades või saadet tehes eesmärgiks meelt lahutada või anda inimestele võimalust puhata veidi üle kolmandiku ajakirjanikest (36%), siis 1995. aastal pidas 76% vastanuist ajakirjanikuna väga oluliseks pakkuda põnevust või meelelahutust (sh 19% pidas meelelahutuse funktsiooni väga oluliseks). 2009. aastal jagas seisukohta, mille kohaselt on ajakirjaniku kohustus jutustada huvitavaid ja meelt lahutavaid lugusid, veidi üle poole vastanuist (54%). Nii on meelelahutuse funktsioon võrreldes 1995. aastaga 2009. aastaks vähenenud. Meelelahutuse funktsiooni tajusid väiksema staažiga ajakirjanikud vähem olulisena. (Lisa 10)

2.2.4 Rollitaju muutumine individualistlikumas suunas

Ajakirjanikud nägid endal olulist rolli ühiskonnas kõigi kolme küsitluse põhjal. Kui 1988 ja 1995. aastal avaldus see osaleja funktsiooni sagedases esinemises, siis ka 2009. aastal väljendasid küsitlustulemuste põhjal ajakirjanikud selgelt oma rolli osana teatud sotsiaalseid kohustusi või ülesandeid ühiskonna ees.

2009. aasta küsitlusest järeldeb, et väga väike (0,7%) on nende ajakirjanike osakaal, kes leidsid, et ajakirjanikel pole mingeid erilisi kohustusi peale kohustuste iseenda ees. Niisama vähe ajakirjanikke (0.7%) arvas, et ajakirjanikel pole mingeid kohustusi peale kohustuste organisatsioonidele, kes neile palka maksavad. Ka väide “pakkuda publikule, mida publik soovib” leiab 2009. aastal vastanute seas vähest toetust: kindlalt nõustub väitega vaid 3%. Enamiku ajakirjanike meelest on ajakirjanikel laiaulatuslikumaid kohustusi ühiskonna ees kui olla vaid n-ö klienditeenindajaks, kes pakub avalikkusele seda, mida ta saada soovib.

Seisukohtades oma töö kohta võib täheldada rollitaju muutumist individualistlikumaks. 1988. aastal leidsid sagedast märkimist avalikkuse seisukohast olulised aspektid. Nii leidis 97% vastanuist, et ajakirjandus peab kaitsma rahva, mitte võimu huve, ning 92% täheldas, et lugudel peab olema ühiskondlikku kaalu. Individualistlikumad seisukohad oma töö kohta leidsid vähem märkimist: 83% arvas, et ajakirjanduses töötamine pakub loomingulist rahuldust ja 37% nõustus seisukohaga, et ajakirjandus on eelkõige viis leiba teenida (26% lisas selle seisukoha puhul “võib-olla ka”).

Ajakirjanike seisukohtades oma töö kohta on 1988. ja 1995. aasta võrdluses indiviidi- ja ühiskonnapõhised seisukohad aga oma kohad vahetanud. 1995. aastal oli loominguline eneseteostus, individualistlik rollikäsitlus esikohal, seega rohkem väärtustatud (98% ajakirjanikest). Neid, kes pidasid 1995. aastal rahva huvide kaitsmist väga tähtsaks ülesandeks, oli ainult 27%, võrreldes 95% 1988. aastal. Seisukohta, mille kohaselt ajakirjandusel on missioon kaitsta oma rahva huve ja neid väljendada (ühiskondlikel

väärtustel põhinev rollitaju) kinnitas 85% vastanutest (sh “seda kindlasti” vastas 27%, 58% nentis “ka seda”). Lisaks väljendasid ajakirjanikud 1995. aastal individualistlikumaid seisukohti ajakirjanikuameti kohta: võimalus suhelda paljude inimestega (96%), igapäevase leiva teenimine (93%) või üks etapp karjääri tegemisel (47%, mis on pea pool vastanutest). (Lisa 7)

Eeldatavasti on see muutus seotud üleminekuga nõukogulikust ajakirjanduskonventsioonist vabasse ajakirjandusse või ka nn lääne kultuuriruumi, kus esikohal ongi nn individualistlikud väärtused.

Ka näevad ajakirjanikud oma rolli ajas üha **pragmaatilisemana** – ajakirjandus on muutumas üha enam igapäevase leiva teenimise viisiks. Kui 1988. aastal märkis, et ajakirjandus on eelkõige viis leiba teenida, 35% vastanuist, siis 1995. aastal kinnitas seda 93%.

Ka kutseorganisatsiooni liikmeks olemine on ajas vähenenud. 1988. aastal kuulus kutseorganisatsiooni 60% ajakirjanikest, 1995. aastal 39%, 2009. aastal aga 17% ajakirjanikest.

2.2.5 Ajakirjanike professionaalsed omadused

Ajakirjanikule olulise professionaalse omadusena domineerisid 1988. aastal professionaalsest **eetikast** ning **ametinormidest lähtuvad** omadused: ausus ning leppimatus vale ja silmakirjalikkusega (77%). Märgitakse vastutustunde (83%), taktitunde (55%) ja kohusetunde (52%) olulisust. 92% ajakirjanikest pidas eriti või küllaltki oluliseks omaduseks enesekriitilisust. Märgitakse ka madala valuläve olulisust (40%). See omadus väljendab ajakirjanike ühiskonnataju võimet. (Lisa 11)

1988. aastal nähti oluliste professionaalsete omadustena ka kompetentsust, mis oli eriti oluline 79% vastajatele, täpsust (63%), põhjalikkust (50%). 1995. aastal lisandusid professionaalsete omadustena poliitiline asjatundlikkus (96%) ning lai silmaring ja suured teadmised (69%).

Ent oluline oli 1995. aastal ajakirjanikele professionaalse omadusena ka võime kiirelt sündmustele reageerida ja neid kajastada. Selle väite kaudu avaldub eelkõige ajakirjaniku kui levitaja, interpreteerija ning ka oluliste päevateemade püstitaja ning ka ajakirjaniku kui väravavahi roll – enne sündmusele reageerimist tuleb see ju paljude teiste sündmuste seast välja valida.

1995. aastal nägid ajakirjanikud eriti olulisena objektiivsust (82%) ja täpsust (74%) – need iseloomustavad neutraalset ajakirjanikku ja ka levitavat rolliorientatsiooni.

Oluliste professionaalsete omadustena tõid ajakirjanikud nii 1988. kui ka 1995. aastal välja omadusi, mille kaudu nähakse ajakirjanikku kui loomingulise töö tegijat isikupärase kirjutamise ja ütleamise viisiga (46% 1988; 53% 1995), hea eesti keele oskusega (49% 1988; 71% 1995), võimega huvi äratada (41%; 66%).

Suhtlemisele olulistest omadustest märkitakse oskust kuulata inimesi (49% 1988; 59% 1995), sõbralikkust (22% 1988;), avatud lävimist (60% 1995).

Raskustena oma töös märkisid 1988. aastal küsitlustele vastanud *ajapuudust* ning *vähast võimalust süveneda* (35,1%). Samuti märkis rohkem kui viiendik (22%) raskusena *nappi võõrkeeleoskust*. (Lisa 12)

Keeleoskust pidas igapäevatöös vajalikuks enamik – 86% vastanuist. Kuid oma võõrkeeleoskust hindasid ajakirjanikud pigem halvaks. Nii näiteks vastas 28%, et ei oska inglise keelt, ning 40%, et ei oska saksa keelt. Vabalt valdas inglise keelt kõnes ja kirjutas 7%, saksa keelt 2%. Paremini osati vene ja soome keelt. Vene keelt valdas vabalt kõnes ja kirjutas 33%, igapäevast vene kõnekeelt oskas 58%, soome kõnekeele valdamist märkis 31%. Tänapäevaks on see olukord tõenäoliselt muutunud, eriti noorema põlvkonna osas, kelle hulgas inglise keele oskus on üldlevinud, aga vene keele oskus peaaegu kadunud.

Mõnevõrra valmistab ajakirjanikele endi sõnul probleeme 1995. aastal *ideede puudus* ja enesekordamine (44%), samuti see, et *tuntakse vähe ala*, millest kirjutatakse (53%). Üle poole ajakirjanikest (51%) märkis 1995. aastal, et igapäevatöös valmistab neile raskusi tõsiasi, et teadmised ajakirjanduse teooriast on liiga napid. Samas nägi 77% 1995. aasta küsitlenuist ajakirjanikule vajalike teadmiste ja oskuste allikana õpinguid ülikoolis ajakirjanduse osakonnas, suurem osa vastanuid (99%) pidas ajakirjanikutööks vajalike teadmiste-oskuste täiendamise allikana igapäevast ajakirjanduslikku praktikat. Oma suhtlemis- ja kirjutamisoskust peeti heaks. Et see ei valmistanud üldse raskusi, nentis kolmveerand (76%) suhtlemis- ; 75% kirjutamisoskuse kohta. Samuti hinnati heaks oma võimet tajuda auditooriumi huve ja ootusi. Peaaegu pooled (47%) ei pidanud seda üldse mingiks raskuseks.

Kui 1995. aasta küsitlustulemustes olid professionaalsete oskuste rivis eespool n-ö moraalist ja eetikast lähtuvad omadused, siis 2009. aasta ankeedis väljendatakse enam **indiviidi konkreetseid tööoskusi**. Nii pidas 72% ajakirjanikest äärmiselt oluliseks võimet töötada iseseisvalt, 68% kirjutamist, 66% intervjuerimist. Küllaltki vähe mainiti aga näiteks uurimisvõtete ja oskuste vajalikkust (47%) või seaduse tundmist (20%). Keskenduti enam läbilöögi- ja konkurentsivõimele.

96% 2009. aasta küsitluses osalenud ajakirjanikest pidas oluliseks *suhetevõrgustiku loomise oskust*. Võrgustik, teisisõnu võimalus omada erinevaid sotsiaalseid kontakte, oli oluline 63% vastanutele ka 1988. aastal, kuigi siis oli sotsiaalsel võrgustikul ilmselt teistsugune tähendus.

2.2.6. Rollikonfliktid

Ajakirjanike hinnangud oma otsustus- ja valikuvabadusele võimaldavad esile tuua konfliktseid olukordi nende tööprotsessis ja ka rollitajus. Kui põrkuvad eri tasanditelt lähtuvad väärtused, normid või nõudmised, tuleb ette konfliktiolukordi ajakirjanike ametirolli eri aspektide vahel.

Valikuvabadus ajakirjanike töös väljendub küsitlustulemuste põhjal vastuoluliselt: näiteks 1988. aastal märkis peaaegu pool (44%), et käsitleb teemasid omal algatusel, kuid 12% oli ajakirjanikke, kes vastasid, et kirjutasid tellimise peale, ning veel lisaks 37%, kes vahel kirjutasid tellimise peale, vahel omal algatusel. Alati sai probleemi käsitluse vaatenurga valida üle poole (59%) ajakirjanikest 1995. aastal, enamasti sai seda enda arvates teha üle kolmandiku (35%). 1995. aastal leidis enamik (72%) ajakirjanikke, et sõnavabadus on võrreldes nõukogude ajaga oluliselt suurenenud, siiski oli rohkem kui veerand neid, kes seda väidet ei kinnitanud. 2009. aastal küsitlusele vastanud ajakirjanikud hindasid oma autonoomiat kõrgelt. 71% tunnetas vabadust valida, milliste lugudega töötada, 87% väitis, et saab ise valida vaatenurga oma käsitletavate teemade või lugude puhul. Ajakirjanikud väitsid (64%), et toimetajad ja reporterid jagavad ühiseid väärtusi. Ligi pooled (48%) vastasid ka, et ettevõtte omanikud jagavad reporteritega sarnaseid väärtusi.

Väga suur osa ajakirjanikke on pidanud minema oma põhimõtetega kompromissile: ligi viiendik (18%, 1995) on teinud seda sageli, ligi pool ajakirjanikest (46%) mõnikord. 1995. aastal läksid ajakirjanikud kõige enam vastuollu oma **südametunnistuse põhimõtetega**: 91% märkis, et sõnavabadust piiravad ajakirjaniku enda poliitilised ja eetilised tõekspidamised.

Põhjused, miks kompromissidele mindi, puudutasid **ajakirjanike professionaalsust**: asjatundmatus, väljakujunenud põhimõtete puudumine, hoolimatus, ükskõiksus. Ent märgitud on ka suurt raha. Üle poole ajakirjanikest (55%) oli 1995. aastal märkinud

kompromissile mineku põhjusena ka hirmu. Kahjuks ei võimaldanud küsitlusandmed välja tuua hirmu põhjustajaid.

1995. aasta küsitluses märkisid ajakirjanikud, et **rikuti ametieetika põhimõtteid**: kirjutati hea raha eest, mida tahes, klaariti isiklike arveid, kahjustati teadlikult kellegi mainet, avalikustati konfidentsiaalset infot, rikuti allika privaatsuse õigust.

2009. aastal nentis peaaegu veerand (23%) ajakirjanikest fakti, et tihti tuli töötada ka nende lugudega, millega nad töötada tegelikult ei soovinud, 5% tunnistas, et tihti on palutud lõpetada töö nende lugudega, millega ajakirjanik tegelikult oleks soovinud töötada. Veerand ajakirjanikest tunnistas 2009. aastal, et tihti tunneb sündi töötada nende lugudega, mida nad tegelikult oluliseks ei pidanud. (Lisa 13)

Mitmetel juhtudel on rollikonflikti tekitajad välised: väljaandjate huvi (78%, 1995), tingimused töölepingus (44%, 1995), ent ka poliitiline (20%, 1995) ja ametnikkonna (17%, 1995) surve. 2009. aastal märkisid ajakirjanikud, et käsitletut püüdsid mõjutada infoallikad (43%), PR-töötajad (40%), või omanikud (16% juhtudest). Toimetajate ja reporterite vahelisi vaidlusi käsitletava osas tõi välja kolmandik (31%) ajakirjanikest 2009. aastal.

1995. aasta küsitlustulemustest nähtub, et tervelt kaks kolmandikku ajakirjanikest (62%) oli mõelnud elukutse vahetamisele, nende seas ligi kümnendik (8%) oli kaalunud seda korduvalt. Samas aga ütles suur hulk ajakirjanikke (64%), et nad olid hakanud oma tööst rohkem rõõmu tundma. Üks põhjusi, miks ajakirjanikud olid kaalunud ametit vahetada, võis olla ka puhtpragmaatiline: 1995. aastal tundis vaid 28%, et kõik vajadused olid rahuldatud ja millestki polnud puudust, ning tervelt pool vastanuist nentis, et pidi sissetuleku puhul pidevalt arvestama, mida võis endale lubada, mida mitte. Lisaks märkis 18%, et palgast jätkus vaid korteriks ja söögiks. 2009. aasta küsitluse põhjal oli ajakirjanike rahulolu oma tööga kõrge: 85% kinnitas, et naudib ajakirjanikutööd.

III INTERVJUUD AJAKIRJANIKEGA. MEETOD JA TULEMUSED

3.1 Intervjuud ajakirjanikega

Kui kvantitatiivne analüüs lubas vaadelda, missugust rollitaju omab endast Eesti ajakirjanikkond laiemalt, siis käesolevas peatükis keskendutakse ajakirjanike väärtustele ja rollitajule üksikajakirjaniku tasandil, mis lubab analüüsida rolli veidi lähemalt ning püüda kaardistada võimalikke rollikonflikte.

Käesoleva peatüki allikmaterjaliks on Oxfordi Ülikooli Reutersi Ajakirjandusuuringute Instituudi rahvusvahelise uuringu tarbeks läbi viidud süvaintervjuud Eesti ajakirjanikega. Intervjuud salvestasin ja transkribeerisin 2009. aasta kevadel ja suvel.

Intervjueerisin 11 Eesti ajakirjanikku nii televisioonist ja raadiost, trükiajakirjandusest kui ka *online*-meediast. Jälgitud on ajakirjanike tööstaaži: igast meediakanalist on esindatud kuni 5aastase tööstaažiga, 5-15 aastat meedias töötanud ning rohkem kui 15 aastat ajakirjanduse valdkonnas töötanud ajakirjanikke.

Intervjuude käigus on küsitud ajakirjanike arusaama oma rollitunnetusest: uuritud nii nende tunnetust ajakirjanduse praeguse olukorra kohta kui palutud sõnastada, mida tähendab olla ajakirjanik, missugused on hea ja professionaalse ajakirjaniku tunnused. Samuti on küsitud viimasel ajal meedias toimunud muutuste kohta.

Intervjueeritavad vastavad anonüümselt, analüüsisosas on vastajad identifitseeritud kanali ja staaži järgi: Teleajakirjanik, 15+ tähistab rohkem kui 15aastase staažiga teleajakirjanikku, *online*, 5-15 tähistab *online*-ajakirjanikku, kelle tööstaaž jääb vahemikku 5-15 aastat, jne.

3.2. Intervjuude analüüs

Antud peatükis lähtun diskursusest kui sotsiaalse tegelikkuse representeerimise viisist. Püüan välja selgitada eri viise, kuidas ajakirjanikud kujutavad oma rolli ning missugune on meie-grupp, kellega ajakirjanikud end identifitseerivad.

Representatsiooniks nimetatakse protsessi, mille kaudu sõnad ja kujutised asendavad ideid, indiviide, sotsiaalseid grupe ja teisi kategooriaid. Representatsioonidel on võime valida, korrastada ja seada tähtsuse järjekorda kindlaid tajusid ja ideid, tuues ühtesid esile, dramatiseerides ja idealiseerides neid, ja heites teised marginaalseks, omistades neile vaid kitsast või negatiivset kujutlust. Representatsioonid on kui vahenduslülid teksti ja reaalsuse vahel, need aitavad konstrueerida reaalsust (Franklin et al 2005: 233).

Representatsioone maailmast loovad diskursused. Sotsiaalsed praktikad ja diskursused omakorda väljendavad ja jõustavad *ideoloogilisi põhimõtteid*, nii et pideva kordamise ja kogemisega omandavad grupi liikmed üsna sarnased ideoloogilised fragmendid. Diskursuse kaudu on võimalik ideoloogiat eksplitsiivselt formuleerida (van Dijk 2005: 178).

Ajakirjanikutöös “valvavad” ideoloogilised huvid nende igapäevapraktikat, ülesandeid, eelteateid, intervjuusid, pressiteateid, valiku tegemist ning otsuste langetamist. Teisisõnu kontrollivad neid praktikaid ametialased teadmised, hoiakud ja ideoloogiad, mis määravad, kas mingi nähtus on tõene või väär, huvitav või ebahuvitav, uudisväärtusega või ei, oluline või ebaoluline. Uudisväärtus on üks paljudest ideoloogilistest süsteemidest, mis juhib selliseid praktikaid ning määrab näiteks eliite, negatiivseid sündmusi, ‘meie oma’ kultuurilist gruppi ja maailmaosa käsitlevate uudiste eelistamist (van Dijk 2005: 222).

Ideoloogiat defineerib van Dijk (2005: 368-369) kui sotsiaalsete alguskumuste kogumit, mida teatud sotsiaalne grupp jagab. Ideoloogia juured asuvad ühiskonna või kultuuri kui

terviku üldistes uskumustes (teadmine, arvamused, väärtused, tõekriteeriumid). Tänu sellele on eri gruppide või liikmete vaheline mõistmine, kommunikatsioon ja interaktsioon üldse võimalikud. Ideoloogia kognitiivne funktsioon on ka korrastada grupi sotsiaalseid representatsioone. Ideoloogia “valvab” kaudselt, s.t temaatiliste hoiakute ja teadmise kaudu, sotsiaalseid ja personaalseid uskumusi ning seega ka viimastel põhinevaid sotsiaalseid praktikaid ja diskursusi.

Ajakirjanikkonda on võimalik käsitleda kui kindlate spetsiifiliste omadustega kutsegruppi, millel on oma identiteet, roll, professionaalne ideoloogia ja kultuur ning eetikareeglid (Pallas 2000: 20). Gruppiidentiteediks on vajalikud teatud ühised omadused. Ajakirjanike puhul on nendeks professionaalsed standardid (näiteks tasakaalustatus, objektiivsus) ja eetikaväärtused. Eri rollide puhul saavad tähtsaks professionaalse ideoloogia eri aspektid. Antud peatükis püütaksegi välja tuua ajakirjanike erinevaid tajusid oma ametirollist ning formuleerida kutseideoloogiat (ühtseid arusaamu, väärtusi, tõekspidamisi) nende kaudu.

Tunnused, mis ühendavad gruppi, aitavad ajakirjanikul end identifitseerida. Henrik Örnebring (2009) eristab ajakirjanduses kaht professionaalsuse mudelit, toetudes Evettsi¹⁰ kahe võistleva professionaalse diskursuse mudelile: *organisatsioonipõhine professionaalsus* ning *ametipõhine professionaalsus*.

Organisatsioonipõhine professionaalsus (ideoloogia) on Evettsi (2003: 407ff, 2006: 140 f, Örnebring 2009 kaudu) järgi diskursus *organisatsioonisiseste juhtide kontrollist*. See hõlmab ratsionaal-legaalsed otsuste tegemise viise, hierarhilisi võimustruktuure, tööpraktikate standardiseerimist, aruandekohustust, eesmärkide seadmist ja toimimise ülevaadet ning põhineb ametialasel väljaõppel ja tunnistusel.

Ametipõhine professionaalsus (ideoloogia) on traditsioonilisem, ajalooline vorm. See diskursus on konstrueeritud professionaalse grupi poolt, kätkeb endas näiteks vaba

¹⁰ (2003 p. 407 ff, 2006, p. 140) *Rethinking the Concept of Professionalism: the Case of Journalism*. British Journal of Sociology, 54 (4), 547-564

valikut otsuste tegemisel, kollegiaalset autoriteeti, kutsealast kontrolli töö üle ning põhineb ka nii tööandjate kui ka klientide (ajakirjanduse puhul auditooriumi) usaldusel. See diskursus on operatsionaliseeritud ja kontrollitud *osalejate endi poolt* ning põhineb haridusel ja väljaõppel, tugeval sotsialiseerimisprotsessil, töökultuuril ja kutseidentiteedil ning professionaalsete institutsioonide või assotsiatsioonide eetikakoodeksitel (Evetts 2006: 140-141, Örnebring 2009 kaudu).

Aldridge ja Evetts (2003: 559f, Örnebring 2009 kaudu) kasutavad ametipõhise professionaalsuse üle arutledes ka väljendit 'ametiideoloogia'.

Intervjuutekstide analüüsimise aluseks on järgmised lähtepunktid:

1. Missugused *teemad* tähistavad seda, mida kõneleja või vastuvõtja peab diskursuse kõige olulisemaks informatsiooniks (van Dijk 2005: 245-246).
2. *Ametirolli väljendused*. Missuguseid ajakirjaniku rolliga seonduvaid sotsiaalsete praktikate elemente väljendatakse (nt hea, eduka ajakirjaniku defineerimise, normide järgmise, enesehindamise, ameti väärtustamise, enese positioneerimise; hinnangute, väärtustamiste, võrdluste või rõhutuste kaudu)?
3. *Kuuluvuse, seotuse ja sarnasuse tunnetus*. *Grupp*. Kelle nimel räägitakse? Kelle ideoloogiat ellu viiakse (van Dijk 263-265)? Kas või kuidas eristuvad *kollektiivsed* ja *personaalsed* representatsioonid? Milliste rühmadega tunneb ajakirjanik ühtekuuluvust? Kas või kuidas tähistatakse gruppi kuulumist (organisatsiooni- või ametipõhiselt)?
4. Suhted. Kas ja kuidas ajakirjanike rollitajudes väljenduvad *vastandused* või *pinged*? Kelle vahel esineb vastuolusid (grupp vs individ; grupp vs teised grupid)?

3.3 Ametirollid intervjuudes

Intervjueeritud ajakirjanike tajud oma ametirollidest olid väga mitmetised. Ka üks ajakirjanik võib omada pluralistlikku vaadet oma rollile, s.t tajuda oma rolli näiteks nii uudiste levitajana kui ka interpreteerijana. Samuti olid mitmed ajakirjanikule tähtsad professionaalsed oskused või väärtustel põhinevad omadused olulised mitme rollifunktsiooni puhul. Siiski eristus analüüsi käigus viis nn rollidiskursust: 1) “Informatsiooni jagamise, levitamise diskursus”, 2) “Interpreteerija, analüüsija diskursus”, 3) “Vastanduja diskursus”.

Need kolm diskursust on võrreldavad informatsiooni levitaja, interpreteerija ja vastanduja rollidega Weaveri ja Wilhoiti käsitluses. Intervjuude analüüsist eristus aga lisaks nendele veel “Väravavahi diskursus” (4) ning “Ajakirjandus kui tavaline palgatöö” (5).

Järgnevates alapeatükkides kirjeldatakse nimetatud diskursusi tekstinäidete abil lähemalt.

3.3.1 Informatsiooni jagamine, levitamine

Jagamise ja levitamise funktsiooni nägid intervjueritud ajakirjanikud valdavalt oma rollina – seda representeeriti ajakirjanikutöoks vajalike oskuste ja omaduste kaudu, nagu näiteks hästi kirjutamine, uue informatsiooni esitamine, kiirus.

Mitmed vastanud väljendasid intervjuudes informatsiooni jagamise rollifunktsiooni, seades olulistest omadustest esikohale oskusliku kirjutamise.

Kuni viieaastase kogemusega raadioajakirjanik sidus informatsiooni jagamise avalik-õigusliku ringhäälingu funktsiooniga.

Aga meie toimetuse üldine seisukoht on ikkagi see, et lähtudes rahvusringhäälingu seadusest on meie ülesanne kajastada kõike seda, mis kuskil kõrgemal toimub, sest see puudutab kõiki inimesi seal allpool. (Raadioajakirjanik, kuni 5a)

Rollifunktsioon sõltub ka väljaandest – näiteks maakonnalehe puhul tajuti oma rolli pigem informatsiooni jagaja või levitajana, üleriigilises lehes võis funktsioon olla teistsugune.

Võrreldes tõelise ajakirjandusega, siis maakonnalehes on väga teistsugused teemad. Seal sa kirjutadki näiteks poe avamisest või koristustöödest. Sa ei paljasta väga midagi ega ürita midagi nii väga parandada. Minu arust see on pigem positiivne ajakirjandus. Alustuseks oli väga OK, aga praegu ma tunneksin... Seal on väga teistmoodi...(Trükiajakirjanik, kuni 5a)

Informatsiooni edastamise funktsiooni ning eeskätt kiiruse olulisust selle protsessi puhul toodi välja *online*-ajakirjanduse puhul:

Sa ikkagi seda vastutust tunned, et meie peame olema see portaal¹¹, mis kõikidest asjadest kirjutab Järvamaal ikka esimesena. Kõige suurem prohmakas ongi see, et kui keegi teeb vihje Postimehele või Õhtulehele ja näed, et seal on mingi Järvamaa asi üleval. (Trükiajakirjanik, 5-15)

¹¹ Kõneleb oma väljaande veebiversioonist – M.E.

Informatsiooni kiire edastamise tähtsust väljendas rollifunktsioonina keskmise staažiga *online*-ajakirjanik ning vastandas seda analüüsiioskusele, mis on oluline näiteks väravavahi rolli puhul.

Ütleme nii, et online's peab olema... käbe. Samas jälle analüüsiõskus ei ole nii oluline. (Online 5-15).

Informatsiooni jagamise ja levitamise diskursuses peeti oluliseks teadmisi ja teemades orienteerumist. Mõned tekstinäited, milles väljendati teadmiste olulisust.

Loll ei tohtinud olla, pidid saama aru sellest, mida sa kirjutad. Ega tegelikult ei ole ju harv see nähtus, et inimene küll kirjutab, aga ega ta ise aru ei saa küll, mis ta sinna kirjutab. (Vabakutseline, 15+)

Esiteks muidugi teadmisi. Mitte niivõrd spetsiifilisi ajakirjanduslikke teadmisi, mul on tugev kahtlus, et selliseid asju polegi olemas, aga teadmisi valdkonniti, just mingi asja tundmist, sealsete arengute jälgimist, kursis olemist. Reporteritel kindlasti üldist väga laia silmaringi/---/ Järjest kasvavat orienteerumist oma valdkonnas ja oskust seda valdkonda teiste valdkondadega siduda /---/ teoloogiaõpingud tulevad väga suureks kasuks sellepärast, et välisuudistes väga suur osa on kuidagipidi seotud religiooniga ja ma märkan kogu aeg, kuidas väga suur hulk erinevate väljaannete välisloimetajaid tegelikult ei orienteeru selles sfääris (Teleajakirjanik, 5-15)

Kiirus on informatsiooni levitamise diskursuses oluline.

Mulle meeldib see, et kui midagi juhtus, siis ma suutsin selle näiteks seitsme minutiga üles saada. /---/ Jah, nagu spordiks läheb, et kui kiiresti ma saan. (Trükiajakirjanik, 5-15)

Objektiivsust väljendati neutraalse infojagaja rolli puhul olulise professionaalse omadusena.

sina saad palka oma tööandjalt ja sa teed kõiki oma lugusid objektiivselt, sa ei näita oma arvamusi välja, mind isegi häirib Eestis suurt meediat vaadates, et ma näen, et mõne inimese loos peegeldub see tema seisukoht. Et keegi ongi loll ja siis ta ongi tembeldatud lolliks ja jääb igavesti lolliks. See röögib uudisest välja. Seda ei tohiks olla. Me ei ole ju kohtumõistjad. Selleks ongi arvamuskülg, arva seal.. /---/ (Trükiajakirjanik, 5-15)

Objektiivsusega koos kõneldi ka aususest, teemade eelarvamustevabast käsitlest.

Ausust. Tähelepanelikkust. Aususega koos võiks rääkida ka heasoovlikkusest. Sa tead küll, et inimene on jube, aga sa pead võtma tema seisukohast, et eeldad, et ta on ikkagi kena inimene. Kuigi on ju nii tihti niisugust asja, et lähed ju lausa vihaga, sest tead ju, missuguseid sigadusi on see inimene enne teinud. Oluline on konkreetsetes töös olla eelarvamustest vaba. Peab olema sirgjoonelisust ja viisakust (Teleajakirjanik, 15+)

Antud diskursuses on tähtsal kohal **usaldusväärsus**, kontrollitud informatsioon.

Seda peeti oluliseks nii allikate kui ka auditooriumi suhtes.

Hea ajakirjanik on see, keda saab usaldada nii tema allikas kui ka lugeja. Üks teab, et kokkulepetest peetakse kinni, sõnu ei väänata-muudeta, konteksti ei lõhuta. Teine teab, et see ajakirjanik on oma materjali ülima põhjalikkusega üle kontrollinud, vastutab selle õigsuse eest sajaprotsendiliselt. (Vabakutseline, 5-15)

Head tööd ja et inimesed sind usaldavad. Et su nimi midagi ütleb. (Trükiajakirjanik, 15+)

Tähtsustades võimalust teha midagi uut, käsitleda teemat esmakordselt, representeeriti eelkõige info levitamise diskursust. Võimalust teha midagi uut käsitlesid ajakirjanikud nii omaenda isiklikust kui ka organisatsiooni aspektist (mis on pidevas “võitluses” teiste organisatsioonidega ja soovib olla esimene). Kaks tekstinäidet, milles seda väljendati.

/---/tuua lugejate-vaatajate-kuulajate ette midagi uut, üllatavat, ka šokeerivat, jahmatavat. Edukas ajakirjanik oskab leida ja rääkida neid lugusid, millest keegi veel rääkinud pole. (Vabakutseline, 5-15)

...

mina vist üldse kirjutasingi Eestis esimest korda Osama bin Ladenist. /---/ Et teha mingeid traditsiooniliselt tähtsaid asju, see ei ole hea ajakirjandus. Ajakirjanik peab asjadele jaole saama esimesena, ta peab tulema selliste asjade peale, mille peale keegi ei ole tulnud, on vaja leidlikkust. (Online, 15+)

3.3.2 “Väravavahi” kontseptsioon

Ajakirjanduse mõte on see, et inimeste jaoks sõelutakse välja see, mis tegelikult neile vajalik on ja mis neile korda läheb ja mis aitab neil paremini elada ja ka normaalset meeelahutust selle juures. Teisisõnu peab olema mingi filter, ajakirjanik vanasti täitis selle filtri rolli. Nüüd see filter on ära kadunud ja tänu sellele igamehe – nii öelda – ajakirjandusele ongi ajakirjandus muutunud paljus saasta tootjaks. Toodetakse saasta, saadetakse see toimetusele, toimetus mugavalt riputab selle üles, enam mingisugust filtreerimist ei toimu. Latt on väga madalale lastud. Igasugune crap, eesti keeles s---, lendab uhke kaarega üle lati ja maandub internetti. (Trükiajakirjanik, 15+)

Ajakirjanikud märkisid olulise rollina väravavahi rolli, kuid seda nimetati valdavalt filtriks või vahendajaks olemiseks, olulise eristamiseks infovoolus.

Väravavahi kontseptsioon on muutunud oluliseks just seoses sotsiaalmeedia osatähtsuse kasvuga. Intervjuudes väljendati ajakirjanduse rolli erinevust seoses vastutuse, usaldusväärusega ja eristumist nn igameheajakirjandusest või sotsiaalmeediast.

Nn terade sõkaldest eraldamise funktsiooni olulisust põhjendati näiteks manipuleerimise ohuga, mis vastasel juhul (kui väravavahte või nn filtrit poleks) tekkida võiks: ajakirjanike toodetud ning ajakirjandusväljaandes avaldatud informatsiooni kirjeldasid ajakirjanikud usaldusväärseks, märkides toimetuseliku kontrolli olulisust, ajakirjanikul nähti erinevalt sotsiaalmeedia produtseerijaist teistsugust vastutust.

Oli ajakirjanikke, kes tajusidki oma rollina anda edasi just *ühiskonnas olulist* – väljendati, et tuleb teha valik või otsustus, leidmaks info hulgast üles seda, mis antud hetkel on ühiskonnas aktuaalne, vältimaks manipuleerimist. Ajakirjaniku tekstile annab infovoos legitiimsuse haridus (“koolitatud inimesed”), toimetuse kontroll, aga ka hea ajakirjandustava, eetika.

Oluline on yahendatud kommunikatsioon selle pärast, et need koolitatud inimesed suudavad eristada terad sõkaldest. Tõde ja ebatõde. Kui ei ole toimetuseliku kontrolli või kontrolli erinevatest allikatest, siis on väga lihtne inimestega manipuleerida ja populistlikult müüa ideid. /---/

Kui see hakkab hääbuma, siis lõpuks on meil anarhia. Sa võid kõike uskuda ja teisalt sa ei tea enam mitte kedagi, sa ei saa enam mitte kedagi uskuda. Mul on tõsine mure. /---/ ajakirjanike toodetud ja ajakirjandusväljaandes ilmunud materjali saab uskuda, usaldada. (Vabakutseline, 5-15)

Järgnevas tekstinäites representeeriti väravavahi diskursust, ajakirjanikku kui kindla professioni esindajat taas nn igamehe ajakirjandusele (sotsiaalmeediale) vastandades.

/---/ ajakirjandus on ka siiski professioon, ega teda muidu ei õpetata igal pool maailmas. Ja niiviisi, et iga mees hakkab ajakirjanikuks, toob kaasa totaalse risustumise. See ongi siis, et tehakse pilt. Et inimene urineeris nurka ja panen selle siis veebi üles – kõva ajakirjandus või? Ilgelt kõva tase. Ja kõik muu selline saast, mis tuleb. (Trükiajakirjanik, 15+)

Väravavahi diskursust representeeriti ka analüüsivõime tähtsustamise kaudu.

/---/Kõigil on üks ja seesama eelinfo. Konkurendid on juba selle pressiteate üles pannud – peab kohe meil ka olema. Ei ole aega korraaks peatuda ja mõelda, et see on jama, kas me ikka peame seda panema? (Online, 15+)

Ajakirjaniku kui väravavahi rollis nähti lisaks laiemale valikule, mida üldse kajastada ja mida mitte, ka kitsama valiku tähtsust: teatud teemale kitsamat fookust seades, tajudes ühiskondliku konteksti olulisust.

Kindlasti oskus näha teemat. Oskus teemast leida kõige olulisemat, sest teemas on ju palju aspekte. Teha seda valikut, mida kajastada, mida mitte. Näha ühiskonda tervikuna, näha ühte teemat ühiskonnas. Võib ju olla mõni tore teema ja teemasid on nii palju, et nad kõik ühiskonna seisukoha pealt tähtsad ei ole. /---/ pean edukuseks seda, kui inimene teeb häid lugusid õigetest asjadest. Heade lugude aluseks on see, et nad on huvitavad ja tähtsad paljude jaoks. Harivad ja õpetlikud. (Teleajakirjanik, 15+)

Uudisvaliku kriteeriumid on osa professionaalsest ideoloogiast – eri rollifunktsioonide puhul on tähtsustatud eri aspektid. Ajakirjanikud püüdsid intervjuudes sõnastada ka, kuidas toimub uudiste valiku protsess, kuidas tuntakse ära uudist, eristatakse olulist ebaolulisest. Toodi välja värskuse kriteerium, kuid räägiti ka nn kõhutundest.

Sageli inimesed, kes ei ole uudistetoimetuses töötanud, küsivad, et kuidas sa aru saad, mis asi see uudis on. See tuleb kuidagi iseenesest. See tuli juba raadios. Automaatselt, kohe said aru. Mida oli juba kajastatud varem, see liikus tahapoole, tulevad uued värsked asjad – need lähevad ettepoole. See on kõhutunde küsimus, seda on väga raske sõnadesse panna... (Online, 5-15)

Ühiskonnas oluliste teemade ja probleemide äratundmise oskus iseloomustabki kõige enam väravavahi ideoloogia kandjaid. Ajakirjanikud märkisid oma kutsetöös tähtsate omadustena kultuuris ja ühiskonnas oluliste küsimuste tunnetamist ning oskust asetada probleeme laiemasse konteksti.

Oluline on tegelikult see, et õpe on ülikoolis, ta on osa sotsiaalteaduslikust diskursusest. See tähendab seda, et mida rohkem sa kõrvalt ahmid seda tausta, sootsiumitaju, sootsiumitunnetust, ka inimese psühholoogiat. Või kui me räägime riigi tasandil, siis politoloogia, Euroopa teadused ja nii edasi. Pigem on oluline see. Mis on selle hariduse puhul oluline, et sa saad tegelikult väga laiapõhjalise sotsiaalteadusliku tausta ja sootsiumi mõistmise oskuse. /---/Rääkimata keele ja kultuuri kontekstist, mille tunnetamine just ülikoolist tulebki. (Vabakutseline 5-15)

Hästi tähtis on näha seda laia pilti. Näha mingist ühest detailist või ühest kitsast eelarvamusest kaugemale. Et mingit asja tehes sa vaatad seda küsimust laiemas kontekstis. Et sa ei arva, et see pisike detail ongi omaette maailm (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

3.3.3 Interpreteerija, seletaja, analüüsija

Interpreteerivat funktsiooni tunnetasid ajakirjanikud kui informatsiooni mõtestamist ja rõhuasetuste leidmist. Kuni viieaastase staažiga trükiajakirjanik väljendas seda nii:

Näiteks pensionifondide teema, kus pead mingid aruanded läbi töötama ja fookused leidma – mis sa üldse küsida tahad. (Trükiajakirjanik, kuni 5a).

See funktsioon avaldus ka selgitamises, “ametlike” või “kõrgemate” teemade seostamises nn tavalise inimesega ning seletamises, kuidas antud temaatika võiks teda (“tavalist inimest”) puudutada.

Eks me püüame nii hästi kui võimalik neid asju siduda ka nii-öelda tavalise inimesega. Mitte väga ametlikke teadaandeid anda alla, vaid viia see ikkagi päris ellu, teha inimestele arusaadavaks, et nad teavad, et see ikka puudutab neid kuidagi. (Raadioajakirjanik, kuni 5a)

Seletamise funktsiooni väljendati läbi diskussiooni- ja analüüsivõime ning vastandati seda info jagamise/levitamise funktsioonile.

Kas äkki Daniel Vaarik kirjutas oma blogis hea näite, et kui sa oled professionaalne ajakirjanik mingis valdkonnas, siis sa pead suutma oma allikatega olla enam-vähem võrdsel tasemel. Et kui sa nendega suhtled, siis oled ennast nii palju kurssi viinud, et suudad diskuteerida. Mitte ei küsi, kas see on nii, kas see on naa – et küsid lihtsalt oma küsimused ära ja lükkad uudisesse. Vaid et sa suudad ka ise teemat arendada. Seesama analüüsi koht. Ma arvan, et ma ise ei ole veel piisavalt küps, et hakata oma uudistesse mingit analüüsi sisse põimima, sest ma võin sellega puusse panna. Aga kui ükskord see tase jõuab kätte, et sa oma mingis valdkonnas tunned, et sa ise suudad sinna kontidele liha ümber panna ja üldistada, siis see on hästi hea. Ei pane väga rängalt puusse, vaid ikka hoomad midagi. (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

Informatsiooni jagajat ja interpreteerijat eristas ka Teleajakirjanik, 5-15 ning prognoosis meedia edasistes arengutes levitava funktsiooni tähtsuse vähenemist ning interpreteeriva funktsiooni olulisuse tugevnemist.

Aga kes kaob ära, keda edaspidi ei ole ilmselt nii palju vaja, on just sellised reporterid, uudiste vahendajad. Mina näen, et tuleviku ajakirjanik muutub ise järjest enam analüütikuks. Et see ajakirjandus, mis jääb, on analüütiline. /---/ (Teleajakirjanik, 5-15)

Analüüsi puhul nähti ka ohtu – see võib osutada küündimatuks.

jube hea oleks, kui ajakirjanikel oleks rohkem analüüsioskust. /---/ Samas näen ma siin ohtu. Pigem las olla korralik uudis, kui tekib selline rumal analüüs, kus sa enda arust arvad midagi, üldistad uudises. (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

Interpreteerivat diskursust representeeriti oluliste professionaalsete oskuste kaudu, nagu huvitavalt ja isikupäraselt kirjutamine, loomingulisus, pühendumus.

Hea ajakirjanik on hea ajakirjanik. Ta kirjutab hästi, teda on hea lugeda, ta kirjutab isikupäraselt. /---/ Kuidagi massist erinevalt... (Vabakutseline, 15+)

/---/ oskab tekstiga kui hea jutuvestja ümber käia. Ta tunneb ja tunnetab sõna jõudu. (Vabakutseline, 5-15)

“Sest minu meelest iga jupikese kirjutamine on loominguline töö.” (Vabakutseline, 15+)

/---/ teeb seda kajastamistööd suure pühendumisega ja esitab oma materjali niiviisi, et see on oma lihtsuses geniaalne. (Trükiajakirjanik, 15+)

Ent samas, ta peab räägitavas teemas orienteeruma, olema ekspert, tundma taustu, omama mälu ja ajalugu. Ja nii kogu aeg ja iga looga. (Vabakutseline, 5-15)

3.3.4 Vastanduja

Kuigi rollitunnetuse väljendamises domineerisid intervjuudes informatsiooni levitaja ning väravavahi diskursus, representeeriti intervjuudes ka vastanduja rolli. Vastanduti eeskätt poliitikutele ning tauniti ajakirjanduse kalduvust muutuda poliitikute “hääletoruks”.

Aga on ära unustatud, et ajakirjanik ei pea kirjutama seda, mida poliitikut öelda tahavad, vaid seda, mida nad varjata tahavad. Nüüd hakatakse rohkem hääletoruks muutuma, online-ajakirjandus ka. (Online, 15+)

Vastanduvat funktsiooni eristati interpreteerivast funktsioonist.

*Kui uuriv ajakirjandus tegeleb rohkem sellega, mida kus tehti, kes andis kellele altkäemaksu ja muud, siis analüütiline ajakirjandus on see, mis läheb kohati vaat et teaduseks, kus uuritakse, millest on mingi nähtus tingitud, kust midagi on tulnud. /---/
Samas on vaja oskust seda ära seletada inimesele, kes sellest tuhkagi ei taipa ja kelle üldine vaimne tase võib olla, olgem ausad, kordades madalam. See inimene peab aru saama, kui ta aru ei saa, on tegemist viletsa ajakirjanikuga. Oskus keerulisi asju lihtsalt seletada, see on vist peamine oskus. (Teleajakirjanik, 5-15)*

Vastandumist representeeriti läbi ajakirjaniku funktsiooni “paljastada” materjali, mis on “kõigi” jaoks oluline, sellega koos väljendati ambitsiooni olla oma “paljastustes” teistest ees.

Kirjutava pressu puhul on jälle edukas see, kes suudab paljastada mingi tähtsa asja, mis on kõigi jaoks oluline, aga mida keegi varem pole taibanud kajastada (Raadioajakirjanik, kuni 5a)

Vastanduja funktsiooni määratleti ka ajakirjaniku (isiku)omaduste kaudu. Esile toodi kriitilist hoiakut ning võitlust ebaõigluse vastu. Samas märgiti ka kutse-eetikast lähtumise olulisust.

Üks inimene ütles eelmisel pressipeol, et hea ajakirjanik on vastik inimene, kellel ei ole sõpru, kes ilgub kõikide kallal, kes ei saa kellegagi hästi läbi, aga ta on hea ajakirjanik, sest talle lähevad asjad korda, mis maailmas toimuvad. Ta näeb ebaõiglust ja ta ka võitleb selle vastu. (Online-ajakirjanik kuni 5a)

Alltoodud tekstilõigu kaudu määratles 5-15aastase staažiga trükiajakirjanik küll ajakirjaniku rollifunktsioonina uudiste levitamist, kuid märkides, et uudised tuleb siiski “välja kaevata”, representeeris ta ka vastanduja funktsiooni, eeldades, et keegi üritab uudiseid peita, mistõttu tuleb need “välja kaevata”.

Minu töö on tulla koosolekule mingi uudisega. Kui spordireporteril seda muret ei ole, mina pean kuskilt selle uudise kaevama. (Trükiajakirjanik, 5-15)

Ajakirjanduse rolli nähti valvamises riigi institutsioonide üle.

/---/ avalik sektor, ehk kõik riik kõigi oma institutsioonidega ongi esmaselt see, mille tegude üle ajakirjandus peab valvama. (Trükiajakirjanik, 15+)

Olulise omadusena vastanduja rollikäsitluses nähti nahaalsust.

Samas muidugi peab ajakirjanikul olema päris parajalt suur annus jultumust ja nahaalsust. See ei ole elukutse, kus viisakas inimene väga hästi hakkama saaks. Ennast ma peangi tegelikult juba natuke liiga viisakaks selleks, et olla tippajakirjanik. (Teleajakirjanik, 5-15)

Samuti avaldus vastanduja diskursus intervjuudes, kus tähtsustati allikate võrgustiku olemasolu, kes olulist teavet “lekitavad”.

Palju allikaid, kes lekitavad igasugust huvitavat informatsiooni. (Online, 5-15)

Sa ju ei suhtle ainult ajakirjanikega ülikoolis, sa suhtled juurainimestega, majandusteadlastega, ajaloolaste, politoloogide, avaliku halduse inimestega jne. See annab väga laiapõhjalise suhtevõrgustiku. /---/ Mis on ajakirjandus? Ajakirjandus pole muud kui allikavõrgu kobamine. Kui allikavõrku pole, siis oled sa null. (Vabakutseline 5-15)

Ka on antud rollifunktsiooni puhul olulised omadused järjekindlus ja pühendumus, mis on vajalikud edukaks uurimistööks.

Seepärast, et kui sa uurid mingit lugu ja ei saa kohe vajalikku tõestust, et sa ei jäta sel juhul lugu nurka, vaid uuriks seda edasi. (Online-ajakirjanik, kuni 5)

Arvamuste kaudu, milles seatakse ajakirjanikuameti puhul oluliseks initsiatiivikust, huvi, algatusvõimet ja tahet, väljendub samuti vastanduja diskursus.

Kui tuli uus veeb, võeti tööle noored ajakirjanikud. Nemad on kogu aeg süsteemis sees keerelnud. Ja ei ole olnud vajadust ise väga palju ideedega punnitada. Kogu aeg on ette söödetud. Kui ma kõrvalt vaatan, siis jääb mulje, et on hästi nõrk ajakirjanike enda kriitiline meel või initsiatiiv, et oh, nüüd ma teen sellest või sellest, see on oluline teema, ma tahan sellest teha. Pigem on suhtumine selline, et ma vaatan, mis päev toob, ja vaatan, mis toimetaja annab. Erinevus on küll.

Et initsiatiivi ei ole?

Jah. Tõenäoliselt on see süsteemi poolt alla surutud. Kuigi see on ka vaieldav, sest paar ajakirjanikku uudistes on väga iseteadlikud ja pakuvad palju ise ideid välja, aga nad on tulnud mujalt, eelneva tugeva kogemusega. (Trükiajakirjanik, kuni 5)

3.3.5 Ajakirjandus kui tavaline palgatöö

Mitmed intervjueeritavad tõid välja ka ajakirjanikutöö pragmaatilise aspekti: ajakirjanikuametile ei omistatud mingit erilist rolli ühiskonnas, vaid seda käsitleti kui palgatööd. Mõned näited.

“Neid raadiojaamu oli juba tol ajal nii palju, et see ei olnud see, mis nõukogude ajal: ainult üks raadiojaam ja siis kõik vaatavad, et oo, see on seal raadios. See on tavaline töökoht nagu töökoht ikka.” (Online-ajakirjanik, 5-15)

Ajakirjanduse kui palgatöö diskursust representeeriti, tuues välja *online*-ajakirjandust kui ajakirjaniku töökoha ohustajat.

Mulle ei meeldi see online-ajakirjandus, sellepärast, et see online-ajakirjandus jätab meid tööta. Online-ajakirjandus on ju tasuta. Maailmas ei ole veel universaalset ja tulutoovat retsepti välja töötatud, kuidas online raha teenida. /---/Ta jätab meid tööta, see teebki mulle muret. (Trükiajakirjanik, 15+)

Pragmaatilisust vastandati aatelisusele. Samas ei seganud rollitaju pragmaatiline aspekt tähtsustamast hästi ja ausalt töötamist ning tõsiasja, et töö meeldib.

Ma saan aru, et mina ei ole... no kuidas öelda... nii aateline või nii hingega ajakirjanik. Ma teen seda ikkagi raha pärast. Ma saan aru, et see on mu töökoht, kus põhiroll on rahal. Kuigi ta mulle meeldib ja ma katsun ausalt ja hästi teha seda tööd. Aga kui keegi tuleb ja pakub mulle paremat tööd, siis... Seinast seina, ma võin igasugust tööd teha, ma võin olla traktorist, ehitaja, müüja, mida iganes. (Trükiajakirjanik, 5-15)

Väljendati ka töökoha säilimise tähtsust.

Ma tahtsin kangesti uudistest ära kultuurisaadetes minna. Aga ma ei jõudnud kuidagi nende tegudeni, et lausa otse minna ja öelda, et ma tahan tulla, tehke mulle koht. Ma ei jõudnud selleni. Ning siis, kui tekkisid väga rasked ajad, hakati koondama, olid esimesed suuremad koondamised, sain ma aru, et küll ma olen hästi teinud, et ma laisk olin. Sest uudistetoimetus on ikka üks kindel koht, mis alati jääb. (Teleajakirjanik, 15+)

Pragmaatiline diskursus väljendub ka järgmises tekstinäites, milles käsitletakse ajakirjanikuametit kui võimalust karjääri teha, samuti isiklikku arengut.

Postimees andis mulle võimaluse ka karjääri teha, liikudes reporterist toimetajaks, toimetajast vanemtoimetaks, vanemtoimetajast toimetuse juhatajaks. Selline ametialane karjäär. See on olnud kõige loovam mulle endale. /---/ Kui räägime töötaja enda võimaluste ärakasutamisest, sellest, et head töötajat märgatakse, siis on Postimees olnud kõige parem. Ta on kõigile andnud võimaluse areneda, ennast arendada. Ma olen saanud välja töötada ja arendada osasid ja rubriike, mis olid minu idee. /---/ Edukas ajakirjanik on see, kes suudab areneda nii aja kui ka inimestega, õppida oma lugudest, arendada ennast pidevalt, käia ja kuulata. (Vabakutseline, 5-15)

3.4 Kuuluvus ja seotus

Sagedamini määratlesid ajakirjanikud end kindla meediaorganisatsiooni, toimetuse või kollektiivi osana, mitte aga ajakirjanikkonna osana laiemalt. Kuulutakse ikka oma toimetusse ja nimetatakse oma toimetusi (Postimees, ETV, Järva Teataja, Äripäev jne).

Vabakutseline, 15+ väljendab (eeskätt minevikus) väga tugevat seotust oma kollektiiviga:

Tööl elasimegi. Olime nagu üks suur pere. /---/ Sinna aega jäi ka teletorni ründamise aeg, kui tankid olid tänavatel. Siis me elasime toimetuses, me tõime tekid ja padjad toimetusse.” (Vabakutseline, 15+).

Organisatsiooni sisekliimat ning tööõhkkonna olulisust esitas 5–15aastase kogemusega *online-ajakirjanik*. Vastamisi seati suurt ja väikest kollektiivi, tuues välja suure puudused ja väikese eelised. Suurt kollektiivi võrreldi tehase, kontserniga, kus loomingulisus on piiratud, määravad on organisatsiooni nõuded tööruutuinide osas, väike kollektiiv on aga sõbralik ja ühtehoidev.

Postimees on... No ma ei tohi öelda tehas, aga ta on kontsern: suur tootmisjaam, kus loomulikult on oluline koht ajakirjaniku loovusel nii-öelda info hankimise, allikate hoidmise võimel. Sellist perekondlikkust seal ei ole, kuigi inimesed saavad väga hästi läbi ja suhtlevad palju, sest ajakirjanikud on reeglina head suhtlejad.

Aga näiteks kõige parem õhkkond valitses siis, kui ma olin TV3s. Meeskond oli väike, pigem oma asja ajaja. TV3s see aeg ei olnudki muud ajakirjanduslikku formaati kui uudistesaaade. Oli väga ühtheoidev, sõbralik, intiimne organisatsioon. (Vabakutseline, 5-15)

Kuuluvuse ja seotuse olulisust ajakirjanikutöö puhul tõi ilmekalt välja Vabakutseline 5-15, kes intervjuu ajahetkel ei kuulnud ühegi toimetuse koosseisu. Ta märkis küll vabaduse eeliseid, mis tekivad iseseisvalt ja organisatsiooni tavadest sõltumatult töötades, kuid negatiivse joonena tõdes ta, et vabakutselisel ajakirjanikul puudub grupp, kuhu kuuluda. Puudub loomeõhkkond, mis tekib toimetuses, kus on palju ajakirjanikke, ning ükski kodus ei sünni ajakirjaniku jaoks vajalikke arutelusid.

Mulle täitsa meeldib see, et ma võin teha öösiti, kui mul und ei ole, ma võin teha hommikuti, mul on teada kuupäev, kui asjad peavad valmis olema. Mu kodu on mu

kontor. See annab vabaduse küll. /---/ ajakirjandus ei sünni üksinda kodus istudes ega ka mitte allikaga kohtudes, väga palju ajakirjaniku loomest tuleb organisatsioonist. Keegi teab kedagi. Mingid ideed lendavad õhus. See on loomeõhkkond, see mulle meeldib ja seda on raske kodus kunstlikult tekitada. Loomulikult saab ka selleta, aga see on see, mida organisatsioon sulle annab, see on tihtipeale olulisem kui su palk, sest sa tead, et on samade huvidega inimesed, kes on tegelikult täiesti erinevad inimesed, toovad sinna oma maailmapildi oma nägemused, oma asjad. Koos sünnivad arutelud. Ei istuta nii, et mina ajan oma tööliini, ei suhtle kellegagi, ei taha teada, mul on oma asi ajada. Kõik suhtlevad ja see loomeõhkkond... oma kassiga ma seda ei tee. Ega isegi oma elukaaslasega, kes on teise eluala peal. (Vabakutseline, 5-15)

Toimetuse olulisus ilmnis ka kuni 5aastase kogemusega trükiajakirjaniku intervjuus:

Aga minul jäi Postimehes halb tunne sisse sisekliima mõttes. See mõjutab ajakirjanikku päris palju. Nii palju, kui ma olen kuulnud, on sisekliima osas pretensioone praegugi.

Võimalikke suhteid organisatsioonis nähti kas alluvus- või partnerlussuhetena.

Äripäevas oli selline inimlik suhtumine, sa olid nagu partner, Postimehes oled nagu alluv. See ongi mõnes ettevõttes normaalne, aga tulles sellisest vabast kultuurist sellisesse rängesse, on see kõik harjumatu. (Online-ajakirjanik, kuni 5)

Suhted oma toimetuses sõltuvad palju peatoimetaja isikust, märkis väikesekoosseisulises toimetuses töötav ajakirjanik.

See oleneb peatoimetajast. /---/ Üks tuba ongi toimetus, viis inimest, nii et nii väikeses kollektiivis see muutub iga kord peatoimetajaga. Igal peatoimetajal on oma maneer ja sellega täiesti tuntavalt iga kord sinu töö muutub, kui peatoimetaja vahetub.

On see olnud häiriv?

On häiriv olnud jah, loomulikult. Kui on peatoimetaja olnud inimene, kes oma valdkonda ei tunne ja on nõrk, siis on ikka väga raske tööd teha. (Trükiajakirjanik, 5-15)

Negatiivsete momentidena tõi 5-15aastase töökogemusega teleajakirjanik välja ka kollektiivis valitsenud tõusiklikkust, materiaalsete väärtuste eelistamist. Selle vastandiks on vaimsed väärtused, mida antud toimetuses antud ajahetkel ei väärtustatud.

Üldised hoiakud olid väga tõusiklikud, ma ütleks. Ajakirjanikud hindasid väga tugevalt materiaalseid väärtusi, eelistasid neid, täiesti otseselt ütlesid välja, et eelistasid neid vaimsetele väärtustele. Ütlesid, et vaimsed väärtused ongi jama, mis ei kuulu praegusesse

Eestisse. Olen kuulnud, et selline n-ö aja vaim teistesse väljaannetesse ilmtingimata niimoodi ei jõudnud, see oli ilmselt konkreetse toimetuse eripära (Teleajakirjanik, 5-15)

Sama küsitletav (Teleajakirjanik, 5-15) pidas oluliseks, kuidas hinnatakse isiksust kollektiivis, ning hindas kõrgelt kollektiivi, kus isiksust väärtustatakse ja hinnatakse. Konfliktid lahendatakse koosolekute pidamise käigus.

Eesti Televisioon oli sellega võrreldes mõnes mõttes veel samm edasi – isiksuste paraad. Iga töötaja tunneb end seal silmapaistva isiksusena, mis ka enamasti on tõsi. See võib kaasa tuua konfliktarvamuste pörkumise, aga samas on olemas ka probleemide selgeks rääkimisel koosolekute pidamise traditsioon väga tugev, nii et see üldist tööõhkkonda ei häiri. (Teleajakirjanik, 5-15).

Ametipõhine identifitseerimine avaldub aga ühiskonna ees tajutavas vastutuses, seda tajutakse sõltumata toimetusest.

Tõepoolest, igaühel on see meedium käes ja ta võib seda kasutada. Aga ma siiski arvan, et ajakirjanik on see, kes tunneb, et ta teeb ühiskonnas olulist tööd, et ta vastutab selle ühiskonna eest mingil määral. (Teleajakirjanik, 15+)

Ametipõhine diskursus avaldub ka vaate kaudu, milles nähakse ajakirjandust elustiilina.

Seda õpetatakse ju maast madalast, et ajakirjanik on 24 tundi ajakirjanik. Ükskõik kellega ta kohtub, suhtleb, tal kogu aeg aju käib nagu koorelahutaja: kas siit saaks mingi laheda loo? Otsib lugusid, kuulab, ka kodustes tingimustes on tal töö peas. See on ikka natuke ka elustiiliga seotud. (Vabakutseline, 5-15)

Ametipõhise diskursust representeeritakse ka, tuues esile vastutust, head ajakirjandustava ja eetikakoodeksit, mis on ajakirjanikule kohustuslik.

Nad peavad jõulisemalt andma mõista, et jah, kõigil on olemas küll meediale ligipääs, aga see ei tee veel blogijast ajakirjanikku, sest ajakirjanik tähendab, et sa vastutad oma sõnade eest, iga viimse kui sõna eest. Sa oled toimetuseliku kontrolli all, sa allud hea tava printsiipidele, sul on ajakirjanduseetika koodeks. Blogija ei pea ühtegi eetikakoodeksit järgima, minul on see kohustuslik. (Vabakutseline, 5-15)

Veel üks tekstinäide ametipõhisest ideoloogiast, mida representeeritakse ajakirjanduseetika koodeksist lähtumise kaudu.

Võib-olla see on kirjeldus professionaalsest ajakirjanikust. Ta on emotsionaalne ebaõigluse suhtes. Ja kes siis loomulikult täidab ka kõik need nõudmised, mis ajakirjanikul olulised on. Tasakaalustatus loos. Järgib eetikakoodeksit – ütleme nii. (Online, kuni 5a)

/---/

Noored ei jaga asja siiski. Ühtepidi ei jaga sellepärast, et neil puudub ikkagi meediaalane haridus. Seda on vaja. Kas või eetikaküsimuste lahendamiseks. Ja teiseks, kui sul kogemust ei ole, siis sul kogemust ei ole. (Trükiajakirjanik, 15+)

Ka järgnevast intervjuukatkest ilmneb, et ametiideoloogiat representeeriti oma ameti, mitte organisatsioonipõhiselt, öeldes, et ei loe toimetaja arvamus, vaid ajakirjaniku isiklik tahe teha tööd hästi.

Enesekriitika on kindlasti hästi tähtis. Et sa ise tahad teha hästi, mitte sa ei tee seda selle pärast, mida toimetajad sinust arvavad, vaid sa ise tahadki teha kõige paremini. (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

3.5 Rollikonfliktid intervjuudes

Kuna ajakirjaniku rollitajul on mitmeid aspekte, võivad ajakirjanikud oma ametis täita mitmeid rolle, satuvad mõnikord erinevate tingimuste ristudes teatud väärtused ja omadused omavahel konflikti.

Intervjuutekstides on väljendunud rollikonfliktid, milles ajakirjaniku isiklikud, eetilised või professionaalsed taotlused, väärtused või normid lähevad vastuollu omanike huvide või turu nõudmistega, organisatsiooni rutiinide, nõuete, ootustega, väljaande etteantud formaadiga, meediakanali tüübiga. Vastuollu võivad sattuda reporter ja toimetaja (peatoimetaja) või toimetuse arvamus *versus* ajakirjaniku arvamus.

Kõige sagedasemad on intervjuude analüüsist tulenevalt konfliktid ajakirjanike professionaalsete taotluste ja organisatsiooni taotluste vahel.

Kõige sagedamini väljendusid rollikonfliktid seoses *online*-meediaga. Ajakirjanike vastuolud *online*-meediaga seonduvalt on mitut laadi: vastuollu satuvad ajakirjaniku professionaalsed väärtused ja toimetuse töörutiinid (tähtajad, kiirus) – suur töötempo ei jäta aega analüüsimiseks, mida ajakirjanik oma professionaalsetest tõekspidamisest lähtuvalt oluliseks peab, rutiinid on aga otseselt seotud omanike huviga toota rohkem ja kiiremini ning saada rohkem lugejaid (nn klikke), nende suurt arvu esitledes panna endast huvituma reklaamiandjad.

Alljärgnevas näites väljendab ajakirjanik rahulolematust töörutiinidega – eelkõige kiirusega, see ei ole vastavuses tema arusaamadega ajakirjanikutööst.

Onlines on ju klassika see, et kui mingi uudis saabub kusagilt, millest peab hakkama vormistama produkti, mida välja panna, siis elementaarne oleks see, et see oleks juba tund aega tagasi valmis olnud.

Kuidas see teile meeldib – et olla tuleb nii kiire ja efektiivne?

See meeldib omanikele, see on omanike eesmärk. Aga onlines näen ma seda probleemi, et see meeletu tempo ja maht – seal jääb analüüsiks ja seoste loomiseks vähe aega. Tempo, tempo, tempo – sa intensiivselt küitad, aga samas võib jääda tahaplaanile see, et oot-oot-

oot, see ju seostub sellega hoopis. Või miks siis on nii? Kui need küsimused tekivad, siis suitsunurgas, õhtul kodus. Et oot, mis selle uudisega oli tegelikult. Arvestades seda, mis varem on olnud – see on ju hoopis see seos /---/ (Online, 5-15)

Antud intervjuukatke on näide vastuolust ajakirjaniku väärtuste ja väljaande formaadi (uudisteportaal), aga ka auditooriumi eeldatavate ootuste vahel.

See on jälle see, mida ajakirjandus arvab, et lugejad tahavad. Onlines on ju selline fenomenaalne ühik nagu klikk. Ja kui on näha, et need kollasemad teemad teenivad... noh, klikitakse neid, järelikult loevad rohkem inimesed neid teemasid, järelikult on see neile huvitav. Mul üks hea kolleeg armastas tuua sellist näidet. Kunagi Tartu Ülikoolis rektor vahetus, ta pani uudise üles. Päeva jooksul saja loetuma hulka see uudis ei mahtunud. Samamoodi on see, et kui kirjutad, et president kohtus Hispaania kuningannaga, see on fakti konstateering, juba tänapäeva mõistes selline igav. Inimene seda ei klikki reeglina. Aga kui panna see, et president pakkus Hispaania kuningannale heeringavõileiba. Ohoh, pakkus ka või? Ja tuleb see klikk ära. Kas see on nüüd hea või halb? See on lihtsalt protsess. Selle vastu sõdimine tundub mõttetu. (Online, 5-15)

Järgnev näide iseloomustab samuti vastuolu ajakirjaniku isiklike väärtuste ja kanali eripärast ja omanike eeldustest tuleneva etteantud formaadi seatud tingimuste vahel. Märgiti, et uudisteportali formaat eeldab, et “väljastataks jooksvat linti”, mitte aga näiteks analüüsivaid artikleid. Nn klikikonflikt on representeeritud mitmete ajakirjanike tekstinäidetes.

Ega onlines ju uuriva ajakirjanduse sügavaid teemasid... See on ju nädalalehe formaat, päevalehe formaat. Meie väljastame ikkagi seda jooksvat linti. Ega online ju analüüsiga ei tegele. (Online, 5-15).

Vastuolu esineb ka meediaorganisatsiooni omanike huvidest ning kanali etteantud formaadist tuleneva taotluse **pakkuda auditooriumile meelepärast materjali ning ajakirjaniku professionaalsete tõekspidamiste** vahel, märkides, et “lugeja tellib muusika”. Märgiti, et lugejate seas kõige enam tähelepanu pälvivad teemad ei pruugi kattuda ajakirjaniku professionaalsete uudisvaliku kriteeriumidega – kõige enam auditooriumi *koitvad* teemad ei pruugi olla ühiskonnale kõige *olulisemad* teemad.

*/---/ See tähendabki seda, et emotsioon tõuseb faktist esiplaanile.
Esineb seda?*

Ma arvan, et te olete sellega rohkem kursis, aga jah. Esineb ja väga palju esineb. Aga võib-olla on küsimus selles, et see on kogu aeg olnud nii, et inimesed tahavad selliseid teemasid, aga praegu selle onlinega tuleb ju see tagasiside, mida klikitakse. Järelikult see pakub inimestele rohkem huvi, sest Õhtulehe tiraaž, Eesti kollase väljaande tiraaž – on ju Päevalehest ja Postimehest suurem. Aga see, millega kollane ajakirjandus ennast vabandab, on see, et aga see pakub huvi inimestele. Paberlehes pead sa kõhutunde järgi arvama, mis inimestele huvi pakub. Onlines on kohe selged kriteeriumid, seda uudist luges nii mitu inimest. Ja kui suhtestada see nüüd ära teiste uudiste loetavuse arvuga, siis on kohe näha. Nii see on. /---/

Oletame, et neli inimest on tööl ja kaks tükki hästi süveneb mingisse teemasse ja ta võib teha fenomenaalset šedöövri sellest valmis, aga kui see asi pälvib lugejate poolt väga vähe tähelepanu, sest onlines on ju põhiline mõõtühik klikk.

Kes neid klikke loeb?

Me loeme neid ise, neid loeb omanik, neid näitab reklaamiosakond klientidele.

Tunnete te klikisurvet?

See on ainus mõõtühik. Sealt pealt on näha ju, mis inimestele meeldib ja mida nad tahavad lugeda. See, kas see meie endi väärtushinnangutega kokku läheb, see on nüüd hoopis teine teema. Samas, lugeja tellib muusika. Sest ma mäletan, kui oli valitsuskoalitsiooni lõhkimine, see oli vist nüüd ülemöödunud nädala reede, kui see lõplikult välja tuli, et nüüd on nägemist! sotsidel. Ma läksin töö juurest kella viie ajal minema ja ma õhtul vaatasin kella kümne ajal arvutisse, et mis uudised on tulnud ja kuidas on loetuimad uudised. Selgus, et ühtegi valitsuse koalitsiooni lõhkimise uudist esikümnes loetavuse poolest ei olnud. Loetavuse statistika on igas onlines olemas, igaiüks võib vaadata, mis on esimesed. Kas need on ühiskonna seisukohalt kõige olulisemad teemad, see on juba teine küsimus.

Ma saan aru, et iga kord ei lähe klikkijate ja teie väärtushinnangud kokku.

Jah. Ei lähe. (Online, 5-15)

Intervjuutekstides eristus konflikt **ajakirjaniku isiklike väärtuste ning organisatsiooni nõuete (ootuste) vahel.**

/---/ aeg-ajalt tuleb teha asju, mis ei lähe isiklike tõekspidamistega kokku.

Kas teil on mõni näide?

Teemade kajastamine. Konkreetsetest näidetest hoiduks praegu. (Online, 5-15)

Konflikti ajakirjaniku arusaamadega oma tööst ja organisatsiooni nõudmiste vahel iseloomustab ka järgnev tekstikatke. Ajakirjaniku normid/väärtused näevad ette, et teemat tuleb põhjalikult uurida, see ei tohiks olla “kollane”.

Vaidlusi on just presenteerimise osas. Millal on üle võlli ja millal ei ole. Millal on kollane ja millal ei ole. On sellised kaks leeri tekkinud. Meie toimetuse konservatiivsem, et peab ikka hästi põhjalikult uurima ja tegema, ei saa panna pealkirja, mis on lahmiv, ja sisu ei ole. (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

Konflikt **organisatsiooni ärihuvidest** tingitud **kiiruse** ja **müüvuse nõude** ja ajakirjanike **professionaalsete kriteeriumide** vahel tõusis esile ka trükiajakirjaniku intervjuus, ent siiski *onlinemeedia* kontekstis.

Meil siin üks päev oli näiteks devalveerimise teema. Läti peaminister ütles, et kui peaks lati devalveerima, siis tõenäoliselt kuni 30%, meil läks üles pealkiri “Läti devalveerib 30%”. Misasja! Siis oli kiiresti, et võtke maha, muutke ära! Aga sellist asja ei tohiks lubada endale. Samamoodi, kui mõne inimese kohta lähevad üles tõestamata, ülepingutatud asjad. /---/ (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

Ka järgnev tekstinäide illustreerib *online-meedia* kiiruse-nõude ja ajakirjanike professionaalsete eelistuste ning loominguliste püüdluste vahelist konflikti.

Paberi puhul sa kirjutad lugu, sul on teema, sa valid endale allikad, sa mängid välja erinevaid võimalusi, kuidas sa loo esitad inimestele. Online'i puhul sa paned netti üles midagi. Sa võtad pressiteate, natuke toimetad ja lükkad üles selle. Igale asjale ei keskendu nii palju, kui keskenduks paberi puhul.

Loomingut on vähem. Loomulikult, keegi ei keela sul loomingu teha, aga tihti on nii kiire, et sa ei jõua teha seda loomingu.

/---/

Ma oleks neti poolt küll, kui nad teeksid normaalseid asju. Aga enamus ei tee ja ma võin ausalt öelda, et ma ise ka viimasel ajal ei tee eriti midagi asjalikku.

/---/

No praegu on nii, et kui tuleb mingi lugu, siis sa paned selle kas või ühepoolset üles. Tihtipeale ei küsi teistelt inimestelt selle kohta, aga asjalik oleks, et sa kasutad ikka kõiki osapooli.

Miks sa paned ühepoolset materjali üles?

On vaja. Kiire on.

Mulle tundub, et sa tahaksid näha rohkemat süvenemist, põhjalikkust.

Jah. (Online, kuni 5a)

Toodi välja, et *online*-ajakirjanduse hindamiseks võiksid olla teistsugused kriteeriumid: klikkide lugemise asemel võiks hinnata lugude tsiteeritavust.

*/---/online*s rõhutakse sellele, kelle lood saavad kõige rohkem klikke. Klikk tavaliselt tuleb sellest, kui sul on sensatsiooniline pealkiri. Midagi säärast, mis köidab tähelepanu. Esilugudes on tavaliselt mõni kuritegu, katastroof, loodusõnnetus. Neid lugusid loetakse rohkem. Aga minu arusaama järgi ja ka üks kolleeg just mainis, et ma ei mäleta, kas see oli Times või mõni muu kõva leht, New York Times oli vist, kus hinnatakse lugusid tsiteerimise järgi – kui teised meediakanalid võtavad selle ja tsiteerivad, siis on väärt asi. (Online, kuni 5a)

Vastuolu väljaande formaadi ja ajakirjaniku professionaalsete tõekspidamiste vahel ei ilmne üksnes *online*-ajakirjanduse suhtes, vaid ka paberajakirjanduse formaat tingib oma nõuded, mis ei pruugi sobida ajakirjanikule.

Mul on pikkade lugude kirjutamise oskus. Aga pikkade lugude jaoks ei ole Eesti ajakirjanduses enam eriti ruumi. (Trükiajakirjanik, 15+)

Vastuolu **organisatsiooni siseselt**, tasandil **reporter–toimetaja** teema lähenemisnurga valikul illustreerib järgnev tekstikatke.

Kui ma olen toimetuse juhataja, siis mul on oma nägemus ja reporteril on kohustus mulle selgeks teha, et minu nägemus ei toimi. Aga kui mina jään peale, siis on reporter nõrk. Siis tehakse minu nägemuse järgi ja on tehtud küll. Aga on ka juhtunud nii, et mina jään kaotajaks pooleks. Ja lugu tuleb reporteri nägemuse järgi. Kui ma ise reporter olin, siis samamoodi. Sa pead oma teemat kogu aeg kaitsma. (Vabakutseline, 5-15)

Konflikti **toimetaja ja ajakirjaniku (reporteri)** vahel sedastati ka järgnevas tekstikatkes. Ristuvad reporteri eetilised või professionaalsed tõekspidamised, soov olla otsustustes vaba, ja toimetaja pealiskaudsus.

See oli vahepeal väga suur probleem, et ei olnud eriti kontrolli. Usaldasid toimetajat hästi palju, aga hommikul vaatasid ikka, et ah, pagan. Sest toimetaja vaatab oma pilguga. Tihtipeale ta ei süvene nii palju. Ta vaatab läbi, umbes nii see on, panen sellise pealkirja. Meil on olnud päris krõbedaid ütlemisi ka. Mul on tulnud jamasid sellest, mis me esikaanele oleme pannud. Just esikaanele. Lajatame seal midagi ära, aga lugu ei tõesta seda midagi nii väga (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

Konflikt võib esineda ka tasandil **toimetuse arvamus versus ajakirjaniku personaalsed ja professionaalsed väärtused**, tulenevalt kultuuritaustast ja vanusest.

Ja mul on üsna tihti teine arvamus, aga see on kultuuritausta ja ealine konflikt, sest ma ei pea õigeks alati kajastada kriminaalseid või nn kollaseid asju, kui nad ei ole väga suured asjad, lausa ühiskonnaohtlikud. Ma ei pea õigeks iga politseiudise kajastamist. (Teleajakirjanik, 15+)

3.6 Rollikonfliktiga toimetulek, kohanemine

Toimetulek rollikonfliktidega väljendus intervjuudes erineval moel. On ajakirjanikke, kes välisest survest hoolimata ei mugandu olude või nõuetega ning püüavad **truuks jääda oma tõekspidamistele**.

On mingid signaalid, kus öeldakse, et tähtis on klikkide arv ja see, et meid tsiteeritaks, teiselt poolt on signaalid, et tähtis on usaldusväärsus. Need kaks asja võivad ju teinekord kuidagi konflikti minna. Meie joon on ajada ikka seda usaldusväärse liini. Mitte võib-olla klikkimise peale mõelda. Ma ei teagi, mis see õigem variant on. (Raadioajakirjanik, kuni 5a)

Et suuta toime tulla võimalike rollikonfliktidega, on vajalik kohanemisvõime. Sugugi kõik ajakirjanikud ei kohane oludega ning **lahkuvad ametist**. Seejuures ei pruugi need, kes oludega ei kohane ega mugandu, sugugi eakad või staažikad ajakirjanikud. Kohanemine võib olla seotud näiteks ühest meediakanalist teise liikumisega.

Situatsiooni illustreerib alltoodud tekstikatke vähese, alla viieaastase staažiga *online*-ajakirjaniku vastusest küsimusele, mida on vaja, olemaks hea ajakirjanik. *Online*-ajakirjandusse üleminek on toonud kaasa solvumist, ametist tüdinemist ja sellest loobumist.

Järjepidevust. Ja kohanemisvõimet. Just selle poole pealt, et paljud paberajakirjanikud solvusid väga, et nad pidid onlinele, osa jätsid oma ameti, lahkusid. Kohanemisvõime – kui ajakirjandus keskendub onlinele, siis asjalik – kui me nüüd ettevõtlikkuse seisukohalt räägime – siis asjalik ajakirjanik suudab kohaneda ümber sellele pingelisemale tööle. /---/ Oleme seletamatult tüdinenud ajakirjandusest. (Online, kuni 5a)

Ajakirjanikud püüdsid konfliktiolukorraga toime tulemiseks **leida tasakaalu**, nähtub allolevast tekstinäitest. Püüti teha “head sisu” ajakirjanduslikest kriteeriumidest lähtuvalt.

Eks põhimõte on ju rohkem klikke selle jaoks, et presenteerida reklaamiostjale, et meid loeb iga päev 30 000 inimest, osta! Aga loomulikult on kõigis meediategijates ka selline sisuline... Mitte et see oleks ainult äriprojekt, ma ei tea, kuidas seda nimetada. Patriotism ajakirjanduse vastu. Nad üritavadki leida tasakaalu, et ühest küljest teha hästi head sisu entusiasmiga ja kvaliteetselt, teisest küljest on vaja klikke. (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

Ühe võimaliku toimetulemise strateegiana esitati ka uskumist, mille kohaselt praegu on “halb aeg”: majanduslikult raskel ajal on nn klikisurve suurem, sest suur nn klikiarv on omanikele või organisatsioonidele hea müügiargument. Väljendati **uskumust, et n-ö halb aeg möödub**, ja heal ajal saab keskenduda kvaliteedile, nagu näevad ette ajakirjaniku professionaalsed standardid.

Mul on endal selline teooria, et see on praegu üks laine – nagu ka majanduses on tõusud ja langused, nii ka ajakirjanduses. Kui ajad muutuvad raskemaks, siis tahetakse rohkem, et klikke oleks palju – see on ju müügiargument, et saaks reklaami. Heal ajal ju reklaam voolab nagunii uksest ja aknast sisse, siis saab keskenduda kvaliteedile, praegu tuleb siis keskenduda kvantiteedile mingi aeg – kuni majanduses hakkab jälle paremini minema, saab keskmesse jälle kvaliteet. (Online-ajakirjanik, kuni 5a)

Ja on ajakirjanikke, kes kohanevad muutustega edukalt. Nii näiteks ka online-ajakirjandusega.

Nüüd on ju online-ülekanded, valitsuse pressikonverentsi võib ju siitsamast maakonnatoimetusest vaadata. Nii kui Järvamaad puudutav küsimus sees on... Ma vaatan, nii kui valitsusel haamer lööb, et see uudis on vastu võetud, reaalselt, internetis – sama asi, me paneme enda veebilehele selle üles. Võib-olla mõneminutilise hilinemisega. See on midagi fantastilist. Minu jaoks lisabki see tööle seda uut vürtsi ja innustab. Ja sa näed, et inimesed tähtsustavad ka seda. (Trükiajakirjanik¹², 5-15)

Väljendati, et on vastuolude (rollikonflikti) peale mõeldud, kuid ei pakuta otseselt lahendust ega strateegiat olukorra muutmiseks.

Aga mis puudutab online-ajakirjandust, see on tõeline mets, hundiseadused. Sellega on muret. Mina lihtsalt küsin, et kes ja mis hetkel peaks sellega võitlema. Kas lugejad enam mitte klikkides, ma ei tea. Ma ise oma peas olen mõelnud nende asjade peale. Aga kas lähen ise asju parandama – ma ei tea. (Online-ajakirjanik, 5-15)

Esines ka leppimist ning avaldati arvamust, et konfliktiga toimetulek sõltub olukorrast.

/---/on palju asju, mida ma õigeks ei pea. Aga enamus otsustab. Vahel ma olen nõrдинud, kui nad ei saa aru, miks üks kultuuriuudis on tähtis või miks ta ei ole tähtis. Aga ega ma ei lase ennast ka väga nurka suruda. Kui ma pean teemat väga oluliseks, siis saab ikka tehtud. (Teleajakirjanik, 15+)

¹² Tegeleb paralleelselt ka online-väljaandega.

Noor raadioajakirjanik, kes tajub konflikti olemasolu, jätab toimetulekustrateegia lahtiseks.

Ma ei tea, kes peaks alustama, kas ajakirjandus peaks alustama tagasipöördumist tõsiste teemade juurde ainult? Kuidas lugejaid meelitada tõsiseid asju lugema? Ma ei tea, see on keeruline teema. (Raadioajakirjanik, kuni 5a)

3.7 Ajastu kontekstist

Ajastukonteksti kirjeldamisel tõid ajakirjanikud olulistena välja eeskätt majanduslikke ja tehnoloogilisi muutusi, sotsiaalmeedia või nn igamehe-ajakirjanduse arengut. Tehnoloogia areng on mõjutanud nii meedia sisu ja fookust kui ka ajakirjanikele esitatavaid nõudmisi ning nende töötavasid. Majanduslik olukord on kaasa toonud reklaamimahu vähenemise, tellijate kaotuse, meediaorganisatsioonide omavahelise konkurentsi suurenemise.

Tehnoloogiliste muutuste olulisus meedia sisu ja vormi mõjutajana on väljendatud 5-15aastase töökogemusega vabakutselise ajakirjaniku intervjuus.

Mis on suurim muutus? Tehnoloogia. Tehnoloogia on otseselt mõjutanud sisu, sisuloomet, seda, kuidas lood on pakendatud, kuidas info on pakendatud, kuidas info kaasajal on killustatud ja pillutatud. /---/Inimesed kulutavad ikka samapalju aega info tarbimise ja info hankimise peale, aga kanaleid on nii palju, siis on ühele ühikule kulutatud aeg vähenenud kordades. (Vabakutseline, 5-15)

Meedia uute vormide pealetungi nähti meedia sisu ja fookuse mõjutajana. Toodi esile, et sellega seoses on muutunud auditooriumi ootused.

Uue meedia, uute vormide pidev pealetung, mis iseenesest mind minu töökohal nii väga veel ei ohustagi, aga üleüldiselt on näha, et järjest enam tuleb arvestada võrguga, online'ga, portaalidega. Rõhk hakkab järjest enam kalduma sinna, see on väga suur muutus. Uudiste teravikud hakkavad minema sinna. Kogu tähelepanu koondub sinna – see, mis läheb võrguküljele, muutub järjest olulisemaks, ja see hetk, kus online ületab selle, mis teleekraanile läheb, ei ole enam väga kaugel, see on praktiliselt käes. Enamik auditooriumist tunneb juba uudisteportaali vastu suuremat huvi kui selle vastu, mis teleekraanil on. See kaldumine võrgumeedia kasuks on toimunud pidevalt selle viimase 14 aasta vältel. (Teleajakirjanik, 5-15)

Märgiti, et tehnoloogia areng on muutnud ajakirjanike töötavasid.

Ja muidugi, internet on väga hea abimees, teeb ajakirjanikke laisaks. Saadetakse e-mailitsi küsimused ja siis oodatakse neile vastuseid, ei kohtuta enam allikatega silmast silma. (Trükiajakirjanik, 15+)

Samuti avaldus intervjuudes seisukoht, et tehnoloogia areng ja informatsiooni pidev kasv on muutnud nõudmisi ajakirjanikele. Uus aeg eeldab ajakirjanikelt paremaid teadmisi.

Kogu aeg pead rohkem teadma. Pead valdama hoopis rohkem infot kas või selleks, et toimetuse koosolekul olla pädev osalema, et aru saada, millest teised räägivad. Infot pead valdama rohkem kui vanasti. Seda infot on ju palju-palju rohkem. Infokanaleid on nii palju, kogu kirjavahetus meili teel. Seda ju alguses ei olnud. Alguses oli ETA, ka BNSi polnud, ETAst midagi tuli, Moskvast midagi tuli, vähehaaval hakkas tulema ka midagi välismaalt, aga enamus lugusid sündis ikka nii, et aa, kuule, ma kuulsin, mulle öeldi. Praegu jooksevad aga uudised sulle koju kätte niimoodi, et sa oled neist tüdinenud, nii palju on neid. Juba võimalus olla pädev on palju suurem kui omal ajal. (Teleajakirjanik, 15+)

Ajastu muutumist nn sotsiaalmeedia arengu läbi väljendati järgmises tekstilõigus.

Näiteks reklaamitööstus räägib ammu ekraanistumisest, et laps sünnib, ekraan peos. Olgu see mobiil, i-pod, i-phone, televiisor, tänapäeval isegi külmkapid ja rösterid näitavad pilti. Ekraanid, ekraanid, ekraanid. Inimesed on hästi visuaalsuse peal, inimesed saavad kohe info kätte, kui tahavad. Ja nad võivad kohe ka sisestada. Meil on olemas Facebook, Twitter. See näitab väga ilmekalt, kuhu maailma meedia areneb. /---/

Kõik onlined võrdlevad reklaami saamise nimel ennast klikkidega. Minu lehele tehti 100 000 klikki, minu omale 200 000 klikki. Aga klikkide arv ei anna mitte ühtegi märki sellest, kas su lugu ka loeti. Sest klikk ei anna aimu, kas ta luges läbi esimese sõna, esimese lõigu, kogu loo või lihtsalt vaatas pilti. See ei anna mitte mingisugust sisulist ülevaadet, mida tegelikult sellest mõlast – ma väga vabandan – tarbiti. (Vabakutseline, 5-15)

Ajastu konteksti nähti ka majanduslike muutuste aspektist, märgiti, et meediaorganisatsioonid ei pööra tähelepanu mitte niivõrd sisu arendamisele, vaid pigem ellujäämisele. Ajakirjanikes tekitas see ebakindlust, närvilisust.

Praegu ei tegelda mitte sisu arendamisega, vaid ellujäämisega – sa vähendad töötajaid, palku, kraabid sealt, kust saab, aga ei tegele tootearendamisega. Ja see on see suur mure. Ja see ei ole taas ainult Eesti küsimus, vaid kogu maailmas. (Vabakutseline, 5-15)

Kõik see majanduslik raske seis tekitab väga palju ebakindlust ja närvilisust. Pool auru võib-olla lähebki selle peale, et mõtled, kuidas hakkama saada, pinnal püsida. Selles mõttes on vastik aeg. (Trükiajakirjanik, 15+)

Ajastu kontekstist tulenev kriisiolukord läbi reklaamimahu vähenemise, tellijate kaotuse, ajakirjanike koondamise on esitatud kuni viieaastase ametialase kogemusega trükiajakirjaniku intervjuus. Online-ajakirjanduse pealetungis nähti negatiivset mõju lehe sisule ja ka rollile.

Viimasel ajal on ajakirjanduses üsna suur stress. Reklaam, tellijad kaovad, inimesi koondatakse metsikult. Selles mõttes on natuke kannatanud lehe sisu ja lehe roll, et veeb on hästi palju peale tulnud. Mina olen väga paberlehe pooldaja. Ma tahan pikemaid asju ja veebi tulistamine käib mulle natuke närvidele. (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

N-ö internetiajakirjanduse pealetung mõjutab otseselt ka ajakirjanikke ning muudab nende elu keeruliseks, märgiti. Toodi välja, et ajakirjandus otsib oma uut sihti vastasseisus leht või veeb.

Praegu on väga keerulised ajad ajakirjanikel. Need, kes on võimekad, muutuvad rahutuks, sest veebi pealetung kuidagi raputab. Ajakirjandus ei ole leidnud uut kindlat sihti veel. Meie samamoodi, me ei tea samamoodi, kumb tähtsam on, kas leht või veeb. (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

Esile tõsteti organisatsioonide omavahelise konkurentsi suurenemist.

Käib meeletu võistlus, kiiruse peale. See on kõige suurem muutus ma arvan. Lühidus ja tihti peale pealiskaudsus on pool võitu juba. (Trükiajakirjanik, kuni 5a)

Väljendati ka igatsust endiste aegade entusiastliku töösse suhtumise ning kolleegide järele, kes on ajakirjanikuametist lahkunud.

/---/ oli puhtalt entusiastlik tegevus. Meil ei olnudki erilist organisatsiooni, meil oli paar nii-öelda head abilist/---/väga paljud on lahkunud/---/, paljud on poliitikasse läinud või muu ala peale. Kokkuvõttes kannatab kõik. Võib-olla see välja niiviisi ei paista, aga sisemiselt tunned sa seda, et selliseid samaväärseid asju jagavaid inimesi, kellega arutada ja meelsust jagada, on vähemaks jäänud.. (Trükiajakirjanik, 15+)

Toodi välja ka meedia muutumist professionaalsemaks, ajakirjanike muutumist küpsemaks, professionaalsete oskuste paranemist, lisades, et aeg on keerulisem, mis asetab ajakirjanikele suuremad nõudmised.

Ajakirjanikud on küpsemad, kuigi ma ütlesin, et selle parima küpsuse periood jääb siia paari aasta tagusesse aega, paljud väga küpsed on lahkunud. Aga ikkagi on ajakirjandus küpsem. Ka puht tehniliselt, žanride valdamine on parem. Saadakse aru, et ajakirjandus ei ole ainult tekst, vaid on ka pilt ja graafika.

Selleks et üldse mingit lugu teha, tuleb tänapäeval palju rohkem tööd teha kui vanasti tuli teha. Mis iseenesest tingib, et sa pead olema professionaalsem, põhjalikum, midagi teha ei ole. Vanasti piisas kahest telefonikõnest, aga nüüd tuleb neid teha 20, et kõigest aru saada. Sest elu on nii keeruline. See iseenesest paneb suuremad nõuded ajakirjanikele.

(Trükiajakirjanik, 15+)

/---/

Ajakirjandus tol ajal oli hoopis midagi muud, mis praegu. Segamini kui puder ja kapsad olid uudis ja arvamus. Polnud mingi ime, et uudisloos keegi kirjutas, et mina arvan nii või see peaks olema nii. (Vabakutseline, 15+)

Ajastut iseloomustav kiirus seab aga ohtu olulisi väärtusi, tavasid, ametialaseid norme, nagu märgib Vabakutseline, 5-15. Ta sõnastab, et professionaalsed nõudmised ajakirjanikele tuleb üle vaadata.

Tegelikult ühelt poolt seab see nõuded ajakirjanduse professionaalsusele – et anda lühemalt, kiiremalt, kui me räägime uudisest, aga mis on ära kadunud selle kiirustamise ajal, tormamise ajal: rutem, kiiremini, rohkem. Ära kadunud on see, et oot, stopp! Võtame nüüd aega. Mõtleme. Läheme süvitsi. Analüüsime. Sellises kiiruse tuhinas ei ole analüüsi ja see on see, mis tegelikult on paljud lugejad seadnud küsimuse ette, et miks lehte peaks tellima üldse./---/ See on hästi suur väljakutse ajakirjandusettevõtetele: mis on see, mille poolest ma kaasaja tehnoloogiliste võimaluste juures eristun? Miks mind tahetakse tellida või lugeda? Mida ma pakun sellist? (Vabakutseline, 5-15)

Ka muutusi inimestes toodi esile – suurenenud individualismi näitel.

Inimesed on muutunud. No ma ütleks, isekamaks. Nii nagu ikka raha muudab inimesi, kuigi meie palgad on viletsad. Individualism on suurenenud kindlasti, kui rääkida psühholoogilisest poolest. Varasem seltskond oli väga kokkuhoidev. Seda enam nii palju küll ei ole. Aga ei saa ka kurta, see ei ole midagi niisugust drastilist, aga kui praegu tagasi vaadata, siis ta nii lihtsalt on. (Teleajakirjanik, 15+)

Järeldused ja diskussioon

Ühest küljest nõuab ajakirjanikuks olemine ajastust sõltumata justkui ühtesid ja samu oskusi ning omadusi: reporterina töötamise kogemust, väga head emakeele- ja eneseväljendusoskust, suhtlemisoskust, loovust, initsiatiivikust ja pingetaluvust, kõrgharidust¹³. On ilmne, et teatud omadused, oskused ja väärtused on ajakirjanikutöö puhul universaalsed. Ometi ei jäta ühiskondlikud, majanduslikud ega tehnoloogilised muutused mõjutamata ka ajakirjanikuametit.

Ajakirjaniku tunnetusel oma rolli kohta on aga otsene mõju ka meedia sisule, seetõttu on oluline uurida kommunikaatorit – kommunikatsiooniprotsessi ühte keskset lüli. Kuidas on muutunud ajakirjanike rollikäsitus aastail 1988–2009, oligi käesoleva uurimuse keskne küsimus.

Käesolevas töös on küsitluste ja süvaintervjuude põhjal analüüsitud ajakirjanike rollikäsituse enesetunnetuslikku aspekti, teisisõnu, kuidas ajakirjanikud ise tajuvad muutusi oma tööülesannetes, väärtustes, kohustustes.

Muutused rollitajus

Eesti ajakirjanikkond on muutunud. Töökohti vahetatakse sagedamini ning ühel ametikohal töötatakse vähem aega kui 1980. aastate lõpul. Ajakirjanikkond on muutunud mõnevõrra nooremaks, kuid nende vanus ja staaž on 2009. aastaks pisut kasvanud, võrreldes 1995. aastaga, mil oli toimunud põlvkonnavaheetus ajakirjanike seas.

Eesti ajakirjanikud võtsid küsitlustulemuste põhjal 1988. aastal omaks osaleja rolli, ent osaleja rolli tajusid ajakirjanikud endal ka nii 1995. kui 2009. aastal, mil ligi pool vastanuist nõustus kindlalt väitega, mille kohaselt on ajakirjanike kohus püüda ühiskonda paremaks muuta. Sellel rollifunktsioonil on tõenäoliselt eesti ajakirjanduse traditsioonist pärit juured – tugevalt on kinnistunud missioonitundelise õpetaja, maailmaparandaja roll.

¹³ Töökuulutus, milles otsitakse ajalehele reporterit. Postimees 21.08.2010

1995. aastal suurenes levitava funktsiooni osatähtsus ning neutraalse ajakirjaniku rollitaju võrreldes 1988. aastaga. 1995. aastal tajusid ajakirjanikud oma rollina ka interpreteerimist (näiteks aidata inimestel kiiresti sündmustes orienteeruda). Levitava funktsiooni tunnetamine valdavana ajakirjaniku rollitajus on märk lääneliku ajakirjandusmudeli kohanemisest Eesti ajakirjanduses.

1995. aastal lisandus ka vastustaja (vastanduja) roll, mil ligi kolmveerand ajakirjanikest leidis, et ajakirjandus takistab avalikustamisega nii korrupsiooni kui kontrollib võimulolijate tegevust. See muutus tulenes paratamatult toleaeagsest tegelikkusest: 1988. aastal, nõukogude ajakirjanduskonventsiooni tingimustes, ei kuulunud võimulolijad ja nende tegevus ajakirjanduse kriitika alla.

Vastanduja roll oli levitava ja interpreteeriva funktsiooni kõrval olulisel kohal ka 2009. aasta küsitlustulemuste põhjal – enamus (83%) ajakirjanikke nõustus väitega, mille kohaselt on ajakirjaniku roll toimida ühiskonna valvekoerana. Vanemad ajakirjanikud tajusid valvekoera funktsiooni sagedamini.

2009. aastal oli informeerimise-levitamise funktsiooni järel interpreteeriv rollifunktsioon ajakirjanike rollitajudes olulisel kohal: tähtsate interpreteerivate rollikohustustena nähti uudiste selgitamist ja analüüsimist. Enamus ajakirjanikest (92%) nõustus kindlalt väitega, mille järgi on ajakirjanike kohus uudiseid selgitada ja analüüsida. Kauem ametis olnud ajakirjanikud tajusid seda kohustust sagedamini. Enamus vastanuist (91%) pidas 2009. aastal tähtsaks ka ajakirjaniku rolli sotsiaalselt ja poliitiliselt oluliste päevateemade tõstatajana. See muutus võib olla seotud tehnoloogiliste muutuste, interneti ja sotsiaalmeedia väga laiaulatusliku levikuga: ajakirjanikud tajuvad oma kohustusena juhtida tähelepanu olulisematele teemadele plahvatuslikult suurenenud infovoos tingimustes.

Meelelahutuse funktsioon on ajakirjanike seas võrreldes 1988. aastaga (36%) 2009. aastaks suurenenud (54%). Vahepealse, 1995. aasta küsitlustulemustes ilmnes

meelelahutuse funktsiooni esiletõus – siis pidas üle kolmveerandi (76%) ajakirjanikest oluliseks pakkuda põnevust ja meelelahutust. 1995. aastal oli inimestele meelelahutuse pakkumine ajakirjanikele justkui uus ja põnev ülesanne. 2009. aastal tajusid ajakirjanikud meelelahutuse funktsiooni olulisust vähem olulisena kui 1995. aasta ajakirjanikud.

1988., 1995. ja 2009. aasta küsitluste andmeid võrreldes võib täheldada ajakirjanike rollitaju muutumist individualistlikumas suunas. 1988. aastal leiavad enam märkimist ühiskonna seisukohast olulised rollifunktsioonid (kaitsta rahva huve, lugudel peab olema ühiskondlikku kaalu) ja individualistlikumad funktsioonid (loominguline rahuldus, leivateenimine) leidsid vähem märkimist. 1995. aastaks on indiviidi ja ühiskonnapõhised seisukohad kohad vahetanud: 1995. aastal on esikohal loominguline eneseteostus (98%) ning seisukohta, mille kohaselt on ajakirjandus missioon, oma rahva huvide kaitsmine ja väljendamine, kinnitas 85% vastanuist. Siiski nägid ajakirjanikud endal *olulist rolli ühiskonnas* kõigi kolme küsitluse tulemuste põhjal. 2009. aastal märkis vaid 0,7%, et ajakirjanikel on kohustused üksnes nende enda ees või organisatsioonide ees, kes neile palka maksavad.

Kui 1995. aasta küsitlustulemustes on ajakirjanikele oluliste professionaalsete oskuste ravis eespool moraalil ja eetikal põhinevad omadused, siis 2009. aasta küsitluses väljendatakse enam tähtsatena indiviidi konkreetseid tööoskusi, valdavalt interpreteerimise funktsiooni seisukohast olulisi oskusi.

Ajakirjanikud näevad oma rolli ajas üha pragmaatilisemana: aina enam on ajakirjandus muutumas lihtsalt igapäevase leiva teenimise viisiks.

Ajakirjanikega 2009. aastal tehtud intervjuude analüüsist ilmnes, et ajakirjanike ametiideoloogia on pigem organisatsiooni, mitte aga niivõrd ametipõhine. Individualistlikumas lähenemises oma rollile seostatakse end konkreetse toimetusega, mitte aga näiteks ametiga või ajakirjanikkonnaga laiemalt. Vähenemist näitab ka ajakirjanike kuulumine kutseorganisatsiooni: 1988. aastal kuulus kutseorganisatsiooni

60% ajakirjanikest, 1995. aastal 39% ja 2009. aastal kõigest 17% ajakirjanikest. Siiski representeeriti ka ametipõhist ideoloogiat, seda väljendati näiteks ühiskonna eest vastutamise kaudu.

Individualistlikkus iseloomustab läänelike ajakirjandustavade kinnistumist.

Samas pidas 2009. aastal enamik ajakirjanikke (96%) oluliseks suhtevõrgustike loomise oskust. Võrgustik oli vastanute seas oluline ka 1988. aastal, kuid võrgustikul oli toona teistsugune tähendus kui praegu tehnoloogia ülikiire arengu tingimuses.

Intervjuude analüüsis eristunud rollidiskursused “Informatsiooni jagamise, levitamise diskursus”, “Interpreteerija, analüüsija diskursus” ja “Vastanduja diskursus” on võrreldavad küsitlustulemuste analüüsis eristunud rollifunktsioonidega (levitaja, interpreteerija, vastanduja roll). Lisaks tuli intervjuusid analüüsides välja veel kaks diskursust: “Väravavahi kontseptsioon” ning “Ajakirjandus kui tavaline palgatöö”. Seejuures kasutasid ajakirjanikud väravavahi kontseptsiooni puhul mõisteid ‘filter’ ja ‘filtriks olemine’, ‘terade sõkaldest eraldamine’ – akadeemiline sõnavara on ajakirjanikele ilmselt võõras. Antud diskursuses vastanduti nn sotsiaalmeediale: ajakirjandusväljaanne, toimetuse kontroll annab sõnumile otsekui legitiimsuse, ajakirjanikul nähti erinevalt sotsiaalmeedia produtseerijaist vastutuse rolli. Domineerisidki just väravavahi ja info levitaja diskursus, kuid selgelt olid esindatud ka representatsioonid ajakirjanikutööst kui tavalisest palgatööst.

Rõhud rollimudelites erinevad eri poliitilistes süsteemides, väidavad rohkem kui 20 maa ajakirjanikke uurinud USA teadlased Weaver ja Wilhoit (1998: 65) “Ajakirjanikud vanade demokraatlike traditsioonidega maades, nagu Suurbritannia, USA, Austraalia, Soome väärtustasid kõrgemalt ajakirjanduse kui ühiskonna valvekoera rolli kui kolleegid lühemaajalise demokraatiaga maades. Briti ajakirjanikud nägid endi peamise ülesandena olla avalikkuse huvide valvekoer ning varustada avalikkust informatsiooniga, Saksa ajakirjanikud rõhutasid uudiste interpreteerimist, Soome ja Rootsi ajakirjanikud aga soovisid uurida riigiteenistujate tegevust ning selgitada avalikkusele keerulisi sündmusi. Rootsi maakonnalehti uurinud Fjaestad ja Holmov (1976) sõnastasid põhirollidena

valvekoera rolli ning kasvataja ja harija rolli. Praegusajal kalduvad ajakirjanikud oma praktikasse ühte sulatama mitmeid rolle, märgivad Robinson ja Saint-Jean (1998: 365). Ka Eesti ajakirjanike rollitaju on väga mitmetine.

Rollikonfliktid

Mitmed välised tegurid ja huvid võivad ajakirjaniku seesmiste väärtuste, tõekspidamiste ja arusaamaga oma ülesandest põhjustada rollikonflikte. Mitmed uuringud jõuavad järeldusele, et konflikti põhjustab eelkõige organisatsiooni poliitiliste eesmärkide või majanduslike huvide jälgijäämine ajakirjaniku individuaalsetele väljendusvabadustele (McQuail 2000: 245). Küsitlustulemustest oli samuti võimalik välja tuua konfliktide esinemist. Valikuvabadusega seonduvalt märkis enamik (72%) ajakirjanikke, et võrreldes nõukogude ajaga on sõnavabadus oluliselt suurenenud, siiski oli aga rohkem kui veerand neid, kes seda väidet ei kinnitanud. Suur hulk ajakirjanikke märkis, et on pidanud minema oma põhimõtetega kompromissile: ligi viiendikul (18%, 1995) on tulnud seda teha sageli, ligi poolel ajakirjanikest mõnikord. 2009. aastal tunnistas peaaegu pool ajakirjanikest, et *tihsti* tuleb töötada lugudega, millega nad töötada ei tahaks. Veerand tunnistas, et tunneb *tihsti* sündi töötada nende lugudega, mis nende arvates pole olulised. Ajakirjanike väärtustega satuvad vastuollu väljaandjate huvi (78%, 1995), poliitiline (20%, 1995) ja ametnikkonna (17%, 1995) surve, infoallikate (43%, 2009, PR-töötajate (40%) või omanike (16%, 2009) püüd mõjutada.

Ametit vahetada on mõelnud 62% ajakirjanikest 1995. aastal, 2009. aastal oli ajakirjanike rahulolu oma tööga kõrge: 85% kinnitas, et naudib ajakirjanikutööd.

Intervjuude analüüsist ilmnes, et eeskätt tajusid ajakirjanikud vastuolusid oma professionaalsete põhimõtete või väärtustega just *online*-meediaga seoses: ristusid ajakirjanike professionaalsed tõekspidamised ja arusaamad oma tööst ning omanike ärihuvide, kanali eripärast tulenevad nõuded. Ajakirjanikud sõnastasid probleemi, mille puhul *online*-meediast tulenevate nõudmiste ja oma tõekspidamiste vahel tekib pinge, *klikisurvena*. Pidevalt tuleb töötada olukorras, kus loeb kiirus ja klikkide arv, kuigi nende

professionaalsed tõekspidamised näeksid ette suuremat süvenemist, põhjalikumat analüüsi, kaalutletumat valikut, pikemaid lugusid. Seejuures tajusid klikisurvet ka trüki- või audiovisuaalses meedias töötanud ajakirjanikud – väljaannete omavaheline konkurents on tihenend ja *online*-meedia mõjutab ka teiste kanalite ajakirjanikke.

Teatud autonoomiat piiravaid tegureid võtsid ajakirjanikud aga justkui loomulikuna ega tahtudki näiteks suuremat valikuvabadust käsitletava valikul või ka loo pealkirjastamisel. Väljendati vastuollu sattumist organisatsiooni t  rutiinidega (kiirus, nn jooksva lindi väljastamine), omanike huviga saada rohkem lugejaid (kirjutada “m  uvalt”), kuid auditooriumi k  itvad teemad ei pruugi ajakirjanike arvates olla ühiskonnas kõige olulisemad, ajakirjanikud väljendasid soovi sügavama anal  ysi järele. Märgiti, et *online*-ajakirjandust võiks hinnata teiste kriteeriumide alusel: klikkide lugemise asemel tuleks hinnata lugude tsiteeritavust.

Märgiti, et meediaorganisatsioonid ei p  ora tähelepanu mitte niivõrd sisu arendamisele, vaid pigem elluj  amisele. Ajakirjanikes tekitas see ebakindlust, närvilisust.

Uusi perspektiive

Ajastut iseloomustav kiirus seab ohtu olulisi v  rtusi, tavasid, ametialaseid norme, nagu märgib üks intervjuueeritavatest, vabakutseline ajakirjanik, kelle t  ostaa   jäab vahemikku 5-15 aastat. Ta sõnastab, et professionaalsed nõudmised ajakirjanikele tuleb üle vaadata.

Tegelikult ühelt poolt seab see nõuded ajakirjanduse professionaalsusele – et anda l  hemalt, kiiremalt, kui me r  agime uudisest, aga mis on ära kadunud selle kiirustamise ajal, tormamise ajal: rutem, kiiremini, rohkem.   ra kadunud on see, et oot, stopp! Võtame n  iid aega. Mõtleme. Läheme süvitsi. Anal  usime. Sellises kiiruse tuhinas ei ole anal  ysi ja see on see, mis tegelikult on paljud lugejad seadnud küsimuse ette, et miks lehte peaks tellima üldse./---/ See on hästi suur väljakutse ajakirjandusettev  tetele: mis on see, mille poolest ma kaasaja tehnoloogiliste võimaluste juures eristun? Miks mind tahetakse tellida või lugeda? (Vabakutseline, 5-15)

Dramaatilistel pöördetkedel ei kohane kõik professiooni esindajad muutustega ning paljud jätaavad oma ameti. Kriisi- või pöördetpunktiks võivad olla ka kultuuriline ja majanduslik globaliseerumine, tehnoloogia ülikiire areng.

Oluline oleks uurida rollikonfliktidega toimetulemise strateegiaid, sest vastuolude mahasurumine, kompromissidele minek isiklike või professionaalsete tõekspidamiste, väärtuste või normidega võib hakata takistama meedial täitmast oma rolli avalikkuse huvide eest seisjana, demokraatia ühe kaitsjana.

Tõenäoliselt seisame praegu taas ühe ajakirjanike põlvkonnavahtetuse lävel – õige pea hakkab tööikka jõudma põlvkond, kes on maast madalast üles kasvanud koos internetiga. Muutumas on traditsiooniliste *ühelt-paljudele* või *meie-kirjutame-teie-loete* kommunikatsioonimudelite osatähtsus, sest kiirelt laienevad detsentraliseeritud info tootmisel ja jagamisel põhinevad võrgustikud. Oleks tähtis uurida, missuguseid muutusi toob see kaasa ajakirjanikes, nende tunnetuses ühiskonna, oma ameti ja rolli kohta.

Edaspidises uuringutes oleks huvitav ja oluline analüüsida, kuidas mõjutab ajakirjanike maailmavaade ja arusaamine oma elukutse rollist meedia sisu – info valikut, eelistusi, esitust. Ajakirjanikud “näevad” ja ka käsitlevad ja kajastavad probleeme ja teemasid sõltuvalt nende rollitajust erinevalt.

Kokkuvõte

Viimastel aastatel on ajakirjandus nii majanduslike kui ka tehnoloogiliste tegurite tõttu palju muutunud. Traditsiooniline, nn *ühelt-paljudele* või *meie-kirjutame-teie-loete* kommunikatsioonimudelite kõrval on kiirelt laienenud detsentraliseeritud info tootmine ning jagamisel põhinevad võrgustikud.

Käesoleva töö eesmärk oli uurida ajakirjanike rollitunnetust ning nende võimalikke muutusi ajas.

Ajakirjanike rollitaju analüüsi järgnevate uurimisküsimuste kaudu.

3. Missugused on ajakirjanike kujutlused oma rollist praegusel fundamentaalsete tehnoloogiliste ning majanduslike muutuste ajal (1988–2009)?
4. Missugused on muutused ajakirjanike rollitajus?
3. Kas või kuidas tajutakse vastuolusid oma rollis, rollikonflikte?

Töö teoreetilises osas anti ülevaade ajakirjanduse rollist laiemalt, ajakirjanike rolli tüpoloogiatest, samuti ajakirjanike rollitaju sisemistest ja välimistest mõjutajatest. Töö teises peatükis uuriti ajakirjanike rollitaju, analüüsides 1988., 1995. ja 2009. aastal läbi viidud küsitluste tulemusi. Töö kolmandas peatükis uuriti ajakirjanike tunnetust oma rollist 2009. aastal ajakirjanikega läbi viidud intervjuude kaudu.

Rollitaju on kompleks subjektiivsetest ja intersubjektiivsetest väärtustest, mõjutatud nii professionaalse kogemuse kui ka ajaloolise konteksti poolt (Volek ja Jirak 2007: 362). See on dünaamiline ja muutuv nähtus. Töös lähtuti ajakirjanike professionaalset ja sotsiaalset rolli analüüsides rolli ajakirjanike enesetaju vaatepunktist. See kätkes ajakirjanike endi poolt defineeritavat suhet oma töösse, viisi, kuidas mõisteti oma

ülesandeid ajakirjanikuna, tunnetust vastutusest ühiskonna, meediakanali, omanike ja kolleegide ees. Analüüsis on lähtunud Weaveri ja Wilhoiti (1986) rollitüpoloogiast, mille kohaselt valitseb ajakirjanike hoiakutes kolm eraldiseisvat tõekspidamise süsteemi: 1) *vastustav (adversary)*, 2) *tõlgendav (interpretive)* ja (uudiseid) 3) *levitav (dissemination)*. Varasemad uurijad (nt Cohen 1963) on juhindunud *neutraalse* ajakirjaniku ja *osaleva* ajakirjaniku rollitüüpidest. Hulk uurimusi näitab, et enamik ajakirjanikest eelistab neutraalse teavitaja rolli, samuti sobib see roll paremini ajakirjanduses väga oluliseks peetava professionaalse väärtuse – objektiivsusega. Puhtaid rollitüüpe esineb aga vähe, suurem osa ajakirjanikke näeb oma rolli mitmekesisena. Nagu märgivad Weischenberg et al (1998: 242), ei ole rollikontseptsioon pelgalt individuaalne enesekirjeldus, vaid professionaalse sotsialiseerumisprotsessi tulemus.

Nii küsitlustulemustest kui intervjuusid analüüsid ilmnes ajakirjanike mitmetine rollipilt, tajuti nii levitamise, interpreteerimise kui ka vastustamise rollifunktsioone, tähtsal kohal oli ajakirjaniku kui väravavahi kontseptsioon. Suurenenud on informeeriva ja interpreteeriva funktsiooni tähtsus. On ajakirjanikke, kelle jaoks ajakirjanikutöö on tavaline palgatöö.

Uurimuses ilmnes, et on mitmeid ajakirjanikuametile omaseid ja muutumatuna püsivaid professionaalseid baasväärtusi, kuid esile võib tuua ajakirjanike rollitunnetuse individualistlikumaks muutumist.

Analüüsis eristus mitmeid rollikonflikte: enamasti läksid vastuollu ajakirjaniku professionaalsed väärtused ja organisatsiooni huvid. Eelkõige ilmnesid rollikonfliktid seoses *online*-meediaga, ajakirjanikud märkisid, et nende tööle omab negatiivset mõju nn klikisurve ehk sund töötada kiiremini, produktiivsemalt ja pakkudes “müüvamaid” lugusid, kui samas ajakirjanike professionaalsed tõekspidamised näeksid ette sügavamad analüüsi. Mitmeid autonoomia piirajaid käsitlesid ajakirjanikud aga loomulikuna.

Edaspidistes uuringutes oleks võimalik keskenduda kommunikaatorite rolli ja meedia sisu ning laiemate ühiskondlike protsesside seoste uuringutele.

Summary

The press has changed a great deal in recent years due to both economic and technological factors. In addition to traditional – the so-called *one-to-many* or *we-write-you-read* communication models –, networks based on the production and distribution of decentralised information have also undergone expansion.

The objective of the thesis titled “Changing Role Perceptions of Estonian Journalists (1988–2009)” was to study the role awareness of journalists and possible changes thereof that have occurred in time.

The journalists’ role perception was analysed using the following study questions.

1. Which are the journalists’ representations of their roles during the period fundamental technological and economic changes (2009)?
2. Which are the changes in the role perception of journalists?
3. Whether and how do the journalists perceive contradictions in their role, role conflicts?

The theoretical part of the work provides an overview of the role of the press in general, typologies of the journalists’ role as well as the internal and external impacting factors in the role perception of journalists. The second chapter examines the role perception of journalists by analysing the results of surveys conducted in 1988, 1995 and 2009. The third chapter concentrates on the journalists’ perceptions of their role on the basis of interviews conducted with them in 2009.

By analysing the survey results and the interviews, a multifaceted role image emerged – the interviewees perceived role functions that related to dissemination, interpretation and contraction, whereas the concept of a journalist as a gatekeeper was found to be important. There are members of the press for whom working as a journalist is an ordinary paid labour.

The author of the thesis found that there are several professional basic and consistent values characteristic to the occupation of a journalist, but special attention should be given to the increasingly individualistic character of a journalist.

The analysis revealed several role conflicts: in particular, the professional values of a journalist and the interest of an organisation were often found to be in conflict. First and foremost, role conflicts were evident in relation to *online* media; the journalists noted that their work is negatively influenced by certain group pressure or a compulsion to work faster, more productively and by offering more stories that “sell”, at the same time compromising on the professional principles of journalists. However, the journalists treated several limitations to their autonomy as natural.

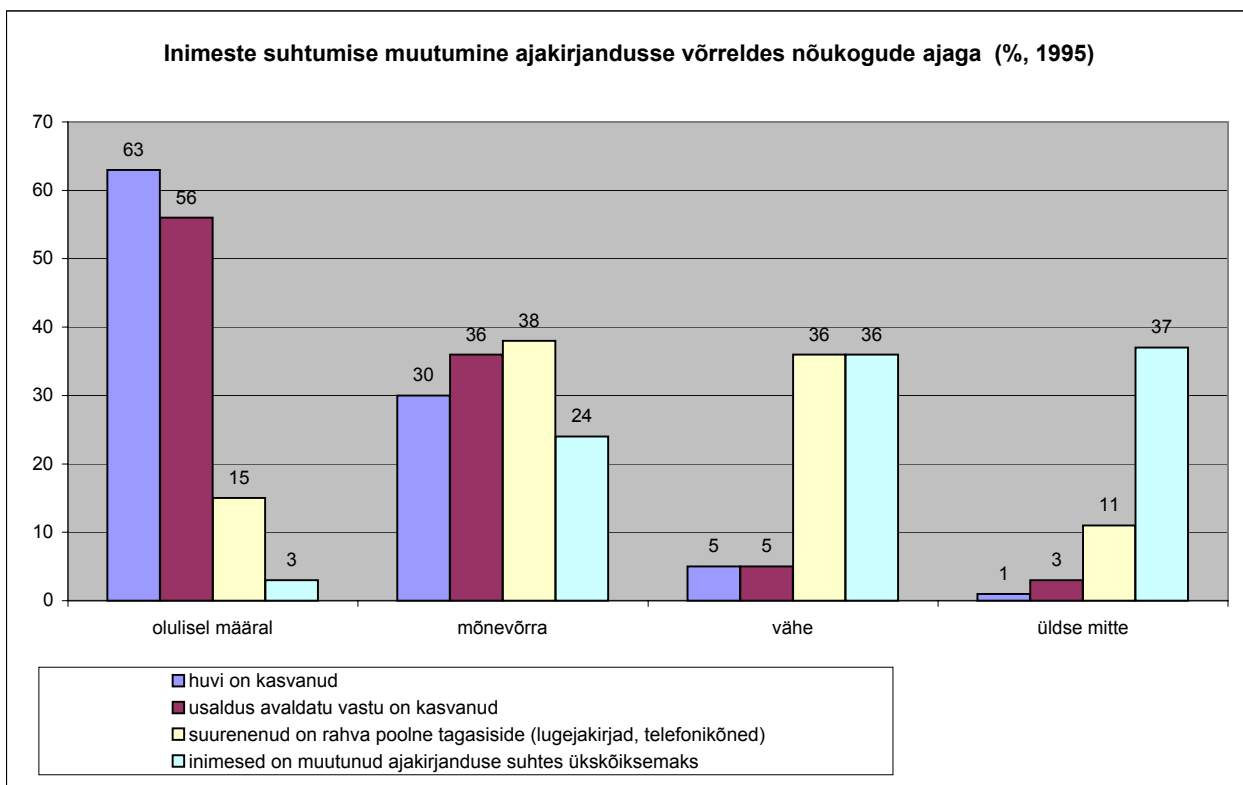
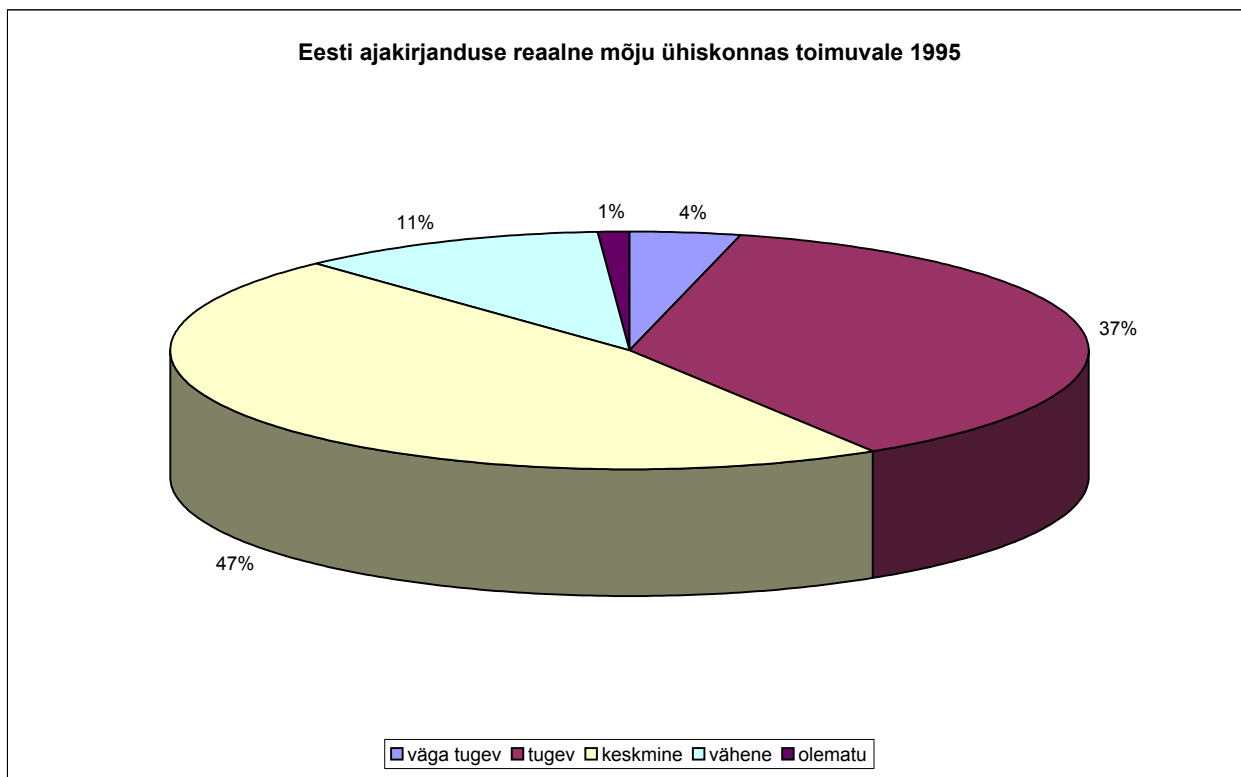
Kasutatud kirjandus

- Abel, S. *Estonian Journalists' Attitudes towards Their Work*. Tallinna Ülikool. Käsikiri Cinefogo.cuni.cz/getfile.php?&id_file=74 (vaadatud 20.07.2010)
- Canel, M. J., Pique A. M. (1998). Journalists in Emerging Democracies: The Case of Spain. Weaver, D. (toim) *The Global Journalist. News People Around the World*. Hampton Press, 299–319
- Fairclough, N. (2003) *Analysing discourse. Textual Analysis for Social Research*. London and New York: Routledge
- Franklin, B. et al (2005) *Key Concepts in Journalism Studies*. London: Sage
- Harro, H. (1994) *Ajakirjanduse õiguslik regulatsioon Eestis*. Tartu: Tartu Ülikool
- Harro, H. (1996) *Ajakirjandusvabadusest kommunikatsioonivabaduse poole*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
- Hennoste, T. (2001) *Uudise käsiraamat. Kuidas otsida, kirjutada, toimetada ja serverida ajaleheuudist*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus
- Hennoste, T. (2010) *Kommikoer ja Pommikoer. Üksteist lugu Eesti ajakirjandusest*. Loomingu Raamatukogu 2010/1-2
- Ilves, T. H. “*Quis custodiet ipsos custodes?*” Postimees, 25.01.2010.
- Laherand, M.-L. (2008) *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: OÜ Infotrükk
- Lauk, E. (1996) *Estonian Journalists in Search of New Professional Identity*. Javnost/The Public 3, no.4: 93-106
- Lauk, E. (1994) Tuntud ja tundmatu Georg Eduard Luiga (1866–1936). Lauk, E. (toim) *Eesti ajakirjanduse ajaloost IX*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus, 59–72
- Lauk, E. (2009). Reflections of Changing Patterns of Journalism in the New EU Countries. *Journalism Studies*, Vol. 10, No 1, 2009, 69–84
- McQuail, D. (2000) *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus
- Mecfal, S. *What are journalists like? How people become journalists and different ways of working as a journalist?* Käsikiri
- Mälk, M. (2000) Eesti naisajakirjanike esimesed põlvkonnad. Lauk, E. (koostaja) *Peatükke eesti ajakirjanduse ajaloost 1900–1940*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus, 165-189

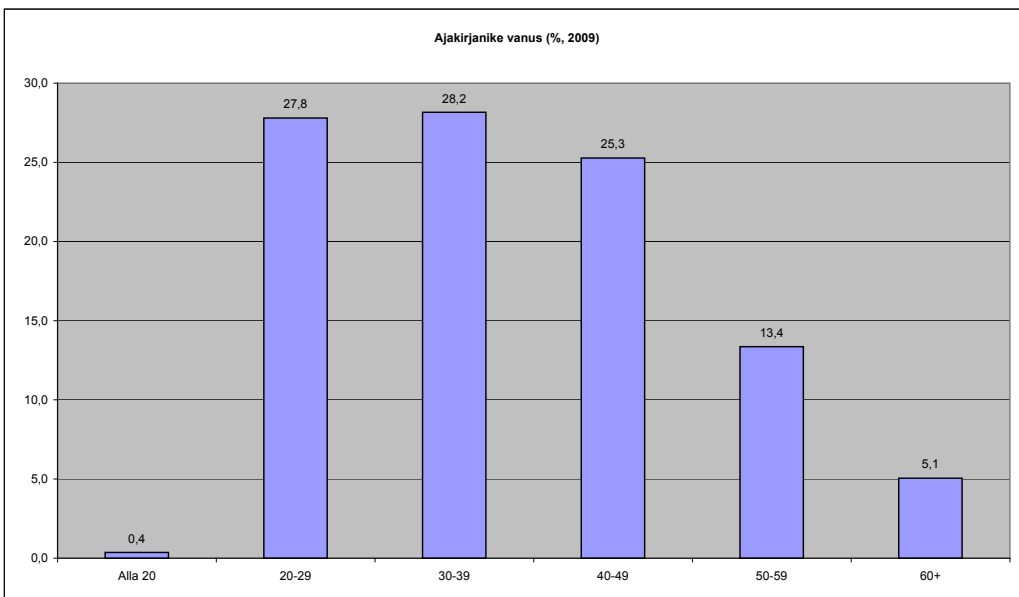
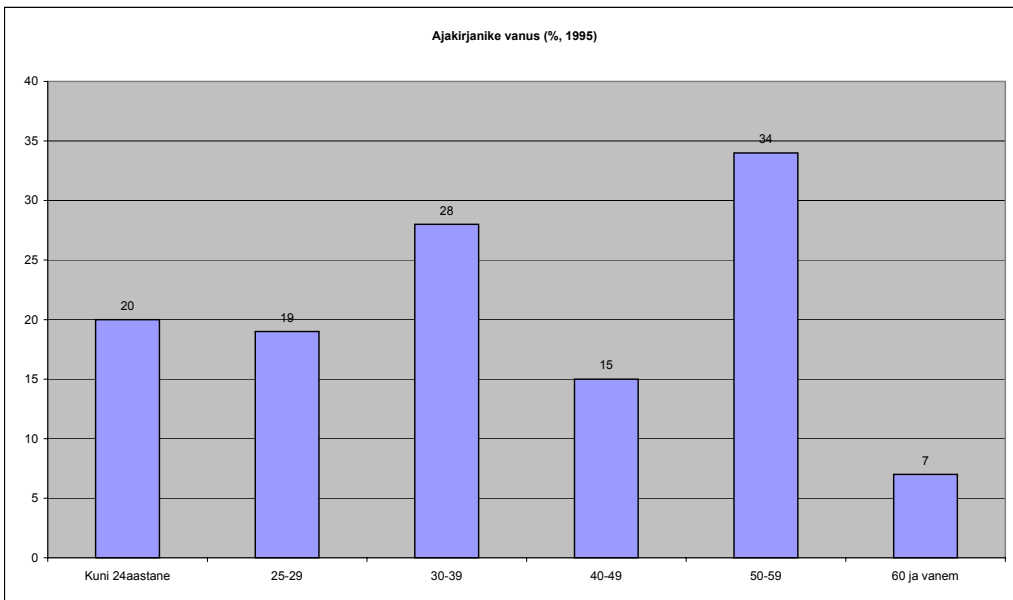
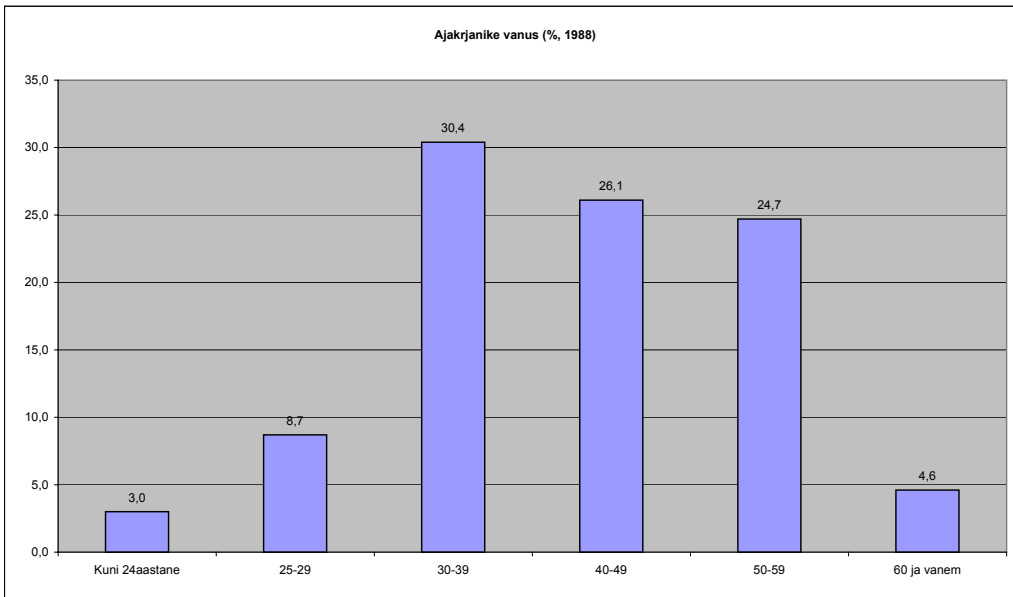
- Pallas, A. (2000) Ajalehe kirjutajast ajakirjanikuks. Ajakirjanikuameti kujunemine Eestis aastatel 1878– 1918. Lauk, E. (koostaja) *Peatükke eesti ajakirjanduse ajaloos 1900–1940*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus, 146-164
- Pallas, A. (koost) (2004). *Meie jäljed jäävad. Eesti ajakirjanike elulood I*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus
- Pallas, A. Tammar, H., Uus, S. (toim) (2006). *Teelised helisillal. Ringhäälingurahva lood*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus
- Pallas, A., Uus, S. (2009) Kuidas vaatad, nõnda näed. Eesti ajakirjanike elulood III. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus
- Palmaru, R. (2001). *Meedia võim ja demokraatia: Eesti kogemus. Valimiskommunikatsiooni ja ajakirjanike rollikäsitluse empiiriline uuring*. Tallinn: Academia Nord.
- Patterson, P, Wilkins, L. (eds). *Media ethics: issues & cases*. Boston (etc): McGraw Hill, 2005) Tartu Ülikooli eetikakeskuse Eetikaveeb <http://www.eetika.ee/193952>, kasutatud 14.06.10
- Robinson, G. J., Saint-Jean, A. (1998) Canadian Women Journalists: The “Other Half” of the Equation. Weaver, D. (toim) *The Global Journalist. News People Around the World*. Hampton Press, 351–372
- Ryfe, D. M. (2009) Broader and Deeper. A Study of Newsroom Culture in a Time of Change. *Journalism 10* (2), 197–216
- Seilenthal, A. (1971) *Ajalehe “Edasi” autorite kujutus oma rollist ankeetintervjuu andmeil*. Tartu Riiklik Ülikool. Eesti keele kateeder. Diplomitöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas.
- Shoemaker, P.J, Reese, S.D. (1991) *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman
- Shoemaker, P. (1991). *Communication Concepts. Gatekeeping*. London: Sage Publications
- Sztompka, P. (2004). The Trauma of Social Change: A Case of Post-Communist Societies. Alexander, J.C., Eyerman, R., Giesen, B., Smelser, N.J, Sztompka, P. *Cultural Trauma and Collective Identity*. Berkeley. Los Angeles. London: University of California Press. 155–195.

- Van Dijk, T.A. (2005) *Ideoloogia. Multidistsiplinaarne käsitus*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus
- Vihalemm, T., Masso, A. (2004) Kollektiivsed identiteetid siirdeaja Eestis. Kalmus, V. et al (toim.). *Eesti elavik 21. sajandui algul. Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 45-55
- Volek, J., Jirak, J. (2007) Professional Self-Image of the Czech Journalists: Selected Attributes. *Media Studies IV/2007* 358–375
- Weaver, D. Wilhoit, G. C. Journalists in the United States. Weaver, D. (toim) *The Global Journalist. News People Aruond the World*. Hampton Press, 395–414
- Weaver, D. (toim) (1998) *The Global Journalist. News People Around the World*. Hampton Press
- Weischenberg, S., Löffelholz, M., Scholl, A. (1998) Journalism in Germany. Weaver, E. (toim) *The Global Journalist. News People Aruond the World*. Hampton Press, 229–256
- Örnebring, H. (2009) *Newswork across Europe: Journalism in Six European Countries*. Käsikiri

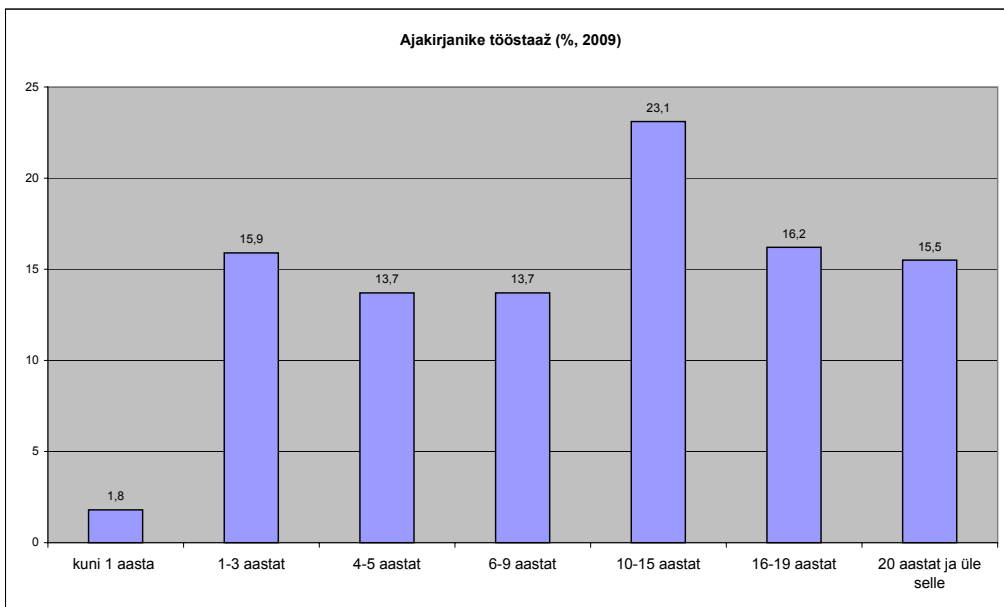
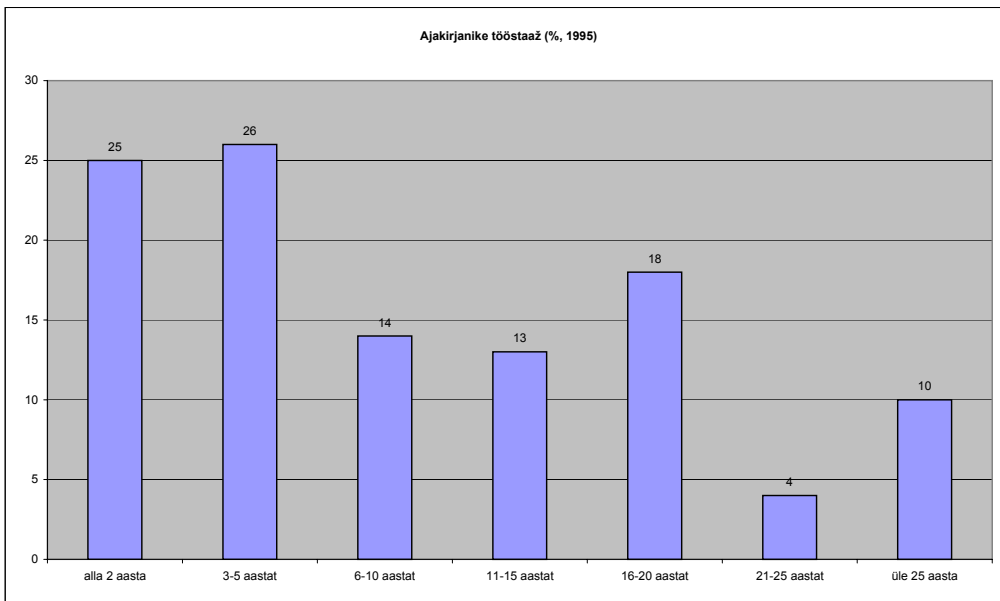
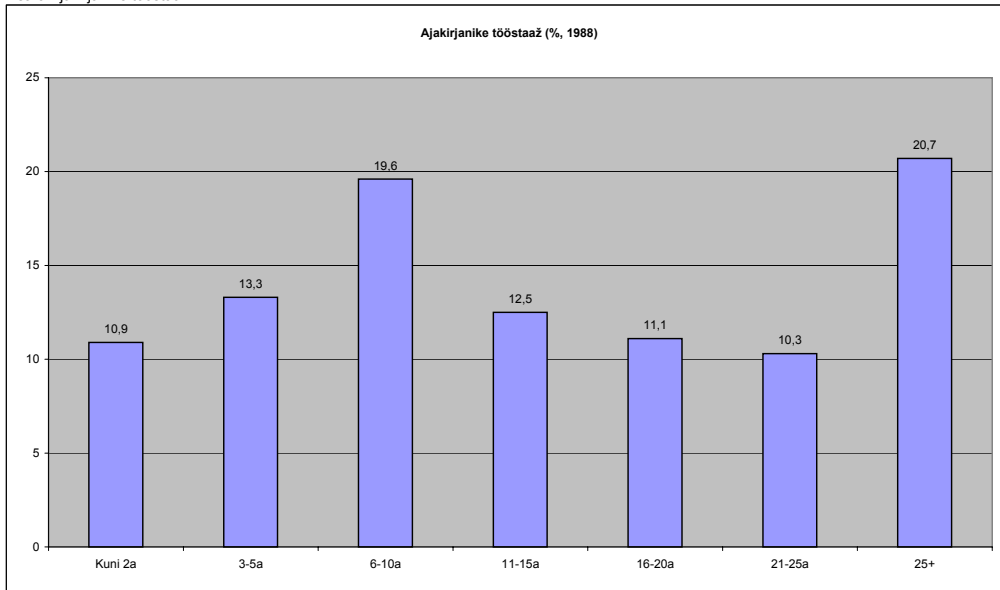
Lisa 1 Ajakirjanduse osa ühiskonnas



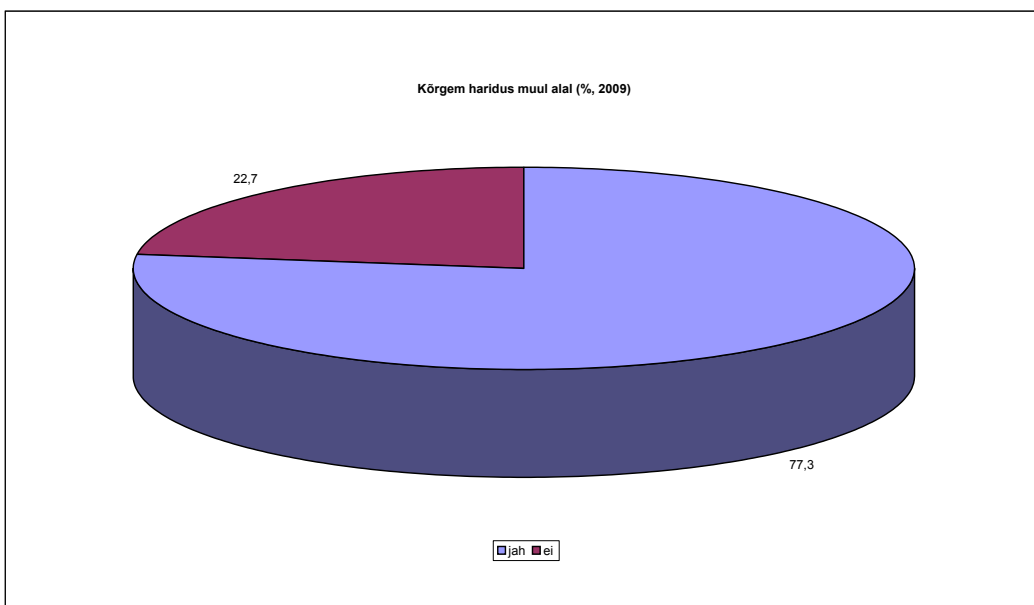
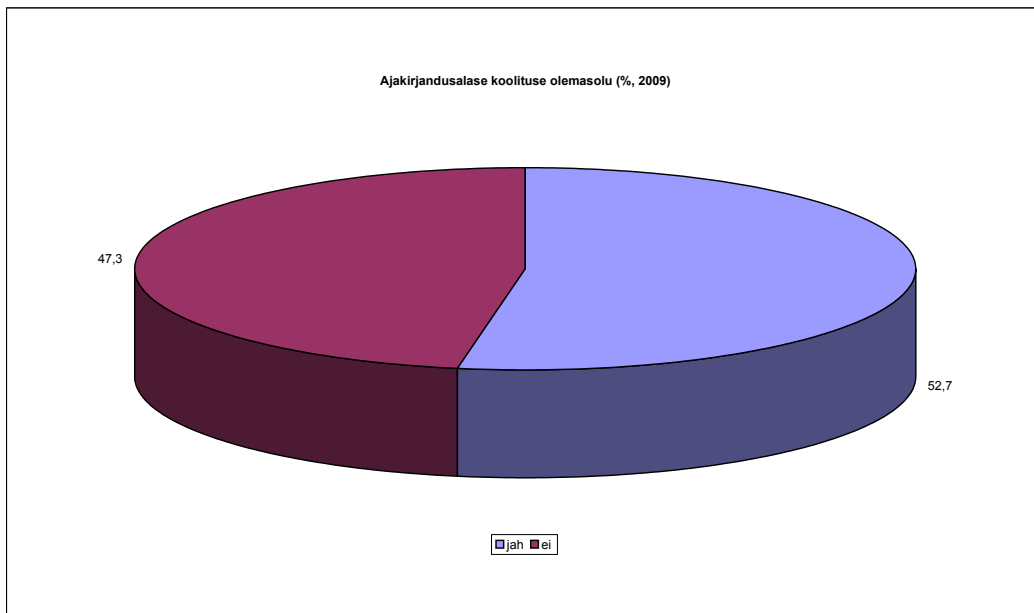
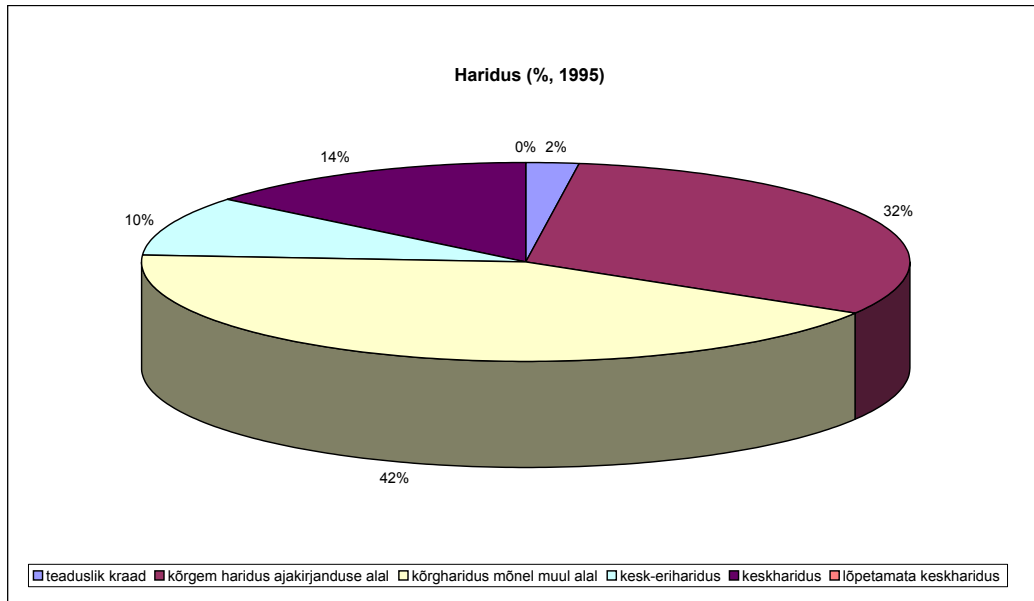
Lisa 2 Ajakirjanike vanus



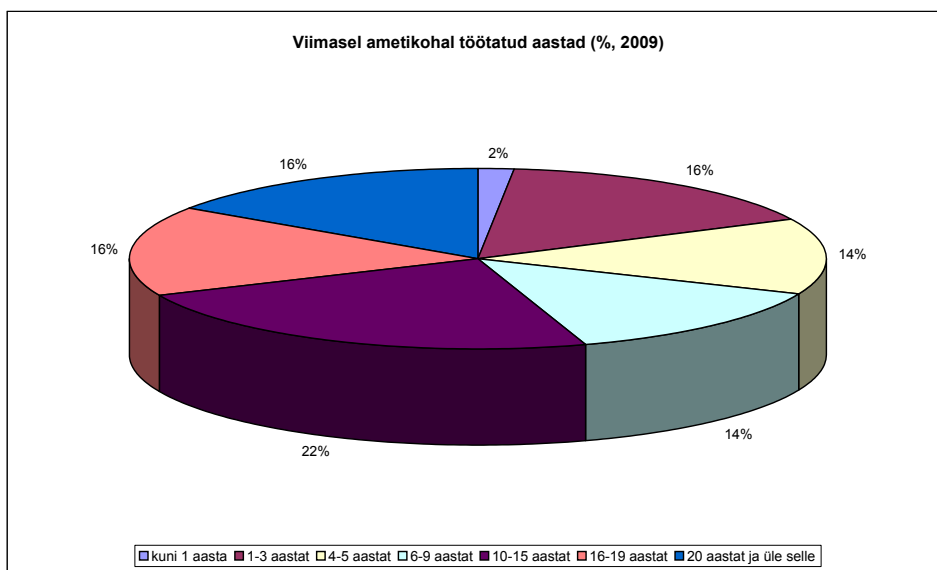
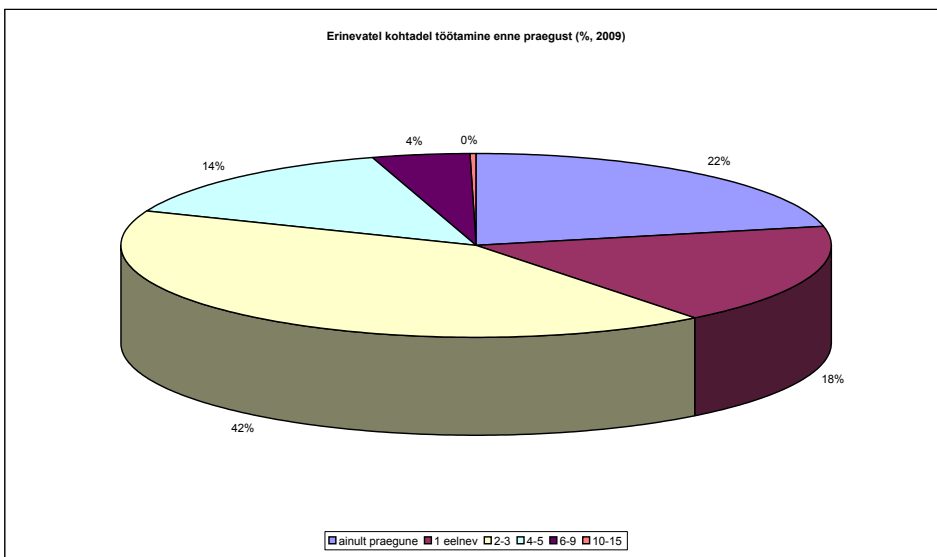
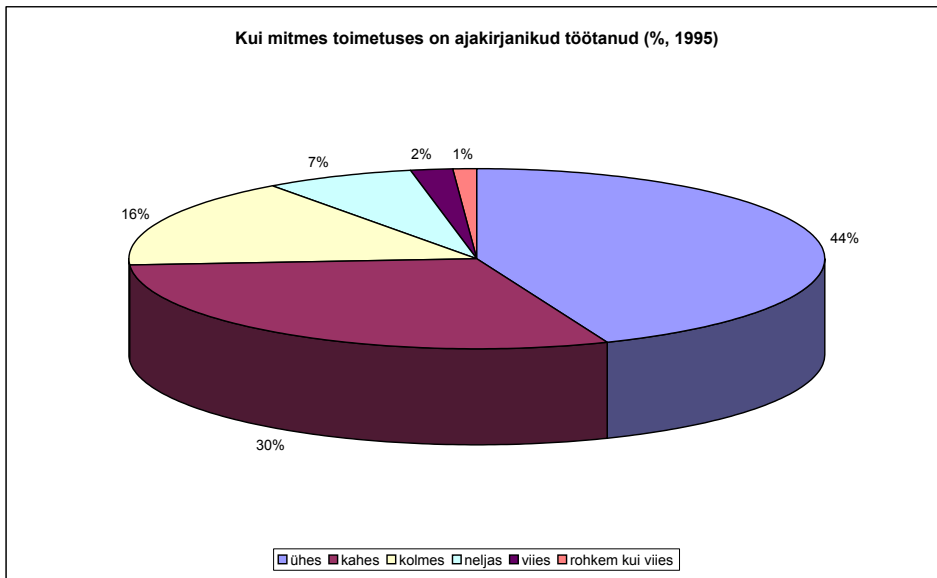
Lisa 3 Ajakirjanike tööstaaz



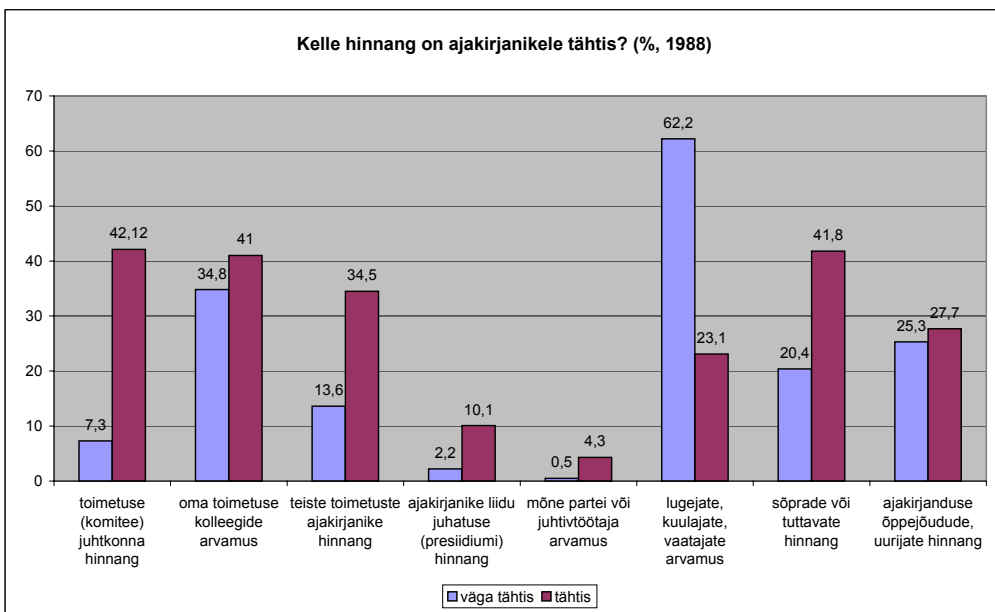
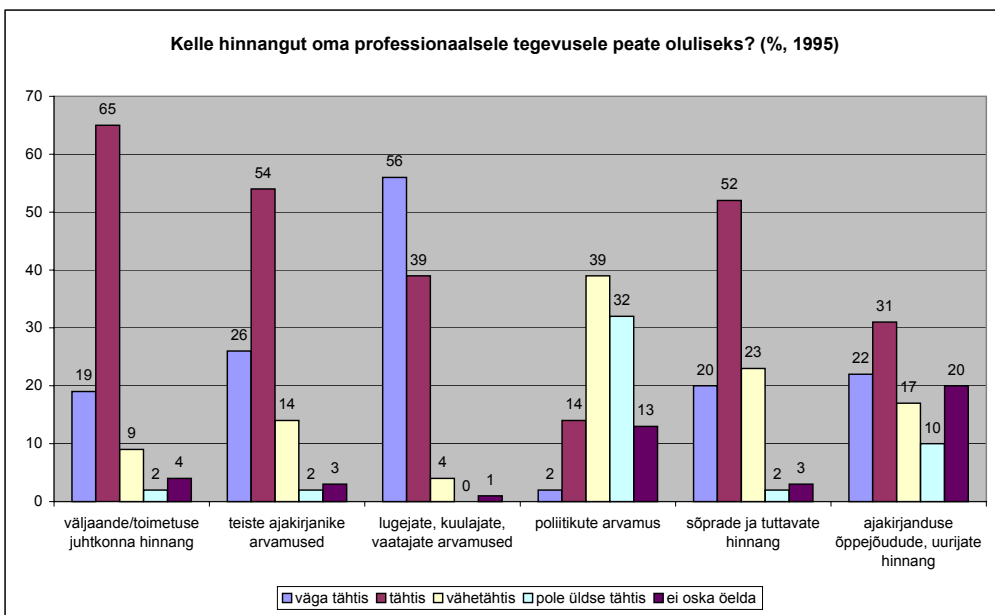
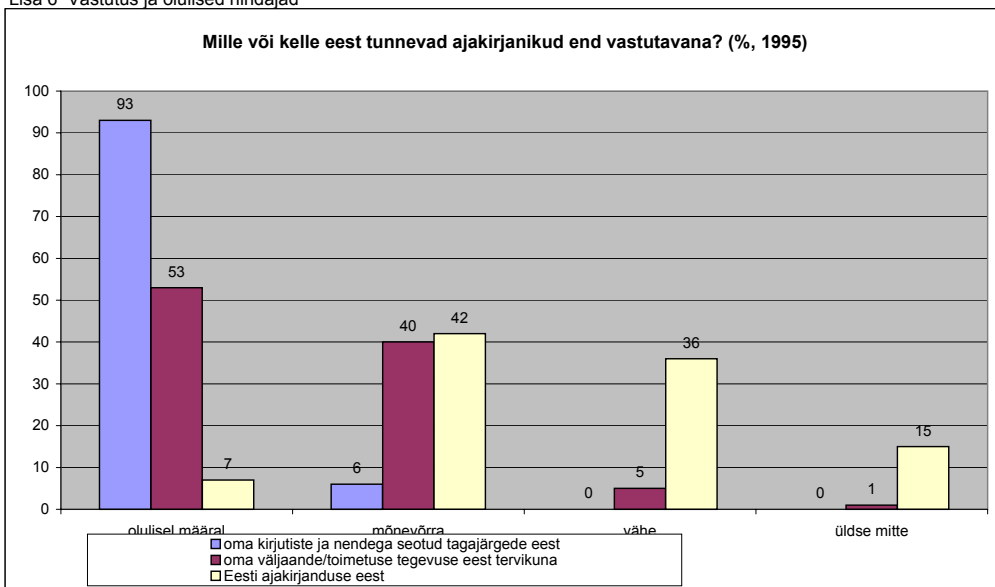
Lisa 4 Ajakirjanike haridus

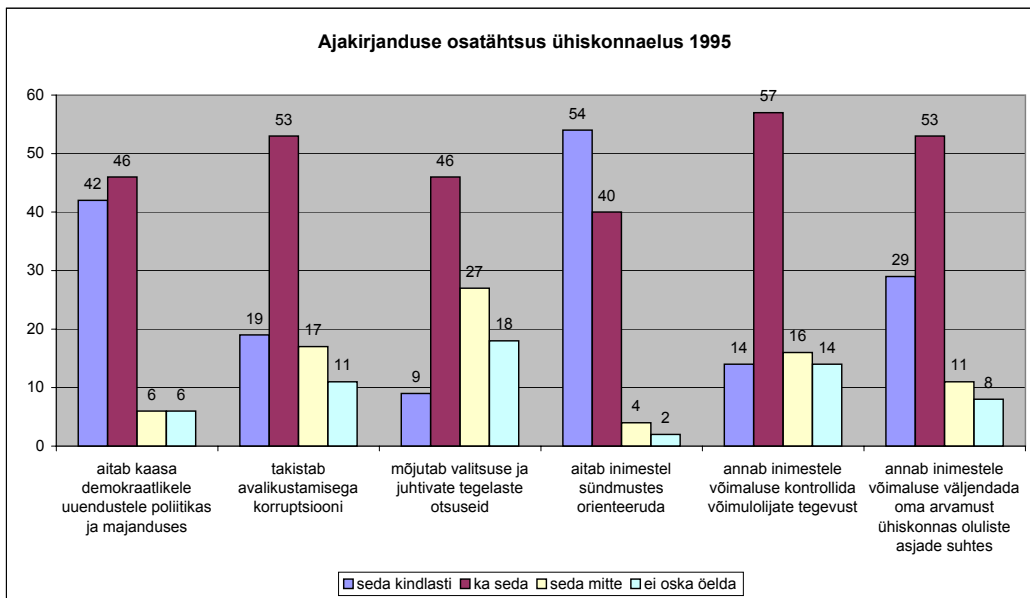
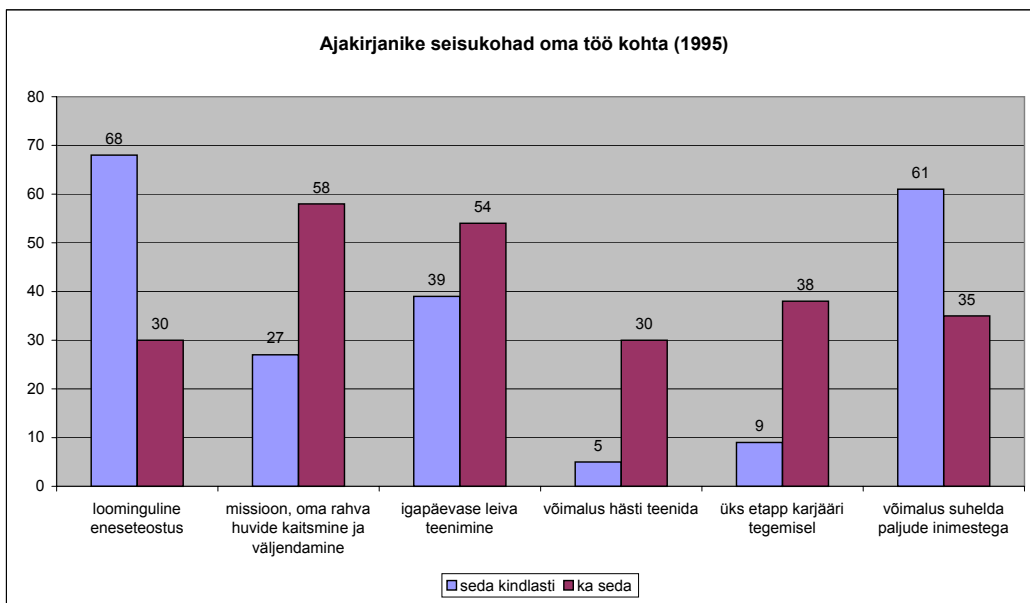
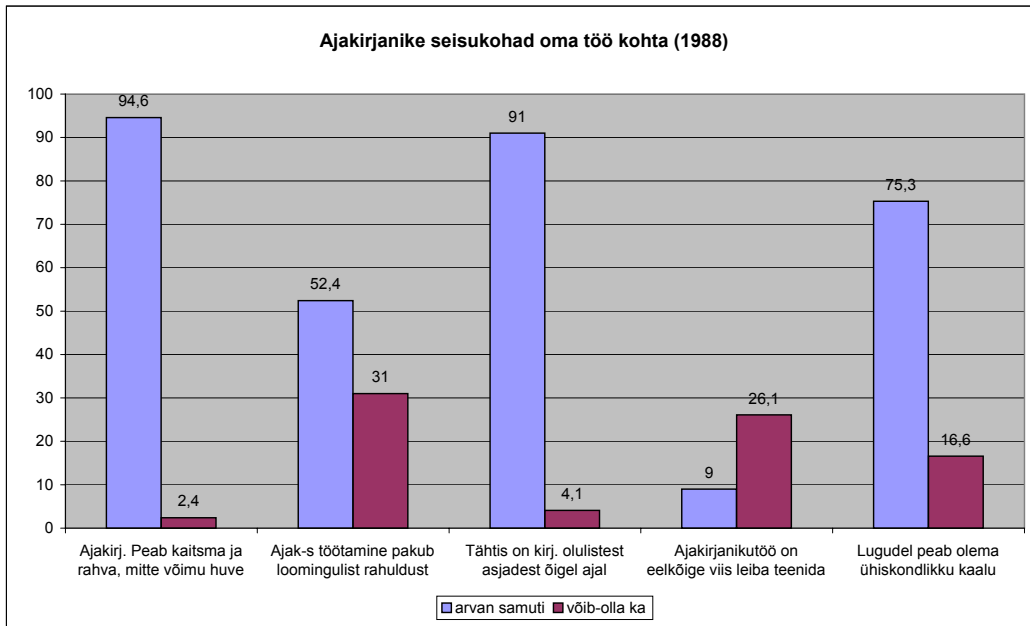


Lisa 5 Ajakirjanike töökohtade arv

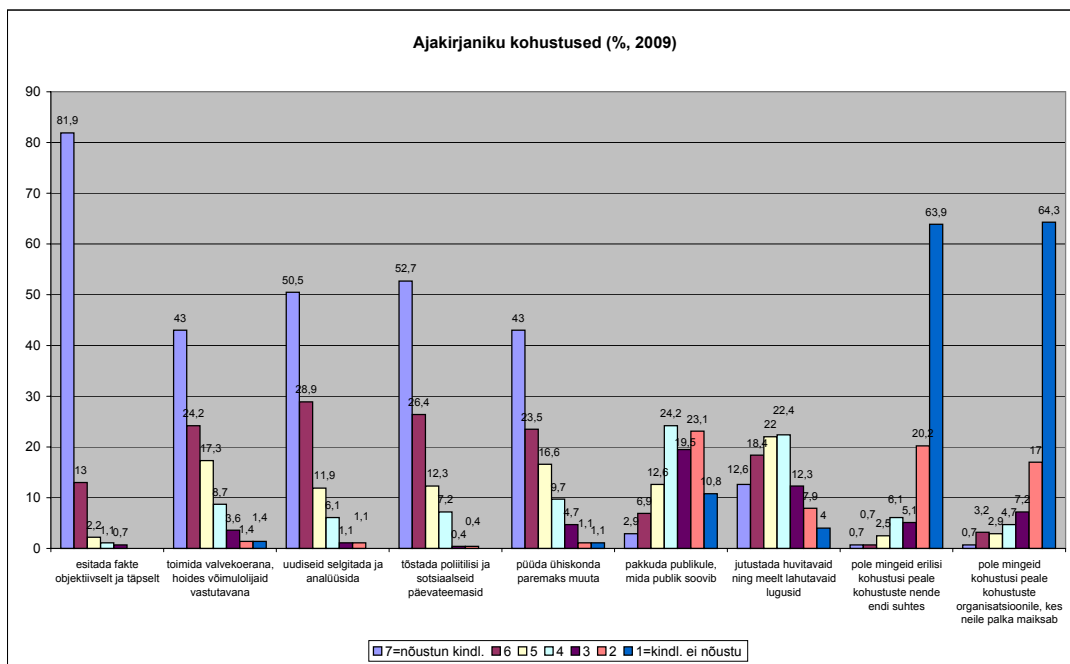
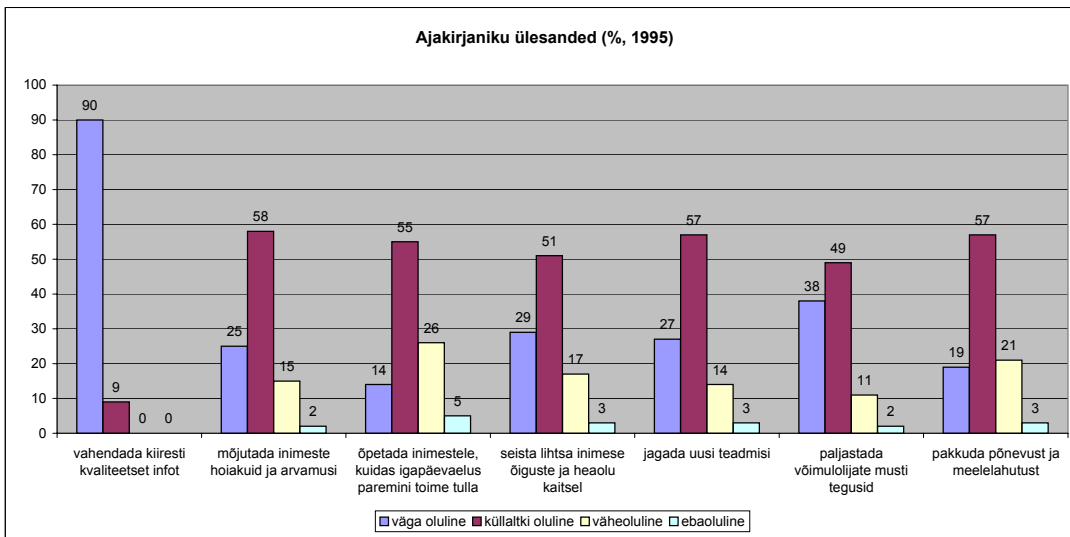
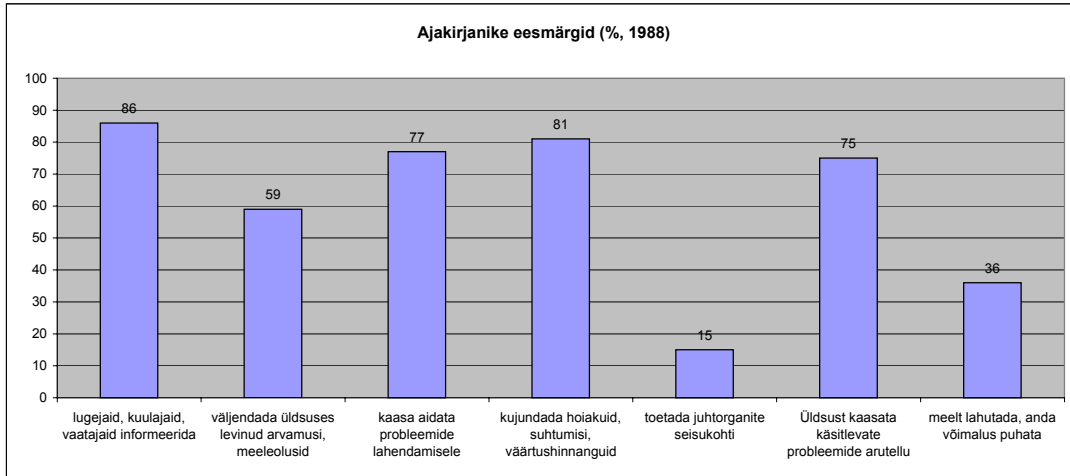


Lisa 6 Vastutus ja olulised hindajad

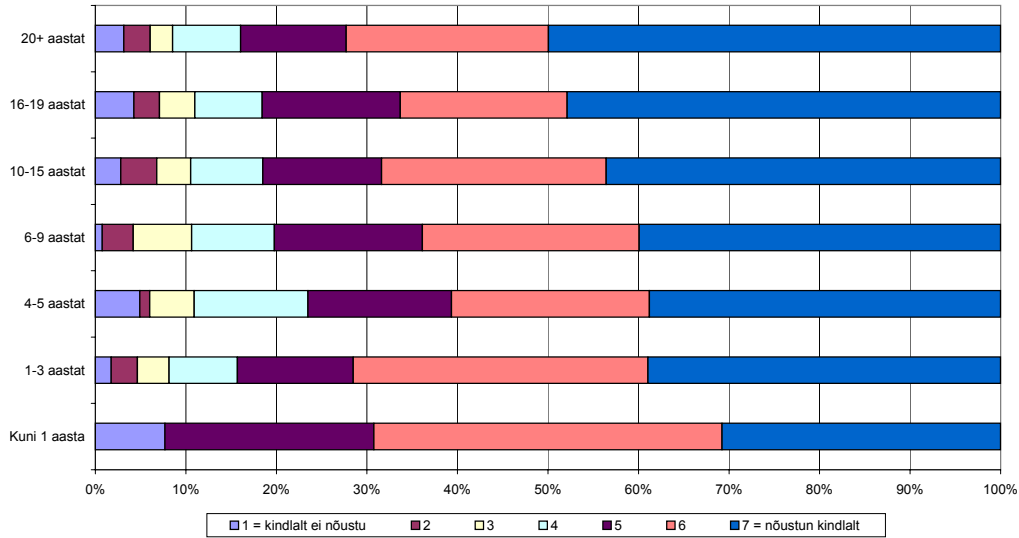




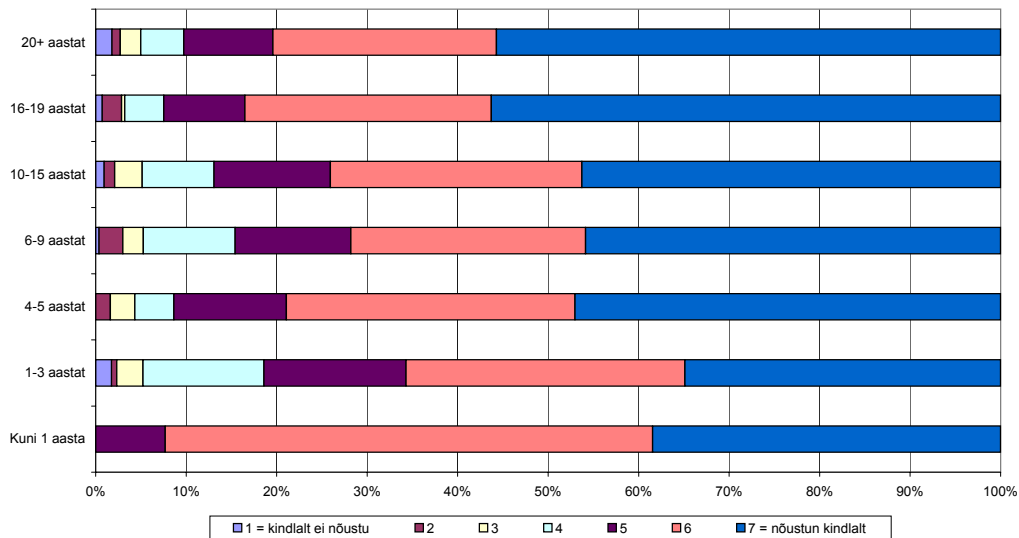
Lisa 8 Ajakirjanike ülesanded



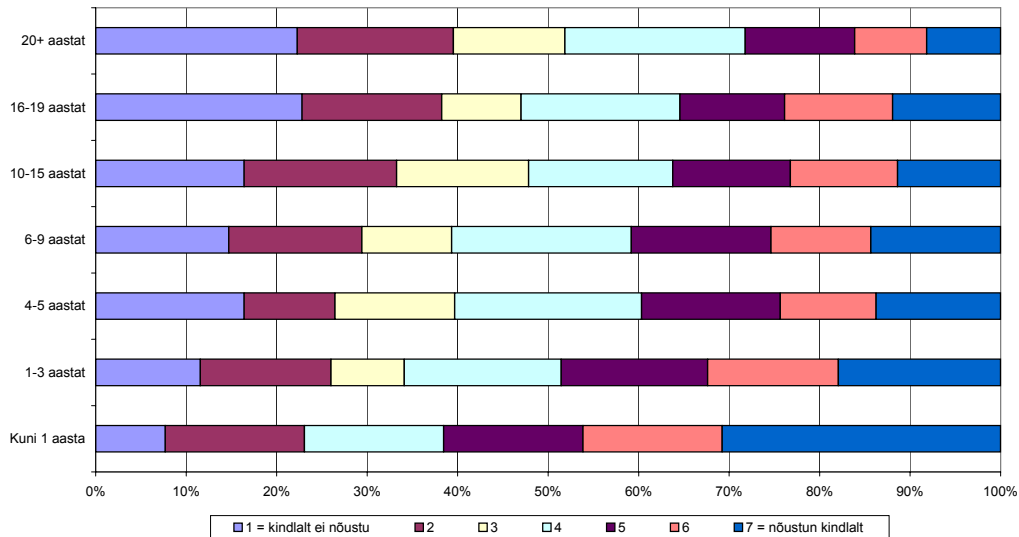
Ajakirjanike kohus on toimida valvekoerana, hoides võimaliljaid vastutavana



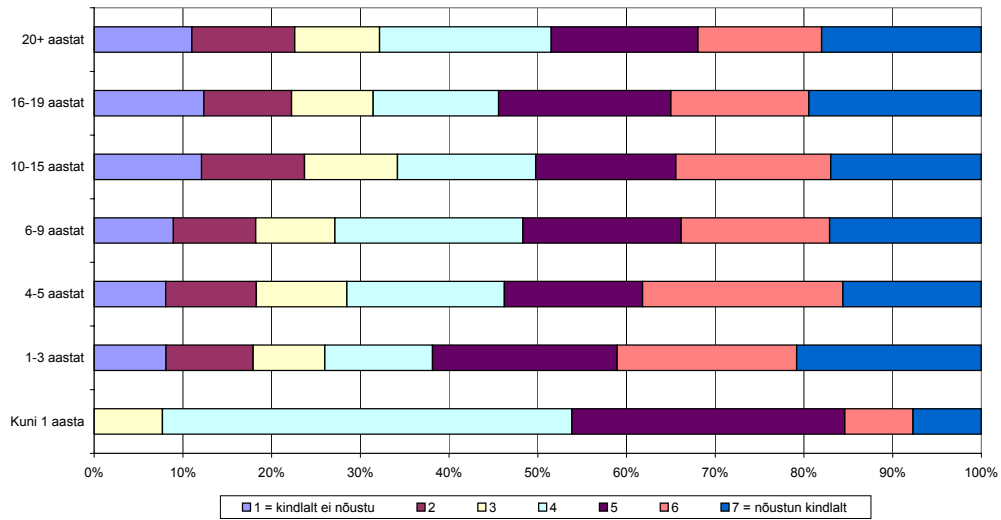
Ajakirjanike kohus on uudiseid selgitada ja analüüsida



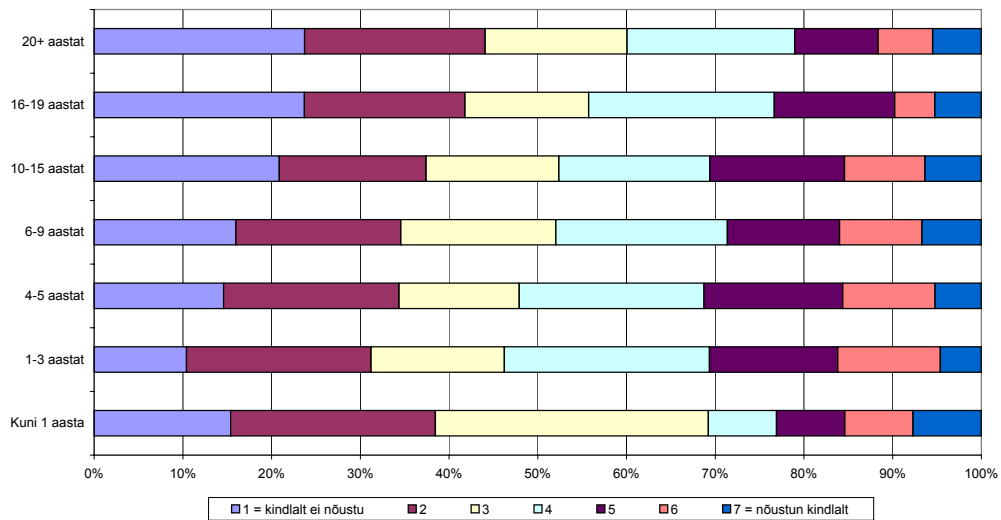
Ajakirjanike kohus on tõstatada poliitilisi ja sotsiaalseid päevateemasid



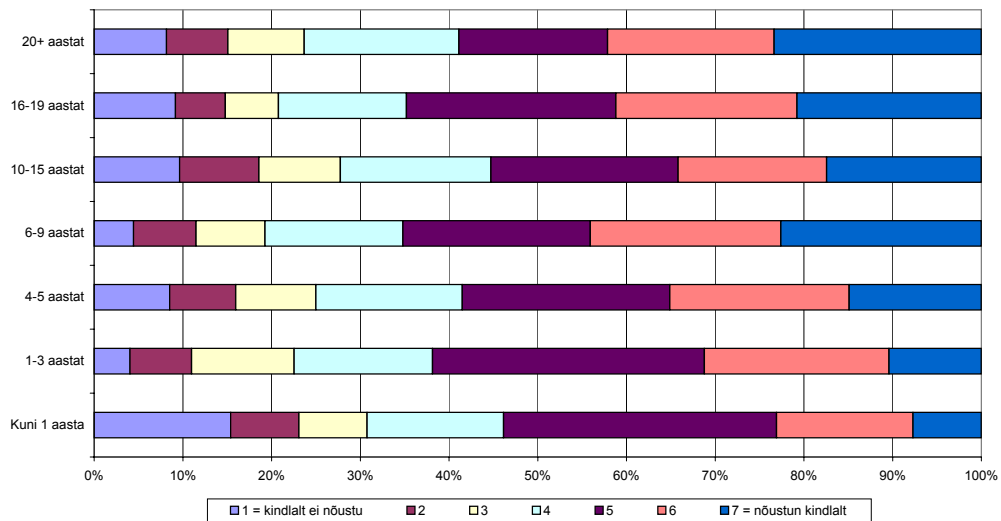
Ajakirjanike kohus on püüda ühiskonda paremaks muuta

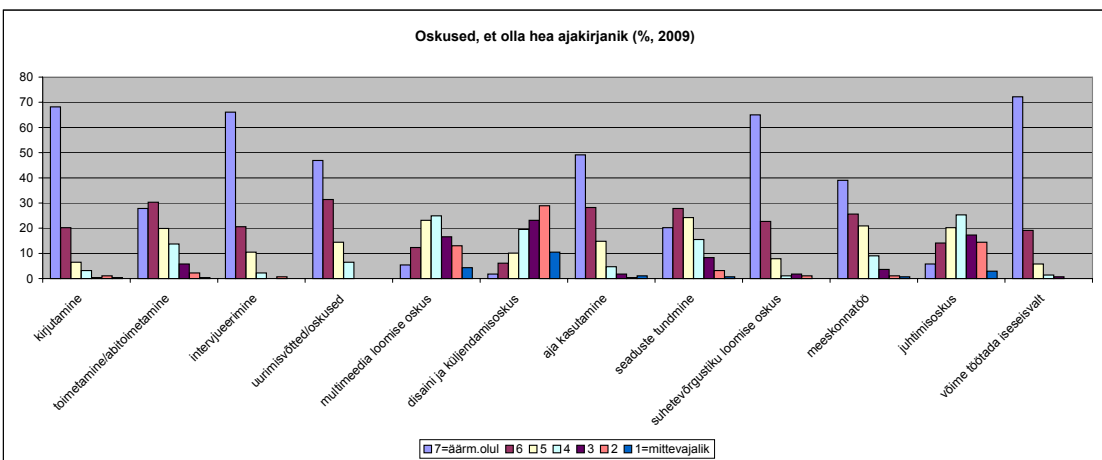
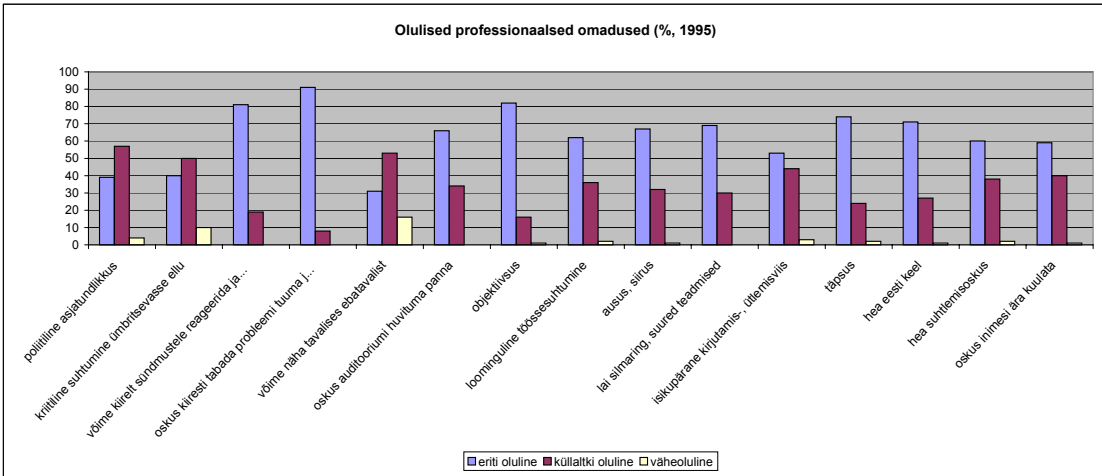
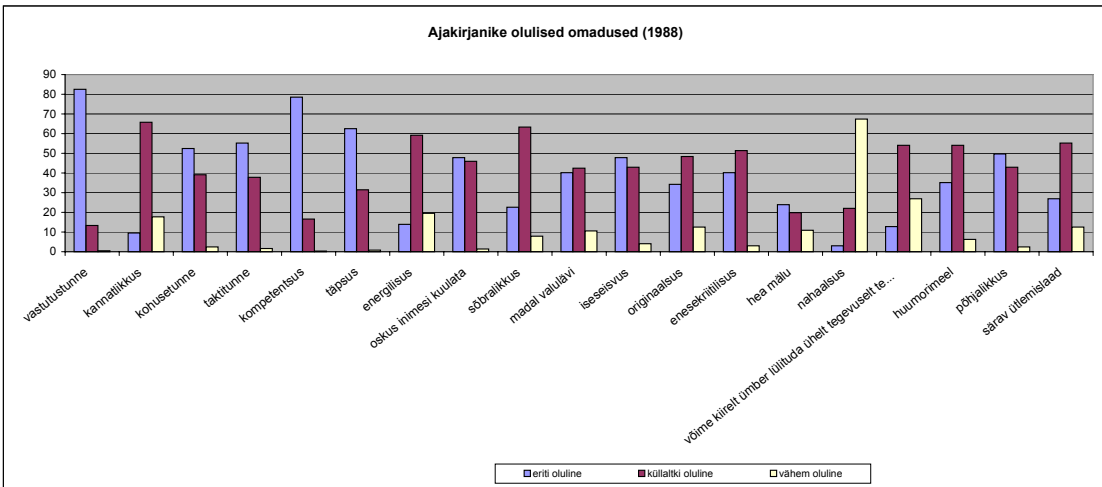
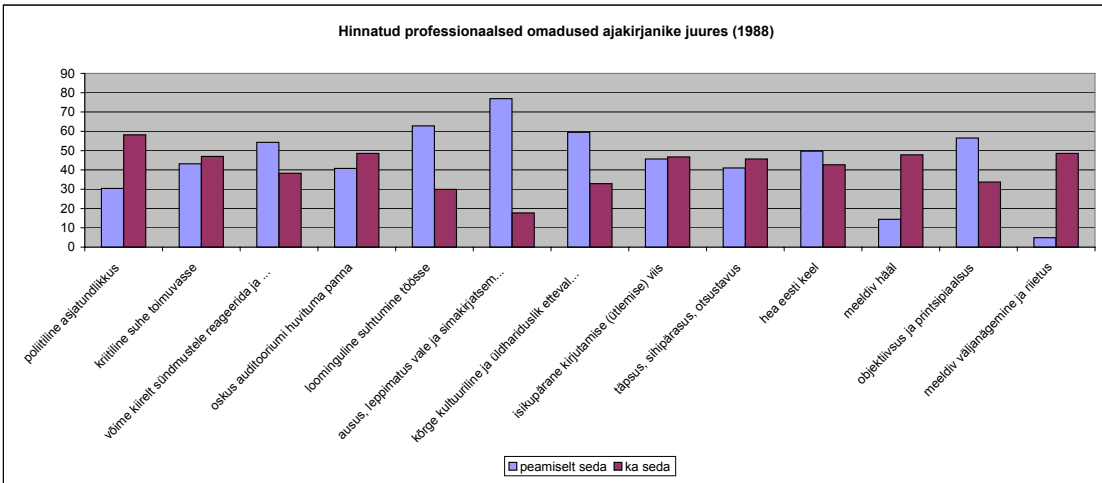


Ajakirjanike kohus on pakkuda publikule, mida publik soovib

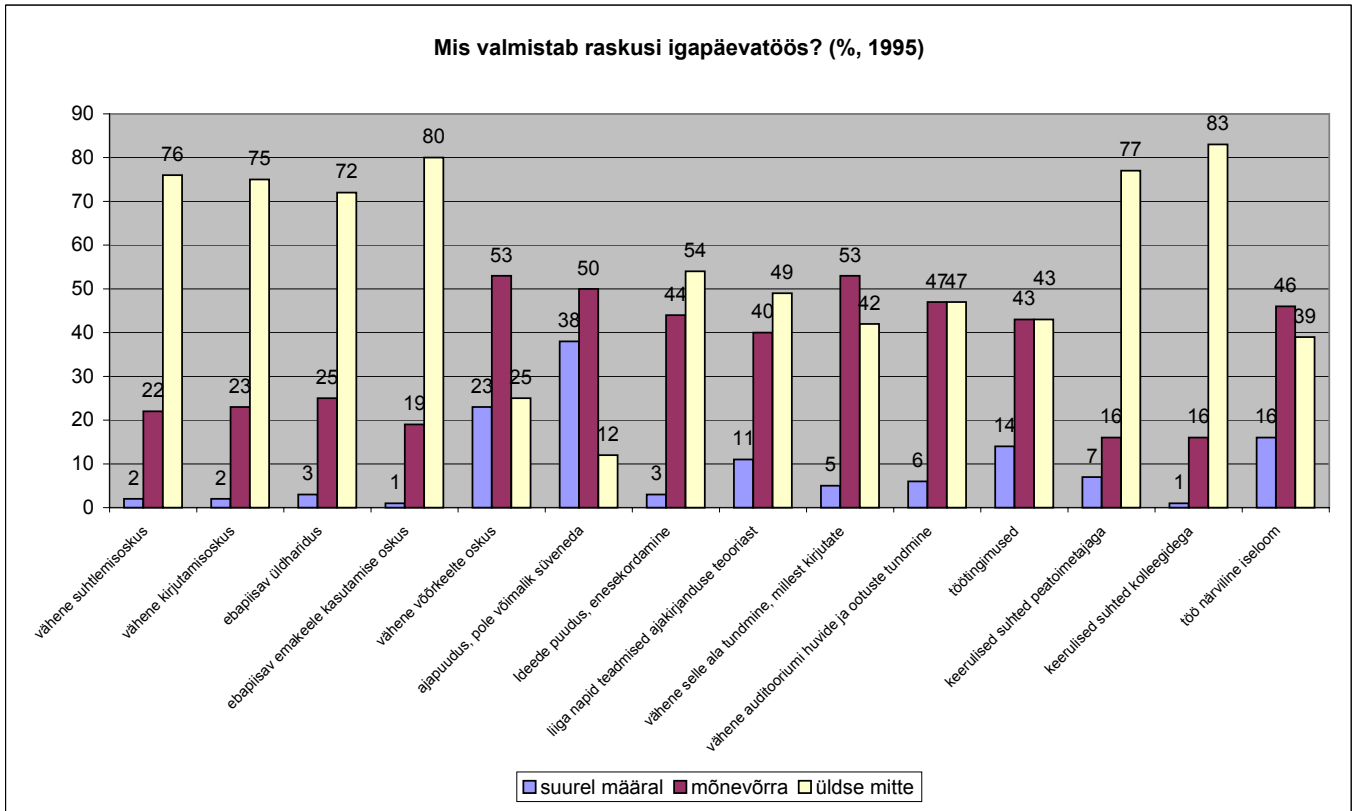
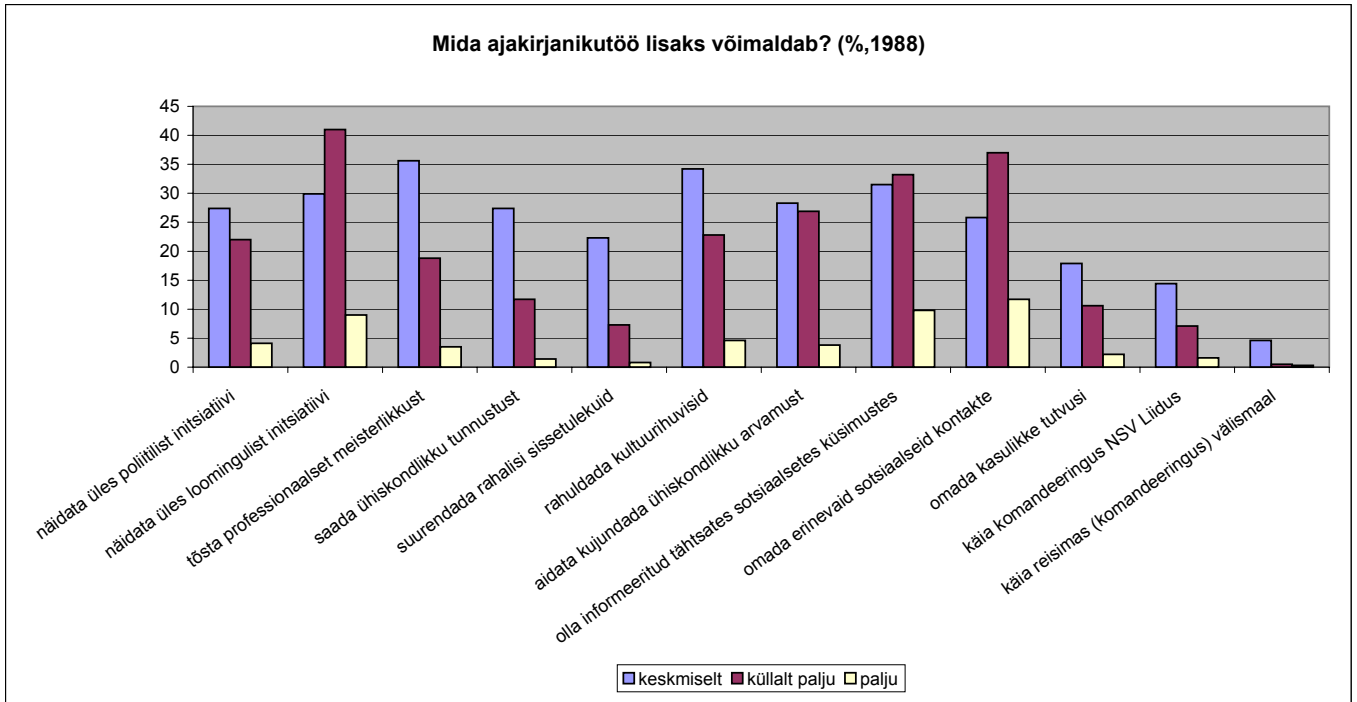


Ajakirjanike kohus on jutustada huvitavaid ning meelt lahutavaid lugusid





Lisa 12 Lisaväärtused ja raskused ajakirjanikutöös



Lisa 13 Kontroll ja sõltumatus

