

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

**MAHEPÕLLUMAJANDUSE KUVAND EESTI MEEDIAS MAALEHE JA
POSTIMEHE NÄITEL 1997-2005**

Bakalaureusetöö (8 AP)

Marta Piigli

Juhendaja: lektor Ragne Kõuts-Klemm

Tartu 2007

SISUKORD

SISUKORD.....	2
SISSEJUHATUS.....	3
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD.....	7
1.1. Meediakuvand ja seda mõjutavad tegurid.....	7
1.2. Mahepõllumajanduse mõiste, olemus ning huvigrupid.....	10
1.2.1. Mahepõllumajanduse mõiste.....	10
1.2.2. Mahepõllumajanduse olemus.....	10
1.3. Mahepõllumajandus Euroopas ja mujal maailmas.....	12
1.4. Mahepõllumajandus Eestis.....	13
1.4.1. Mahepõllumajanduse õiguslikud alused ning areng aastatel 1997-2005.....	13
1.5. Ülevaade varasematest empiirilistest uuringutest	20
2. UURIMISKÜSIMUSED JA HÜPOTEESID.....	22
2.1. Uurimisülesanded.....	22
2.2. Uurimisküsimused.....	23
2.3. Kontentanalüüsi hüpoteesid.....	23
3. METOODIKA.....	25
3.1. Uurimisobjekt.....	25
3.2. Meetodi valik.....	26
3.3. Trükimeedia sisuanalüüs.....	27
4. KONTENTANALÜÜSI TULEMUSED.....	31
4.1. Mahepõllumajanduse temaatika kajastamine Eesti meedias Maalehe ja Postimehe näitel aastatel 1997-2005.....	31
4.1.1. Žanr, ajaleht ja ilmumisaeg.....	31
4.1.2. Spetsiifilisus, autorid ja illustratsioonid	32
4.1.3. Teemade läbivus, peateemad.....	34
4.1.4. Kõrvalteemad ja nende jagunemine peateemade lõikes	36
4.1.5. Artikli vaatenurk, eesmärk ja kõnelejad	38
4.1.6. Hinnangud ja muud aspektid	42
4.4. Uurimistulemuste kokkuvõte.....	44
5. DISKUSSIOON JA JÄRELDUSED.....	49
KOKKUVÕTE.....	51
SUMMARY.....	53
KASUTATUD KIRJANDUS.....	55

SISSEJUHATUS

Mahepõllumajandus on loodushoidlik tootmisviis, kus mulla, taimede ja loomade vahel valitsevad tasakaalulised suhted. Selline süsteem suudab ise taastada tarvitatud ained ning tegutseb edukalt vaid kõigi osade harmoonilises koostöös. Laiemalt on mahepõllumajandus olnud hea võimalus, et lahendada üheaegselt toiduainete tootmise, keskkonna-, loomade heaolu ja maaelu arengu probleeme, olles seetõttu keskkonnale märkimisväärselt kasu toovaks tootmisviisiks. Mahepõllumajandus on Eestis iga aastaga muutunud järjest populaarsemaks ja mitte üksnes tootjate, vaid ka tarbijate seas. Seda suuresti tänu elanikkonna kasvavale teadlikkusele toiduohutuse ja keskkonnaküsimuste osas.

Eestis algas organiseeritult ökoloogilise põllumajandusega tegelemine (k.a mahetalude kontrollimine) 1989. aastal Eesti Biodünaamika Ühingu eestvedamisel. Mahepõllumajanduse seadus võeti vastu 1997. aastal, 1999. aastast on kasutusel riiklik mahemärk. Kiirem mahepõllumajanduse areng algaski 1999. aastal, millest alates on nii tootjate arv kui ka mahepõllumajandusmaa pindala kasvanud suhteliselt kiires tempos.

Mahepõllumajanduse temaatika on otseselt seotud keskkonna probleemidega, mille aktuaalsus pidevalt kasvab ja mille lahendamisse on ka meedia tugevasti kaasatud tänu oma suurenenud rollile rahvusliku ja globaalse ühiskonna elukorralduses. Ühiskond areneb küll majanduslikult tohutu kiirusega, kuid ühtlasi kulutame oma praeguse tegevusega kiirelt looduslike ressursse ja ei taga ühiskonna jätkusuutlikkust. Üks keskkonnasäästlikkuse alustalasid on just mahepõllumajandus. Kui traditsiooniline põllumajandus on ressursikulukas majandusharu, mille tootmismeetodid aitavad kaasa n-ö ökokatastroofi tekkimisele, siis mahepõllumajandus on n-ö pääsetee. Mahepõllumajanduse omadus seisnebki selles, et looduslikult puhta saagi saamiseks peab talunik jälgima külvikorda, kunstväetise asemel võib kasutada loomasõnnikut ja umbrohumürke asendab kõplamine. Mahepõllumajanduse majandusharu arenemine sõltub aga väga paljus tarbijate nõudlusest ja nõudlus saab tekkida vaid läbi tarbijateadlikkuse. Kui mahepõllumajandust meedias ei kajastada, ei suurene ka teadlikkus. Mahepõllumajanduse areng on pärsitud ning ühtlasi teeme tagurkäigu ka keskkonnasäästlikkuses.

Mahepõllumajandustootmine on traditsioonilisest põllumajandusest kordades kulukam ja ühtlasi on saagikus väiksem. Risk mahepõllumajandusele üleminekul on suur ja üleminekuaeg kestab aastaid, enne kui saaki saab hakata mahetootena turustama. Seega on ka tooted traditsioonilise põllumajanduse produktidest kordades kallimad. Näiteks Euroopas on tavaline, et mahetoodete hind on kuni kaks korda kõrgem. "Ega eestlane turul praegu eriti küsi, kas pakutav on mahetoodang või ei, see teda veel ei huvita. Aga mina käin Narva turul ja seal on selgelt näha, et vene inimene on puhtast kaubast rohkem huvitatud. Teistest müüjatest kallimat hinda ma küsida ei saa, aga ehk hakkavad narvakad minu kõõgivilja paremini ostma, kui saan neile öelda, et see on ökoloogiliselt puhas." (Kohler 2002). Mahepõllumajanduse tarbijatena nähakse eelkõige tervisliku toitumise pooldajaid, kes saavad aru ka keskkonna - ja loodushoiuprobleemidest. Eelnev lõik illustreerib elavalt kuivõrd tähtis on tarbijateadlikkus mahetoote müügi puhul. Olukorras, kus mahetoote kasvatamine on tunduvalt ressursikulukam, ei piisa pelgalt tugevast argumendist, vaid see peab olema lisaks ka üldtunnustatud ja tarbijates kinnistunud. „Praegu jääb meedias presenteeritud ökotoidualane teavitus nähtamatuks. Huvi äratamiseks massides tuleks teemat hoida aktuaalsena – tegemist pole pelgalt ühe toitumisstrateegiaga paljudest, vaid see taandub üldistele keskkonnaprobleemidele.“ (Leedmaa 2006)

Eestis ei ole aga tarbijateadlikkus selle piirini jõudnud, et mahetoodete eest õiglast hinda võiks küsida, mistõttu on mahepõllumajanduse arengul suureks abiks riiklik dotatsioon. Euroliidu toetused mahepõllumajandusele ja selge suund selle tootmisviisi pooldamisele annavad ühtlasi tooni ka mahepõllumajanduse meediakajastuses.

Üldises meediakajastuses ei kõla läbi aga mitte ainult tervislikkuse ja keskkonnasäästlikkuse toonitamine, vaid oma koht on ka mahepõllumajanduse n-ö pahupoolel. Meediakajastuses leiavad koha kõik sotsiaalselt tähelepanu pälvid aspektid, olgu need siis mahepõllumajanduse head küljed või selle tootmisviisi kulukus, keerulisus ja pindalaressursinõudlikkus. Mahepõllumajanduse arengu jaoks on eelkõige oluline tarbijateadlikusse kasv ja üldine positiivne kuvand ning mahepõllumajandust kui sellist nähakse ka pigem positiivse nähtusena nii keskkonnasäästlikkuse kui tervislikkuse seisukohast. Siinkohal unustatakse aga eelpoolmainitud negatiivsed

omadused, olgugi et ka need on objektiivse kajastuse lahutamatu osa. Selleks, et tarbija saaks analüüsida kõrgema hinna ja suuremate toomiskulude vahelist põhjuslikku seost, on vajalik aga ka sellesisuline meediakajastus. Diskussiooni tulemusel võib aga kujuneda olukord, kus tarbija tajub neid omadusi mitte kui põhjust kõrgemale hinnale, vaid pelgalt negatiivse küljena, mis võib omakorda mahetoodete edu pärssida.

Bakalaureusetöö eesmärk on uurida mahepõllumajanduse meediakuvandit Eestis aastatel 1997-2005 Maalehe ja Postimehe näitel. Selgitada välja enim kajastust leidnud valdkonnad ning hinnata erinevusi valdkondade valikul ja kajastuse ulatusel vastavalt sihtauditooriumile. Samuti analüüsida millise tonaalsusega on kajastatud mahepõllumajanduse erinevaid aspekte ja kuivõrd on need mõjutanud mahepõllumajanduse üldist meediakuvandit. Uurimiseesmärkide saavutamiseks on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

- viia läbi kombineeritud kvantitatiiv- ja kvalitatiivne sisuanalüüs mahepõllumajanduse meediakuvandist Eestis Maalehe ja Postimehe näitel;
- hinnata mahepõllumajanduse temaatikameediakajastuse tonaalsust;
- tuua uurimuse põhjal välja mahepõllumajanduse meediakajastuse erinevused vastavalt sihtauditooriumile.

Kuvandi analüüsimisel on alguspunktiks valitud mahepõllumajanduse seaduse vastuvõtmise aasta (1997) ja lõpp-punktiks 2005. aasta detsember. Analüüsi aluseks valitud meediaväljaanded on Maaleht ja Postimees. Nädalalehe Maaleht lugeja on enamasti maapiirkonnas elav eestlane (Maaleht 2007), kelle eelteadmised on ka mahepõllumajanduse osas keskmisest linnas elavast eestlasest laialdasemad. Päevaleht Postimees on aga linnaelanike eelistatuim päevaleht (Postimees 2007). Kahe eri lugejasegmentidele suunatud meediaväljaande mahepõllumajandusalase temaatika kajastuse süvaanalüüs annab võimaluse uurida kuivõrd erineb teemade valik ning kajastuse ulatus vastavalt sihtauditooriumile ning milline on mahepõllumajanduse üldine meedikuvand.

Töö eesmärgi saavutamiseks ja uurimisküsimustele vastamiseks kasutatakse kvalitatiivse ja kvantitatiivse analüüsimeetodi kombinatsiooni, mis tagab tasakaalustatud pildi mahepõllumajanduse meediakuvandist.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

1.1. Meediakuvand ja seda mõjutavad tegurid

Ideaalis peaks demokraatlik meediasüsteem võimaldama lugejatel saada adekvaatset aimu suurematest sotsiaalsetest aspektidest, mis mõjutavad nende igapäeva elu (Gamson et al, 1992). Et mahepõllumajanduse areng sõltub suuresti tarbijateadlikkusest ja hoiakutest, on meedial suur roll nende kujundamisel. Mahepõllumajandus iseenesest ei ole teema, mida auditoorium ise otsida oskaks, mistõttu on selle teema meediakajastusse lülitamine suuresti ajakirjanike kätes. Gamsoni ja teiste järgi (1992) on edasiste hoiakute kujunemisel tähtis ka autorite endi hoiak ja suhtumine antud teemasse.

Meedia opereerib enamasti viisil, mis suurendab apaatsust, küünilisust, tagasihoidlikkust, selle asemel, et edendada kodanikualgatust ja ühiskondlikku diskussiooni (Gamson et al, 1992). Selleks, et meedia aitaks kaasa diskussiooni tekkimisele ja tarbijateadlikkuse tõstmisele, on vaja survet ühiskonnalt endalt. Avaliku arvamuse kujunemisel sõltub palju sellest, millise pildi auditoorium antud teemast meedia vahendusel loob. Me eeldame, et lai valik meedia sõnumeid võib meile õpetadada väärtusi, ideoloogiad ja tõekspidamisi ning et nad võivad anda meile tõlgendamiseks kuvandi ka siis kui see ei ole eesmärk omaette (Gamson et al, 1992). Nii on üldise kuvandi tekkimisel suureks mõjufaktoriks see, milline info jõuab meediasse ja millisena tajub lugeja autori hinnangut teemale. Kui edastatud sõnumid on varieeruvad ja annavad lugejal võimaluse näha erinevaid teema käsitlusi ja aspekte, on tulemuseks ka tasakaalustatud kuvand.

See, milline info jõuab meediasse, sõltub aga suuresti allikatest. Sigal (1973) uuris ajakirjanike suhet nende allikatega ja leidis, et ajakirjanikud toetuvad suuresti ametlikele allikatele ja sissekulunud kanalitele. Samas kui ajakirjanikele on selline infokogumise viis väga oluline, on Sigal'i (1973) järgi tulemuseks see, et ajakirjanikke kasutatakse nende allikate kaudu ära selleks, et informatsiooni uudistesse sisse saada või midagi propageerida. Ka mahepõllumajanduse meediakuvandi kujunemisel on suur

roll sõnumite edastajatel ja n-ö propageerijatel. Teema, mida võiks turunduse mõistes käsitleda kui n-ö „impulssostu kaupa“, võib ilma tõukamiseta kergesti meedia huviorbiidist välja jääda.

Mitmed uurijad on seadnud hüpoteesiks, et meediakajastusel on otsene mõju auditooriumi hinnangute kujundamisele, mõnedel juhtudel läbi näidete ja taustinformatsiooni lisamise uudistesse (e.g., Brosius&Bathelt, 1994; Gibson&Zillmann, 1994; Zillmann, Gibson, Sundar&Perkins, 1996; Zillmann, Perkins&Sundar, 1992). Sellised uuringud on näidanud, et elavad näited jäävad kergemini meelde, kui taustinformatsioonina edastatud vihjed, ja neil on ka ühtlasi avalikule arvamusele tunduvalt suurem mõju. Sellest lähtudes on ka mahepõllumajanduse teemat kajastades tunduvalt suurem võimalus positiivset kuvandit kujundada, kui lülitada tekstidesse valdkonna ekspertide arvamusi ja karismaatilisi tegelaskujusid.

Teised uurimused on näidanud, et meediakajastus võib lisaks otsestele vihjetele mõjutada avalikku arvamust ka kaudselt. Gunther, Christen ja teised (Gunther, 1998; Gunther & Christen, 1999, 2002; Gunther, Christen, Liebhart & Chia, 2001; Christen, Kannaovakun & Gunther, 2002) on viinud läbi mitmeid uuringuid tegemaks kindlaks, kas uudiste tarbijad juhinduvad avalikust arvamusest, mis on mõjutatud nende subjektiivsetest hinnangutest kaldes meediakajastusele ja eeldusest, et ka paljud teised saavad sama infot ja on mõjutatud sama kajastuse poolt. Gutheri (1998) järgi teevad inimesed, olles saanud mõne teema kohta vähesel määral ja võib-olla ka ühekülgselt infot, järeldusi üldise meediakajastuse kalde suuna järgi. Kuna inimesed eeldavad, et meedial on suur kandepind, eeldavad nad ühtlasi, et ka teistel on ligipääs sarnase suunaga infole. Davidsoni (Davison, 1983) järgi kipuvad inimesed arvama meediakajastuse mõju teistele lugejatele tegelikust palju suuremaks. Nad juhinduvad avalikust arvamusest sellise suunaga meediakajastuse põhjal, millele nad usuvad ka teistel ligipääsu olevat. Eeldades, et lugeja ei ole meediakriitiline ja juhindub pigem üldistest tõekspidamistest, on mahepõllumajanduse kuvandi kujunemisel oluline sõnumite ja kanalite paljus, mis annab parima aluse tasakaalustatud kuvandi tekkimiseks.

Faktid nagu pildidki suurendavad oma tähendust olles lisatud mingisse suuremasse tähenduslikku süsteemi või raamistikku. Termin „pilt“ on kasulik tuletamaks meile meelde, kui tähtis roll on visuaalil selles, et viia tähelepanu verbaalsele pildile (Gamson et al, 1992). Alles arenemisjärgus oleva mahepõllumajanduse kajastuses jääb auditooriumi tähelepanu saavutamisel pelgalt faktidest kindlasti väheseks ja silmajäämiseks on abi just illustratiivsetest materjalidest. Loomulikult on aga oluline mitte ainult pilt kui selline, mis suurendab küll oluliselt võimalust, et lugeja teksti märkaks, vaid ka see, mida illustratsiooniga rõhutatakse ning kuidas auditoorium seda tõlgendab. Nii võib ka positiive uudis ironiseeriva pildiga koostoimes anda hoopis vastupidise efekti.

Meedia sotsioloogid juhivad üha rohkem raamistiku konseptsioonist (Tuchman 1978, Gitlin 1980, Lang and Lang 1983, Gamson and Modigliani 1989). Gitlini (Gitlin 1980) sõnul süstematiseerivad meedia raamistikud maailma nii infot edastavate ajakirjanike jaoks, kui paljus ka infoedastusest sõltuva auditooriumi jaoks. Kultuuritasandi analüüs näitab et meie poliitiline maailm on raamistikku pandud ja et edastatud juhtumid on eelnevalt filtreeritud ega jõua meieni algsel kujul. Kuid me oleme aktiivsed vastuvõtjad ja kuigi meile on reaalsus antud eelkodeerituna, kodeerimise me seda igaüks ikkagi erinevalt (Gamson et al, 1992).

Hall (1982) leiab, et inimesed ei ole kultuuriliselt tuimad, ega loe tekste passiivselt, viisil nagu seda sooviksid autorid. Tekste ja meedia kuvandit üldiselt võib lugeda aga väga mitmel viisil. Tekstil võib olla soovitav tähendus ja lähtepunkt, mida lugejat oodatakse omaks võtma, kuid paljud lugejad ütlevad ette antud suunast ära ja asendavad selle hoopis mõne vastupidise rõhuasetusega tekstiga. Tasakaalustatud kuvandi tekkimiseks on ka mahepõllumajanduse teema kajastuses parim, kui lugejani jõuab n-ö avatud tekst, mis ajendaks tekitama diskussiooni ja võimaldaks kujundada hinnangut lähetudes sisust, mitte ette antud hoiakust.

Eco (1979) nimetab avatud tekstideks neid, mis ei proovi lülitada välja võimalikke alternatiivseid käsitlusi ega kitsenda fookust ühele kergesti omastatavale tähendusele, vaid on pigem avatud erinevatele lähenemistele. Fiske (1987) järgi vähendavad teksti avatust iroonia, metafoorid, naljad, vastuolulisus ja hüperboolid. Nagu eelevaltki

mainitud, võib just sellisel viisil teksti „ilustades“ anda sellele aga n-ö toorest materjalist hoopis kitsama ette määratud suuna, mille põhjal lugeja oma arvamuse kujundab. Olgu see siis positiivne või negatiivne kuvand.

Mahepõllumajanduse uuringu (Organic food and farming 2001) järgi on mahepõllumajanduse meediakajastus tihti negatiivse tonaalsusega ja teemasid kajastatakse ebaadekvaatselt. Negatiivse meediakajastuse uuringud on näidanud, et inimesed, kes on teemaga tihedalt seotud, on alid võtma kajastust negatiivsesena isegi kui sisu on tasakaalustatud või neutraalne (Christen et al., 2002; Perloff 1989; Vallone, Ross & Lepper, 1985). Nii võib tegelik mahepõllumajanduse meediakajastus olla eeldustest hoopis positiivsem, kui see asjassepuutuvatele tundub.

1.2. Mahepõllumajanduse mõiste, olemus ning huvigrupid

1.2.1. Mahepõllumajanduse mõiste

Termin „mahepõllumajandus“ on Eestis sätestatud 1997. aastal vastu võetud mahepõllumajanduse seadusega. Paralleelselt on käibel termin „ökoloogiline põllumajandus“. Mahepõllumajandusele vastavad eri maades erinevad terminid (Mikk 2004):

- bioloogiline põllumajandus - Austria, Saksamaa, Šveits, Itaalia, Prantsusmaa
- ökoloogiline põllumajandus - Rootsi, Norra, Taani, Hispaania
- orgaaniline põllumajandus - Inglismaa, USA
- looduslik põllumajandus - Soome

1.2.2. Mahepõllumajanduse olemus

Mahepõllumajandus on loodushoidlik tootmisviis, kus mulla, taimede ja loomade vahel valitsevad tasakaalulised suhted. Selline süsteem suudab ise taastada tarvitatud ained ning tegutseb edukalt vaid kõigi osade harmoonilises koostöös (Mikk 2004). Mahepõllumajanduses sünteetilisi mineraalväetisi ja taimekaitsevahendeid ei kasutata, mistõttu on vajalik tootmine tavapõllumajandusest erinevalt korraldada. Vajalike taimetoitainete hankimine põhineb bioloogilistel protsessidel ning taastuvate ressursside ringlusel talus. Iga mahetalu aluseks on kohalikesse oludesse sobiv külvikord, kus näiteks teravilja või köögivilja kõrval on tähtsal kohal mullaviljakust säilitavad ja

suurendavad kultuurid - liblikõielised. Samuti etendavad toitaineringluse tasakaalus hoidmisel tähtsat osa loomakasvatus ja sõnniku kasutamine. Taimekaitse põhineb valdavalt ennetavatel meetoditel ja mehaanilisel tõrjel. Loomakasvatuses pannakse suurt rõhku loomade heaolule: loomad peavad saama loomuomaselt käituda ja süüa neile sobivat mahesööta. Sööt toodetakse talus kohapeal, seega peab loomade arv olema tasakaalus maa suurusega. Loomade tervishoid põhineb peamiselt ennetusel: sobivate tõugude ja aretusliinide valik, kvaliteetne ja mitmekesine sööt, sobivad pidamistingimused. Keelatud on kasutada sünteetilisi veterinaarravimeid ennetavaks raviks, samuti on keelatud kasvustimulaatorid jt kasvu või toodangut suurendavad sünteetilised ained ning hormoonpreparaadid. Samuti on keelatud profülaktiline ravi antibiootikumidega. Ka geneetiliselt muundatud organismide kasutamine on mahepõllumajanduses keelatud (Mahepõllumajandus 2006).

Mahepõllumajanduse eraldi haru on biodünaamiline põllumajandus, kus kehtivad rangemad nõuded ja kasutatakse biodünaamilisi meetodeid (Mikk 2004). Tänapäevase mahepõllumajanduse põhimõtted kujunesid välja 1970.-1980ndatel aastatel, olles mõjutatud just biodünaamilise põllumajanduse poolt. 1920ndatel Austria õpetlase Rudolf Steineri loengutega algatatud põllumajandusviisi viljeldakse ja arendatakse edasi tänaseni. Steiner oli esimene, kes rakendas nn. holismi printsiipi põllumajanduses. Holism on meetod, mille järgi kõik peab põhinema orgaanilisel tervikul ja selle sõnastas esimesena Von Goethe (Frost 2006). Siiski on biodünaamiline põllumajandus jäänud väheste pühendunute pärusmaaks (Mahepõllumajanduse ajaloo 2006).

Eeltoodule tuginedes saab väita, et toidu tootmine käib mahepõllumajanduses ökoloogiliste, mitte tehnoloogiliste printsiipide järgi. Mahepõllumajanduse eelised on (Mahepõllumajandus 2005):

- põllumajandusettevõtte kui agraarsüsteemi majandamise aluseks on looduslikke seoseid arvestav terviklik lähenemine;
- tasakaalus aineringe ei koorma keskkonda, bioloogilise ja maastikulise mitmekesisuse soodustamisega kujuneb parem elukeskkond;
- mahetoit ei sisalda kahjulikke aineid;

Põllumajanduse laiemaks eesmärgiks lisaks põllumajandussaaduste tootmisele on kindlustada keskkonnakaitse, taastuvate loodusressursside säästlik kasutamine, looduse mitmekesisuse säilitamine, toidu kvaliteet ja ohutus, turism ja maapiirkondade sotsiaalmajanduslik elujõud. Mahepõllumajanduse ehk ökoloogilise põllumajanduse positiivsete aspektide esiletoomiseks tuleks rõhutada eriti tervisliku toidu tootmist ja keskkonna olukorra parandamist (Eesti mahepõllumajanduse arengukava..., 2006). Laiemalt on mahepõllumajandus olnud heaks võimaluseks, et lahendada üheaegselt toiduainete tootmise, keskkonna-, loomade heaolu ja maaelu arengu probleeme, olles seetõttu keskkonnale märkimisväärset kasu toovaks tootmisviisiks.

1.3. Mahepõllumajandus Euroopas ja mujal maailmas

Nii mahetootmine kui maheturg on alates 1990-ndate algusest Euroopas ja kogu maailmas jõudsalt kasvanud. Euroopas majandati 2002. aastal ökoloogiliselt rohkem kui 5,5 miljonil hektaril maal, maailmas kokku ligi 25 miljonil hektaril. Suurima mahepindalaga riigid on Austraalia ja Argentiina, neile järgneb Euroopa suurimana Itaalia (üle 1 mln ha). Mahemaa osa kogu põllumajandusmaast on suurim Austrias ja Šveitsis (üle 10%). Viimastel aastatel on jõudsalt arenenud Suurbritannia, Hispaania ja Prantsusmaa mahetootmine, ka mitmed uued Euroopa Liidu liikmesriigid (nt Sloveenia, Tšehhi, Ungari) arenevad kiires tempos (Mahepõllumajandus 2006).

Kuigi viimasel 10 aastal on mahepõllumajanduse kasv Euroopa Liidus olnud 25% aastas, moodustab mahepõllumajanduslik maa siiski vähem kui 5% Euroopa Liidus kasutatavast põllumajandusmaast (Eesti mahepõllumajanduse arengukava..., 2006).

Maheturg on Euroopas käibelt suurim Saksamaal, Suurbritannias ja Prantsusmaal. Kahes viimases on mahetoidu müügi käive viimastel aastatel suurenenud keskmiselt 40% aastas (Mahepõllumajandus 2006). Samas on mahetoodete nõudlus kogu Euroopas jätkuvalt suurem pakkumisest ning see võimaldab mahetoodangu eest küsida kõrgemat hinda. Mahetoitu müüakse keskmisest ligi 15-30% kallimalt kui tavatoitu, riigiti ja grupiti on hinnalisa erinev (Mahepõllumajandus 2005).

Paljudes riikides (nt Inglismaa, Rootsi) muutub järjest olulisemaks kohalikult (lähikäik) kasvatatud mahetoidu tarbimine. Selle põhjuseks on kohaliku toidu eelistamisega kaasnev täiendav keskkonnakasutamine ja positiivne mõju kohalikule

majandusele. Üheks oluliseks trendiks on ka mahetoidu järjest suurem kasutamine koolides, haiglates ja teistes ühiskondlikes toitlustusettevõtetes. Näiteks Itaalia on algatanud riikliku programmi mahetoidu kasutuselevõtuks kooli sööklates. Mitmetes riikides suureneb ka mahetoidu otseturustamine (Põllumajandusministeerium 2006).

Olulisemad tootegrupid maheturul on köögiviljad, teravili ja piimasaadused (Mahepõllumajandus 2005).

1.4. Mahepõllumajandus Eestis

1.4.1. Mahepõllumajanduse õiguslikud alused ning areng aastatel 1997-2005

Eestis algas organiseeritud ökoloogilise põllumajandusega tegelemine Eesti Biodünaamika Ühingu eestvedamisel juba 1989. aastal kui EBÜ töötas IFOAM-i standardite alusel välja Eesti esimesed ökoloogilise põllumajanduse standardid ning võttis kasutusele oma kaubamärgi (Mahetootmine..., 2006), samas võeti esimene mahepõllumajanduse seadus vastu alles 1997. aastal. Selle õigusakti aluseks oli Euroopa Liidu *aquis* seisuga 1. juuni 1995. Lisaks võeti 1998. aastal vastu seaduse rakendusaktid mahemärgi etalonkirjelduse väljaandmise tingimuste ja kasutamise korra ning mahepõllumajanduse seaduses sätestatud õigusaktide kinnitamise kohta. Aastal 2001 töötati välja uus mahepõllumajanduse seadus, mille raames kehtestati riiklik järelevalvesüsteem. See omakorda tulenes vajadusest täita Euroopa Liidu nõudeid eksportimiseks. Samal aastal suurendati järelevalveametkondade Taimetoodangu Inspektsiooni (TTI) ja Veterinaar-ja toiduameti (VTA) koosseisu ning asutati mahepõllumajanduse register TTI-s (Põllumajandus ja maaelu areng. Ülevaade 2001, 2001).

Euroopa Liidus on mahepõllumajanduse reguleerimisala ja miinimumnõuded sätestatud liikmesriikidele otsekohalduva Nõukogu 24. juuni 1991. a määrusega (EMÜ) nr 2092/91, põllumajandustoodete mahepõllundustootmise ning põllumajandustoodete ja toiduainete puhul sellele viitavate märgiste kohta. Arvesse võttes Euroopa Liidu ekspertide poolt läbiviidud mahepõllumajanduse ekspertiisi tulemusi ja seaduse rakendamisel ilmnenud vajadusi on mahepõllumajanduse seadust korduvalt muudetud. Neist olulisim oli hetkel kehtiva seaduse jõustumine 1.05.2004.

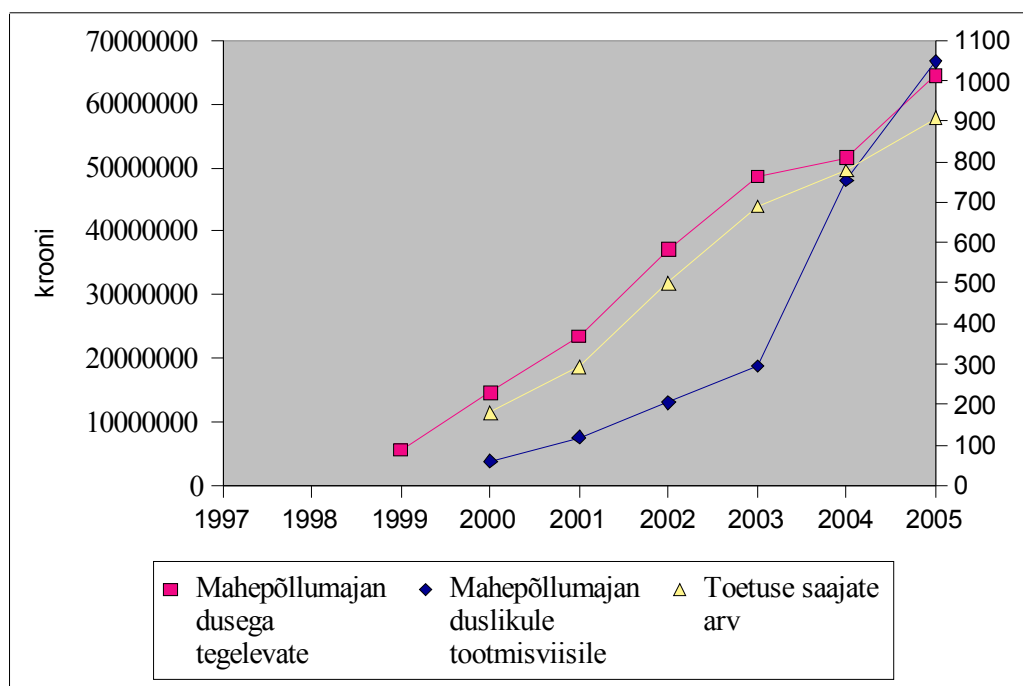
Kuna hetkel kehtiv mahepõllumajanduse seadus võeti vastu enne Eesti liitumist Euroopa Liiduga, kordab see eelnimetatud määrust eriti just tootmis- ja töötlemisnõudeid puudutavas osas. 2006. aastal esitati Riigikogule uus mahepõllumajanduse seaduse eelnõu eesmärgiga kõrvaldada dubleerimine ja sätestada üksnes sellised nõuded, mille Euroopa Liidu määruste kohaselt liikmesriigid võivad või peavad ise kehtestama. Nimetatud seadus jõustus 01.01.2007 (Eesti mahepõllumajanduse arengukava..., 2006).

Aastate jooksul on Eestis mahepõllumajanduse kontrollisüsteem muutunud. Kuni 1999. aastani kontrollisid Eesti Biodünaamika Ühing ja ühing Kagu-Eesti Bios liikmete tegevust vastavalt oma standarditele. Aastatel 1999-2001 oli mahetootjate kontrollimise ja mahemärgi kasutuslubade väljaandmise õigus samadel ühingutel, kuid ühingute tegevuse üle teostasid riiklikku järelevalvet TTI ning VTA. Alates 2001. aastast on Eestis rakendunud mahepõllumajanduse riiklik järelevalvesüsteem ja mahepõllumajanduse nõuete täitmise üle teostavad järelevalvet kolm asutust: TTI, VTA ja Tervisekaitseinspeksioon. Isikud, kelle ettevõtte on vastavalt mahepõllumajanduse seadusele tunnustatud, kantakse järelevalveasutuste andmete alusel riiklikku mahepõllumajanduse registrisse. Registri vastutav töötaja on Põllumajandusministeerium ja volitatud töötaja TTI (Põllumajandusministeerium, 2006).

Oluliseks võib pidada 1999. aastast kasutusel olevat riiklikku mahemärki. 2004. aastal kuulutas Põllumajandusministeerium välja mahepõllumajandusele viitava uue ökomärgi ideekavandi konkursi. Uus Ökomärk rakendus 2005. aasta I kvartali lõpuks. Sama aasta lõpuni oli lubatud ka vana mahemärgi kasutamine (Põllumajandus ja maaelu areng 2004/2005, 2005).

Kiirem mahepõllumajanduse areng algaski 1999. aastal, millest alates on nii tootjate arv kui ka mahepõllumajandusmaapindala kasvanud suhteliselt kiires tempos (Mikk 2004). Üheks mahepõllumajanduse leviku põhjuseks saab kindlasti pidada riiklikku toetust mahetootjatele alates 2000. aastast, mil põllumajandusliku keskkonnatoetuse raames hakati maksuma mahepõllumajandustoetust. Sellest aastast makstakse toetust 5-aastaste lepingute alusel, toetussummast 80% tuleb Euroopa Liidult (Mikk 2004). Toetust võisid 2000-2001 taotleda tootjad, kellele oli antud mahemärgi kasutusluba või kes oli tunnustatud mahetootmisele ülemineku perioodis olevaks (Põllumajandus ja maaelu

areng, 2001). Alates 2002. aastast muudeti põllumajandusliku keskkonnatoetuse sihtotstarvet. Toetusega hüvitati osaliselt lisakulutused, mis kaasnevad keskkonnasõbraliku põllumajandustehnoloogia kasutamisega, bioloogilise ja maastikulise mitmekesisuse ning kohalikule olustikule iseloomuliku loodus- ja kultuuripärandi säilitamisel. 2002. aastal maksti enamik toetusest just mahepõllumajandusliku tootmise eest (13 miljonit krooni) (Põllumajandus ja maaelu areng 2002/2003). Toetuse saajad ning toetussummad on kujutatud joonisel 1.



Joonis 1. Mahetootmise toetused ning toetusesaajad 2000-2005. Allikas: PRIA aastaraamatud.

Vastav toetus on olnud tähtis mahepõllumajanduse arengut soodustav tegur, kuid teisalt ei ole toetuse maksmise põhimõtted mahetoodangu turule jõudmist oluliselt mõjutanud, sest mahepõllumajanduslikku tootmist on toetatud eelkõige kui keskkonnale kasutoovat tegevust. Kuna töötlemise, turustamise, teadustöö ja nõustamise arendamine ning tarbijateavitus on jäänud tagaplaanile, ei ole piisavalt mahetoitu tarbijateni jõudnud ning üldine mahepõllumajandusala teadlikkus pole kasvanud vajalikul määral (Eesti mahepõllumajanduse arengukava..., 2006).

Mahemaa osatähtsusega kasutatavast põllumajandusmaast on Eesti küll EL-i riikide esikümnes, mahetoodete turuosa poolest aga üks viimaseid. Selle olukorra parandamiseks asutasid tootjad 2003. aastal TÜ Eesti Maheliha. Mahetoidu turustamiseks tellimuste alusel on loodud OÜ Ökosahver (Mahepõllumajandus 2005). Erinevalt tavatoodangust eeldab mahetoodangu turustamine tootja ja tarbija vahelist tihedamat kontakti. Tähtis on ka pakend ning selle märgistus.

Tarbijate hulgas on mahepõllumajandus tänu elanikkonna üha kasvavale teadlikkusele toiduohutusest ja keskkonnaküsimustest muutunud küll iga aastaga järjest populaarsemaks (Mikk 2004), kuid siiski on maheteavituse osas veel oluliselt arenguruumi. Võrreldes Põhjamaadega on Eestis mahetoodangu osa turul veel väike. Kui Eurobaromeetri uuringu (Special Eurobarometer 238, 2006) kohaselt saab Eestlaste jaoks ostuotsuse tegemisel otsustavaks toote mahe päritolu vaid 3% tarbijatest, siis Taanis, Rootsis ja Saksamaal on see määr vastavalt 17%, 11% ja 10%. Lisaks töötlemisettevõtete vähesusele võib põhjustena välja tuua tarbija madala teadlikkuse mahepõllumajandusest (seni ei ole Eestis viidud läbi ühtegi mahepõllumajandusele suunatud reklaamikampaaniat) (Arengukava Eesti Toit, 2005). Samuti on piiratud vastavate toodete kättesaadavus, seda eriti maapiirkondades.

Mõnevõrra on hoogustunud mahepõllumajanduse alane ühistegevus. Käesolevaks ajaks on moodustatud mitmeid mahepõllumajandushuvilisi ühendavaid seltse ja ühinguid, kuid aktiivselt tegutsevad neist Eesti Mahepõllumajanduse Sihtasutus, MTÜ Ökoloogiliste Tehnoloogiate Keskus, Eesti Mahetootjate Liit, Viljandimaa EBÜ Seltsing, Eesti Maheliha TÜ, MTÜ Läänemaa Mahetootjate Selts, MTÜ Saare Mahe, MTÜ Hiiumahe ja MTÜ Harju Mahetootjate Ühing. Eesmärgiga tihendada koostööd ning esindada mahesektori huve nii otsustajate kui ka avalikkuse ees moodustasid kaheksa maheorganisatsiooni 2006. aastal mittejuriidilise ühenduse - Mahepõllumajanduse Koostöökogu (Eesti mahepõllumajanduse arengukava..., 2006).

Mahetoodete mõiste osas puudub ühtne arusaam elanike ja tootjate vahel. Elanike jaoks on mõiste laiem, ei eristata mahepõllumajanduslikult toodetud toodangut talu- või Eesti toiduainetetööstuste toodangust (Elanike suhtumine... 2005). Uuringute kohaselt on elanike ettekujutus mahetoodetest siiski aja jooksul avardunud ja muutunud konkreetsemaks. Kui varem seostati mahetoodet peamiselt tervislikkuse ja looduslikkusega, siis nüüd mõistetakse laiemalt ka põhjuseid - toodetesse pole midagi

kunstlikku lisatud, pole teostatud geneetilisi mutatsioone ja tootmine on kontrollitud. Teadlikkus mahemärgist on samuti tõusnud – 8 tarbijat 10-st (80%) eeldab mahetoodangu märgistatust vastava märgiga (2001.a. vaid 26%). Mahemärgist omab piisavalt informatsiooni viiendik elanikest (22%), soovib aga 7 tarbijat kümnest (70%). Ainult 3% tarbijatest ei ole vastavast informatsioonist huvitatud, mis näitab teema tähtsust tarbijate jaoks (Elanike suhtumine..., 2005).

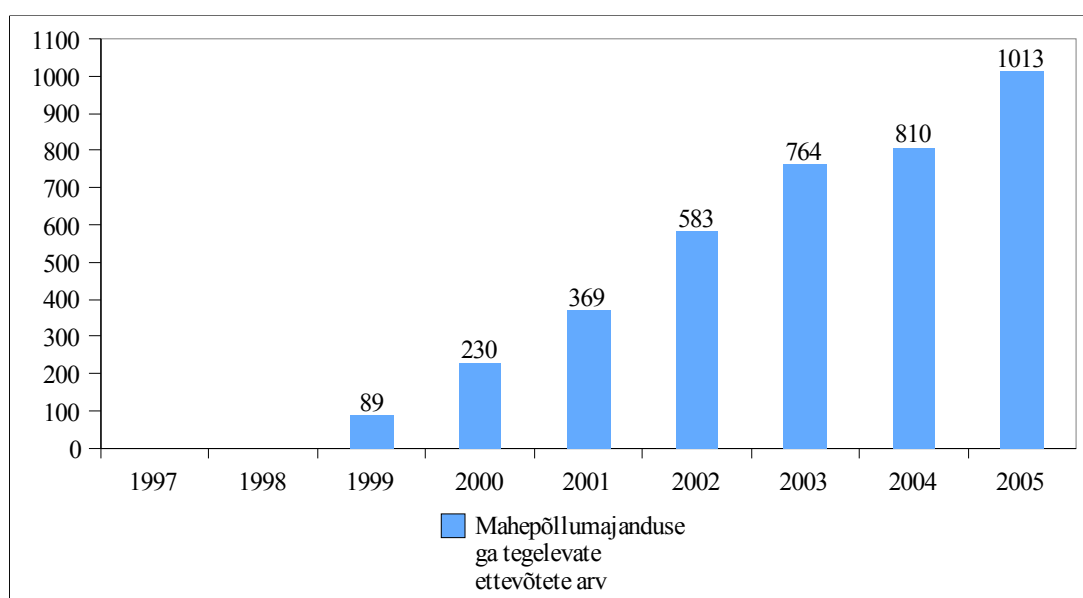
Probleemseks on asjaolu, et eestlasi eksitab sõna „mahe“, kuna seda kasutatakse tihti ka toote maitseomaduste kirjeldamiseks (Elanike suhtumine..., 2005). Puudu on infost, mis seoks Mahemärgi (sealhulgas uue 2005. aastal turule toodud Ökomärgi) mahetoodetega ja selgitaks märgistatud toodete erinevust tavatoodetest. Inimestel puudub mahetoidu kohta informatsioon, samuti ei olda rahul toodete kättesaadavusega (19%) ja ei teata, kust mahetoitu osta (10%). Probleemiks on ka eristatavus muudest toidukaupadest, kuna puudub vastav märgistus või see on liiga väikese kirjaga (10%) (Elanike suhtumine..., 2005).

Kokkuvõtvalt iseloomustavad mahepõllumajanduse arengut Eestis järgmised trendid:

- Mahepõllumajandust reguleerivate õigusliku raamistiku väljakujunemine ning selle harmoneerimine Euroopa Liidu õigusega – olulisemateks sündmusteks seaduse vastuvõtmine 1997, selle muudatused aastal 2001 viimaks kontrolli riigi kätte ning aastal 2004 enne EL-galiitumist.
- Tootjate ja töötajate arvu järkjärguline kasv – hüppeline areng algas alates aastast 1999. Oluliseks mõjutajaks neile riigi poolt makstav toetus. Tootjate ning töötajate puhul saab rääkida ka jätkuvast koondumisest katusorganisatsioonidesse.
- Tarbija küllatki vähene teavitamine – seni pole veel ühtki mahetoodangu kampaaniat läbi viidud, samas on turul olemas mahetoodangut identifitseerida aitav märgis. Probleeme on mahetoodangu kättesaadavusega ning infoga mahetoodangut tähistavate märkide kohta ning mahetoodangu kohta üldiselt. Samas on nõudlus ja huvi (ilmselt mõjutatuna ka maailmatrendidest) mahetoidu vastu kasvanud.

Mahepõllumajandusega seotud peamisteks huvigruppideks on autori hinnangul tootjad, töötajad, kaubandus, tarbijad ning reguleerivad ja kontrollivad institutsioonid.

Neist kaks esimest hõlmavad mahepõllumajandusega tegelevaid talusid ja/või ettevõtteid, kelle jaoks on oluline tootmise ning töötlemise nõudeid käsitleva teabe kättesaadavus, info toetuste ning turustusvõimaluste kohta. Oma huvide paremaks kaitseks on tootjad ning töötajad moodustanud hulga erinevaid erialaliite. Joonisel 2 on kujutatud mahepõllumajandusega seotud ettevõtete hulk Eestis.



Joonis 2. Mahepõllumajandusega tegelevate ettevõtete arv Eestis 1999-2005¹. Allikas: Põllumajandusministeerium

Kaubanduse huvigrupp hõlmab nii jae- kui hulgikaubandusettevõtteid, kes tegelevad mahetoodete turustamisega ja kelle huvides on tarbijaelistuste teadvustamine ning tootjate ning töötajate kontaktid.

Tarbijate jaoks on oluline info mahetoodete omaduste ning kättesaadavuse kohta, samuti erimärgistusega seonduv.

¹t Kuna seadus võeti vastu 1997 ja rakendusaktid 1998, siis puuduvad täpsed andmed tootjate kohta. Riiklik kontroll tootjate üle algas alles 2001, seni oli järelevalve Kagu-Eesti Biose ja Eesti Biodünaamika Ühingu käes.

Reguleerivate ja kontrollivate institutsioonide hulka kuuluvad riiklikud struktuurid, kes tegelevad mahetootmise õigusliku raamistiku kujundamisega ning täidavad kontrollfunktsiooni. Ühtlasi on huvigrupp ka peamine info edastaja.

Käesolev uurimistöö vaatlleb milliseid valdkondi seoses mahepõllumajandusega on uurimisperioodi jooksul kajastatud ning kuidas erineb mahepõllumajanduse temaatika meediakajastus meediaväljaanneti vastavalt nende suunitlusele eri huvigruppidest lugejaile.

1.5. Ülevaade varasematest empiirilistest uuringutest

Mahepõllumajanduse meediakuvandit pole Eestis varem uuritud. Ainsad olemasolevad uuringud on põllumajanduse ning maaelu mainet uurivad tööd, mis on tellitud Põllumajandusministeeriumi poolt erinevatelt uurimisfirmadelt ning-asutustelt. Nendeks on:

- *Põllumajanduse ja maaelu maine uuring* (2005), mis viidi läbi uurimiskeskuse Factum poolt koostöös Past ja Partnerid Suhtekorralduse OÜ-ga. Selle uuringu tulemusel selgus, et kuigi meedias domineerib negatiivne informatsioon põllumajanduse ja maaelu kohta, on avalik arvamus maaelu mainest suhteliselt tasakaalustatud (Maaelu maine 2005).

- *Põllumajanduse ja maaelu maine uuring* (2004), mille viisid Marti Taru ja Rein Toomla. Selle uuringu tulemusel selgus, et negatiivne informatsioon põllumajanduse ja maaelu poliitika kohta meedias on avaldanud avalikkusele eeldatavate kartustega võrreldes suhteliselt väikest mõju. Mahepõllumajandust oskas looduse taastumiskiirusega siduda enam kui 70% vastanutest. Linlaste loodushoidlikkus avaldus arvamuses, et keskkonnaohutute tehnoloogiate kasutuselevõtuks oleksid riiklikud toetused omal kohal. Autorid leidsid, et roheline mõtteviis on linnakodanike seas üsna tugev, kuid see on näiline, kuna ostukäitumine kinnitab vastupidist – tarbijad on hinnatundlikud ning toidukaupu valides ei olda valmis maksma kõrgemat „mahepõllumajanduslikku hinda“. Samas annavad need vastused aimu mahepõllumajandustoodete leviku potentsiaalile. Sama uuringu tulemustest on tähelepanuväärne veel see, et mahepõllumajandust pidasid siseriiklikult konkurentsivõimeliseks suhteliselt vähesed linnaelanikud (68%). Rahvusvaheliselt hindasid haru konkurentsivõimeliseks kõigest 36% vastanutest. Suhteliselt vähesed linlaste positiivne suhtumist mahepõllumajandusse võiks selgitada sellega, et tegemist on suhteliselt uue tegevusalaga. Kuigi selle potentsiaal ja tulevikuvõimalused on suured, ei ole praeguseks siiski ta end veel tõestanud (Taru, Toomla 2004).

Lisaks on teostanud Riigikantselei ja Riigikogu maaelukomisjoni tellimisel ka maaelu mainet taasiseseisvumisest kuni käesoleva aastani vaatlev uuring uuringufirmalt Faktum ja Ariko. Selles uuringus leiti, et tervikuna hinnatakse muutusi maaelus

taasiseseisvumise järel negatiivseteks, kuid viimase kolme aasta arenguid Euroopa Liidu toetuste perioodil positiivseteks (Eesti elanikkonna hoiakud... 2006).

Mujal maailmas on mahepõllumajanduse kuvandit uuritud ning muuhulgas leitud, et mahepõllumajanduse diskursus on paljudes riikides järjest suuremaks diskussiooniobjektiks. Samas on avalikkuse tähelepanu keskmesse tihti pandud idee „keemiavabadest toodetest“ ning teised stereotüüpsed seisukohad, mille järgi mahetooted on midagi, mis on mõeldud vaid linnaelanike eliidile ja tervisefriikidele. Lisaks kajastatakse mahepõllumajandust liiga kitsalt, rääkides sellest kui kitsast tehnikast (N: loomaväetise kasutamine). Selle kõigega varjutatakse arusaam mahepõllumajandusest kui multidimensionaalsest ja terviklikust juhtimissüsteemist (Salazar 2005).

Mahepõllumajandusest kui alternatiivsest toidutootmise viisist on palju räägitud ka seoses ülemaailmsete sündmustega, mis puudutavad geneetiliselt muundatud toitu ning erinevaid toiduga seotud kriise. Franz Seifert toob oma töös välja peamised meediasündmused, mis on muuhulgas mõjutanud ka mahepõllumajanduse meediadiskursust Euroopas. Nendeks on (Seifert 2006):

- Lammas Dolly kloonimine (1997)
- BSE kriis (1996 ja hiljem)
- Dioksiiniskandaal (1999)
- Antibiootikumide kasutamine loomadel USA- s
- Salmonelloosi juhtumid

Positiivseks osaks mahepõllumajanduse meediadiskursuse juures on paljudes riikides mahetoidu seostamine kohaliku identiteedi ja rahvusliku köögiga. Mahetoitu tajutakse kui rikkumata kodust ja looduslikult puhast toitu (Seifert 2006).

2. UURIMISKÜSIMUSED JA HÜPOTEESID

2.1. Uurimisülesanded

Varasematest maaelu teemade kajastuse uuringutest on selgunud, et meedias domineerib põllumajandusest eelkõige negatiivne diskursus, mis on aga paljus olnud tingitud infosulgudest meedia ja kontrollinstitutsioonide vahel (Maaelu maine 2005). Taasiseseisvumise esimestel aastatel ei tekkinud sisemiste ja väliste siht-ja sidusrühmadega (ministeeriumi, allasutuste, tootjate esindusorganisatsiooni ja ettevõtetega) kahepoolset kommunikatsiooni. M. Lauristini hinnangul puudusid Eestis eeldused avatud kommunikatsiooni toimimiseks (Põllumajandus ja maaelu areng... 2005: 146-147). Tekkinud olukorda iseloomustas ta kui olukorda, milles tõde pole võimalik või soovitatav teada ning siirad suhted ja aus eneseväljendus pole võimalik või pole lubatud. Seda arvamust on kinnitanud ka mitmed endised põllumajandusministrid ja eksperdid (Põllumajandus ja maaelu areng... 2005: 146-147).

Objektiivse info vastuvõtmist põllumajandustootjate, peamiselt paljude väiketalunike poolt takistas Põllumajandusministeeriumi töötajate hinnangul negatiivne eelhoiak, mida omakorda võimendasid euroskeptikud, kes andsid EL-i põllumajanduspoliitika võimaluste ja nõuete kohta eksitavat teavet (Põllumajandus ja maaelu areng... 2005: 147-151). Kuna meedia on enamasti kasumitaotlusele orienteeritud ettevõtlus, mis kogub, pakib ja müüb informatsiooni ja meelelahutust, ei ole põhjust oodata tegelikkuse kajastamist positiivsest arutlusest, kuna skandaal ja kriis müüb kohalikule elanikkonnale paremini. Negatiivse meediadiskursuse domineerimine omakorda põhjustab maaelu olukorra halana tajumist (Maaelu maine 2005: 32).

Mahepõllumajanduse uuringu (Organic food and farming 2001) järgi on mahepõllumajanduse meediakajastus tihti negatiivse ja teemasid kajastatakse ebaadekvaatselt. Ghristen'i ja teiste (et al., 2002; Perloff 1989; Vallone, Ross & Lepper, 1985) uuringu tulemused on aga näidanud, et teemaga seotud inimeste jaoks näib ka

tasakaalustatud või neutraalne kajastus negatiivsena. Seega ei pruugi eeldused vastata tegelikkusele.

Vastavalt maaelu maine uuringule kajastatakse põllumajanduse temaatikat negatiivselt (Maaelu Maine 2005). Kvalitatiivne sisuanalüüsiga on võimalik uurida, kas mahepõllumajanduse üldisest kuvandist lähtuvalt on ka mahepõllumajanduse kuvand negatiivne, või on populaarset tervislikku eluviisi toetav haru suutnud saavutada positiivsema kajastuse.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on uurida, milline oli mahepõllumajanduse meediakuvand Eestis aastatel 1997-2005 Maalehe ja Postimehe näitel. Selgitada välja enim kajastust leidnud valdkonnad ning hinnata erinevusi valdkondade valikul ja kajastuse ulatusel vastavalt sihtauditooriumile. Samuti analüüsida millise tonaalsusega on kajastatud mahepõllumajanduse temaatikat. Uurimiseesmärkide saavutamiseks on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

- viia läbi kombineeritud kvantitatiiv- ja kvalitatiivne sisuanalüüs mahepõllumajanduse meediakuvandist Eestis Maalehe ja Postimehe näitel;
- hinnata mahepõllumajanduse temaatikameediakajastuse tonaalsust;
- tuua uurimuse põhjal välja mahepõllumajanduse meediakajastuse erinevused vastavalt sihtauditooriumile.

2.2. Uurimisküsimused

U1: Millise tonaalsusega on mahepõllumajanduse temaatikat kajastavad artiklid?

U2: Milliseid mahepõllumajandusega seotud valdkondi meedias kajastatakse?

U3: Kas valdkondade valik ning kajastuse ulatus on väljaanneti erinev?

2.3. Kontentanalüüsi hüpoteesid

H1: mahepõllumajanduse meediakuvand on pigem negatiivne ehk kajastavad teemad on tulenevalt põllumajanduse üldisest meediakajastusest pigem negatiivse iseloomuga.

H2:Mahepõllumajanduse meediakajastuses on peamisteks teemadeks mahepõllumajanduse positiivsed omadused ja eurorahade jagamine.

H3: Maaelanikkonnale suunatud meedias kajastatakse mahepõllumajanduse teematikat laiemalt ja spetsiifilisemalt, suuremale auditooriumile suunatud väljaandes aga läbi üldiste sõnumite ning pealiskaudselt.

3. METOODIKA

3.1. Uurimisobjekt

Käesolevas uurimistöös vaadeldakse mahepõllumajanduse kuvandit Eesti meedias aastatel 1997-2005. Periood on omakorda jagatud alamperioodideks vastavalt toimunud sündmustele. Alaperioodideks on:

- 1997-1999 – **mahepõllumajanduse algus Eestis**, mil toimus õigusliku raamistiku kujundamine ning esialgse kontrollstruktuuri loomine. Peamisteks sõnumiteks olid mahetootmise nõuded, mille kommunikatsioon oli suunatud tootjatele.
- 1999-2004 – **mahepõllumajanduse kiire areng**. Toimub jätkuv kasv, ettevõtete arvu suurenemine ning elanike teadlikkuse suurenemine. Oluliseks sündmuseks kontrollstruktuuride ümberkujundamine, mahemärgi kasutuselevõtt 1999. aastal ning toetuste maksmise alustamine 2000. aastal. Teemadeks toetuste maksmine mahetootjatele ning tarbijate teavitamine mahetootmisest.
- 2004-2005 - **mahepõllumajandus Euroopa Liidus**. Oluline taas toetuste teema, mahepõllumajandusseaduse harmoneerimine Euroopa Liidu õigusega ning samuti Euroopa Liidu poolsete mahepõllumajandusalaste algatuste kommunikeerimine avalikkusele. 2005. Aastal toodi turule uus Ökomärk, mis asendas vana mahemärgi.

Töös vaadeldakse, kuidas toimus meediakuvandi kujunemine ühe nädalalehe ja ühe päevalehe näitel ning millise tonaalsusega on temaatikat kajastatud. Samuti analüüsitakse, kas valdkondade valik ning kajastuse ulatus varieeruvad vastavalt auditooriumile.

3.2. Meetodi valik

Kontentanalüüs on uurimistehnika, mis põhineb millegi hulga (nt negatiivsed hinnangud kellesegi, konfliktide esinemise sagedus vmt) mõõtmisel representatiivse valimi abil. Kontentanalüüsi defineeritakse kui metodoloogiat, mille abil uurija paneb paika kirjapandud, räägitud või avaldatud suhtlemise manifestse sisu (Berger, 1998).

Kuna uurimuse eesmärk on saada ülevaade nii mahepõllumajanduse meediakajastuse üldpildist ja tonaalsusest, kui kajastuse erinevustest sõltuvalt auditooriumist, on vajalik nii kvantitatiivsete kui kvalitatiivsete meetodite kasutamine. Kontentanalüüsi kasutamise eeliseks on see, et see võimaldab suurte tekstimassiivide mitmekülget analüüsi ning annab võimaluse näha erinevate temade kasutamise sagedust ning nende omavahelisi seoseid (Berger 1998:26).

Kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete andmete ja analüüsimeetodite kombineerimine võimaldab luua tasakaalustatud üldpildi mahepõllumajanduse meediakajastusest ja selle kujunemisest. Kvalitatiivne analüüs aitab sügavamalt analüüsida hinnanguid, mida artiklite autorid on teema kohta andnud ning milline on kajastuse tonaalsus. Samuti aitab kvalitatiivne sisuanalüüs hinnata kajastuse ulatust ning erinevusi vastavalt auditooriumile.

Kuigi interpretatiivsed meetodid ei anna otsest vastust küsimustele põhjuse ja tulemi kohta, leiavad need sotsiaalteadusliku ja inimliku ühendumise tõttu meediauuringutes aina enam kasutust (Hornig Priest, 1996:113).

Kontentanalüüs on meediatekstide süstemaatilise, kvantitatiivse ja objektiivse kirjeldamise meetod, mis on kasulik tekstide klassifitseerimiseks, mõju määratlemiseks, erinevate kanalite või erinevate perioodide võrdlemiseks, samuti sisu ja tegelikkuse võrdlemiseks (McQuail, 2003: 445). Kontentanalüüs Krippendorfi järgi on uurimistehnika andmete põhjal konteksti kohta täpsete ja põhjendatud järelduste tegemiseks (Krippendorff 2004:18).

See meetod on sobilik määratlemaks lühi- ja pikaajalisi trende. Kontentanalüüs võrdleb sama materjali esitlust erinevates meediakanalites, erinevate rahvuste meediakanalites

või kõrvutab meedia sisu mingi abstraktsete kategooriate või standardite kogumiga (Watson, Hill 2003:65).

3.3 Trükimeedia sisuanalüüs

Uurimuse aluseks valiti maaelanikkonnale ja põllumajandusega lähedalt seotud lugejaile suunatud kvaliteetnädalaleht „Maaleht“ ning laiemale auditooriumile suunatud kvaliteetpäevaleht „Postimees“. Valitud väljaannete selgelt eristatav lugejaskond lubab võrrelda eri auditooriumile suunatud mahepõllumajanduse kajastust nii valdkondade kui kajastuse ulatuse alusel.

Kontentanalüüsi valimi moodustasid kõik vahemikus 1997.-2005. aastal ilmunud artiklid, mis sisaldavad sõna „mahepõllumajandus“ või „ökoloogiline põllumajandus“. Meediatekstid valiti sisestades ajalehtede internetiarhiivide otsingumootorisse sõnad „mahepõllumajandus“ ja „ökoloogiline põllumajandus“. Postimehe otsingumootori kaudu leiti sel viisil 76 artiklit ning valimi kontrollimiseks käis autor ka Eesti Rahvusraamatukogu ajalehtede arhiivis, kus võrreldi iga aasta lõikes 1 kontrollkuu artikleid otsingumootori abil leitud artiklitega. Kontrolli tulemusel ei tuvastatud erisusi. Kuna Maalehe otsingumootor tulemusi ei andnud, võttis autor Eesti Rahvusraamatukogu ajalehtede arhiivist välja kõik aastatel 1997-2005 ilmunud Maalehed, ning otsis käsitsi välja kõik mahepõllumajandust ja ökoloogilist põllumajandust kajastanud artiklid. Valimi moodustasid 76 Postimehe artiklit ning 84 Maalehe artiklit. Peale artiklite läbilugemist eemaldati valimist need tekstid, mis ei rääkinud mahepõllumajandusest või ökoloogilisest põllumajandusest, vaid mainisid neid teemasid põgusalt. Valimi lõplikuks arvuks jäi 133 artiklit, mille loetelu on toodud lisades 1 ja 2.

Kontentanalüüsi analüüsiühikuks on artikkel.

Peale kontentanalüüsi valimi moodustamist ja kontrollimist koostati esialgne kodeerimistabel kategooriate ja koodidega. Seejärel viidi läbi proovikodeerimine 14 teksti näitel, mille tulemusena täiendati kodeerimisjuhendit (vt. lisa 4).

Kontentanalüüsi puhul kasutati tekstide analüüsimiseks 15 erinevat analüüsikategooriat (vt. lisa 3). Analüüsikategooriatest esimesed kolm on traditsioonilisi teksti omadusi

kaardistavad kategooriad nagu ajaleht, žanr, artikli ilmumiskuupäev ja autor. Viimane kategooria annab lisaks võimaluse analüüsida, kes kajastavad mahepõllumajanduse alast informatsiooni ja millisel määral erineb autorite valik meediaväljaannete lõikes.

Traditsioonilistele kategooriatele järgnevad kategooriad, mille kaudu määratakse ära teksti spetsiifilisuse aste ja teksti toetavate illustratiivsete materjalide kajastus ning sisu. Need lubavad määratleda kuivõrd on eri väljaannete tekstid suunatud mahepõllumajandusest eelteadmisi omavatele või mitteomavatele lugejatele ning kas ja millisel määral antakse artiklile lisaväärtust illustratiivsete materjalide läbi. Illustratiivse materjali analüüs annab ülevaate, kuidas väljaanne auditooriumit suunab ja keda või mida mahepõllumajandusega pikilisel enim seostatakse.

Spetsiifilisteks hinnatakse artikleid, mille mõistmine nõuab eelnevalt erialase terminoloogiaga kursis olemist ning mõningast teemas orienteerumist. Nii on näiteks toetuste teema kajastamisel Maalehes mitmeid artikleid, mille kajastus on vastavalt sihtauditooriumile ja kajastuse eesmärgile spetsiifiline.

„Selle toetuse saamise tingimuseks on üldiste keskkonnanõuete täitmine. Sisuliselt tähendab see seda, et toetuste taotleja täidab kõiki põllumajandustootmisega seotud keskkonnavalaseid õigusakte. Liikmesriigil on õigus kehtestada kontrollivad standardid, mille rikkumisel põllumajanduslikku keskkonnatoetust vähendatakse.“ (Teiter 2004)

Mittespetsiifilised on aga artiklid, mis käsitlevad teemat lihtsas keeles ja mille kiireks omandamiseks ei peateemat eelnevalt valdama.

„Sügisel lõpeb Endla talus teine keemiata aasta ehk mahepõllumajandusele ülemineku aeg, järgmisel aastal kannab kõik talus kasvatatu mahemärki. „Aasta või kaks mahepõllumajandust ei näita veel, kas selle alaga tasub tegeleda või ei,“ märkis peremees. „Alles pärast viiendat aastat saad ehk sellele küsimusele vastuse.“ (Kohler 2002)

Sissejuhatavatele sisulistele kategooriatele järgnevad täpsemaid mahepõllumajanduse peateemasid ja artikli eesmärke kajastavad kategooriad, mis võimaldavad analüüsida mahepõllumajanduse teemakajastuse erisusi vastavalt sihtauditooriumile. Samuti annab teksti vaatenurga ja kõneisikute määratlemine võimaluse analüüsida millisele

auditooriumile on mahepõllumajandusega seotud artiklid suunatud ja kelle arvamust need edastavad.

Artikli vaatenurka analüüsi kolmes alamkategorias. Kui meediatekst on edastatud lähtudes tarbija huvidest, on tekst liigitatud tarbija vaatenurga alla. Kui artikkel lähtub mahetalunike huvidest ja kannab mahetalunikepoolseid ideid, on see liigitatud mahetaluniku vaatenurga alla. Artikkel, mis edastab ekspertide hinnanguid, on liigitatud eksperdi vaatenurgana.

Artikli eesmärgi kategooria võimaldab analüüsida ilmunud teksti eesmärki ning selgitada välja, mil määral prevaleerib ühe või teise eesmärgiga meediatekstide sagedus vastavalt väljaandele. Artikli eesmärgid on alamkategoriatena jagatud: õpetamine, hinnangu andmine, informeerimine ja mahepõllumajanduse propageerimine.

Õpetamise kategooria alla liigitati meediatekstdid, mis andsid tarbijatele või mahetootjatele kasulikke õpetusi, kuidas mingis olukorras toimida või mida mahetootangu tarbimisel jälgida. Nii liigitus näiteks õpetamise alamkategoriasse järgmine lõik 2004. aasta Maalehest.

„/---/Isik, kes taotleb toetust keskkonasõbraliku tootmise eest, peab alltoodud nõudeid täitma kogu põllumajanduslikus kasutuses oleval maal./---/“ (Teiter 2005)

Mahepõllumajanduse propageerimise alamkategooria alla liigitusid aga tekstid, mis rõhutasid tekstis läbivalt vaid mahepõllumajanduse positiivseid külgi, seda nii tarbijate kui kogu Eesti majanduse edendamise mõttes. Artikli teemad olid esitatud subjektiivselt ning kaldusid nähtavalt mahepõllumajanduse „ülistamisele“. Näitena lõik 2003. aasta Postimehest.

„/---/Ökoloogiliste tehnoloogiate areng ennustab roosilist tulevikku ka pikka aega kriisis vaevelnud Euroopa põllumajandusele - toiduainete kõrval hakatakse põldudel kasvatama aina enam tööstuse toorainet./---/“ (Niitra 2003)

Mahepõllumajanduse meediakajastuse üldise tonaalsuse määramiseks annab sisendi kategooria *hinnang mahepõllumajandusele*, mis võimaldab analüüsida kuivõrd erineb mahepõllumajanduse artiklite tonaalsus võrreldes põllumajanduse üldise negatiivse kuvandiga. Analüüsikategooria on jagatud viieks eri alamkategoriaiks, mis lubavad

liigitada meediatekstid eri kategooriatesse - positiivne, pigem positiivne, neutraalne, pigem neutraalne, negatiivne, tuuakse välja nii positiivset kui negatiivset – vastavalt sellele, mil määral tuuakse tekstis välja positiivseid omadusi või vastupidi. Meediatekstid, kus tuuakse välja mahepõllumajanduse positiivseid omadusi ja mis kajastavad mahepõllumajandust positiivses valguses, on liigitatud alagrupi „positiivne“ alla. Artiklid, mis kajastavad mahepõllumajanduse positiivseid omadusi rõhutatud positiivsusega, liigituvad alagruppi „pigem positiivne“. Neutraalse alagrupi alla mahuvad artiklid, mille eesmärk on edastada informatsiooni hinnanguid andmata. Alagruppi „pigem neutraalne“ kuuluvad artiklid, mis sisaldavad hinnanguid, kuid nende tonaalsus on vaid väikese kaldega või raskesti määratletav. Alagruppi „negatiivne“ kuuluvad artiklid, mis rõhutavad mahepõllumajanduse negatiivseid omadusi ja kajastavad mahepõllumajandust negatiivses toonis. Artiklid, kus on tasakaalustatult toodud välja nii positiivsed kui negatiivsed argumendid, mahub alagruppi „tuuakse välja nii positiivset kui negatiivset“.

Kategooria *muud aspektid mahepõllumajanduse kujutamises* annab ülevaate, kuidas seostatakse meediatekstides mahepõllumajandust ühe või teise talle omistatud tunnusega. Muud aspektid jagunevad alagruppideks järgmiselt: Eesti nokia, mahepõllumajanduse tervislikkus, kasvav trend ja puudub. Nimetatud aspektid lisati kodeerimisjuhendisse peale proovikodeerimise läbiviimist, mil ilmnis, et lisaks peateemadele ja kõrvalteemadele leiavad mahepõllumajanduse kajastamisel ära märkimist ka ülaltoodud aspektid.

4. KONTENTANALÜÜSI TULEMUSED

4.1 Mahepõllumajanduse temaatika kajastamine Eesti meedias Maalehe ja Postimehe näitel aastatel 1997-2005

4.1.1 Žanr, ajaleht ja ilmumisaeg

Kõikidest artiklitest ilmus valimisse sobivaid artikleid 44% Postimehes ja 56% Maalehes. Valdav enamus kodeeritud tekstidest olid siseuudised ja samuti oli teistest enam ka arvamusalugusid, seda just peamiselt Maalehes. Žanride jagunemine on toodud tabelis 1.

Tabel 1.

Žanride jagunemine valimi lõikes (n = artiklite arv)

žanrid	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
välisuudis	5	1	6
siseuudis	41	51	93
intervjuu	2	2	4
lugeja kiri	0	0	0
juhtkiri	0	1	1
arvamusalugu	8	22	29
muu	0	1	0
Kokku			133

Kajastuse maht suurenes perioodide lõikes võrdselt nii Maalehes kui Postimehes, kuigi mahepõllumajanduse viljelemise algusaastael leidis teema kajastamist peamiselt just Maalehes (vt. tabel 2). Peale 2004. aasta maikuud (Eesti liitumine Euroopa Liiduga) kasvas aga kajastuse maht hüppeliselt. Kui enne Euroopa Liiduga liitumist ilmus kuus keskmiselt 1 artikkel, siis perioodil peale liitumist ilmus aga keskmiselt 2,5 artiklit. Seega muutus mahepõllumajanduse meediakajastus peale Euroopa Liiduga ühinemist tunduvalt aktiivsemaks.

Tabel 2.

Ilmunud artiklid uurimisperioodide lõikes (n = artiklite arv)

Periood	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
1997-1999	4	13	17
2000-2003	26	31	57
2004-2005	24	35	59
Kokku			133

4.1.2 Spetsiifilisus, autorid ja illustratsioonid

Artiklite detailsuse aste ehk suunatus mahepõllumajandusest eelteadmisi omavale või mitteomavale lugejale oli mõlema meediaväljaande puhul sarnane. Sarnaselt domineeris mõlemas ajalehes mittespetsiifiline käsitus (vt. tabel 3).

Tabel 3.

Artiklite spetsiifilisuse aste (n = artiklite arv)

spetsiifilisuse aste	Postimees (n=...)	Maaleht (n=...)	Kokku (n=...)
spetsiifiline	17	21	39
mittespetsiifiline	41	54	94
Kokku			133

Kuigi enamik artikleid olid nii Maalehes kui Postimehes mittespetsiifilised, tulid kahe väljaande kajastuse erinevused välja kindlate teemade puhul. Nii oli näiteks mahepõllumajanduse toetuste teemat kajastatud Maalehes Postimehest palju spetsiifilisemalt.

“Mahepõllumajandusliku tootmise toetus ei ole tüüpiline tulutoetus, enamik Euroopa riike maksab seda põllumajanduse keskkonnaprogrammi raames. Ka Eesti on selle oma lähiaja eesmärgiks seadnud. Tänavu makstakse põllumajanduslikku keskkonnatoetust, sealhulgas toetust mahepõllumajandusliku tootmise eest pilootaladel Palamuse, Lümanda ja Kihelkonna valla tootjatele. Selle programmi raames peavad tootjad järgima ka teisi keskkonnasõbraliku majandamise nõudeid. Pilootaladel asuvad tootjad, kes juba saavad keskkonnatoetust, ei saa täiendavat määrust teisipäeval valitsuse poolt heaks kiidetud korra alusel. (Lepmets 2001)

Kui Maalehes oli toetuste maksmise teemat selgitatud oluliselt detailsemalt ja põhirõhk suunatud just teema lahti seletamisele, siis Postimees kajastas toetuste teemat pigem kui informatiivset fakti. Tähelepanuväärne on ka see, et erinevalt Maalehest, kes käsitles teemat läbivald, oli Postimehes toetuste teema pigem teisejärguline ja tihti taandunud kas kõrvalteemaks või leidis vaid mainimist mõne teise aspekti sees.

“Vastavalt seadustele võtab mahepõllumajandusele üleminek aega kaks aastat ning reaalselt saaki saavad kasvatajad alles kolmandal aastal. “Tegelikult võikski see olla üheks alternatiivseks põllumajandusharuks, mille leidmise vajalikkusest on palju

räägitud, kuid siin oleks vaja hädasti riigi tuge, mis seni tulemata on jäänud,” lausus Soasepp.” (Riikoja 2002)

Artiklite autorite jagunemine on toodud tabelis 4, kus on näha, et meediatekstide autoriteks olid peamiselt ajakirjanikud, kuid suure osa kajastusest moodustasid ka ekspertide kirjutised. Siinkohal tuleb selgesti välja ka erinevus autorite valikul väljaannete lõikes. Kui Maalehes said sõna nii ajakirjanikud kui eksperdid, siis Postimehes olid valdavaks ajakirjanike tekstid. Mõnedel juhtudel anti Postimehes ekspertide asemel sõna aga hoopis poliitikuile.

Tabel 4.

Artiklite autorid (n = artiklite arv)

Autorid	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
ajakirjanik	48	58	105
spetsialist/ekspert	2	17	19
poliitik	5	2	7
reakodanik	0	0	0
muu	2	0	5
kokku			133

Kuigi oli palju artikleid, millel pildimaterjal puudus, olid ülekaalus siiski need artikleid, mille puhul teema ilmestamiseks kasutati erinevaid illustratiivseid materjale. Suurim erinevus on see, et kui Postimehe artiklil pilt enamasti puudus, siis Maaleht oli visuaalseks näitlikustamiseks eraldanud artiklile leheruumi rohkem kui pooltel juhtudel. Illustratsioonide jaotus väljaannete lõikes on toodud tabelis 5.

Tabel 5.

Artikleid illustreeriv materjal (n= artiklite arv)

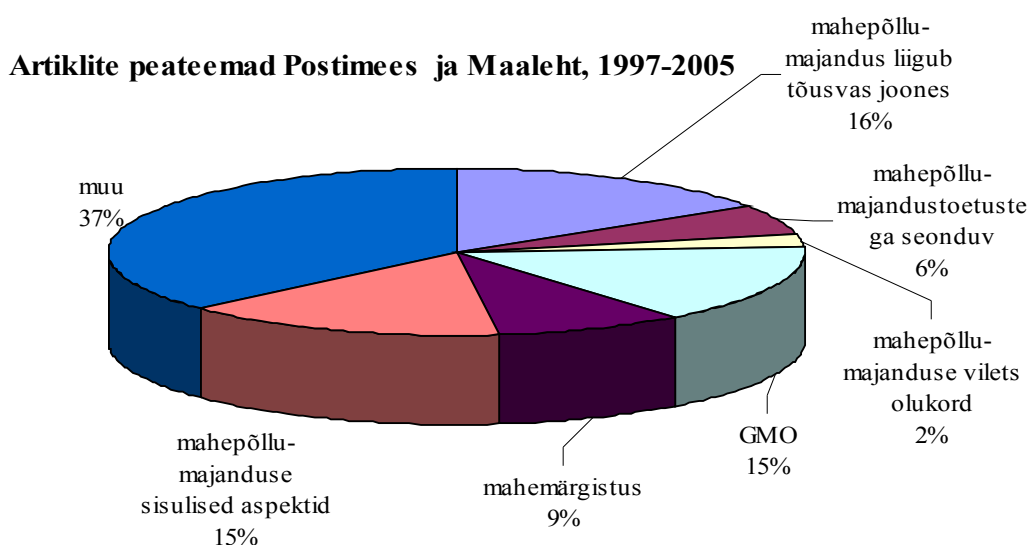
Keda/mida kujutati	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
karikatuur	0	2	2
ekspert	1	15	16
mahetoodang	4	15	19
prominent	5	10	15
graafik	1	7	8
puudub	45	28	73
Kokku			133

Sarnaselt kajastasid mõlemad väljaanded mahepõllumajanduse eeskujuna Juhan Särjavat, kes oli korduvalt mahepõllumajanduse teema illustreerimivaks materjaliks. Kuna mahetootja Särjava on üks esimesi ja mahepõllumajandusaktiviste ja ühtlasi

näide kasumlikust mahetootjast, siis kasutatakse enamikes postiiivse tooniga artiklites (eriti Maalehes) just Särgavat nii kõneisikuna kui visuaalse tähelepanuäratajana. Ühtlasi kasutati Maalehe illustratiivsetes materjalides ka palju ekspertide pilte. Maalehe peamisele sihtrühmale ehk mahepõllumajanduse teemaga rohkem kursis olevatele maapiirkonna elanikele, on need eksperdid tuttavad ning seetõttu on see põhjendatud. Postimehes üldjuhul mahepõllumajanduse temaatika juurde pildimaterjali lisatud ei oldud. Üksikutel juhtudel, kui pilt oli lisatud, kujutas see pigem mõnda prominenti. Kasutatavate prominentide valikul oli lähtutud Postimehe sihtauditooriumist, kes suure tõenäosusega ei tea mahepõllumajanduseksperthe. Seetõttu esinesid illustreeriva materjalina sellised kuulsused nagu Walesi prints Charles, Edgar Savisaar jt.

4.1.3 Teemade läbivus, peateemad

Kõikidest artiklites oli mahepõllumajanduse temaatika domineeriv üle poolte artiklite puhul, vähem esines mahepõllumajanduse teema vaid mõnes lõigus artiklist. Artiklite peateemad on toodud joonisel 3.



Joonis 3. Artiklite peateemad (autori joonis).

Kuna paljudel juhtudel oli mahepõllumajanduse teemat käsitletud kõrvalteemana teiste keskkonnasäästlikkuse või põllumajandusega seotud teemade kõrval, siis on suure hulga artiklite peateemaks märgitud „muu“. Mahepõllumajandust peateemana käsitlevate artiklite teemadest oli aga esikohal mahepõllumajanduse järjepidev areng. Samuti kajastati tihti mahepõllumajanduse sisulisi aspekte ja geneetiliselt muundatud organismide (GMO) temaatikat.

Tabel 6.

Artiklite peateemad (n = artiklite arv)

Peateemad	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
mahepõllumajandus liigub tõusvas joones	11	11	21
mahepõllumajandus toetused	2	6	8
mahepõllumajandus e vilets olukord	1	2	3
GMO	6	14	20
mahemärgistus	5	7	12
mahepõllumajandus e sisulised aspektid	4	16	20
muu	27	22	49

Maaleht kajastas GMO temaatikat Postimehest põhjalikumalt ning seletas rohkem lahti ka mahepõllumajanduse olemust. Samuti oli Maalehes suurem mahepõllumajandust peateemana käsitlevate artiklite osakaal. Peateemade jaotus on toodud tabelis 7.

Tabel 7.

Peateemad uurimisperiodide lõikes

Peateemad	Perioodil 1997-1999	Perioodil 2000 - 2003	Perioodil 2004 - 2005
mahepõllumajandus liigub tõusvas joones	1	9	7
mahepõllumajandus toetused	1	6	1
mahepõllumajandus e vilets olukord	0	1	2
GMO	2	9	6
mahemärgistus	2	4	2
mahepõllumajandus e sisulised aspektid	4	6	5
muu	4	21	17

Kui mahepõllumajanduse algusaastatel oli meediakajastuses tähtsaim sisuliste aspektide kajastamine, siis järgnevatel perioodidel tuli üha tugevamalt esile GMO teema. Ühtlasi näitab GMO teema järjest sagedasem kajastamine ka seda, et Eesti ühiskond on võimeline diskuteerima nn. riskiteemadel. Nii on meediakajastuses üheaegselt välja toodud nii positiivseid kui negatiivseid aspekte, andes lugejale võimaluse arutleda ja teha järeldusi vastavalt tasakaalustatud meediakajastusele.

“1980 leidsid OECD liikmesmaad, et biotehnoloogia ja geneetiline muundamine pakuvad võimalusi inimkonna majandusele./---/Minu arvates sobivad väga paljud muundkultuuride omadused suurepäraselt mahepõllumajanduse filosoofiaga, näiteks haigustele vastupidavus.” (Põldre 2005)

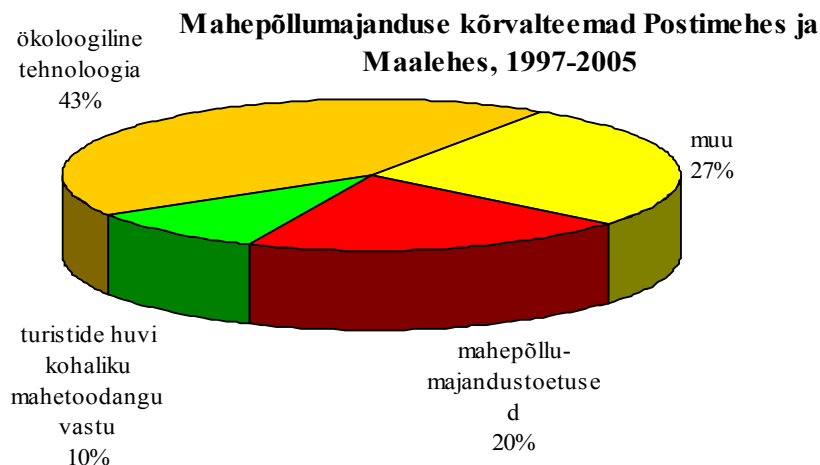
“Meie seisukoht on, et viljade geneetilist muutmist ei ole piisavalt veel uuritud. Me oleme otsustanud eelistada selgust riskile ning me ei soovi oma maad geneetiliselt muudetud viljadega saastada.” (Postimees 2003)

Aja jooksul on suurenenud mahepõllumajanduse, kui arenguvõimelise majandusharu, meediakajastus. Vähe kirjutakse ökoloogilise tootmise viletsast olukorrast, kuid see-eest on üheks levinumaks kõrvalteemaks mahepõllumajandustoetused. Huvitav tendents on asjaolu, et nii positiivseid kui negatiivseid hinnanguid sisaldavad tekstid kajastavad tihti erinevaid mahepõllumajanduse aspekte koos toetuste teemaga.

Üldiselt on nii Maalehes kui Postimehes leidnud kajastust samad teemad. Sellega ei leia kinnitust eelpool toodud väide, et kahe erineva auditooriumiga väljaande põhiline läbiv teemakäsitus võiks oluliselt üksteisest erineda.

4.1.4 Kõrvalteemad ja nende jagunemine peateemade lõikes

Mahepõllumajanduse kõrvalteemade jagunemine kahes väljaandes kokku on toodud joonisel 4.



Joonis 4. Mahepõllumajanduse kõrvalteemad (autori joonis).

Erinevate mahepõllumajanduse peateemade juures on kõrvalteemana enim käsitletud ökoloogilist tehnoloogiat. Kui peateemana mahepõllumajanduse sisulisi aspekte enam kajastav Maaleht pöörab kõrvalteemadena tähelepanu üldistele põllumajandusega seotud teemadele, siis Postimees kirjutab rohkem ökoloogilisest tehnoloogiast.

Tabel 8.

Artiklite kõrvalteemad (n = artiklite arv)			
Kõrvalteemad	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
mahepõllumajandus toetused	9	18	27
turistide huvi Eesti mahetootangu vastu	7	6	13
ökoloogiline tehnoloogia	31	26	57
muu	10	27	36

Mahepõllumajanduse progressi kajastavate artiklite kõrvalteemad liigitusid enamasti kategooria „muu“ alla. Siia alla kuuluvad muud põllumajanduse ja metsandusega seotud teemad. Tihti kajastati kõrvalteemana turistide huvi Eesti mahetoodangu vastu, ökoloogilisi tehnoloogiaid ja mahepõllumajandustoetusi.

Mahepõllumajanduse viletsat olukorda kajastavates artiklites olid kõrvalteemaks võrdselt nii mahepõllumajandustoetused, turistide huvi Eesti mahetoodangu vastu, kui ka muud teemad. GMO kajastuse puhul oli peamiseks kõrvalteemaks ökoloogiline tehnoloogia, aga märgiti ka muid seotud teemasid ja mahepõllumajandustoetusi.

Mahemärgituse puhul käsitleti enamasti muid põllumajanduse või keskkonnasäästlikkusega seotud teemasid, kuid kajastust leidsid ka turistide huvi Eesti mahetoodangu vastu ning ökoloogilise tehnoloogia olemus. Mahepõllumajanduse sisuliste aspektide peateema kõrval märgiti muid teemasid, peatudes ka mahepõllumajandustoetustel ja ökoloogilise tehnoloogia alustel.

Juhul kui teksti peateema ei olnud mahepõllumajandus, leidis kõrvalteemana enam kajastust ökoloogiline tehnoloogia, teisel kohal olid kajastuses mahepõllumajandustoetused ja käsitleti turistide huvi Eesti mahetoodangu vastu.

4.1.5 Artikli vaatenurk, eesmärk ja kõnelejad

Põhiosa artikleid oli kirjutatud mahetaluniku vaatenurgast. Vähem kajastati teemasid tarbijate ja ekspertide vaatenurgast lähtuvalt. Ülevaade artikli vaatenurkadest on tabelis 9.

Tabel 9.

Artikli vaatenurk (n = artiklite arv)

Vaatenurk	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
tarbija	25	10	35
mahetalunik	31	51	82
ekspert	0	16	16
Kokku			133

Teksti vaatenurk oli meediaväljaannete lõikes erinev. Postimees kajastas mahepõllumajandust nii tarbija kui mahetaluniku pilgu läbi, kuid Maaleht edastas pigem mahetaluniku ja eksperdi arvamust lähtudes vaid mõnel juhul tarbijast.

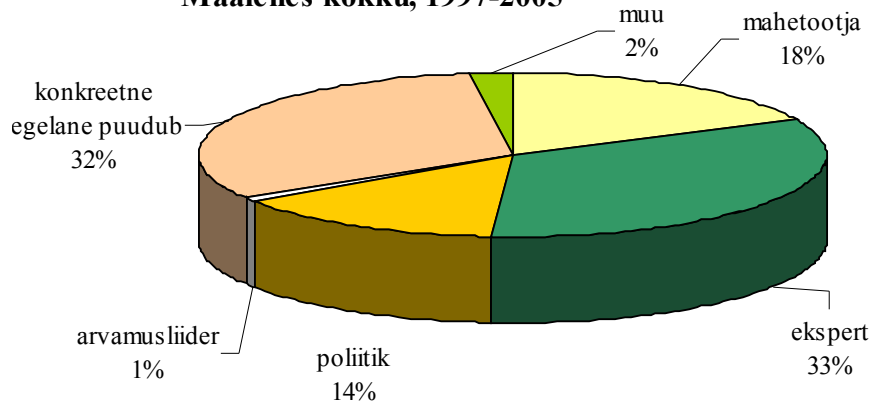
Tabel 10.

Kõneisikud (n = artiklite arv)

Kõneisikud	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
mahetootja	12	12	24
ekspert	22	22	44
poliitik	10	9	19
arvamusliider	1	0	1
konkreetne tegelane puudub	8	34	42
muu	3	0	3
kokku			133

Vastavalt tabelile 10 ja joonisele 9, anti tekstides kõige rohkem sõna ekspertidele (33%). Vähem oli kõnelejaks mahetootja (18%) või poliitik (14%) ning paljudel juhtudel konkreetne kõneleja puudus (32%).

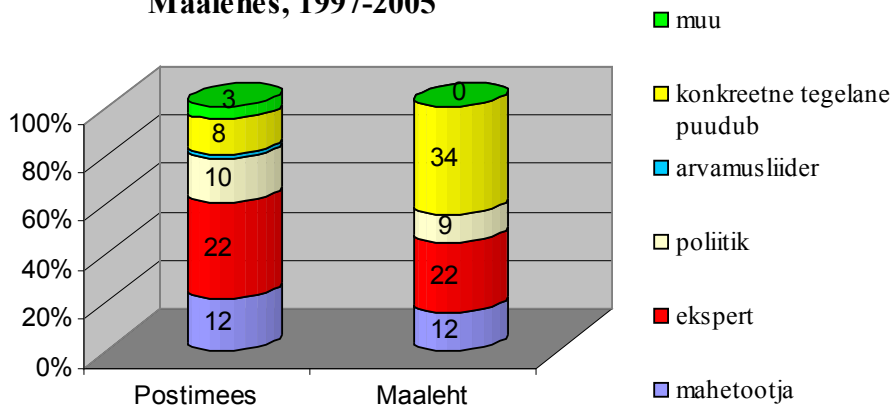
Mahepõllumajanduse kõneisikud Postimehes ja Maalehes kokku, 1997-2005



Joonis 4. Mahepõllumajanduse kõneisikud (autori joonis).

Eripäraks kahe meediaväljaande kõneisikute valikul on asjaolu, et Maalehes esineb rohkem artikleid, millel kõneleja puudub. Seda võib seletada ajalehe eesmärkidega, milleks on pigem informatsiooni andmine. Postimees seevastu avaldab rohkem hinnanguid sisaldavaid artikleid, mistõttu on kõneleja vajalik.

Mahepõllumajanduse kõneisikud Postimehes ja Maalehes, 1997-2005



Joonis 5. Mahepõllumajanduse kõneisikud Postimehes ja Maalehes (autori joonis).

Kuigi kõneisikute valik on mõlema väljaande puhul üldiselt sarnane, tuleb meediatekstist selgesti välja erisus toonis, kuidas eksperdid ja mahepõllumehed teemat käsitlevad. Ekspert annab ülevaate pigem sisulisest küljest ja edastab infot või õpetab,

kuid seda enamasti ilma subjektiivse hinnanguta. Mahepõllumehe eemärk on seevastu mahepõllumajanduse propageerimine ja oma osaluse tõttu edastab ta subjektiivset infot.

“Mahetootjate konsulendi Margo Mansbergi sõnul teebki muret sõna “mahe”, mis annab võimaluse seda mitmeti mõista: kas mahetoode või mahe maitse. “Petturitel on võimalik tootdele kirjutada suurelt “mahe” ja väikselt taha “maitseteline”. Otsija ei pruugi viimast märgata ja saabki poest toote, mida ta ei soovinud.” (Tänavsuu 2002)

“Toetuste vikerkaar, millega põllumehi innustada üritatakse, toob lootuste kõrvale kõikvõimalikke muidki tundeid. Ilma toetusteta turul püsimine ei ole mõeldav. Nii ongi osa saaki tarvis korjata põllult ja teine osa paberite seest. Kui üks või teine tegemata jääb, oled mängust väljas. (Särgava 2004)

Kuna sagedasti antakse mahepõllumajanduse teemal sõna just ekspertidele, on üldine meediakajastus küllalti tasakaalustatud ja neutraalne. Kuigi suurema osa artiklite puhul oli eesmärk informeerimine, jäi mahepõllumajandust propageerivate artiklite arv samasse suurusjärku. Postimehe ja Maalehe mahepõllumajanduse käsitus sisaldas ka õpetavaid ja informeerivaid artikleid.

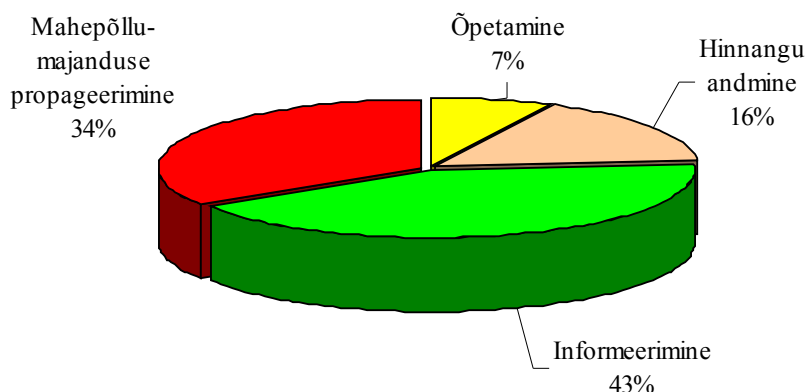
Tabel 11.

Artikli eesmärk (n = artiklite arv)

Eesmärk	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
õpetamine	3	7	10
hinnangu andmine	11	11	21
informeerimine	26	31	56
mahepõllumajanduse propageerimine	18	28	46
Kokku			133

Postimehe artiklite eesmärk oli peamiselt mahepõllumajanduse propageerimine ja informeerimine, Maalehe artiklites oli propageerimise ja informeerimise kõrval oluline eesmärk õpetamine. Artiklite eesmärgid on toodud joonisel 6.

Artikli eesmärgid Maalehes ja Postimehes, 1997-2005



Joonis 6. Artikli eesmärk (autori joonis).

Mahepõllumajanduse meediatekstide peamine eesmärk oli Eesti ühiskonna informeerimine mahepõllumajanduse temaatikast, seega andsid enamik artikleid objektiivse ülevaate sündmustest ja arengutest, mis puudutasid nii tarbijaid kui tootjaid. Samas oli nii Postimehe kui Maalehe artiklitest suur osa suunatud ka mahepõllumajanduse propageerimisele, mis ühtlasi suurendab ka tarbijateadlikkust. Seda iseloomustab hästi järgmine lõik Postimehest.

“Vaatamata 20 protsenti kõrgemale keskmisele hinnale ostavad inimesed Jalaka kinnitusel üha enam mahepõllumajanduslikke toidukaupu, kuna ökotoidu tootmise protsess on tugevasti reglementeeritud ja see tagab ökotoidu maksimaalse loodusläheduse.” (Kohler 2003)

Postimehest enam pööras Maaleht tähelepanu mahepõllumeestele spetsiifilise informatsiooni edastamisele ja mitmel korral avaldati artikleid, mis õpetasid tootjatele kuidas taotlusi esitada või andsid muid kasulikke nõuandeid.

“Tasuta saab Taimetoodangu Inspektsiooni kõigist maakonnabüroodest või mahepõllumajanduse osakonnast isekopeeriuvaid kolmetisi vorme andmete esitamiseks (ettevõtte tunnustamise taotlus, ettevõtte kirjeldus, külvikorra plaan, taimekasvatusplaan, väetusplaan, loomakasvatushoonete ja – rajatiste kirjeldus jt) ning nende täitmise juhendid. Esitada tuleb ka maakasutuse õiguslikku alust tõendav

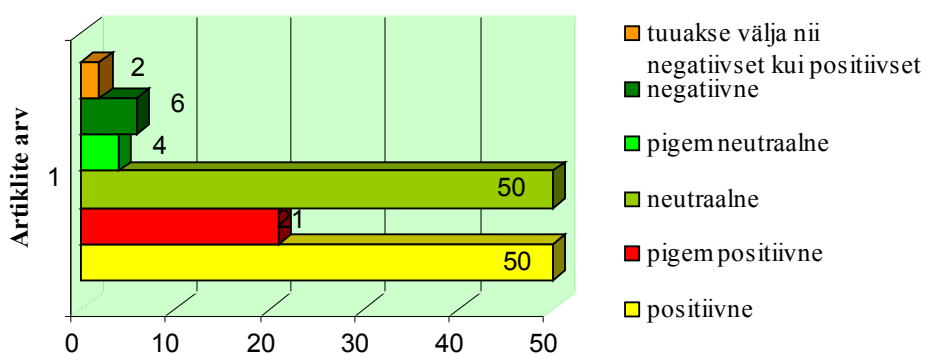
dokument ja järelevaletõimingu eest riigilõivu tasumist tõendava dokumendi koopia.”

(Ader 2003)

4.1.6. Hinnangud ja muud aspektid

Üle poolte artiklitest sisaldas positiivseid hinnanguid mahepõllumajandusele, järgnesid neutraalsed artiklid, mis positiivsete artiklitega kokku moodustasid 95% kõigist artiklitest. Negatiivset toodi välja aga vaid mõne üksiku artikli puhul. Hinnangud on kajastatud joonisel 7.

Hinnang mahepõllumajandusele Postimehes ja Maalehes, 1997-2005



Joonis 7. Mahepõllumajandusele artiklites antud hinnangud (autoni joonis).

Erinevusi mahepõllumajandusele antud hinnangutes meediaväljaannete lõikes peaaegu pole. Maalehes on ilmunud Postimehest mõnevõrra rohkem neutraalseid artikleid. Seda võib seletada ka asjaoluga, et pelgalt informatsiooni edastamisele suunatud tekstide osakaal on Maalehes suurem. Hinnangud on kajastatud tabelis 12.

Tabel 12.

Hinnang (n = artiklite arv)

Hinnang	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
postiiivne	23	28	51
pigem postiiivne	10	12	22
neutraalne	19	30	49
pigem neutraalne	2	2	4
negatiivne	2	4	6
toodi välja nii postiiivset kui negatiivset	2	0	2

Kuigi mahepõllumajanduse üldine meediakuvand on positiivne, erineb positiivsete sõnumite sisu. Maalehes on pöhirõhk mahepõllumajanduse arenguvõimel ning selle võimel edendada elukvaliteeti ja tekitada täiendavaid töökohti. Riigi huvi mahepõllumajanduse arendamises on tingitud soovist propageerida antud tootmisviisi põllumeeste seas ja sellega kindlustada keskkonnasäästliku mõtteviisi poolehoidjate kasvav hulk.

“Suunda mahepõllumajandusele võttes väldiks Eesti paljude arenenud riikide vigu: liiga intensiivset põllumajandust ja keemiauputust, mis rikub lõpuks nii keskkonna kui inimeste igapäevase toidu. Lisaks on mahepõllumundus väga töömahukas ja annaks maal paljudele tööd./---/ Sellega annab riik justkui oma õnnistuse ja garantii, et mahe on tõesti mahe ja sellega võib rahulikult Bürosseli turuvärvast sisse sõita.” (Maaleht 2001)

Postimees kasutab, vastavalt oma sihtrühmale, positiivsete sõnumitena pigem mahetoodete ostuargumente, milleks on toodete tervislikkus ja heaolu puhtamast keskkonnast. Seega on tajutav meedia roll ühelt poolt tarbijateadlikkuse tõstmisel ja teisalt majandusharu edendamisel.

“Oma suurimate varade hulka võib Eesti lugeda ürgmetsad, puutumatud märg-alad, aasad, rannad ja puhta joogivee, mis rikastavad nii urbaniseerunud Euroopat kui kogu maailma. Meie põllumajandusmaa pakub erakordset võimalust mahepõllumajanduse viljelemiseks ja tervisliku toidu tootmiseks.” (Tõnisson 2002)

Negatiivseid hinnanguid on artiklites oluliselt vähem ning nende andjateks enamasti eksperdid ja mahetootjad, kelle huvi on juhtida tähelepanu ka mahepõllumajanduse pahupoolele. Negatiivsete aspektidena tuuakse välja nimetatud tootmisviisi ressursimahukust ja vähest nõudlust kalli hinna tõttu. Väidet ilmestavad järgmised kaks lõiku Maalehest ja Postimehest.

“Maheviljeluse jaoks on seadus ja suur hulk ametnikke, kes pole paika pandud mitte kontrollimiseks ja nõustamiseks, vaid Eesti põllumajanduse väljasuretamiseks.”
(Laiapea 2001)

“Mahepõllumajandus ei ole efektiivne. Sellele tuleb kas peale maksta või kallima hinnaga müüa/---/.” (Postimees 2004)

Mahepõllumajanduse temaatika kajastamisel toodi pea poolte artiklite puhul välja ka muid mahepõllumajandusega seotud aspekte - mahepõllumajandust kui kasvavat trendi, mahepõllumajanduse tervislikkust. Mahepõllumajandust nimetati nii kulukaks tootmisviisiks kui eesti nokiaks.

Tabel 13.

Muud aspektid (n = artiklite arv)

Muud aspektid	Postimees (n=58)	Maaleht (n=75)	Kokku (n=133)
kulukas tootmisviis	3	4	7
eesti nokia	4	2	6
mahepõllumajanduse tervislikkus	12	10	22
kasvav trend	13	15	28
puudub	25	46	71
kokku			133

Postimehes on muude aspektide kajastamine levinum kui Maalehes. See tuleneb omakorda Postimehe suuremast üldistatuse astmest teemakäsitlusel.

4.4 Uurimistulemuste kokkuvõte

Uurimisperioodil valimisse sobinud artiklitest enamik ilmus Maalehes, kuigi leht ilmub vaid kord nädalas vastupidiselt Postimehele, mis on päevaleht. Maalehes ilmunud mahepõllumajandust puudutavate artiklite suurem arv on tingitud asjaolust, et Maalehe lugejaskond on teemaga otseselt seotud. Eeldatakse, et nende huvi teema vastu on suurem ja ühtlasi tunneb selle valdkonna põhiline infokandja endal suuremat vastutust kajastada põllumajandustemaatikat.

Žanridest domineerib artiklites siseuudis, teisel kohal on arvamslugu. Postimees kajastab teemat rohkem siseuudistena, aga Maaleht käsitleb teemat sügavamalt, mistõttu on rohkem ka arvamslugusid. Postimees kajastab lisaks rohkem

välismaailmas toimuvat ja nii on mahepõllumajanduse teemaatika pälvinud Maalehest enam kajastust välisuudistes.

Uuritava perioodi algusaastatel jõudis mahepõllumajanduse teema leheveergudele väga harva. Sel perioodil kajastas teemat peamiselt Maaleht tehes seda kolm korda rohkem kui Postimees. Tingitud on see aga eeldatavasti sellest, et maaelanikele suunatud Maaleht on rohkem huvitatud ka uute põllumajandussuundade propageerimisest. Siin ka põhjus, miks algusaastatel pälvisid enim kajastust just mahepõllumajanduse sisulised aspektid ja kirjeldati mahepõllumajanduse olemust. Uudisekännist ületavaid sündmusi oli valdkonnas vähe, sellest ka vähene tähelepanu Postimehe poolt. Palju sõltub artikli lehte jõudmise puhul ka sellest, millisest allikast ajakirjanik infot saab. Kuna Maaleht on üldtuntud põllumajanduse häälekandja, edastatakse ka infot vastavatele autoritele enam kui Postimehes, mistõttu võib mahepõllumajanduse teema tänu sellele ka rohkem kajastust saada.

Aastatel 2000 – 2003 oli meediakajastus Postimehes tunduvalt kasvanud. Selleks ajaks oli vastu võetud uus mahepõllumajandusseadus ning aset leidis rohkem uudisväärtusega sündmusi. Kolmandal vaatlusalusel perioodil aastatel 2004 – 2005 tõusis meediakajastus hüppeliselt seoses Eesti ühinemisega Euroopa Liiduga. Palju kirjutati Euroopa Liidu toetavast suhtumisest mahepõllumajandusse, Eestit külastasid mitmed väliskülalised ja eksperdid, kes oma sõnavõttudes propageerisid mahepõllumajandust.

Töö hüpoteesides eeldati, et maaelanikkonnale ja tunduvalt suuremate eelteadmistega lugejaskonnale suunatud Maalehe kajastus on tunduvalt spetsiifilisem, kuid uuring tõestas vastupidist. Mõlema väljaande teema spetsiifilisuse aste oli peaaegu identne ja enamik tekste madala spetsiifilisuse astmega, ehk artikli lugemine ei eeldanud suurendatud eelteadmisi. Spetsiifilisuse aste erines väljaannetes vaid konkreetsete teemade lõikes. Näiteks toetuste teema leidis Postimehes oluliselt mittespetsiifilisemat kajastust kui Maalehes. See oli nähtavasti tingitud Maalehe lugejaskonna põhjendatud huvist teema sisulise poole vastu. Postimehe lugejaid huvitab toetuste kontekstis peamiselt fakt, kui palju toetust põllumeestele jagati ehk, milline osa maskumaksja rahast sinna suunati.

Meediatekstide autoriteks olid üldiselt ajakirjanikud, kuid suure panuse andsid ka eksperdid. Siinkohal avalduvad ka väljaannete erinevused - Maalehes said sõna nii ajakirjanikud kui eksperdid, samas Postimehes olid valdavaks ajakirjanike tekstid. Mõnedel juhtudel anti sõna aga ekspertide asemel hoopis poliitikuile. Kui Maalehes esinesid vaid paaril korral põllumajanduspoliitiku mahepõllumajandusteemaliste väljaütlemistega, siis teemakaugete poliitikute jaoks oli nähtavasti see arenev ja tervilikku eluviisi toetav põllumajandusharu hea võimalus enda mainet tõsta ja seda loomulikult suurema lugejaskonnaga päevalehes.

Teiseks suureks erinevuseks Maalehe ja Postimehe teemakajastuses oli illustratsioonide lisamine tekstidesse. Gamsoni (Gamson *et al*, 1992) järgi on pildil tähtis roll selleks, et viia lugeja tähelepanu verbaalsele sisule, ehk tekstile. Päevalehe Postimees mahepõllumajandust puudutavate tekstide juures oli vaid mõnel korral lisatud pildiline materjal ja peamiselt kujutas see mõnda üldtuntud prominenti. Maalehes seevastu oli suuremal osal tekstidest lisatud illustratsioonina ekspertide, mahetoodangu või mõne prominendi pildid, mis oluliselt suurendasid nii teemale pühendatud lehepinda, kui ka lugejate tähelepanu. Ühisnimetajaks oli mõlema väljaande puhul aga mahepõllumajanduse eestvedaja Juhan Särghava, keda pildimatejalis enim kasutati. Siin on aga põhjuseks asjaolu, et Särghava näol on tegemist tuntuima ja ühe edukaima mahetootjaga.

Teema tähtsusest ja kajastuse sügavusest annab aimu ka fakt, suuremas osas artiklitest oli mahepõllumajandus artikli läbiv teema. Ka siin oli maaelanikkonnale ja üldisele lugejaskonnale suunatud kanalite puhul tuntav vahe. Kui Postimehe puhul oli vaid mahepõllumajanduse temaatikat puudutavad tekstid pelgalt väikeses ülekaalus, siis Maalehes oli enamus valimi tekstidest käsitletud mahepõllumajandust läbiva teemana.

Kui võis eeldada, et mahepõllumajandusega seoses räägitakse meedias peamiselt mahepõllumajanduse positiivsetest omadustest ja Euroopa Liidu toetustest, siis uurimus kinnitas seda vaid osaliselt. Kui mahepõllumajanduse positiivseid külgi kajastatati tõepoolest kõige rohkem, siis eurorahade jagamine jõudis tekstidesse vaid mõnel korral. Pigem arutleti GMO teemadel ja räägiti mahepõllumajanduse sisulistest aspektidest, mis annab tunnistust ühiskonna valmisolekust diskuteerida ka keerulisematel teemadel

ja kujundada arvamust vastavalt tasakaalustatud meediakajastusele. Samuti on märkimisväärne see, et nii positiivsete kui negatiivsete hinnangutega meediatekstide kõrvalteemaks on tihti mahepõllumajandustoetused. Sellest võib kujuneda mulje, et mahepõllumajandus toimibki vaid tänu toetustele ja on iseseisvalt võimetu arenema. Teisalt peegeldab toetuste teema sage kajastamine ka teema olulisust.

Väljaannetevaheliseks erisuseks on teema sisuline kajastus - Postimehes oli esikohal mahepõllumajanduse arengutrendide kajastamine ning Maalehes oli peamine mahepõllumajanduse sisulise külje detailsem selgitamine. Samuti on tähtis märkida ka mahepõllumajanduse temaatika kajastuse arengut perioodide kaupa. Kui perioodi algul oli esikohal mahepõllumajanduse olemuse selgitamine, siis edaspidi sai üha suurema kõlapinna uue majandusharu järjepidev areng.

Erinevate peateemade puhul oli kõrvalteemana käsitletud peamiselt ökoloogilist tehnoloogiat. See oli ilmselt tingitud sellest, et mahepõllumajanduse temaatika ei olnud piisavalt selge ja tuttav ning vaja oli täiendavaid selgitusi tootmisviisi olemuse kohta. Mahepõllumajanduse positiivseid omadusi rõhutavad tekstid kajastasid peamiselt välismaailma huvi ja soosingut Eesti mahetoodete vastu. Tekstid, mille peaesmärk oligi mahepõllumajanduse sisuliste aspektide selgitamine, andsid lisaks ülevaate ka mahepõllumajandustoetustest sh võimalikest Euroopa Liidu toetussummadest. Samuti toodi muude aspektidena välja mahepõllumajanduse tervislikkust ja tarbija üha suurenevat huvi mahetoodete vastu. Davidsoni (1983) järgi peavad inimesed meedia mõju teistele inimestele suuremaks kui see tegelikult on, ja Guntheri (1988) järgi kujundavad inimesed tihti arvamuse vastavalt üldisele meediakajastuse kaldele. Seega on võimalus, et üha suurenevat huvi kinnitavad tekstid mõjutavad ühtlasi ka tarbijate tegelikku käitumist.

Ka teksti vaatenurk oli kummalgi meediaväljaandel erinev. Kui Postimees kajastas mahepõllumajandust nii tarbija kui mahetaluniku vaatenurgast lähtuvalt, siis Maaleht edastas pigem mahetaluniku ja eksperdi arvamuse ja lähtus vaid mõnel harval korral tarbijast. Kõneisikutest olid mõlema väljaande artiklites esimesel kohal eksperdid, järgnesid mahetootjad ja poliitikud. Eksperdid annavad tekstides ülevaate mahepõllumajanduse sisulisest küljest ilma subjektiivse hinnanguta, mahepõllumehe

hinnangud seevastu jäävad harva objektiivseteks. Kuna kõige rohkem anti artiklites sõna just ekspertidele, siis on üldine meediakajastus tasakaalustatud ja neutraalne.

Artiklite eesmärk oli valdavalt informeerimine. Vähesel määral erines Maalehe kajastuse eesmärk Postimehe omast - Maalehe artiklite eesmärk oli pisut rohkem kallutatud õpetamise ja propageerimise poole. See on ilmselt tingitud asjaolust, et Maalehe lugejaskond ootab oma esindusväljaandelt nii nõuandeid kui toetavat hinnangut.

Kui hüpoteesides eeldati, et mahepõllumajanduse meediakuvand on lähtuvalt põllumajanduse üldisest negatiivsest kuvandist samuti pigem negatiivne, siis uurimus tõestas vastupidist. Nii Maalehe kui Postimehe meediakajastus oli hinnangutelt peaaegu identne. Üle poole meediatekstidest hindas mahepõllumajanduse teematikat positiivselt ja samapalju oli neutraalset kajastust. Tähelepanuväärne on, et vaid 5% üldvalimi meediatekste kajastas mahepõllumajanduse teematikat negatiivselt. Positiivne meediakajastus on paljus tingitud ka meedia rollist tarbijateadlikkuse tõstmisel. Kui Maalehe lugejaile suunatud sõnumid põhinevad eelkõige mahepõllumajanduse suurel arenguvõimel ja võimalusel tõsta maapiirkondade elukvaliteeti riigi toetuse abil, siis Postimehe sõnumid põhinevad mahetoodangu tervislikkusel ja keskkonnasäästlikkusel. Kuigi kajastust leiavad ka üksikud negatiivsed hinnangud, mis rõhutavad ökoloogilise tootmisviisi kulukust ja kõrget hinda, on mahepõllumajanduse meediakuvand vastupidiselt eeldustele siiski positiivne, tingituna vajadusest tõsta tarbijateadlikkust ja põllumeeste huvi keskkonnasäästliku tootmisviisiga tegelemise vastu.

5. DISKUSSIOON JA JÄRELDUSED

Analüüsi tulemusena saab järeldada, et mahepõllumajanduse üldine meediakuvand on positiivne, kuigi töö hüpoteesides eeldati vastupidist. Olulisimaks järelduseks saab antud uurimustöös pidada fakti, et vaid marginaalne osa meediakajastusest oli nii Maalehes kui Postimehes negatiivne. Kuigi peateemadena oli lisaks mahepõllumajanduse sisulistele aspektidele ja tootmisviisi arengule viitava käsitluse kõrval pidevalt aktuaalne ka riskiteema GMO, ei ole see mahepõllumajanduse kajastamist negatiivselt mõjutanud. Pigem on GMO negatiivsete külgede väljatoomine andnud võimaluse toonitada mahetoodangu tervislikkust.

Mahepõllumajanduse negatiivsete külgedena toodi artiklites valdavalt välja kallist hinda ja suurt toomise ressursikulu, kuid need harvad väljaütlemised ei olnud piisavaks, et kallutada üldist positiivse tooniga kajastust. Samuti on hea tõdeda, et kajastus ei olnud vaid ühekülgne, kas siis negatiivseid või positiivseid omadusi korrutav, vaid toodi välja nii mahepõllumajanduse häid külgi kui n-ö pahupoolt, mis võimaldab lugejal kujundada olukorrast reaalsusele vastava pildi. Kuigi vastupidiselt eeldustele on toetusteteema kajastus tunduvalt tagasihoidlikum, väärib tähelepanu fakt, et tihti võib toetuste teemat leida kõrvalteemana. Antud teemat käsitletakse enamasti positiivsena, samas võib selline pidev toetuste teema rõhutamine luua mahepõllumajandusele jõuetuse kuvandi. Selline mulje oleks aga hoopis vastukäiv kommunikeeritavale infole, et mahepõllumajandus on suure arenemisvõimega ja kasumlik tootmisviis.

Hüpoteesides eeldati, et maaelanikkonnale suunatud nädalalehe Maaleht ja päevalehe Postimees teemade valik ja spetsiifilisuse tase on erinevad, siis uuringu tulemused näitavad, et üldine tendents on mõlema väljaande puhul edastada pigem mittespetsiifilist informatsiooni. Küll aga erineb kajastus teemade kaupa lähtuvalt sihtrühmast. Nii on näiteks toetuste teema edastatud Maalehe lugejatele detailsemalt, samas kui Postimehe lugejale edastatakse see vaid ülevaatlikult. Siin võib mängida rolli ka asjaolu, et kui Postimehe lugeja on enamasti linnakodanik, kes eeldatavasti põllumajandustoestust kunagi taotlema ei lähe, siis teda see teema sügavuti ka ei huvita. Pigem võib lugejat huvitada toetuste teema hoopis vaatenurgast, et kuhu riigi raha

taaskord “raisatakse”. Kui üksi Maalehes on toetuste olulisus sügavuti lahti seletatud, ei ei taga see toetuste teemale aga üldist tasakaalustatud kuvandit.

Üheks töö võimalikuks edasiarenduseks on viia läbi laiaulatuslik mahepõllumajanduse kommunikatsioonimudeli analüüs, mis võimaldaks selgitada välja mahepõllumajandussubjektide eesmärgid ja sõnumid, mida soovitakse kommunikeerida ja võrrelda neid mahepõllumajanduse tegeliku meediakajastusega. See omakorda võimaldab tuvastada kitsaskohad mahepõllumajanduse kommunikatsioonis ja töötada vastavalt uuringu tulemustele välja mahepõllumajanduse kommunikatsioonistrateegia.

Autori soovitused mahepõllumajanduse kommunikatsiooni edasiseks arendamiseks:

- 1) Kajastada edaspidi mahepõllumajanduse temaatikat komplekselt koos teiste keskkonناسäästlikkuse ja ökoloogilise eluviisi teemadega, et tõsta üldist keskkonnateadlikkuse taset.
- 2) Leida mahepõllumajanduse teemade kajastamisel uusi kõneisikuid. Pidevalt samade tegelaste (nt. Juhan Säreava) kasutamine tekitab lugejas väsimust ja jääb mulje, et keegi teine selle tootmisviisiga ei tegelegi.
- 3) Korraldada mahepõllumajanduse meediakampania ning muid toetavaid tegevusi selleks, et pälvida tähelepanu ja tõsta tarbijateadlikkust.
- 4) Anda meediale mitmekülgset kõneainet ja arendada avalikku diskussiooni ökoloogilise eluviisi teemal.

KOKKUVÕTE

Käesolev bakalaureusetöö annab ülevaate mahepõllumajanduse meediakuvandi teoreetilistest ja empiirilistest lähtekohtadest tänapäeva ühiskonnas ning uurib, milline on mahepõllumajanduse kuvand Eesti meedias aastatel 1997-2005 Maalehe ja Postimehe näitel. Bakalaureusetöö uuringu eesmärk on selgitada välja enim kajastust leidnud mahepõllumajanduse valdkonnad, analüüsida meediakajastuse tonaalsust ja hinnata erinevusi valdkondade valikul ning kajastuse ulatusel vastavalt sihtauditooriumile.

Töö teoreetilises osas on kirjeldatud meediakuvandi tekkeprotsesse ja seda mõjutavaid tegureid, võttes aluseks Gamson'i, Sigall'i ja Gunther'i kuvandi teket ja mõju käsitlevad teooriad. Meedia raamistiku ja tonaalsuse kontseptsiooni on käsitletud läbi Gimlin'i, Hall'i, Eco, Fiske ja Christen'i teooriate. Samuti on antud ülevaade mahepõllumajanduse olukorrast, tuginedes riiklikele arengukavadele ja strateegiatele.

Töö empiirilises osas viidi läbi saja kolmekümne kaheksa 1997 – 2005 aastal Postimehes ja Maalehes ilmunud meediateksti kontentanalüüs 15 kategooria lõikes. Kahe erinevatele lugejasegmentidele suunatud meediaväljaande mahepõllumajandusosalase temaatika kajastuse kombineeritud süvaanalüüs annab ülevaate, kuidas erineb teemade valik ning kajastuse ulatus vastavalt sihtauditooriumile ja milline on mahepõllumajanduse üldine meedikuvand ning kajastuse tonaalsus.

Uurimuste tulemuste ning teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade sünteesi tulemusena saab väita, et suurt rolli kuvandi kujunemisel mängib, milline on info algallikas ja mil kujul infot lugejale edastatakse. Juhul kui tähtis on sisusse süvenemine, antakse tunduvalt rohkem sõna nii ekspertidele kui mahepõllumajandussubjektidele. Enim kajastust leidsid teemadena mahepõllumajanduse positiivsed omadused ning areng, GMO ja mahepõllumajanduse sisulised aspektid. Kuigi Maaleht kajastas mahepõllumajanduse teemat tihedamini sügavuti minnes ning seletas rohkem lahti tootmisviisi olemust ja erinevaid aspekte, oli mõlema väljaande kajastuses põhirõhk

positiivsetel sõnumitel. Ühtlasi oli ka üldine meediakajastuse tonaalsus nii Maalehes kui Postimehes positiivne.

SUMMARY

Present bachelor thesis “Media image of organic farming in Estonian media in 1997 – 2005 based on Postimees and Maaleht” gives an overview of the theoretical and empirical basis of the media coverage of organic farming in Estonian media during the years 1997-2005 based on daily newspaper Postimees and weekly newspaper Maaleht. The aim of the bachelor thesis is to find out which are the subject fields that gained the most coverage, to analyze the tone of the coverage and to assess the differences in the chosen topics and in the range of the coverage based on the target audience.

In the theoretical part of the thesis there has been characterized the evolving process of the media image and the factors affecting it based on the theories of image genesis and the influence of image by Gamson, Sigal and Gunther. The concept of media framing and tone is based on the theories of Gimlin, Hall, Eco and Christen. There has also been given an overview of the present situation of organic farming based on the national development plans and strategies.

In the empirical part of the thesis a content analysis of 138 articles published in Postimees and Maaleht during the years 1997 – 2005 was carried out and analyzed based on 15 categories. The combined analysis of two editions aimed at different reader segments gives an overview of how the topics and the range of the coverage differ in accordance with the target audience and also of what are the overall media image and tone of the coverage.

Based on the synthesis of the research results and the theoretical and empirical basis we can say that the evolving of the media image is greatly influenced by where the information comes from and in what form it is communicated to the audience. In case the content itself is where the emphasis is it is more to the experts and the subjects of the organic farming to whom the word is given to. Most of the media coverage was about the positive qualities and the progress of the organic farming as well as about GMO and the content of organic farming. Although Maaleht put more emphasis on explaining the content of this new manufacturing method and the different aspects of

organic farming both of the issues based their coverage on the positive messages. And in the same way was the tone of the coverage mostly positive in both editions.

KASUTATUD KIRJANDUS

Arengukava Eesti Toit. Põllumajandusministeerium 2005.

Berger A. A. (1998). Media Research Techniques. Second Edition. SAGE Publications, California.

Brosius, H.; Bathelt, A. (1994). The utility of exemplars in persuasive communication. *Communication Research*, 21, 48-78.

Christen, C.T.; Kannaovakun, P.; Gunther, A.C. (2002). Hostile media perceptions: Partisan assessments of press and public during the 1997 United Parcel Service strike. *Political Communication*, 19(4), 423-436.

Davison, W.P. (1983). The third person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 52, 1-15.

Eco, U. (1979). *The Role of the Reader*. Bloomington: Ind. University Press

Eesti elanikkonna hoiakud maaelu probleemide suhtes. Ülevaade laiendatud omnibussküsitluse tulemustest. Uuringukeskus Faktum ja Ariko, Tallinn 2006, 64 lk.

Eesti mahepõllumajanduse arengukava aastateks 2007-2013. Eelnõu. Põllumajandusministeerium, 2006.

Elanike suhtumine mahepõllumajandustoodetesse ja geneetiliselt muundatud põllumajandussaadustesse (elanike küsitlusuuringu tulemused). Eesti Konjunktuuriinstituut, Tallinn 2005.

Fairclough, N., 1989, *Language and Power*. Longman, London.

Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press, Cambridge.

Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edward Arnold, London, New York, Sydney, Auckland.

Fairclough, N.; Wodak, R. (1997). Critical Discourse Analysis. Discourse as Social Interaction. In *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*, Ed by T.A. van Dijk. Vol.2. SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.

Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London/New York: Routledge)

Frost, David. Deconstructing the organic movement.
<http://www.organic.aber.ac.uk/library/Deconstructing%20the%20organic%20movement.pdf> Vaadatud 7. detsembril 2006.

Gamson, W.A.; Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power. *American Journal of Sociology* 95:1-37

Gamson, W.A.; Croteau, D.; Hoynes, W.; Sasson, T. (1992). Media Images and the social construction of reality.. *Annual review Sociology*, 18:372-93

Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching*, Berkley: University of California Press

Gunther, A.C. (1998). The persuasive press inference: Effects of mass media on perceived public opinion. *Communication Research*, 25(5), 486-504.

Gunther, A.C.; Christen, C.T. (2002). Projection or persuasive press? Contrary effects of personal opinion and perceived news coverage on estimates of public opinion. *Journal of Communication*, 52(1), 177-195.

Gunther, A.C., & Christen, C.T. (1999). Effects of news slant and base rate information on perceived public opinion. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(2), 277-292.

Gunther, A.C.; Christen, C.T. (2002). Projection or persuasive press? Contrary effects of personal opinion and perceived news coverage on estimates of public opinion. *Journal of Communication*, 52(1), 177-195.

Gunther, A.C.; Christen, C.T. (1998). Effects of news slant and base rate information on perceived public opinion. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(2), 277-292.

Hall, S. (1982). The rediscovery of ideology: The return of the repressed in media studies. In *Culture Society and Media*, ed. M.Gurevitch et al. pp. 56-90. London: Methuen

Hornig Priest, S. (1996). „Doing Media Research: An Introduction“. Ameerika Ühendriigid: Sage Publications Inc.

Mahepõllumajandus, Ökoloogiliste Tehnoloogiate Keskus.
<http://www.ceet.ee/9y/z0zARTICLEy9.html>. Vaadatud 16. novembril 2006.

Jäger, S. Discourse and knowledge: theoretical and methodological aspects of a critical discourse and disposition analysis. Raamatus *Methods of Critical Discourse Analysis*. Sage Publications, 2001, Thousand Oaks, p. 32-62.

Krippendorff, K. Content Analysis. An Introduction to Its Methodology. Sage Publications, 2004, Thousand Oaks, 413 p.

Lahesoo, K. Mahetoodangu turuinfo kogumise tulemusi. *Mahepõllumajanduse leht*, sügis 2005, lk. 11-13.

Lang, G. E.; Lang, K. (1983). *The Battle for Public Opinion: The President, the Press, and the Polls During Watergate*. New York: Columbia University Press

Leedmaa, R. (2006). Noorte perede uskumused ja hoiakud ökotoidu suhtes. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.

Maaleht Online. <http://www.maaleht.ee/?page=Mis%20on%20Maaleht>. Vaadatud 30. mail 2007.

Maaelu maine. Uuringukeskus Faktum, Tallinn 2005, 67 lk.

Mahepõllumajanduse ajaloost. Põllumajandusministeerium.
<http://www.eestitoit.ee/pages.php/01110602>. Vaadatud 21. novembril 2006.

Mahetootmine maailmas ja Eestis <http://www.eestitoit.ee/pages.php/01110603> Vaadatud 21. novembril.

McQuail, D. (2003). McQuaili massikommunikatsiooni teooria, Tartu Ülikooli Kirjastus, Tartu 2003, 496 lk.

Mikk, M. Mis on mahepõllumajandus? (2004) <http://www.aktiva.ee/26055y/z0zARTICLEy233791.html> Vaadatud 16. novembril 2006.

Organic food and farming: Myth and Reality. Soil Association 2001.

Perloff, R.M. (1989). Ego-involvement and the third-person effect of televised news coverage. *Communication Research*, 16(2), 236-262.

Postimees Online. <http://reklaam.postimees.ee/?op=body&id=8> Vaadatud 30. mai 2007.

PRIA aastaraamat 2005. http://www.pria.ee/pria/pria_aastaraamat_200/Aastaraamat_2005-20060615.pdf Vaadatud 27. novembril.

Põllumajandus ja maaelu areng. Ülevaade 2000/2001. Põllumajandusministeerium 2001.

Põllumajandus ja maaelu areng. Ülevaade 2002, Põllumajandusministeerium 2002.

Põllumajandus ja maaelu areng. Ülevaade 2002/2003. Põllumajandusministeerium 2003.

Põllumajandus ja maaelu areng. Ülevaade 2004/2005. Põllumajandusministeerium 2005.

Põllumajanduslik keskkonnatoetus. Lühitutvustus. Põllumajandusministeerium ja Ökoloogiliste tehnoloogiate keskus 2005.

Salazar, R., C. Social and institutional opportunities and constraints of organic agriculture in the Philipines. (<http://www.tropentag.de/2005/abstracts/full/288.pdf>)
Vaadatud 6. detsember 2006.

Seifert, F. Synchronised national publics as functional equivalent of an intergated European public. The case of biotechnology. (http://eiop.or.at/eiop/index.php/eiop/article/view/2006_008a/26) Vaadatud 4. detsember 2006.

Sigal, L. (1973). Reporters and Officials. Lexington, Mass: Heath

Special Eurobarometer 238/ Wawe 64.1. Risk Issues. European Commission 2006.

Sumser, J. A Guide to Empirical Research in Communication. Rules for Looking. Sage Publications, Inc. Thousand Oaks, 2001, 239 p.

Survey Methods (2006)

<http://www.gslis.utexas.edu/~palmquis/courses/discourse.htm#TOP> Vaadatud 29.

Novembril 2006.

Zillmann, D.; Gibson, R.; Sundar, S.S.; Perkins, Jr. J.W. (1996). Effects of exemplification in news reports on the perception of social issues. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73, 427-444.

Taru, M., Toomla, R. Põllumajandusministeeriumi ja maaelu imago Eesti linnaelanike seas. Ülevaade üle-eestilise küsitluse tulemustest. 2004, Tallinn-Tartu (<http://www.agri.ee/maamajandus/imago/index.html>) Vaadatud 4. Detsembril 2006.

Tuchman, G. (1978). Making News. New York; Free Press.

Vallone, R.; Ross, L.; Lepper, M. (1985). The hostile media phenomenon: Biased perception of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 577-585.

Watson, J., Hill. A. Dictionary of Media and Communication Studies. 6th Edition. Arnold, London 2003, 339 p.

LISAD

Lisa 1.

Artiklite loetelu Postimehes 1997-2005

1. Tammert, P. (1997). Kits kärneriks?! Postimees, 22. aprill.
2. Toomiste, M. (1998). Inimesi huvitab Euroopa Liidu ja N Liidu vahe. Postimees, 23. jaanuar.
3. Fjuk, I. (1999). Elu võimalikkusest maal. Maaelu pole ainult põllumajandus. Postimees, 19. märts.
4. Kose, M. (1999). Püha sõja saaga. Postimees, 21. juuli.
5. Ventsel, A. (2000). Eesti toidul on head väljavaated Euroopa tasandil läbilöömiseks. Postimees, 22. jaanuar.
6. Tigasson, K. (2000). Schröder nõuab pööret Saksamaa põllumajandus-poliitikas. Postimees, 1. detsember.
7. Tigasson, K. (2000). Saksa parlament keelas lihast ja kondijahust loomatoidu. Postimees, 2. detsember.
8. (2001) Puhta toidu tootjate hulk suureneb. Postimees, 1. märts.
9. Kohler, V. (2001) Salvest täiendab oma riulit. Postimees, 8. märts.
10. Kohler, V. (2001) Mahepõllumajandus nõuab sarvekandjalt sarvede kandmist. Postimees, 15. märts.
11. (2001) Mahemärgi taotlemine. Postimees, 26. märts.
12. Tarand, A. (2001) Eesti aastal 2011: parem elu. Postimees, 22. august.

- 13.(2001) Mahepõllumehed saavad toetust kaheksa miljonit krooni. Postimees, 28. august.
- 14.Lõhmus, A. (2001) Prints Charles kohtub Rüütli ja koolilastega. Postimees, 11. oktoober.
- 15.(2001) Walesi prints saabub Eestisse esmaspäeval. Postimees, 2. november.
- 16.Lõhmus, A. (2001) Walesi printsi Charlesi ootavad ees tudengid ja mahepõllumehed. Postimees, 5. november.
- 17.(2001) Mahepõllumajanduse infopäev. Postimees, 18. november.
- 18.(2002) Põldurid saavad keskkonnatoetust. Postimees, 28. märts.
- 19.(2002) Internetis saab jälgida valge-toonekure pesa. Postimees, 7. mai.
- 20.(2002) Mahe- või ökopõllumajandus. Postimees 4. juuni.
- 21.(2002) Vaatleja: tänavune suvi on ebanormaalselt kuum. Postimees, 19. august.
- 22.Tõnisson, L. (2002) Maailm saab paremaks muutuda. Postimees, 5. september.
- 23.Riikoja, H. (2002) Mahepõllumajandus kogub elujõudu. Postimees 5. september.
- 24.Kohler, V. (2002) Endla mahetalu tillipõllul mängivad lapsed peitust. Postimees, 11. september.
- 25.Simovart, J. (2002) Mahepõllumajanduses on näha tulevikuhaaret. Postimees, 7. oktoober.
- 26.Leinatamm, T. (2003) Tartumaa kolm arengumootorit. Postimees, 7. veebruar.
- 27.Kohler, V. (2003). Ettevõtlikud töötud savad riigilt stardiraha-õnge. Postimees, 13. mai.
- 28.Lõo, A. (2003). Käega mulda katsudes. Postimees, 6. juuni.

- 29.(2003). Austria tahab jääda GM viljavabaks piirkonnaks. Postimees, 4. september.
- 30.Roonemaa, H. (2003). Reklaamikampaania manitseb ümbrikupalkadest loobuma. Postimees, 12. november.
- 31.Kohler, V. (2003). Ökosahver vahendab mahetalunike kaupa. Postimees, 20. november.
- 32.Lõhmus, A. (2003). Haanja mehed löid turismitalus maha lapilise sea. Postimees, 1. detsember.
- 33.Mõttus, K. (2004). Tervislik toormahl kogub talvel populaarsust. Postimees, 16. jaanuar.
- 34.Kukemelk, E. (2004). Päike ja värske õhk peletavad kevadväsimuse. Postimees, 27. veebruar.
- 35.Riikoja, H. (2004). Ester Tuiksoo tahab Eesti toidu Euroopasse viia. Postimees, 7. aprill.
- 36.Vals, H. (2004) Kõht juhib majandust. Postimees, 25. august.
- 37.(2004). Rohelised kardavad liiga ähedat biodiisli tootmist. Postimees, 14. september.
- 38.Kohler, V. (2004). Peipsi ääres hakkab idanema oma ühistu. Postimees, 7. oktoober.
- 39.Männiste, A. (2004). Eesti loodustooted on nõutud kaup. Postimees, 19. oktoober.
- 40.Kohler, V. (2005). Kümnendik toetusest tuli Tartumaale. Postimees, 20. jaanuar.
- 41.(2005) Ökoturistid nõuavad söögiks maheloomi. Postimees, 28. jaanuar.

42. Riikoja, H. (2005) Mahepõllumees Juhan Särgava tahab Nissi valla mahepõldudega kuulsaks teha. Postimees, 19. märts.
43. (2005). Kõõgiviljakasvatavad õpivad mahetootmist. Postimees, 24. märts.
44. Rõss, K. (2005). Looduslikult puhas kraam söötab eelkõige allergikut. Postimees, 27. aprill.
45. Kohler, V. (2005). Sakslased tutvustavad elu euroliidus. Postimees, 19. mai.
46. (2005). Kama süüakse suvel tonnide kaupa. Postimees, 21. juuni.
47. Kohler, V. (2005). Koolitus Peipsi kandi rahvale. Postimees, 30. juuni.
48. Riikoja, H. (2005). Kohtunik Helve Särgava puhkab perekonna toel. Postimees, 6. juuli.
49. (2005). Vaikse ookeani paradiisisaared tühjenevad elanikest. Postimees, 19. juuli.
50. Kuimet, P. (2005). Kodu- või välismaine kõõgivil? Postimees, 11. august.
51. Aesma, M. (2005). Uus sild leevendab liiklejate kurvihirmu. Postimees, 15. august.
52. (2005). Väikefirmad haaravad kinni ökotoodete nõudlusest. Postimees, 16. september.
53. (2005). Ilvesed rajavad mahehotelli. Postimees, 27. september.
54. Riikoja, H. (2005). Mahetootjad andsid loomadele geneetiliselt muundatud sööta. Postimees, 5. oktoober.
55. (2005). GMO-vaba mahetoodang. Postimees, 5. oktoober.
56. (2005). Esimesed mahedad jogurtid said riigilt tunnustuse. Postimees, 2. detsember.

57.(2005). Euroopa ootab Eesti mahepõllumajanduse kasvu. Postimees, 5. detsember.

Artiklite loetelu Maalehes 1997-2005

- 1.(1997). Tulevikus mahepõllumajandus. Maaleht, 27. veebruar.
- 2.Kalm, Ü. (1997). Seadus saajale põllumehele. Maaleht, 6. märts.
- 3.Raudvere, R. (1997). Rõuge ökopuhas juust. Maaleht, 13. märts.
- 4.Põldre, A. (1997). Eelista maatoitu! Maaleht, 24. aprill.
- 5.Miller, V. (1997). Esimene kaubamärk letil. Maaleht, 24. aprill.
- 6.Kalm, Ü. (1997). Mahepõllumehed said oma seaduse. Maaleht, 19. juuni.
- 7.Mutso, E. (1998). Maitsta saab mahetoodangut. Maaleht, 22. oktoober.
- 8.Porila, M. (1999). Lehmi vähem, piima rohkem, hind madalam. Maaleht, 26. veebruar.
- 9.Räägel, T. (1999). Mahepõllumajandus luubi all. Maaleht, 18. märts.
- 10.Retk, M. (1999). Kolm peremeest ühes talus. Maaleht, 13. mai.
- 11.Luik, A. (1999). Hea toidulaud on loodusesõbralik. Maaleht, 13. mai.
- 12.Šank, E. (1999). Märgi kodumaisel kaubal. Maaleht, 4. november.
- 13.Hallik, A. (1999). Ostja tahab mahetoodangut, ent tootjale on turg kinni. Maaleht, 9. september.
- 14.(1999). Mida ütleb tarbija ökotoodete kohta. Maaleht, 9. september.
- 15.Raudvere, R. (2000). Mahetootjatele helgib valguskiir. Maaleht, 4. mai.
- 16.Porila, M. (2000). Taani usaldab Eesti ökoviljelejaid. Maaleht, 28. mai.

- 17.Porila, M. (2000). Mahepõllumajandus suundub viljakatele põldudele. Maaleht, 1. juuni.
- 18.Aitsam, V. (2000). Riigi poolehoid ergutab maheviljelejaid. Maaleht, 1. juuni.
- 19.Kivitar, L. (2000). Tudengid jagavad teadmisi mahepõllumajandusest. Maaleht, 5. oktoober.
- 20.Lättemäe, S. (2000). Mahetootja saab esmakordselt toetust. Maaleht, 12. oktoober.
- 21.(2001). Eesti märk on mahe. Maaleht, 22. veebruar.
- 22.Lättemäe, S. (2001). Mahemärk kolmeks. Maaleht, 26. aprill.
- 23.Laiapea, H. (2001). Mahetootjad jäid kemikaalidega vahele. Maaleht, 2. august.
- 24.Laiapea, H. (2001). Taani minister revideeris Eesti mahetalunikke. Maaleht, 9. august.
- 25.Lepmets, E. (2001). Mahetoetuseks kaheksa miljonit. Maaleht, 30. august.
- 26.(2001). Walesi prints tuleb külla. Maaleht, 1. november.
- 27.Päismaa, S. (2001). Prints mekkis Eesti mahetooteid ja ürditeed. Maaleht, 8. november.
- 28.Laiapea, H. (2001). Eesti mahe hernes seilas Taani. Maaleht, 13. detsember.
- 29.Tänavsuu, K. (2002). Mahemesinik mõõdab korjemaad. Maaleht, 24. aprill.
- 30.Tänavsuu, K. (2002). Iga mahe pole päris mahe. Maaleht, 13. juuni.
- 31.Porila, M. (2002). Mahe ja ehe väiksid liituda. Maaleht, 13. juuni.
- 32.Pärismaa, S. (2003). Ametnikud lasid miljon eurot vett vedama. Maaleht , 16. jaanuar.
- 33.(2003). Eestis 136 tunnustatud maheloomakasvatajat. Maaleht, 30.jaanuar.

- 34.Pitk, M. (2003). Toetus viib pankrotti. Maaleht, 27. veebruar.
- 35.(2003). Õige aeg keskkonnatoetuste taotlemiseks. Maaleht, 13. märts.
- 36.Ader, E. (2003). Mahetootja peab olema tunnustatud. Maaleht, 13.märts.
- 37.Lättemäe, S. (2003). Toetus aitab enam kui kõrgem hind. Maaleht, 3. aprill.
- 38.Lättemäe, S. (2003). Mahemärki raske saada. Maaleht, 5. juuni.
- 39.Aitsam, V. (2003). Mahekaup saab poes paremini nähtavaks.Maaleht, 17.juuli.
- 40.Puusta, Ü. (2003). MAK-i toetused. Maaleht, 21.august.
- 41.Lättemäe, S. (2004). Mahetootjate eestvedaja. Maaleht, 15. oktoober.
- 42.(2003). Kellest saab Aasta Põllumees 2003? Maaleht, 23. oktoober.
- 43.(2003). Euroopa mahetalunikud protestivad GMO vastu. Maaleht, 6. november
- 44.Lättemäe, S. (2003). Baltimaadest on saamas Põhjamaad. Maaleht 13.november
- 45.Särgava, J. (2003). Muundatud toit ja mahepõllundus kokku ei sobi. Maaleht, 13. november.
- 46.Pomerants, M. (2003). Mahetootjad saavad uue seaduse. Maaleht, 18.detsember
- 47.(2004). Mahetootjad peavad esitama andmeid. Maaleht, 11. märts.
- 48.Lambur, R. (2004). Uus euroseadus muudab põllumajanduselu 2. Maaleht, 15. aprill.
- 49.Teiter, S. (2004). Põllumajanduslik keskkonnatoetus. Maaleht, 22. aprill.
- 50.Laansalu, A. (2004). Eurotoetused ei ole sotsiaalabi. Maaleht, 22. aprill.
- 51.Helme, M. (2004). Uudised Euroopa Liit: rohkem mahedat! Maaleht, 6. mai.
- 52.Laiapea, H. (2004). Roheline minister vaatas Eestimaad. Maaleht, 15. juuli.
- 53.Luik, A. (2004). Mahetootmine pole mullakurnamine. Maaleht, 29. juuli.

54. Tammsaar, T. (2004). Biodiislist roheliste emotsioonideta. Maaleht, 30. september.
55. (2004). Mis on mis? Maaleht, 21. oktoober.
56. (2004). Põllumajanduslik keskkonnatoetus. Maaleht, 21. oktoober.
57. Lättemäe, S. (2004). Kes saab tüki euromiljardist? Maaleht, 28. oktoober.
58. Särgava, J. (2004). Mahepõllumajandusel müügimuret pole. Maaleht, 18. november.
59. Anupõld, E. (2004). Virtanen ja Kask euroturul. Maaleht, 2. detsember.
60. (2004). Eestis uus ökomärk. Maaleht, 9. detsember.
61. Põldre, A. (2005). Ära söö hästi, vaid õigesti! Maaleht, 6. jaanuar.
62. Põldre, A. (2005). Elu Simon Barber: GMO on kasulik. Maaleht, 17. jaanuar.
63. (2005). Toetused tõid vimma. Maaleht, 17. märts.
64. (2005). GMO kaotab valikuvabaduse. Maaleht, 31. jaanuar.
65. (2005). Mahetootjalt oodatakse andmeid. Maaleht, 31. märts.
66. (2005). Uus ökomärk lööb lihtsusega. Maaleht, 14. aprill.
67. Põldre, A. (2005). Mahetootmine üha laieneb. Maaleht, 5. mai.
68. Aitsam, V. (2005). Euroopa avastab Kuusikut. Maaleht, 21. juuli.
69. Savisaar, E. (2005) Edgar Savisaar: Maaelu ees seisavad keerulised valikud. Maaleht, 29. september.
70. (2005). Senised ÜPP toetused. Maaleht, 20. oktoober.
71. Kevvai, T. (2005). Põllumajanduse fond maaelu arenguks.. Maaleht, 20. oktoober.

- 72.Suviste, M. (2005). Kahel korral järjest null häält . Maaleht, 27. oktoober.
- 73.Klein, A. (2005). Söödahügieeni nõuded. Maaleht, 17. november.
- 74.Nõvandi, T. (2005). Toit olgu ohutu. Maaleht, 17. november.
- 75.(2005). Pajumäe talu ja Saidafarm said mahemärgid. Maaleht, 8. detsember
- 76.Pitk, M. (2005). PRIA nõuab toetusi tagasi. Maaleht, 15. detsember.

KONTENTANALÜÜSI KODEERIMISJUHEND

	Kategooria	Kategooria seletus	Alamkategooria	alamkategooria seletus	kood
1	meediateksti žanr	määratleb, millises vormis on tekst kirjutatud	välisuudis		1a
			siseuudis		1b
			intervjuu		1c
			lugeja kiri		1d
			juhtkiri		1e
			arvamuslugu		1f
			muu		1x
2	ajaleht	määratleb, millised väljaandes valimisse kuuluv meediatekst avaldati	Postimees	www.postimees.ee	2a
			Maaleht	www.maaleht.ee	2b
3	teksti ilmumise kvartal/aasta	määratleb, millal ilmus valimisse kuuluv meediatekst	1997 I kvartal	jaanuar-märts	3a
			1997 II kvartal	aprill-juuni	3aa
			1997 III kvartal	juuli-september	3ab
			1997 IV kvartal	oktoober-detsember	3ac
			1998 I kvartal	jaanuar-märts	3ad
			1998 II kvartal	aprill-juuni	3af
			1998 III kvartal	juuli-september	3ag
			1998 IV kvartal	oktoober-detsember	3ah
			1999 I kvartal	jaanuar-märts	3ai
			1999 II kvartal	aprill-juuni	3aj
			1999 III kvartal	juuli-september	3ak
			1999 IV kvartal	oktoober-detsember	3al
			2000 I kvartal	jaanuar-märts	3am
			2000 II kvartal	aprill-juuni	3an
			2000 III kvartal	juuli-september	3ao

			2000 IV kvartal	oktoober- detsember	3ap
			2001 I kvartal	jaanuar-märts	3ar
			2001 II kvartal	aprill-juuni	3as
			2001 III kvartal	juuli-september	3at
			2001 IV kvartal	oktoober- detsember	3au
			2002 I kvartal	jaanuar-märts	3av
			2002 II kvartal	aprill-juuni	3aõ
			2002 III kvartal	juuli-september	3aä
			2002 IV kvartal	oktoober- detsember	3aö
			2003 I kvartal	jaanuar-märts	3ba
			2003 II kvartal	aprill-juuni	3bb
			2003 III kvartal	juuli-september	3bc
			2003 IV kvartal	oktoober- detsember	3bd
			2004 I kvartal	jaanuar-märts	3be
			2004 II kvartal	aprill-juuni	3bf
			2004 III kvartal	juuli-september	3bg
			2004 IV kvartal	oktoober- detsember	3bh
			2005 I kvartal	jaanuar-märts	3bi
			2005 II kvartal	aprill-juuni	3bj
			2005 III kvartal	juuli-september	3bk
			2005 IV kvartal	oktoober- detsember	3bl
4	teksti spetsiifilisuse tase	määratleb meediateksti spetsiifilisuse taseme vastavalt auditooriumile	spetsiifiline	suunatud eelteamisi omavale lugejale	4a
			mittespetsiifiline	suunatud eelteadmisi mitte omavale lugejale	4b
5	teksti autor	Määratleb meediateksti autori rolli	ajakirjanik		5a

			spetsialist/eksper t	Põllumajandusm inisteeriumi töötaja, mahetootja, töötleja, põllumajandusin stitutsiooni esindaja	5b
			poliitik	partei liige v.a juhul, kui ajakirjanik kuulub parteisse	5c
			reakodanik	sh. prominentsetel ametitel või muus osas ekspertrolli kandvad inimesed, kes antud teema suhtes ei ole aga eksperdid	5d
			muu		5x
6	illustratiivse materjali kasutus	artikli juures on karrikatuur või foto	olemas		6a
			puudub		6b
7	mida/keda kujutab illustratiivne materjal		karikatuur		7a
			ekspert		7b
			mahetoodang		7c
			prominent		7d
			graafik		7e
8	teema läbivus tekstis		läbiv(ad) teema(d)	teemad kanduvad läbi teksti	8a
			teema(d) esinevad vaid ühes/kahes lõigus		8b

9	teksti peateema	Milline on teksti peamine teema? Määratletakse kogu teksti lugemisjärgselt hinnangul, mitte lähtudes vaid pealkirjast või <i>lead</i> ist.	mahepõllumajandus liigub tõusvas joones		9a
			mahepõllumajandustoetused		9b
			mahepõllumajanduse vilets olukord		9c
			GMO		9d
			mahemärgistus		9e
			mahepõllumajanduse sisulised aspektid		9f
			muu		9g
10	teksti kõrvalteema(d)	Millest räägib tekst lisaks peateemale?	mahepõllumajandustoetused		
			turistide huvi eesti mahetoodangu vastu		
			ökoloogiline tehnoloogia		
11	vaatenurk	Kelle seisukohast tekstis lähtutakse	Tarbija		11a
			mahetalunik		11b
12	tekstis kõnelejate ja tegutsejate seos mahepõllumajandusega		mahetootja		12a
			ekspert		12b
			poliitik		12c
			arvamusliider		12e
			konkreetne tegelane puudub		12f

			muu		12g
13	artikli eesmärk		õpetamine		13a
			hinnangu andmine		13b
			informeerimine		13c
			mahepõllumajanduse propageerimine		13d
14	hinnang mahepõllumajandusele		positiivne	Tuuakse välja positiivsed omadusi. Kasutatakse positiivseid omadussõnu	14a
			pigem positiivne	Tuuakse välja üksikuid positiivseid omadusi	14b
			neutraalne	ei kajasta hinnangut. Tuuakse välja erinevaid fakte.	14c
			pigem neutraalne	Tuuakse välja üksikuid negatiivseid omadusi.	14d
			negatiivne	Tuuakse välja negatiivseid omadusi. Kasutatakse negatiivseid omadussõnu	14e
			tuuakse välja nii positiivset kui negatiivset	Tuuakse välja vastandlikke seisukohti või mainitakse mõnede aspektide puhul positiivset ja teiste puhul negatiivset.	14f
15	muud aspektid mahepõllumajanduse kujutamises	Mahepõllumajandust nähakse kui?	kulukas tootmisviis		15a

			Eesti nokia		15b
			mahepõllumajanduse tervislikkus		15c
			kasvatustrend		15d

KONTENTANALÜÜSI KODEERIMISSKEEM

Kategooria	Alamkategooria	kood
meediateksti žanr	välisuudis	1
	siseuudis	2
	intervjuu	3
	lugeja kiri	4
	juhtkiri	5
	arvamuslugu	6
	muu	7
ajaleht	Postimees	1
	Maaleht	2

**teksti ilmumise
kvartal/aasta**

1997 I kvartal	1
1997 II kvartal	2
1997 III kvartal	3
1997 IV kvartal	4
1998 I kvartal	5
1998 II kvartal	6
1998 III kvartal	7
1998 IV kvartal	8
1999 I kvartal	9
1999 II kvartal	10
1999 III kvartal	11
1999 IV kvartal	12
2000 I kvartal	13
2000 II kvartal	14
2000 III kvartal	15
2000 IV kvartal	16
2001 I kvartal	17
2001 II kvartal	18
2001 III kvartal	19
2001 IV kvartal	20
2002 I kvartal	21
2002 II kvartal	22
2002 III kvartal	23
2002 IV kvartal	24
2003 I kvartal	25
2003 II kvartal	26
2003 III kvartal	27
2003 IV kvartal	28
2004 I kvartal	29
2004 II kvartal	30
2004 III kvartal	31
2004 IV kvartal	32
2005 I kvartal	33
2005 II kvartal	34
2005 III kvartal	35
2005 IV kvartal	36

teksti spetsiifilisuse tase	spetsiifiline	1
	mittespetsiifiline	2
teksti autor	ajakirjanik	1
	spetsialist/ekspert	2
	poliitik	3
	reakodanik	4
	muu	5
illustratiivse materjali kasutus	olemas	1
	puudub	2
mida/Keda kujutab illustratiivne materjal	karikatuur	1
	ekspert	2
	mahetoodang	3
	prominent	4
	graafik	5
	puudub	6
teema läbivus tekstis	läbiv(ad) teema(d)	1
	teema(d) esinevad vaid ühes/kahes lõigus	2
teksti peateema	mahepõllumajandus liigub tõusvas joones	1
	mahepõllumajandustoetused	2
	mahepõllumajanduse vilets olukord	3
	GMO	4
	mahemärgistus	5
	mahepõllumajanduse sisulised aspektid	6
	muu	7
teksti kõrvalteema(d)	mahepõllumajandustoetused	1
	turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	2
	ökoloogiline tehnoloogia	3
	muu	4
vaatenurk	tarbija	1
	mahetalunik	2
	ekspert	3

tekstis kõnelejate ja tegutsejate seos mahepõllumajandusega	mahetootja	1
	ekspert	2
	poliitik	3
	arvamusliider	4
	konkreetne tegelane puudub	5
	muu	6
artikli eesmärk	õpetamine	1
	hinnangu andmine	2
	informeerimine	3
	mahepõllumajanduse propageerimine	4
hinnang mahepõllumajandusele	positiivne	1
	pigem positiivne	2
	neutraalne	3
	pigem neutraalne	4
	negatiivne	5
	tuuakse välja nii positiivset kui negatiivset	6
muud aspektid mahepõllumajanduse kujutamises	kulukas tootmisviis	1
	Eesti nokia	2
	mahepõllumajanduse tervislikkus	3
	kasvav trend	4
	puudub	5

Lisa 5.1. Žanri jagunemine valimi lõikes

Lisa 5.1.1. Zanri jagunemine valimi lõikes (üldine meediakajastus):

meediateksti žanr	#	%
välisuudis	6	5%
siseuudis	93	70%
intervjuu	4	3%
lugeja kiri	0	0%
juhtkiri	1	1%
arvamyslugu	29	22%
muu	0	0%

Lisa 5.1.2. Zanri jagunemine valimi lõikes (Postimees):

Meediateksti žanr	#	%
välisuudis	5	9%
siseuudis	41	73%
intervjuu	2	4%
lugeja kiri	0	0%
juhtkiri	0	0%
arvamyslugu	8	14%
Muu	0	0%

Lisa 5.1.3. Zanri jagunemine valimi lõikes (Maaleht):

Meediateksti žanr	#	%
välisuudis	1	1%
siseuudis	51	65%
intervjuu	2	3%
lugeja kiri	0	0%
juhtkiri	1	1%
arvamyslugu	22	28%
Muu	1	1%

Lisa 5.2. Artiklite jagunemine väljaanneti

Väljaanne	%
Postimees	44%
Maaleht	56%

Lisa 5.3. Artiklite arv periooditi

Lisa 5.3.1. Periood 1997 - 1999

Väljaanne	%
Postimees	24%
Maaleht	76%
koguvalimist aastatel 1997-2005	13%

Lisa 5.3.2. Periood 2000 – 2003

Väljaanne	%
Postimees	46%
Maaleht	54%
koguvalimist aastatel 1997-2005	43%

Lisa 5.3.3. Periood 2004 – 2005

Väljaanne	%
Postimees	42%
Maaleht	58%
koguvalimist aastatel 1997-2005	44%

Lisa 5.4. Artiklite spetsiifilisuse aste

Lisa 5.4.1. Valimi üldine spetsiifilisuse aste

Artikkel	%
Spetsiifiline	29%
Mittespetsiifiline	71%

Lisa 5.4.2. Artiklite spetsiifilisuse aste ajalehes Postimees

Artikkel	%
Spetsiifiline	29%
Mittespetsiifiline	71%

Lisa 5.4.3 Artiklite spetsiifilisuse aste ajalehes Maaleht

Artikkel	%
Spetsiifiline	28%
Mittespetsiifiline	72%

Lisa 5.5 Artiklite autorid valimi lõikes

Lisa 5.5.1. Artiklite autorid meediakajastuses üldiselt

Teksi autor	#	%
Ajakirjanik	105	77%
spetsialist/ekspert	19	14%
Poliitik	7	5%
Reakodanik	0	0%
Muu	5	4%

Lisa 5.5.2. Artiklite autorid Postimehes

Teksi autor	#	%
ajakirjanik	48	84%
spetsialist/ekspert	2	4%
Poliitik	5	9%
Reakodanik	0	0%
Muu	2	4%

Lisa 5.5.3. Artiklite autorid Maalehes

Teksi autor	#	%
ajakirjanik	58	75%
spetsialist/ekspert	17	22%
Poliitik	2	3%
Reakodanik	0	0%
muu	0	0%

Lisa 5.6. Illustratsioonid artiklites valimi lõikes

Lisa 5.6.1. Üldine valim

Illustratsioon	%
Olemas	44%
Puudub	56%

Lisa 5.6.2. Illustratsioonide esinemine ajaleht Postimees lõikes

Illustratsioon	%
Olemas	20%
Puudub	80%

Lisa 5.6.3. Illustratsioonide esinemine ajaleht Maaleht lõikes

Illustratsioon	%
Olemas	63%
Puudub	37%

Lisa 5.7. Keda/mida kujutati illustratsioonidel valimi lõikes

Lisa 5.7.1. Keda kujutati illustratsioonidel üldises meediakajastuses

Keda/Mida kujutati?	#	%
karikatuur	2	2%
Ekspert	16	12%
Mahetootang	19	13%
Prominent	15	11%
graafik	8	6%
Puudub	73	55%

Lisa 5.7.2. Keda kujutati illustratsioonidel Postimehes

Keda/Mida kujutati?	#	%
karikatuur	0	0%
Ekspert	1	2%
Mahetootang	4	7%
Prominent	5	9%
Graafik	1	2%

puudub	45	80%
--------	----	-----

Lisa 5.7.3. Keda kujutati illustratsioonidel Maalehes

Keda/Mida kujutati?	#	%
karikatuur	2	3%
Ekspert	15	19%
Mahetootang	15	19%
Prominent	10	13%
graafik	7	9%
puudub	28	36%

Lisa 5.8. Mahepõllumajanduse teema läbivus artiklites

Lisa 5.8.1. Mahepõllumajanduse teema läbivus kogu valimi lõikes

Teema läbivus	%
Läbiv	67%
Ei ole läbiv	33%

Lisa 5.8.2. Mahepõllumajanduse teema läbivus Postimehe artiklites

Teema läbivus	%
Läbiv	57%
Ei ole läbiv	43%

Lisa 5.8.3. Mahepõllumajanduse teema läbivus Maalehe artiklites

Teema läbivus	%
Läbiv	71%
Ei ole läbiv	29%

Lisa 5.9. Artiklite peateemad

Lisa 5.9.1 Artiklite peateemad üldiselt

Teksti peateema	#	%
Mahepõllumajandus liigub tõusvas joones	21	16%
Mahepõllumajandustoetused	8	6%

Mahepõllumajanduse vilets olukord	3	2%
GMO	20	15%
Mahemärgistus	12	9%
Mahepõllumajanduse sisulised aspektid	20	15%
Muu	49	37%

Lisa 5.9.2. Artiklite peateemad Postimehe lõikes

Teksti peateema	#	%
Mahepõllumajandus liigub tõusvas joones	11	20%
Mahepõllumajandustoetused	2	4%
Mahepõllumajanduse vilets olukord	1	2%
GMO	6	11%
Mahemärgistus	5	9%
Mahepõllumajanduse sisulised aspektid	4	7%
Muu	27	48%

Lisa 5.9.3. Artiklite peateemad Maalehe lõikes

Teksti peateema	#	%
Mahepõllumajandus liigub tõusvas joones	11	14%
Mahepõllumajandustoetused	6	8%
Mahepõllumajanduse vilets olukord	2	35%
GMO	14	18%
Mahemärgistus	7	9%
Mahepõllumajanduse sisulised aspektid	16	21%
muu	22	28%

Lisa 5.10. Peateemad perioodide lõikes

Lisa 5.10.1. Periood 1997 – 1999

Teksti peateema	#	%
Mahepõllumajandus liigub tõusvas joones	1	7%
Mahepõllumajandustoetused	1	7%
Mahepõllumajanduse vilets olukord	0	0%
GMO	2	14%
Mahemärgistus	2	14%
Mahepõllumajanduse sisulised aspektid	4	29%
muu	4	29%
	Kokku	14

Lisa 5.10.2. Periood 2000 – 2003

Teksti peateema	#	%
Mahepõllumajandus liigub tõusvas joones	9	16%
Mahepõllumajandustoetused	6	11%
Mahepõllumajanduse vilets olukord	1	2%
GMO	9	16%
Mahemärgistus	4	7%
Mahepõllumajanduse sisulised aspektid	6	11%
muu	21	38%
	Kokku	56

Lisa 5.10.3. Periood 2004 – 2005

Teksti peateema	#	%
Mahepõllumajandus liigub tõusvas joones	7	18%
Mahepõllumajandustoetused	1	3%
Mahepõllumajanduse vilets olukord	2	5%
GMO	6	15%
Mahemärgistus	2	5%
Mahepõllumajanduse sisulised	5	13%

aspektid		
muu	17	43%
	Kokku	40

Lisa 5.11. Kõrvalteemade jaotumine peateemade lõikes

Lisa 5.11.1. Kui „mahepõllumajandus liigub tõusvas joones“, siis kõrvalteema?

Teksti kõrvalteemad	#	%
Mahepõllumajandustoetused	3	14%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	6	29%
Ökoloogiline tehnoloogia	4	19%
muu	8	38%
	Kokku	21

Lisa 5.11.2. Kui „mahepõllumajandustoetused“, siis kõrvalteema?

Teksti kõrvalteemad	#	%
Mahepõllumajandustoetused	2	25%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	0	0%
Ökoloogiline tehnoloogia	4	50%
muu	2	25%
	Kokku	8

Lisa 5.11.3. Kui „mahepõllumajanduse vilets olukord“, siis kõrvalteema?

Teksti kõrvalteemad	#	%
Mahepõllumajandustoetused	1	33%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	1	33%
Ökoloogiline tehnoloogia	0	0%
muu	1	33%
	Kokku	3

Lisa 5.11.4. Kui „GMO“, siis kõrvalteema?

Teksti kõrvalteemad	#	%
----------------------------	----------	----------

Mahepõllumajandustoetused	2	10%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	0	0%
Ökoloogiline tehnoloogia	10	50%
muu	8	40%
	Kokku	20

Lisa 5.11.5. Kui „mahemärgistus“, siis kõrvalteema?

Teksti kõrvalteemad	#	%
Mahepõllumajandustoetused	2	17%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	1	8%
Ökoloogiline tehnoloogia	4	33%
muu	5	42%
	Kokku	12

Lisa 5.11.6. Kui „mahepõllumajanduse sisulised aspektid“, siis kõrvalteema?

Teksti kõrvalteemad	#	%
Mahepõllumajandustoetused	4	20%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	1	5%
Ökoloogiline tehnoloogia	6	30%
muu	9	45%
	Kokku	20

Lisa 5.11.7. Kui „muu“, siis kõrvalteema?

Teksti kõrvalteemad	#	%
Mahepõllumajandustoetused	13	27%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	4	8%
Ökoloogiline tehnoloogia	28	57%
muu	4	8%
	Kokku	69

5.12. Artikli vaatenurk

Lisa 5.12.1 Artikli vaatenurk jaguneb üldiselt

Vaatenurk	#	%
Tarbija	35	26%
Mahetalunik	82	62%
Ekspert	16	12%

Lisa 5.12.2 Artikli vaatenurk Postimehes

Vaatenurk	#	%
Tarbija	25	45%
Mahetalunik	31	55%
Ekspert	0	0%

Lisa 5.12.3 Artikli vaatenurk Maalehes

Vaatenurk	#	%
Tarbija	10	13%
Mahetalunik	51	66%
Ekspert	16	21%

Lisa 5.13. Kõneisikute jagunemine

Lisa 5.13.1 Kõneisikute jagunemine üldise valimi lõikes

Kõneisikud	#	%
Mahetootja	24	18%
Ekspert	44	33%
Poliitik	19	14%
Arvamusliider	1	1%
Konkreetne tegelane puudub	42	32%
muu	3	2%

Lisa 5.13.2 Kõneisikute jagunemine Postimehe lõikes

Kõneisikud	#	%
Mahetootja	12	21%
Ekspert	22	39%
Poliitik	10	18%

Arvamusliider	1	2%
Konkreetne tegelane puudub	8	14%
muu	3	5%

Lisa 5.13.3 Kõneisikute jagunemine Maalehe lõikes

Kõneisikud	#	%
Mahetootja	12	16%
Ekspert	22	29%
Poliitik	9	12%
Arvamusliider	0	0%
Konkreetne tegelane puudub	34	44%
muu	0	0%

Lisa 5.14. Artikli eesmärk

Lisa 5.14.1 Artikli eesmärk üldise valimi lõikes

Artikli eesmärk	#	%
Õpetamine	10	7%
Hinnangu andmine	21	16%
Informeerimine	57	43%
Mahepõllumajanduse propageerimine	46	34%

Lisa 5.14.2 Artikli eesmärk Postimehe lõikes

Artikli eesmärk	#	%
Õpetamine	3	5%
Hinnangu andmine	11	19%
Informeerimine	26	45%
Mahepõllumajanduse propageerimine	18	31%

Lisa 5.14.3 Artikli eesmärk Maalehe lõikes

Artikli eesmärk	#	%
Õpetamine	7	9%
Hinnangu andmine	11	14%

Informeerimine	31	40%
Mahepõllumajanduse propageerimine	28	36%

Lisa 5. 15. Hinnang mahepõllumajandusele

Lisa 5.15.1 Hinnang mahepõllumajandusele üldise valimi lõikes

Hinnang mahepõllumajandusele	#	%
Positiivne	50	38%
Pigem positiivne	21	16%
Neutraalne	50	38%
Pigem neutraalne	4	3%
Negatiivne	6	5%
Tuuakse välja nii positiivset kui negatiivset	2	2%

Lisa 5.15.2 Hinnang mahepõllumajandusele Postimehelõikes

Hinnang mahepõllumajandusele	#	%
Positiivne	22	39%
Pigem positiivne	9	16%
Neutraalne	19	34%
Pigem neutraalne	2	4%
Negatiivne	2	4%
Tuuakse välja nii positiivset kui negatiivset	2	4%

Lisa 5.15.3 Hinnang mahepõllumajandusele Maalehe lõikes

Hinnang mahepõllumajandusele	#	%
Positiivne	28	36%
Pigem positiivne	12	16%
Neutraalne	31	40%
Pigem neutraalne	2	3%
Negatiivne	4	5%

Tuuakse välja nii positiivset kui negatiivset	0	0%
---	---	----

Lisa 5.16 Muud aspektid mahepõllumajanduses

Lisa 5.16.1 Muud aspektid mahepõllumajanduses üldise valimi lõikes

Muud aspektid mahepõllumajanduses	#	%
Kulukas tootmisviis	7	5%
Eesti nokia	6	4%
Mahepõllumajanduse tervislikkus	22	16%
Kasvav trend	28	21%
Puudub	71	53%

Lisa 5.16.2 Muud aspektid mahepõllumajanduses Postimehe lõikes

Muud aspektid mahepõllumajanduses	#	%
Kulukas tootmisviis	3	5%
Eesti nokia	4	7%
Mahepõllumajanduse tervislikkus	12	21%
Kasvav trend	13	23%
Puudub	25	44%

Lisa 5.16.3 Muud aspektid mahepõllumajanduses Maalehe lõikes

Muud aspektid mahepõllumajanduses	#	%
Kulukas tootmisviis	4	5%
Eesti nokia	2	3%
Mahepõllumajanduse tervislikkus	10	13%
Kasvav trend	15	19%
Puudub	46	60%

Lisa 5.17. Mahepõllumajanduse kõrvalteemad

Lisa 5.17.1 Mahepõllumajanduse kõrvalteemad meediakajastuses üldiselt

Teksti kõrvalteemad	#	%
Mahepõllumajandustoetused	27	20%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	13	10%
Ökoloogiline tehnoloogia	57	43%
muu	36	27%

Lisa 5.17.2. Mahepõllumajanduse kõrvalteemad Postimehe lõikes

Teksti kõrvalteemad	#	%
Mahepõllumajandustoetused	9	16%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	7	12%
Ökoloogiline tehnoloogia	31	54%
muu	10	18%

Lisa 5.17.3. Mahepõllumajanduse kõrvalteemad Maalehe lõikes

Teksti kõrvalteemad	#	%
Mahepõllumajandustoetused	18	23%
Turistide huvi eesti mahetoodangu vastu	6	8%
Ökoloogiline tehnoloogia	26	34%
muu	27	35%