

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Kiur Kaasik

Ajakirjanike kaalutluskohad uudisfotode valimisel veebiuudiste puhul

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Halliki Harro-Loit, PhD

Tartu 2020

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD.....	6
1.1. Uudisväärtused	6
1.1.1. Traditsioonilised uudisväärtused.....	6
1.1.2. Visuaalsed uudisväärtused	8
1.1.3. Traditsiooniliste ning visuaalsete uudisväärtuste võrdlus.....	11
1.2. Meediasisu ning uudisfotode valimist mõjutavad tasandid	13
1.2.1. Individuaalne tasand.....	14
1.2.2. Meediarutiini tasand.....	15
1.2.3. Sotsiaalsete süsteemide tasand.....	18
1.2.4. Eetilised kaalutlused.....	18
2. UURIMISKÜSIMUSED	21
3. MEETOD JA VALIM.....	22
3.1. Valim.....	22
3.2. Andmekogumismeetodid	24
3.2.1. Intervjuukava.....	25
3.2.2. Katsed.....	26
3.3. Andmetöötlusmeetod.....	27
4. TULEMUSED.....	30
4.1. Uudisfotode hankimise kanalid.....	30
4.2. Visuaalsed uudisväärtused.....	33
4.3. Uudisfotode valimist mõjutavad mõjutasandid.....	40
4.3.1. Individuaalne tasand.....	41
4.3.2. Eetilised kaalutlused.....	42
4.3.3. Meediarutiini tasand.....	46
5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON.....	55
5.1. Järeldused.....	55
5.2. Diskussioon.....	62
5.3. Meetodi piirangud ja soovitused edasisteks uuringuteks.....	63
KOKKUVÕTE.....	65
SUMMARY	67
KASUTATUD KIRJANDUS	69
LISAD	74

<i>Lisa 1. Intervjuukava (ajakirjanik).....</i>	<i>74</i>
<i>Lisa 2. Intervjuukava (fotograaf).....</i>	<i>76</i>
<i>Lisa 3. „Tartu ülikooli peahoone kõrvalt leiti kahe mehe skeletid, kellest üks oli elusana kas sõjamees või tihe baarikakleja“</i>	<i>78</i>
<i>Lisa 4. „Tartus toimub Tartu rahu aastapäeva puhul tõrvikurongkäik“</i>	<i>79</i>

SISSEJUHATUS

Käesolev bakalaureusetöö käsitleb uudisväärtuseid, mida ajakirjanikud rakendavad fotode valimisel veebiuudiste juurde. Kõige üldisemalt asetub siinne bakalaureusetöö väravavahi teooria raamidesse (White, 1950), mille kohaselt valib ajakirjandus lõpmatu hulga sündmuste hulgast välja need, mille ta läbi „värava“ oma meediakanalis avaldab. Konkreetsem probleemipüstitus puudutab seda, kuidas ajakirjanikud ja fotograafid – mõjutatuna isiklikest kogemustest ning meediarutiinidest – teevad uudisfotode töötlemise erinevates etappides (foto tegemine, valimine, avaldamine) individuaalseid valikuid, milliseid uudisväärtuseid avaldatavatel fotodel välja tuua.

Nii fotograafid, reporterid kui ka toimetajad peavad endale teadvustama, et nende uudisfotode valikut puudutavatel otsustel võib olla märkimisväärne mõju sellele, kuidas lugejad tekstist aru saavad ning kajastatavasse sündmusesse suhestuvad (Zillmann, Gibson ja Sargent, 1999: 225). Ka minevikus toimunud sündmusi meenutavad inimesed sageli läbi kuulsate pressifotode, mis nendest sündmustest on tehtud (Evans, 1987). Siinkohal võib mõelda selle peale, kas näiteks Pronksiööd meenutades kerkib silme ette Liis Treimanni foto kokk Ženjast väljumas R-Kioskist varastatud saagiga? Või kas mõeldes Vietnami sõjale kerkib silme ette foto napalmirünnaku eest põgenevatest lastest? Kui vastus on jah, siis on pressifotograafia mõjutanud vähemalt teatud määral meie arusaamist mineviku sündmustest.

Seetõttu on üllatav, et kuigi väravavahi kontseptsiooni on käsitletud paljudes teadustöös juba üle poole sajandi, on vaid väga vähesed neist uuringutest keskendunud uudisfotode valikuprotsessile (Smaele, Geenen ja Cock, 2017: 61). Näiteks on Schwalbe jt (2015) uurinud Ameerika Ühendriikide näitel, kuidas on väravavahi roll visuaalsuse olulisuse kasvamisega muutunud. Sarnase uuringu on Rootsi kontekstis läbi viinud Nilsson (2017), kelle uuringu tulemused näitavad, et uudisfotosid puudutavad otsused on mõjutatud ajakirjanike isiklikest kogemustest, meediarutiinidest ja lugejate ootustest.

Samas pole varasemates uuringutes pööratud tähelepanu sellele, kuidas sündmuse olemus mõjutab uudisväärtuste rakendamist. Käesoleva bakalaureusetöö eripära seisnebki selles, et eristan kõrge ja madala visuaalse uudisväärtusega ning ajakriitilised ja retrospektiivsed sündmused, mis annab täiendava võimaluse analüüsida, milliste sündmuste puhul milliseid uudisväärtuseid ajakirjanikud rakendavad.

Oluline on pidada silmas ka seda, et uudisfotode valimise protsess ei alga mitte siis, kui ajakirjanik fotopanga lahti teeb, vaid sellest hetkest, kui „värava“ läbinud sündmus vajab illustratsiooni ning

fotograaf seda jäädvustama läheb. Seega tuleb uudisfotode valimist käsitleda kui protsessi. Siinkohal tekib küsimus, milline on fotograafi ja ajakirjaniku vaheline suhtlus ning kas nad mõistavad ka üksteise vajadusi ning ootuseid? Senised teadustööd on küll keskendunud konkreetsetele uudisväärtustele, kuid jätnud tähelepanuta selle, kuidas meeskonnaliikmete vaheline suhtlus mõjutab uudisväärtuste rakendamist.

Siin saan tuua ühe isikliku näite. Tulenevalt minu kogemusest vabakutselise pressifotograafina olen täheldanud, et ajakirjaniku ja fotograafi suhtlusel või selle puudumisel on otsene mõju sellele, millistele uudisväärtustele või sündmuse aspektidele fotodel on rõhku pandud. Sattusin kord ühele traagilisele sündmuspaigale, kus minu ees oli ühe asjaosalise alaealine laps, kes minuga avameelselt informatsiooni jagas ning oli valmis kaamera ees seisma. Olles noor ja väheste kogemustega fotoreporter, ei olnud ma kindel, kui palju ning mida ma võiksin jäädvustada – seetõttu helistasin toimetusse, et küsida ajakirjanikult nõu. Tuginedes edasisidele kogusingi selle nooruki käest informatsiooni, tegin temast fotosid ja videoid ning esialgu plaanitud ülevaatliku uudise asemel keskendus artikkel hoopis nooruki perspektiivile. Paraku toimus minu ja ajakirjaniku vaheline suhtlus ajasurve all ning seetõttu ei jäänud aega kõiki asjaolusid läbi rääkida. Päeva peale küll alaealist kujutavad visuaalid eemaldati, aga selleks hetkeks oli uudis olnud veebis esilehel mitu tundi ning kogunud palju vaatamisi ja kommentaare.

Sellest lähtuvalt on minu bakalaureusetöö teiseks eesmärgiks anda vastus küsimusele, kuidas mõjutab ajakirjaniku ja fotograafi vaheline suhtlus visuaalsete uudisväärtuste üle otsustamist ning uudisfotode valimise protsessi.

Sooviksin tänada ajakirjanikke ja fotograafe, kes leidsid kiire tööperioodi vahelt aega, et minuga vestelda. Eriti sooviksin tänada mõnusa koostöö ja juhendamise eest Halliki Harro-Loiti.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Selles peatükis annan ülevaate erinevatest kriteeriumidest, mis võivad ajakirjaniku otsustusprotsessi mõjutada. Täpsemalt puudutan uudisfotode valikut mõjutavaid uudisväärtuseid, ajakirjaniku autonoomsust mõjutavaid tegureid ning fotode tegemisel ja publitseerimisel tekkivaid eetilisi kaalutluskohi.

1.1. Uudisväärtused

Eildersi (1996) sõnul on sündmustel teatud tunnused või omadused (uudisväärtused), mis muudavad nad uudisväärtuslikuks ehk ajakirjandusele huvipakkuvaks. Selle järgi võib eeldada, et ajakirjanduslik sisu koosneb sündmustest ja/või teemadest, millel on kõrge uudisväärtus, ja mida saab kirjeldada, tuginedes uudisfaktorite kontseptsioonile (Söerunurk, 2010: 19). Samas ei pruugi selline käsitlus kehtida visuaalsete uudisväärtuste puhul, sest sündmuse ja/või teema uudisväärtuslikkus ei määra alati selle visuaalset väärtust.

Sellest tulenevalt kerkib küsimus – millised on erinevused traditsiooniliste ning visuaalsete uudisväärtuste vahel ning milline on nende ühisosa? Järgnevates alapeatükkides püüan anda sellele küsimusele vastuse.

1.1.1. Traditsioonilised uudisväärtused

Uudisväärtuse kontseptsiooni esimene sõnastus pärineb Walter Lippmanilt (1922, viidatud Kase, 2011: 6 kaudu), kes selgitas, miks teatud sündmuseid kajastatakse, aga teisi jällegi mitte. Lippmann jõudis järeldusele, et uudisväärtuste viieks elemendiks on sensatsioonilisus, lähedus, asjakohasus, ühetähenduslikkus ja faktilisus (Lippmann, 1990, viidatud Eilders 1996: 1 kaudu).

Palmeri (1998) sõnul anti esimest korda uudisväärtustele süstemaatiline definitsioon ligi pool sajandit hiljem, kui Galtung ja Ruge (1965, viidatud Smaele jt, 2017: 57 kaudu) esitasid 12 uudisväärtust:

- 1) sagedus (*frequency*; kui sageli ning millise ajalise raamistusega sündmus toimub);
- 2) künnis (*threshold*; sündmuse intensiivsus);

- 3) ühetimõistetavus (*unambiguity*);
- 4) tähendusrikkus (*meaningfulness*; kultuuriline lähedus);
- 5) ootamatus (*unexpectedness*; harva esinevad ning ootamatud sündmused);
- 6) järjepidevus (*continuity*; meedias juba kajastatud teemadel on lihtsam uudiskünnist ületada);
- 7) kompositsioon (*composition*; sündmuse sobivus teiste ajalehes kajastatavate teemadega);
- 8) viited elitaarsetele rahvustele (*reference to elite nations*);
- 9) viited elitaarsetele inimestele (*reference to elite people*);
- 10) isikustamine (*personification*; inimlike omaduste rõhutamine);
- 11) negatiivsus (*negativity*).

Galtungi ja Ruge (*ibid*) uudisväärtuste nimekiri ei ole kogum normatiivsetest väärtustest, mida üks uudis endas kandma peaks – pigem on tegemist tööriistaga, mille abil on võimalik analüüsida, millised sündmuse aspektid on määravaks selle meediasündmuseks saamisel. Samas on nende nimekirja kritiseeritud, sest nad keskendusid selle väljatöötamisel eeskätt kriisiga seotud uudistele ning jätsid visuaalsed elemendid analüüsist üldse välja (Tunstall, 1971: 21, viidatud Kõiv, 2018: 12 kaudu).

Uudisväärtuseid puudutavad uuringud on seni keskendunud peamiselt küsimusele, miks üks või teine sündmus on avaldamiseks välja valitud (Caple ja Bednarek, 2016: 436). Selline probleemipüstitus ei võta arvesse ainult kajastatava teema uudisväärtuseid, vaid ka väliseid mõjutusi, nagu tööruutin, piirangud ning ideoloogia (Staab, 1990). Seetõttu on uudisväärtuste kontseptsioon kasvanud ajaga üha laiemaks ning uudisväärtuste ja kriteeriumide nimekiri tehnoloogia arenguga täienenud (Caple ja Bednarek, 2016: 436).

Näiteks on Harcup ja O'Neill (2001) esitanud uudiskriteeriumina ajalehe isikliku agenda ning jätkulood. Tegemist ei ole konkreetsete uudisväärtustega, vaid muude kriteeriumidega, mis mõjutavad ajakirjaniku uudiste valikut. Samuti on Harrison (2006, viidatud Brighton ja Foy, 2007: 9 kaudu) esitanud uudiste valikut mõjutavate kriteeriumidena informatsiooni kättesaadavuse ning võimaluse informatsiooni kergeks kogumiseks. Caple ja Bednarek (2016: 440) on aga rõhutanud, et uudisväärtused, uudise kirjutamise eesmärgid ja valimist mõjutavad tegurid tuleks analüüsis üksteisest eraldada – see loob võimaluse analüüsida kas ja kui palju nad üksteist mõjutavad ning seeläbi tekib selgem pilt, miks ühte või teist sündmust meedias kajastatakse.

1.1.2. Visuaalsed uudisväärtused

Vaatamata sellele, et fotosid on loo jutustamiseks kasutatud ajalehtedes juba üle 100 aasta ning need on saanud meediakajastuse lahutamatuks osaks (Caple, 2010: 241), ei ole kommunikatsiooniuringutes fotode valimise protsessile kuigi palju tähelepanu pööratud (Rössler jt, 2011: 416). Uudisväärtuste kontekstis hakati uudisfotosid käsitlema aastatuhande alguses, kui Ruhrmann jt (2003, viidatud Kõiv, 2018: 13 kaudu) mainisid oma uuringus uudisväärtusena ka visuaalsust. Samas on Grittmann (2007, viidatud Rössler jt, 2011: 417 kaudu) välja toonud, et aastatuhande alguse uuringud ei ole keskendunud konkreetsetele visuaalsetele uudisväärtustele, vaid on käsitlenud „visuaalsust“ kui ühte uudisväärtust. Näiteks esitasid Harcup ja O'Neill (2001) sellise uudisväärtusena „foto võimaluse“.

Visuaalseid uudisväärtuseid puudutavat lünka teaduses üritasid täita Rössler jt (2011), kes viisid koostöös saksa ajakirjaga Stern läbi uuringu, millega püüdsid vaatluste ja intervjuude abil leida vastust küsimusele, millised foto uudisfaktorid (käesoleva töö puhul uudisväärtused) mõjutavad seda, kas pilt valitakse uudislugu illustreerima või mitte. Nende definitsiooni kohaselt on foto uudisfaktorid kriteeriumid, mille põhjal ajakirjanikud otsustavad, kas foto väärib avaldamist või mitte. Selle uurimiseks võtsid nad aluseks järgnevad uudisfoto kriteeriumid:

- 1) kahjustused;
- 2) vägivaldsus/agressioon;
- 3) vastuolulisus;
- 4) kuulsused/prominentsus;
- 5) ootamatus;
- 6) emotsioon;
- 7) teostus ja tehnika;
- 8) seksuaalsus/erootilisus (*ibid*).

Uuringust selgus, et fototoimetajad tuginesid uudisfotode valikul nii fotode uudisfaktoritele, isiklikele eelistustele kui ka toimetuse juhistele (*ibid*). Kõige enam töid toimetajad oluliste kriteeriumidena välja „emotsiooni“, „kuulsuseid“, „teostust ja tehnikat“ ning „ootamatust“.

Intervjuude käigus viidati teatud fotodele kui „sternilikele piltidele“ [„sterniges Bild“] (*ibid*). Tegemist oli toimetuses leviva universaalse mõistega, mida intervjuueeritavad kasutasid piltide kohta, mis nende hinnangul olid uudisväärtuslikud (*ibid*). Lähemal uurimisel selgus, et selliste piltide omadusteks oli tugev emotsioon, kirkad värvid, ootamatus ja prominentide kujutamine

(*ibid*). Samas ilmnes, et intervjuueeritavad ei tunne „sternilike pilte“ mitte väljaande poolt esitatud juhiste, vaid isikliku kogemuse või toimetuses tekkinud normide järgi (*ibid*). Seda kinnitab ka Smaele jt (2017: 59) uuring, mille järgi iga toimetaja isiklik arusaam reaalsusest mõjutab oluliselt tema fotode valimist.

Kuigi Rössler jt (*ibid*) ei toonud seda konkreetse valikukriteeriumina välja, viitasid nad, et erinevate uudisväärtuste kujutamine fotodel võib tekitada lugejates erinevaid reaktsioone. Nad leidsid, et mida äärmuslikum ja pealetükkivam (õnnetused, kahjustused) on visuaal, seda suurema tõenäosusega pööravad lugejad sellele tähelepanu ning on uudise teemast haaratud (*ibid*: 429).

Rösslerist jt (*ibid*) mõnevõrra pikema nimekirja on esitanud Caple ja Bednarek (2016), kes kasutasid enda uuringus kümmet visuaalse kommunikatsiooni aspektist olulist uudisväärtust:

- 1) negatiivsus (õnnetused, kriisisituatsioonid);
- 2) aktuaalsus (sündmused või subjektid, mis on antud ajahetkel aktuaalsed);
- 3) lähedus (sündmuse või subjekti geograafiline või kultuuriline lähedus);
- 4) ülivõrdelisus e. superlatiivsus (sündmuste või subjektide suurejoonelisus);
- 5) prominentsus (sündmuste või subjektide kõrge sotsiaalne staatus);
- 6) mõjukus (sündmuse või subjekti mõju ning tagajärgede suurus);
- 7) uudsus (uued või ootamatud aspektid sündmuse või subjektide juures);
- 8) isikustamine (sündmuse või subjekti näitamine läbi inimliku külje);
- 9) kooskõla (sündmuse või subjekti vastavus ootustele);
- 10) esteetika (sündmuste või subjektide kujutamine nende esteetilisest küljest).

Caple'i ja Bednareki visuaalsete uudisväärtuste nimekiri põhineb Belli (1991) traditsiooniliste uudisväärtuste loendil, kuid sellel on siiski mõned olulised erinevused. Näiteks ei kuulu Caple'i ja Bednareki uudisväärtuste nimekirja „selgus“ ja „faktilisus“. „Selgus“ on nende hinnangul pigem uudiste üldine eesmärk ning „faktilisus“ määrab pigem uudise usaldusväärsuse kui uudisväärtuslikkuse (Caple ja Bednarek, 2016: 439).

Caple ja Bednarek (*ibid*) tõid eraldi visuaalse uudisväärtusena välja ka „esteetika“. Võttes arvesse esteetikat kui uudisväärtust, toimib uudisfoto kahel tasandil: edastades informatsiooni ning omades teatud tehnilisi ja esteetilisi omadusi (Nilsson, 2017: 43). Sellele viitavad ka Smaele jt (2017: 68), kes toovad välja, et fotode informatiivsust hinnatakse rohkem kui nende esteetikat, kuid ideaalis üritatakse nende kahe väärtuse vahel leida tasakaalu.

Smaele jt (2017) uurisid flaami päevalehe näitel, milliste kriteeriumide alusel väravavahid ehk informatsiooni avaldamise üle otsustajad uudiste juurde fotosid valivad. Nende tulemused näitavad, et väravavahid peavad eelkõige silmas kuut erinevat kriteeriumi:

- 1) tõepärasus (loomulikkus ja spontaansus);
- 2) isikustamine (sündmustele ja teemade visualiseerimine läbi inimese);
- 3) lähedus (sündmuse või teema geograafiline ja kultuuriline lähedus);
- 4) kontekst (millised elemendid uudist ja fotosid ümbritsevad);
- 5) tehniline korrektsus (teravus, kompositsioon);
- 6) illustreeriv ja informeeriv väärtus (foto ja uudise kooskõla);
- 7) toimetuse pildikeele järgimine (*ibid*).

Smaele jt (*ibid*) järgi ei ole toimetajatel lihtne nimetada kriteeriume, mille alusel nad pilte valivad, sest see sõltub osaliselt sellest, kas pilt neid subjektiivselt kõnetab või mitte. Uuringutulemused viitasid ka asjaolule, et uudisfoto kõige olulisem kriteerium on selle informatiivne väärtus. Samas tõmbasid Smaele jt (*ibid*) paralleeli informatiivse ja illustratiivse väärtuse vahele – nende sõnul jutustab hea illustratiivne pilt lugu ning annab uudises esitatud faktidele näo. Seega peitub heas illustratiivses fotos ka informatiivne väärtus. Teisisõnu võib öelda, et foto illustratiivne väärtus näitab seda, kuivõrd hästi see ilmestab uudises esitatud fakte.

Samuti toodi olulise kriteeriumina välja foto „tõetruudust“ ehk seda, et see vahendaks tõelist reaalsust (*ibid*). Samas ei peeta tõetruuduse all silmas ainult fotol kujutatut, vaid ka seda, kuidas seda on kujutatud – tõetruudusega viidatakse loomulikele ja spontaansetele fotodele ning nendele, mille puhul pole ideaalis fotograafi kätt tunda (*ibid*: 64). Samuti eelistavad toimetajad fotosid, mis on täis energiat või liikumist, ning seetõttu eelistatakse alati inimestest tehtud fotosid nendele, kus on kujutatud maju või maastiku (*ibid*). Erinevalt Rösslerist jt (2011), kes uurisid fotode uudiskriteeriume nädalalehe kontekstis, uurisid Smaele jt (2017) fotode uudiskriteeriume päevalehe kontekstis. Seetõttu on selle uuringu tulemused relevantsemad ka minu bakalaureusetöö kontekstis, mille fookuses on pidevalt uuenev veebiväljaanne.

Väga üldsõnalise nimekirja visuaalsetest uudisväärtustest on esitanud ka endine Sunday Timesi toimetaja Harold Evans (1987: 47). Pressifotograafidele suunatud käsiraamatus esitab ta enda kogemuse põhjal kolm väärtust, mis peavad uudisfotol olema, et see osutuks valituks:

- 1) liikumine ja emotsioon;
- 2) relevantne kontekst (foto ja sündmuse kooskõla; sündmuse faktide illustreerimine);
- 3) sügavam tähendus (sümboolsus, võrdlus) (*ibid*).

Evansi (1987) esitatud uudisväärtused on märksa üldsõnalisemad ja laiemad kui Caple'i ja Bednareki (2015) ning Rössleri jt (2011) sõnastatud uudisväärtuste kriteeriumid. Selle põhjuseks võib olla asjaolu, et Evansi (1987) raamat on kirjutatud fotograafide käsiraamatuks ning ta vaatab fotode valimise protsessile hoopis teise nurga alt, kui uurija seda teeb. Sellest tulenevalt võib ka uudisväärtuste nimekiri olla lühem ja üldisem, sest tema kui toimetaja ei pruugi kõiki erinevaid valimise kriteeriume endale teadvustada. Vaatamata üldsõnalisusele, hõlmavad Evansi (*ibid*) kolm uudisväärtust endas suurt osa Caple ja Bednareki (2015), Rössleri jt (2011) ning Smaele jt (2017) poolt välja pakutud visuaalseid uudiskriteeriume.

1.1.3. Traditsiooniliste ning visuaalsete uudisväärtuste võrdlus

Võrreldes traditsioonilisi uudisväärtuseid visuaalsete uudisväärtustega, ilmneb, et kuigi neil on märkimisväärne ühisosa, esineb ka olulisi erinevusi (vt Tabel 1).

Laheranna (2008: 235) sõnul tuleks visuaalseid andmeid käsitleda kui teksti, sest need jutustavad samuti lugu. Uudisfotode valikukriteeriumide kontekstis ei pruugi see siiski täielikult paika pidada – visuaalsete uudisväärtuste hulka kuuluvad ka sellised väärtused, mida uurijad traditsiooniliste uudisväärtuste kontekstis pole oluliseks pidanud.

Sellisteks uudisväärtusteks on esteetika ja superlatiivsus (Caple ja Bednarek, 2016), erootilisus (Rössler jt, 2011) ning tõepärasus, illustratiivsus ja hoidumine „kollastest“ fotodest (Smaele, Greenen ja Cock, 2017). Nimetatud uudisväärtused on rakendatavad vaid fotode puhul, sest teksti kontekstis ei saa rääkida näiteks tehnilisest praagist või teksti illustreerimisest. Samuti on selliseks uudisväärtuseks superlatiivsus, mida on küll võimalik tekstiga rõhutada, kuid mitte nii hästi kui fotoga.

Tabel 1. Uudisväärtuste nimekirjad

UUDISVÄÄRTUSED Galtung ja Ruge (1965)	VISUAALSED UUDISVÄÄRTUSED Caple ja Bednarek (2016)	VISUAALSED UUDISVÄÄRTUSED Rössler jt (2011)	VISUAALSED UUDISVÄÄRTUSED Evans (1987)	VISUAALSED UUDISVÄÄRTUSED Smaele, Greenen ja Cock (2017)
Negatiivsus	Negatiivsus	Kahjustused Vägivaldsus/agressioon Vastuolulisus	Täendusrikkus Relevantne kontekst Liikumine ja emotsioon	-
Isikustamine	Isikustamine	Emotsionaalsus	Liikumine ja emotsioon	Tõepärasus ja spontaansus Isikustamine
Ootamatus	Uudsus	Ootamatus	-	-
Viited elitaarsetele rahvustele ja inimestele	Prominentsus	Kuulsused/prominentsus	-	-
Täendusrikkus (kultuuriline lähedus)	Lähedus	-	Relevantne kontekst Sügavam tähendus	Lähedus
Järjepidevus	-	-	-	-
Kompositsioon	-	-	-	Kontekst (uudist ja fotot ümbritsevad elemendid)
Ühetimõistetavus	-	-	-	-
Künnis	-	-	-	-
Sagedus	-	-	-	-
-	Esteetika	Teostus ja tehnika	-	Tehniline korrektsus
-	Kooskõla	-	Relevantne kontekst	Illustreeriv ja informeeriv väärtus Tõepärasus
-	Aktuaalsus	-	Relevantne kontekst	-
-	Superlatiivsus	-	-	-
-	Mõjukus (sündmuse tagajärgede suurus)	-	Täendusrikkus	-
-	-	Seksuaalsus/erootilisus	-	-
-	-	-	-	Toimetuse pildikeele järgimine (Hoidumine „kollastest“ fotodest)

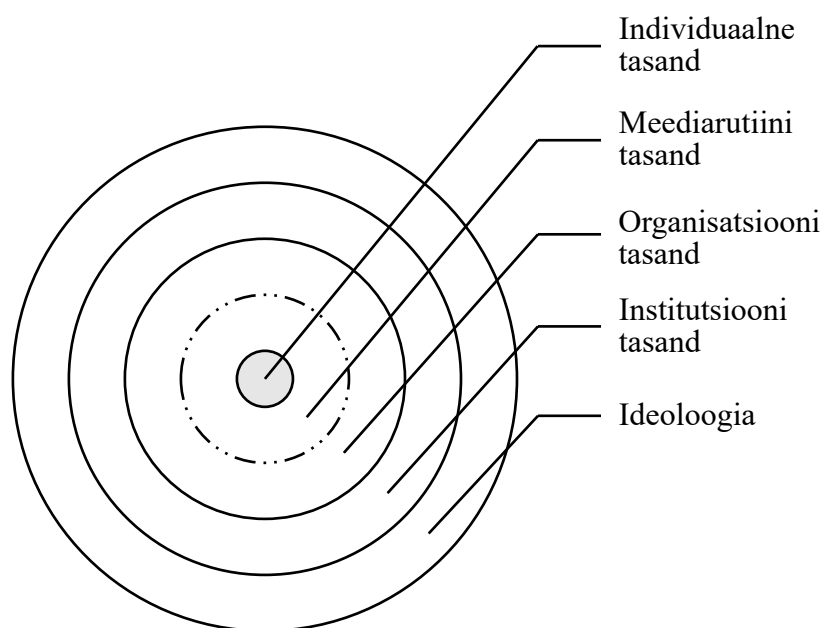
Võrreldes erinevate autorite poolt esitatud uudisväärtuseid, on näha, et kuigi suurem osa väärtustest ühtivad (nt isikustamine, lähedus ja esteetika), siis on palju ka selliseid väärtuseid, mis erinevad üksteisest tõlgendamise või detailsuse astmelt (nt superlatiivsus võib endas hõlmata prominentsust ning mõjukus negatiivsust). Samuti on märgata Caple ja Bednareki (2016: 436) poolt välja toodut, et ajaga muutub uudisväärtuste kontseptsioon laiemaks – seetõttu on

nimekirjades märgata selliseid kriteeriume nagu kontekst (Smaele jt, 2017) ning toimetuse pildikeele järgimine (*ibid*).

1.2. Meediasisu ning uudisfotode valimist mõjutavad tasandid

1950. aastatel alguse saanud väravavalve kontseptsioon püüdis vastata küsimusele, miks on väljaande uudisevalik just selline, nagu ta on – kontseptsioon eeldas vaid ühte „väravat“, ehk ühte komplekti valikukriteeriume ning individuaalset otsuste langetamist (McQuail, 2000, viidatud Tammeorg, 2012: 8 kaudu).

Esialgset väravavahi teooriat on edasi arendatud Shoemakeri ja Reese (2014) poolt, kes lisasid individuaalsele tasandile juurde veel meediatöö rutiinid, meediaorganisatsiooni omadused, sotsiaalsed institutsioonid ning sotsiaalsed süsteemid (ehk ideoloogia) (vt Joonis 1).



Joonis 1. Meediasisu mõjutavate tasandite hierarhiline mudel (Shoemaker ja Reese, 2014)

Individuaalne tasand hõlmab endas mõjutusi, mis tulenevad ajakirjaniku teadmistest, oskustest, hoiakutest ning kogemustest (*ibid*).

Meediarutiinide tasand käsitleb mõjutusi, mis tulenevad ajakirjandusliku töö väljakujunenud rutiinsetest praktikatest. Sellisteks rutiinideks on näiteks informatsiooni kogumine ja esitamine (*ibid*). Siia alla kuuluvad uudisväärtused ning ka meeskonnaliikmete rollid (nt ajakirjanik ja

fotograaf) uudise valmimisel. Meediarutiini tasandile on mõnevõrra sarnane ka organisatsiooni tasand, mis väljendub toimetusesiseses hierarhias ja rollijaotuses. Seetõttu käsitlen mõlemat tasandit edaspidi meediarutiini tasandi all.

Sotsiaalsete institutsioonide tasand hõlmab endas erinevaid organisatsiooniväliseid mõjutajaid, näiteks reklaamijad ja lugejad (*ibid*). Oma töö kontekstis keskendun selle tasandi puhul ajakirjandusele kui institutsioonile.

Viimane tasand on ideoloogiline, mis hõlmab endas laiemaid sotsiaalseid, poliitilisi, kultuurilisi ning majanduslikke mõjutajaid. Siia alla kuulub näiteks vabaturu väärtustamise või konkreetsete kultuuriruumide mõju ajakirjandusliku sisu loomisele (*ibid*).

1.2.1. Individuaalne tasand

Ühe esimese ajakirjanduslikke tööruutiine mõtestava uuringu viis 1950. aastal läbi David Manning White, kes uuris väravavahi rolli ajakirjanduses ning viise, kuidas ajakirjanikud töötavad (Shoemaker ja Reese, 2014: 112).

White'i (1950, viidatud Bissell, 2000 kaudu) sõnul mõjutab ajakirjanike otsuseid kõige enam individuaalne tasand. Individuaalsel tasandil mõjutavad ajakirjaniku tööd mitmed aspektid: varasemad kogemused, isiklikud väärtushinnangud, religioossed ja poliitilised vaated ning ajakirjanduslik haridus (Shoemaker ja Reese, 2014: 215–225).

Hilisemad uuringud on näidanud, et White'i lähenemine keskendus siiski vaid teema ühele tahule. Kui White uuris, kuidas mõjutab väravavahtide otsuseid individuaalne tasand, siis Schwalbe jt (2015) uurisid ka teiste tasandite mõju. Selgus, et kuigi uuringus osalenud fotograafide ja toimetajate sõnul mõjutavad uudisväärtuslike visuaalide valimist kõige enam tõepoolest nende isiklikud väärtushinnangud (individuaalne tasand), siis mõjutavad valikuid ka mitmed teised tegurid, mida ei saa tähelepanuta jätta – näiteks tööruutiin, tähtajad, eetikakoodeks, toimetuse mõju ning fotode allikas, kvaliteet ja kättesaadavus (*ibid*: 60). Seega võib Schwalbe jt (*ibid*) uuringu põhjal öelda, et kuigi väravavahi otsustusprotsessi mõjutab suuresti individuaalne tasand ja tema väärtushinnangud, ei saa tähelepanuta jätta ka väliseid mõjutajaid.

Sarnasele järeldusele jõudis ka Gans (1979), kelle sõnul kaaluvad organisatsiooni mõjud otsustusprotsessis väravavahi individuaalse tasandi üle. See, et väravavahi individuaalne tasand ei pruugi otsustusprotsessis olla kõige määravam, sai osaliselt kinnitust ka Voakesi (1997) uuringus.

Kuigi Voakes ei rõhutanud spetsiifiliselt organisatsiooni mõju otsustusprotsessis, selgub tema uuringust, et kokkuvõtlikult suunavad erinevad välised tegurid (näiteks huvigrupid, meediarutiinid, organisatsioon) värvavahi otsuseid rohkem kui individuaalne tasand.

1.2.2. Meediarutiini tasand

Meediarutiinid

Inimesed on sotsiaalsed olendid, kes käituvad teatud mustrite järgi, mida nad peavad endale iseloomulikuks, kuid mis on mõjutatud teiste inimeste poolt (Shoemaker ja Reese, 2014: 100). Sageli mõeldakse ja räägitakse teiste grupiliikmetega sarnaselt ning selle tulemusena kujunevad välja ühised käitumismallid, kuidas erinevatele sündmustele reageeritakse (*ibid*).

Ajakirjanike tööharjumused on sarnased – informatsiooni kogumise ja avaldamise puhul on tegemist rutiinsete ja korduvate käitumismustritega (*ibid*). Schwalbe jt (2015: 467) järgi tekib tööruutin individuaalsete värvavahtide omavahelise suhtluse tulemusena – töötajad adapteeruvad selle käigus enda kolleegide ja töökeskkonnaga ning võtavad omaks organisatsiooni mõtteviisi. Seega võivad ajakirjanikud teha otsuseid, mis tulenevad organisatsiooni tööruutiniist (Bissell, 2000: 82).

Ajakirjanike tööd mõjutab oluliselt tähtaegadest ja tööaja korraldusest tulenev surve (Shoemaker ja Reese, 2014: 196). Veebiväljaannetes töötavad ajakirjanikud puutuvad pidevalt kokku nii suurtes kogustes informatsiooniga, et neil on seda raske hallata (Witschge ja Nygren, 2009: 34). Veebiväljaande pidev nõudlus uue informatsiooni järele seab ajakirjaniku aga surve alla – ühe vähem jääb aega faktide kontrollimiseks ning seetõttu viiakse parandusi sisse ka peale seda, kui uudis on juba avaldatud (*ibid*: 46). Sündmuste kajastamist mõjutab ka meediaväljaande tööaja korraldus. Näiteks väljaspool tööaega toimunud sündmustel on väiksem võimalus saada uudistes kajastatud kui sündmustel, mis toimuvad tööaja sees (Shoemaker ja Reese, 2014: 196).

Võib öelda, et uudiseid toodavad nii ajakirjanikest üksikindiviidid kui ka ettevõtted, kus nad töötavad, – ajakirjanikud kirjutavad küll uudiseid ise, kuid kuuludes meediaorganisatsiooni, on nende otsused pidevalt selle poolt mõjutatud (Becker ja Vlad, 2009). Sellest lähtuvalt avaldavad meediaorganisatsiooni huvid nii otsest kui kaudset mõju sellele, millistel teemadel ja kuidas selles ettevõttes töötavad ajakirjanikud kirjutavad (Shoemaker ja Reese, 2014: 130). Shoemaker ja Reese (*ibid*: 139) toovad välja, et meediaorganisatsioonid on majanduslikud üksused, mille esmaseks

eesmärgiks on olla majanduslikult kasumlikud ning sekundaarseks eesmärgiks toota kvaliteetset uudissisu ja seeläbi teenida avalikkust. Kuigi ajakirjanikud ei mõtle aktiivselt selle peale, kas konkreetne uudis on majanduslikult tasuv, mõeldakse selle peale, kas see võiks pakkuda auditooriumile huvi (*ibid*: 141). Seetõttu võivad ajakirjanikud tunda survet luua uudissisu just sellele auditooriumile, kes on reklaamijate sihtrühmaks (Becker ja Vlad, 2009).

Edasi- ja tagasiside

Siinkohal tuleb silmas pidada ka seda, et meediarutiinid mitte ainult ei mõjuta, vaid ka otseselt piiravad ajakirjaniku kui väravavahi valikuid. Shoemaker ja Reese (2014) toovad välja, et sündmuse kajastamisega on seotud mitmeid inimesi ning igaüks neist mõjutab seda, milliseid sündmuse aspekte rõhutatakse. Seetõttu võib ühe sündmuse kajastamisega tegelevaid inimesi määratleda kui meeskonda. Veebiuudiste kontekstis moodustavad ühe meeskonna näiteks veebitoimetaja/reporter ning fotograaf.

Meeskonnas töötamine loob võimaluse erinevate oskuste ja kogemustega inimestel parema lõpptulemuse nimel kokku tulla ja ühiselt töötada projektide või probleemide kallal (London, 2003). Samas tähendab see ka seda, et meeskonnaliikmed on üksteisest sõltuvad ning edukaks meeskonnatööks peavad nad üksteisele andma nii konstruktiivset tagasi- kui ka edasisidet (*ibid*). Kui tagasiside annab ülesande sooritusel kohta tagasivaatavat informatsiooni, siis edasiside annab juhiseid eesootavaks ja tulevaseks tööks (Harro-Loit, 2019).

Siinkohal on oluline eristada uudisfotode valimise protsessi erinevaid etappe, kus igas etapis on eri meeskonnaliikmetel erinev roll sündmuse kajastamisel. Käesoleva uurimistöö raames eristan kahte peamist etappi: 1) ajakirjaniku ja fotograafi vaheline informatsioonivahetus ning fotograafi otsused sündmuse jäädvustamisel; 2) ajakirjaniku valik, milliseid fotograafi tehtud fotosid kasutada. Esimese etapi puhul on fotograaf see, kes langetab sündmuspaigal otsuse, milliseid uudisväärtuseid sündmuse puhul esile tuua. Teises etapis, kui fotod on pildipanka üles laetud, on otsustav roll juba ajakirjanikul, kes olemasolevate piltide hulgast peab langetama valiku. Küll aga ei langeta ajakirjanik ja fotograaf neid otsuseid teineteisest sõltumata, sest neid etappe läbivat informatsioonivahetust saab käsitleda kui edasi- ja tagasisidet, mis on eduka meeskonnatöö üheks eelduseks (London, 2003).

Brookhart on välja toonud neli erinevat tegurit, mis mõjutavad tagasiside andmise efektiivsust (Brookhart, 2008, viidatud Harro-Loit, 2019 kaudu). Nendeks on:

- 1) ajastus (kui palju tagasisidet ning kui sageli);

- 2) maht (kui üksikasjalik);
- 3) vorm (suuline, kirjalik, visuaalne);
- 4) tagasiside vastuvõtja (üksikisik, meeskond) (*ibid*).

Veebiuudiste puhul mõjutab informatsiooni vahetamise ajastus seda, kas tegemist on edasi- või tagasisidega – kui informatsiooni on jagatud enne pildistamise toimumist, on tegemist edasisidega ning kui peale pildistamist, siis tagasisidega (Harro-Loit, 2019: 1). Maht mõjutab näiteks seda, kuivõrd üksikasjalikult annab ajakirjanik fotograafide valmiva loo kohta sisendit ning kui palju jagab fotograaf oma mõtteid seoses eesootava pildistamisega. Vorm määrab selle, milliste kanalite ja meediumite vahendusel ajakirjanik ja fotograaf on informatsiooni vahetanud. Kuulajaskond tähendab seda, kas ajakirjanik jagab oma ootusi seoses uudisloo fotodega näiteks toimetuse koosolekul või fotograafiga eraviisiliselt.

Tagasiside andmisel tuleks silmas pidada ka seda, kas sellel on positiivne mõju tulevaste tööülesannete täitmisele (*ibid*). Hinnangutel põhinev tagasiside ei pruugi ülesande sooritajale anda informatsiooni, kuidas oma tööd tulevikus paremini teha (*ibid*). Seega hinnangulisest tagasisidest nagu „see on äge foto“ või „see foto on väga hästi/halvasti tehtud“ ei ole ajakirjanikule või fotograafidele oma töötulemuse hindamisel kuigi palju abi.

Harro-Loiti (*ibid*: 6) sõnul on neutraalne ja kirjeldav edasi- ja tagasiside oluline eeskätt negatiivsete sõnumite puhul. Kujutame ette olukorda, kus ajakirjanik ei ole rahul fotograafi tehtud fotodega. Hinnanguline tagasiside oleks sellises olukorras: „Need fotod on igavavõitu. Kas sa saaksid teha veidi põnevamad fotod?“. Kirjeldav tagasiside oleks näiteks selline: „See inimene poseerib nende fotode peal, aga ehk edastaksid need fotod artikli sisu paremini, kui ta oleks tegevuses.“ Selline kirjeldav informatsioon aitab meeskonnaliikmetel paremini üksteise mõtteid ning ootuseid mõista.

Mitmetes varasemates uuringutes (Fahmy, 2005; Kratzer ja Kratzer, 2003) on tõdetud, et fotoajakirjanike töö põhimõtted ei ole kuigi täpselt reguleeritud ning seetõttu on nende pildistamist puudutavad otsused subjektiivsed. Fahmy (2005: 151) toob välja, et kui ajakirjanikud tavaliselt väldivad vägivaldsete visuaalide avaldamist, sest need on vastuolus hea tavaga, siis näiteks sõdade puhul ollakse valmis selliseid fotosid tõe nimel avaldama. Sama küsimus puudutab ka fotograafe – kust tõmmata joon selle vahel, mida ajakirjanikuna on eetiline kajastada ning mida ei ole (*ibid*).

1.2.3. Sotsiaalsete süsteemide tasand

Sotsiaalsed süsteemid tervikuna moodustavad aluse, millele ühiskonna toimimine ning sealhulgas meediasisu tootmine on üles ehitatud (Shoemaker ja Reese, 2014: 93). Seeläbi mõjutavad need süsteemid meediaorganisatsioonide tekkimist ja lagunemist, meediarutiinide väljakujunemist ja muutumist ning ka ajakirjanike isiklike töekspidamisi. Shoemaker ja Reese (*ibid*) eristavad nelja peamist sotsiaalset alasüsteemi: ideoloogiline, majanduslik, poliitiline ning kultuuriline alasüsteem.

Rääkides poliitilisest alasüsteemist, omavad valitsused alati kas vähemal või rohkemal määral võimu meediaorganisatsioonide üle – kõige ilmselgem kontrollimehhanism on valitsuse poolt seatud regulatsioonid meediaorganisatsioonide tööle (*ibid*: 121). Kui erameedia ettevõtteid saab mõjutada seaduste, regulatsioonide ja maksude abil, siis avalik-õiguslikke meediakanaleid on võimalik mõjutada otseselt läbi toetuste (*ibid*).

Ekströmi, Johanssoni ja Larssoni (2006) sõnul on ajakirjanduse üks tähtsamaid ülesandeid paljastada ning juhtida tähelepanu valedele ning tuua domineerivate gruppide poolt pakutud seletuste tagant välja päris tõde. Ka Wahl-Jorgensen ja Hunt (2012) toovad välja, et ajakirjanikud peaksid töötama avalikkuse heaks ning seadma avalikkuse huvid kõrgemale kui võimu või domineerivate inimgruppide omad. Seega mõjutab ajakirjanike otsustusprotsessi ka see, mida nad peavad avalikkusele oluliseks ning kasulikuks infoks.

1.2.4. Eetilised kaalutlused

Kuigi eetilised valikud toimuvad nii individuaalsel, organisatsiooni kui ka meediarutiini tasandil, toon need selguse huvides selles peatükis eraldi välja.

Eesti Pressifotograafide Liidu eetikakoodeksis kirjutatakse, et fotod võivad paljastada ebaõiglust ning ühendada inimesi läbi visuaalse mõistmise keele (Eetikakoodeks, 2011). Samas hoiatatakse ka selle eest, et fotod võivad põhjustada olulist kahju, kui nad on sissetungivad või manipuleerivad (*ibid*).

Kuigi EPFL eetikakoodeks on loodud abivahendiks, mille järgi fotode tegemisel ja ka valimisel juhinduda, ei sea see selgesõnalisi reegleid, kuidas teatud olukordades käituma peaks. Kõik eetiliselt keerulised olukorrad, mida fotograaf pildistab, on unikaalsed ning seetõttu on fotograafil

vaja nendes situatsioonides rakendada moraalset kaalutlemisioskust (Harro-Loit, 2015: 32). Selliste moraalsete kaalutlemiskohtade mõistmiseks on kasulik Potteri kasti mudel (Christians jt, 1991: viidatud Juurik, 2012: 12 kaudu) Potteri kast on eetiliste dilemma analüüsimiseks mõeldud mudel, mis koosneb neljast osast:

- 1) situatsiooni määratlemine – olukorda puudutavad faktid ja asjaolud;
- 2) väärtuste määratlemine – väärtused, mis mõjutavad otseselt või kaudsemalt otsustamist. Kõnealused väärtused ei ole ainult moraalsed, vaid võivad olla ka professionaalsed (nt uudisväärtused);
- 3) printsiipide määratlemine – väärtustest tuletatud praktilised käitumisjuhised (nt eetikakoodeks);
- 4) lojaalsuste määratlemine – lojaalsus määratleb, kelle suhtes on otsuse langetajal kohustusi. Ajakirjanikul on tavaliselt kohustused avalikkuse, tööandja-toimetaja ja ka kaastööliste ees (*ibid*).

Rakendades Potteri kasti uudisfotode tegemise situatsioonis, on võimalik selgitada, kuidas toimub moraalne kaalutlemine olukordades, mis on fotograafi jaoks eetiliselt keerulised. Kõigepealt on oluline, et fotograaf oleks olukorra suhtes tundlik ning oskaks määratleda, millised situatsiooni aspektid võivad olla eetiliselt keerulised. Seejärel on oluline teadvustada, millised väärtused ja printsiibid konkreetse situatsiooni puhul kehtivad. Selliseks kaalutluskohaks võib olla privaatsus vs avalik huvi – näiteks saab tuua Euroopa Inimõiguste Kohtu Hannover vs Saksamaa (2) kaasuse, kus kohus otsustas, et Monaco kuningliku perekonna eraelu puudutavate ning tervislikku seisundit näitavate piltide avaldamine on suure avalikkuse huvi tõttu õigustatud (Inimõiguste kohtu..., 2012). Samuti tuleb määratleda fotograafi lojaalsusvalikud, millest sõltub, kelle huvidest ta ühe või teise otsuse langetamisel lähtub – näiteks, kas fotograaf teeb pilti leinavast inimesest, mis koguks veebis palju klikke (ning on seeläbi lojaalne ettevõttele) või ta jätab selle foto tegemata ning on seeläbi lojaalne oma allikale. Kirjeldatud eetiliste otsuste langetamise teeb Keeble (2000:1, viidatud Kuulpak, 2019: 4 kaudu) sõnul keeruliseks ka ajapuudusest tulenev surve, mistõttu peavad nii ajakirjanikud kui ka fotograafid langetama moraalseid otsuseid lühikeses ajaaknas.

Uudisfotode eetika diskursus puudutab peamiselt vägivalda ja surmavisuaali moraalseid kaalutlusi. Näiteks Kuulpaki (2019: 37) uuringust selgub, et surmavisuaalide avaldamisel seisavad ajakirjanikud silmitsi kolme peamise kaalukategooriaga: raha, väärtused ja eetika ning mõju ühiskonnale. Teisisõnu öeldes on kaalutluskohtadeks meediamajanduslik mõju, hukkunu ja tema lähedaste väärkuse austamine ning avalik huvi. Samas võimaldab Potteri mudel analüüsida ka

situatsioone, mis puudutavad privaatsust ja inimväärikust – see puudutab näiteks küsimusi, kas vaese inimese vaesust võib ilma tema nõusolekuta visualiseerida või kas porilompi kukkunud inimest on eetiline pildistada.

Kuigi eetilistest kaalutlustest on selles peatükis kirjutatud eeskätt fotograafide näitel, kehtivad kõik need samad väärtused, printsiibid ja lojaalsused ka uudisfotode valiku etapis, kus olemasolevate fotode hulgast teeb lõpliku valiku ajakirjanik.

2. UURIMISKÜSIMUSED

Bakalaureusetöö eesmärgiks on kaardistada uudisfotode valimise protsessi Eesti erameedia ettevõtete veebitoimetustes. Samuti on eesmärgiks välja selgitada, millistel kaalutlustel ajakirjanikud fotosid uudislugude juurde valivad, millised erinevad mõjutasandid nende otsustusprotsessi mõjutavad ning milline on ajakirjaniku ja fotograafi vahelise suhtluse mõju uudisfotode valimisel ja valmimisel.

Lähtudes teoreetilisest raamistikust ning teistes riikides läbi viidud sarnastest uuringutest, püstitasin kaks peamist uurimisküsimust ning ühe alaküsimuse:

- 1. Milliste uudisväärtuste alusel ajakirjanikud uudisfotosid valivad?**
- 2. Milliseid mõjutusi ajakirjanikud uudisfotode valimisel tajuvad?**
 - **Milline on ajakirjaniku ja fotograafi vahelise edasi- ja tagasiside (või selle puudumise) mõju uudisfotode valikule?**

3. MEETOD JA VALIM

Selles peatükis annan ülevaate, milliste põhimõtete alusel on koostatud käesoleva bakalaureusetöö valim. Samuti kirjeldan andmete kogumise, töötlemise ning analüüsimise põhimõtteid.

3.1. Valim

Empiirilise materjali kogumiseks ning analüüsimiseks moodustasin valimi sihipärase valimi põhimõttel. Sihipärase valimi puhul valib uurija ise uuritavad, püüdes seejuures leida populatsiooni kõige tüüpilisemad esindajad (Rämmer, 2014). Samuti võimaldab see valimisse kaasata just need uuritavad, kes sobivad kõige paremini uurimisküsimustele vastama (Marshall, 1996). Sihipärase valimi puhul on oluline silmas pidada selle variatiivsust – valimisse peaks kuuluma võimalikult erinevate perspektiividega inimesed (Higginbottom, 2004: 17, viidatud Koerber ja McMichael, 2008: 464 kaudu). Ka Marshalli (1996: 523) sõnul on sihipärase valimi puhul vanus, sugu ning sotsiaalne klass olulised muutujad.

Eelnevaid põhimõtteid silmas pidades koostasin valimi, kuhu kuulub seitse ajakirjanikku ning kolm fotograafi (vt Tabel 2). Intervjueeritavad töötavad Delfi, Postimehe ning Õhtulehe toimetustes. Valimit koostades pidasin silmas, et intervjueeritavad oleksid võimalikult erineva töökogemusega, erinevast soost ning jaotuksid enam-vähem võrdselt kolme erineva väljaande vahel. Tulenevalt sellest, et käesolev bakalaureusetöö keskendub veebiajakirjandusele, oli valimisse arvamise kriteeriumiks kas igapäevane või hiljuti töötamine mõnes veebiuudiste toimetuses.

Valimisse kuulub rohkem ajakirjanikke kui fotograafe – seda põhjusel, et minu töö keskendub eeskätt ajakirjaniku perspektiivile. Fotograafide valimisse kaasamise eesmärgiks on paremini mõista ajakirjaniku ja fotograafi vahelist suhtlust ning saada ka parem ülevaade uudisfotode valimisest tervikuna.

Samuti on oluline välja tuua, et valimisse kuuluvad vaid erameedia väljaannete töötajad. Esialgu plaanisin intervjueerida ka avalik-õiguslikus meedias töötavaid ajakirjanikke ja fotograafe, kuid vältimaks meediaorganisatsiooni omandisuhtest tulenevaid eripärasid, otsustasin käesolevas töös keskenduda vaid erameediale. Mõlemat tüüpi meedias töötajate kaasamisel oleks tekkinud küll võimalus võrrelda ka organisatsiooni omandisuhtest tulenevaid eripärasid uudisfotode valimisel,

kuid plaanitud valimi suurus ei oleks olnud piisavalt esinduslik, et esitada usaldusväärseid ning paikapidavaid järeldusi. Seega tuleb silmas pidada, et käesoleva töö tulemused ja järeldused kehtivad eeskätt erameedia kanalite kontekstis.

Tabel 2. Valimisse kuuluvad ajakirjanikud ja fotograafid

TÄHIS	AMET	TÖÖKOGEMUS AJAKIRJANIKU/ FOTOGRAAFINA
I1	Reporter/toimetaja	Alla 5 aasta
I2	Reporter/toimetaja	Alla 5 aasta
I3	Reporter/toimetaja	Üle 10 aasta
I4	Reporter/toimetaja	Alla 5 aasta
I5	Reporter/toimetaja	Üle 5 aasta
I6	Reporter/toimetaja	Alla 5 aasta
I7	Reporter/toimetaja	Alla 5 aasta
F1	Fotograaf	Üle 10 aasta
F2	Fotograaf	Üle 10 aasta
F3	Fotograaf	Üle 10 aasta

Tulenevalt sellest, et ajakirjanikud ja fotograafid jagasid minuga arvamusi ja teavet, mille avalikuks saamise korral võivad nad toimetuses sattuda negatiivse tähelepanu alla, tagan ma nende anonüümsuse. Seetõttu kasutan ajakirjanike tsiteerimisel lühendeid I1, I2 jne ning fotograafide tsiteerimisel lühendeid F1, F2 jne. Samuti ei nimeta ma tsitaatides ajakirjanike ja toimetuste nimesid või konkreetseid tööriistu, mille põhjal on võimalik tuvastada kas intervjuueeritavat või väljaannet, kus ta töötab. Intervjuueeritavate anonüümsuse tagamine võimaldab allikatel tunda ennast vabamalt ning loob võimaluse jagada informatsiooni, mida avalikult ei jagataks (Saunders, Kitzinger ja Kitzinger, 2015).

3.2. Andmekogumismeetodid

Bakalaureusetöös kasutan kvalitatiivset uurimismeetodit, mis on oma olemuselt suunatud inimeste kogemuste, arusaamade ja tõlgenduste mõistmisele (Laherand, 2008: 24). Uuringu peamiseks eesmärgiks on uurida uudisfotode valimise protsessi just läbi ajakirjanike perspektiivi. Ajakirjanike praktikate ning kaalutluskohtade kõige paremaks mõistmiseks soovin mõista ka nende mõttemaailma ning nagu viitavad (Gorman ja Clayton, 2005: 3), on seda kõige parem teha läbi kvalitatiivse uuringu.

Uurimisküsimustele vastamiseks viisin läbi poolstandardiseeritud intervjuud. Intervjuu eelis teiste andmekogumismeetodite ees on selle paindlikkus (*ibid*), mis on minu töö kontekstis oluline, sest see jätab võimaluse küsimuste ja teemade käsitlemiseks, mille peale ma intervjuud kavandades ei osanud mõelda (Gorman ja Clayton, 2005: 127). Seega on poolstandardiseeritud intervjuuga võimalik jõuda vastaja „tegelizele“ mõtetele lähemale kui struktureeritud intervjuu või ankeetküsimuse puhul (Lagerspetz, 2017: 166). Samuti on intervjuu sobiv meetod, kui kõne all on vähe uuritud valdkond ning uurijal on vastuste suunda raske ette näha (Laherand, 2008: 178).

Kuna puutun osade intervjuueeritavatega tööalaselt kokku, olen ma teatud intervjuude puhul siseringi uurija (Blakie 2009, viidatud Murumaa-Mengel, 2014 kaudu). Kuigi Gormani ja Claytoni (2005: 126) sõnul kaob silmast-silma intervjuude puhul intervjuueeritavate täielik anonüümsus ning nad ei pruugi tundlikel teemadel niivõrd avatult rääkida, leian, et siseringi uurijaks olemine võib selle probleemi lahendada. Siseringi uurijaks olemise üheks peamiseks eeliseks on nimelt see, et varasem suhe intervjuueeritavatega julgustab neid teemast ausalt rääkima (Bonner ja Tolhurst, 2002, viidatud Unluer, 2012 kaudu). Samas võib see endaga kaasa tuua teatavat kallutatust, mistõttu pean eriti tähelepanu pöörama enda kriitilise meele säilitamisele (Costley, Elliott ja Gibbs, 2010).

Kui seminaritöö raames läbi viidud neli intervjuud toimusid silmast-silma, siis järgnevad kuus intervjuud toimusid tulenevalt eriolukorrast videosilla, täpsemalt Skype'i vahendusel. Sullivani (2014) sõnul pakuvad videointervjuud peaaegu sama autentsuse taset mis silmast-silma intervjuud, sest videopilt võimaldab jälgida ka intervjuueeritavate ilmeid ja käitumist. Samas eeldab videointervjuu toimumine hea internetiühenduse olemasolu ning intervjuueeritavate teatavat digipädevust (Janghorban jt, 2014: 1). Käesoleva töö puhul raskendas kehv internetiühendus ühe intervjuueeritava mõistmist, mistõttu tuli intervjuueeritaval sageli oma sõnu korrata. Ühe intervjuu keskmine pikkus oli umbes 50 minutit.

3.2.1. Intervjuukava

Bakalaureusetöö raames koostas in kaks intervjuukava – üks ajakirjanikega ning teine fotograafidega vestlemiseks. Intervjuukavade koostamisel lähtusin uurimisküsimustest ning töö teoreetiliseist raamistikust. Samuti koostas in kavad lähtudes poolstruktureeritud intervjuu põhimõtetest, sest arvestasin võimalusega, et vestluse sujuvuse huvides tuleb mul küsimuste järjekorda intervjuu jooksul muuta (Lepik jt, 2014).

Intervjuukavade esimene teemaplokk on sissejuhatav, kus selgitan uurimistöö tausta, uurin intervjuueeritava varasema kogemuse kohta ja palun vabas vormis kirjeldada fotode valimise protsessi ning nende funktsiooni uudise juures. Tänu selles teemaplokis esitatud avatud küsimustele kerkisid mitmel puhul esile teemad, millega ma intervjuukava koostades ei olnud arvestanud, kuid mis, nagu intervjuu käigus selgus, on fotode valimise juures olulised aspektid.

Intervjuukavade järgmiste teemaplokkide sisu sõltus sellest, kas ma vestlesin ajakirjaniku või fotograafiga. Ajakirjanikega läbi viidud intervjuude eesmärgiks oli kaardistada:

- 1) milliste uudisväärtuste põhjal nad fotosid valivad;
- 2) millised on erinevad mõjud uudisfotode valimise protsessile;
- 3) milline on lugejate ja toimetuse tagasiside fotode valikule ja kuivõrd on see mõjutanud edaspidist fotode valikut;
- 4) milline on ajakirjaniku ja fotograafi vahelise edasi- ja tagasiside mõju uudisfotode valimisele.

Fotograafidega viisin läbi intervjuud eesmärgiga käsitleda uudisfotode valimist tervikuna ning välja selgitada:

- 1) milline on uudisfotode valmimise ja valimise protsess fotograafi perspektiivist;
- 2) milliseid uudisväärtuseid peavad fotograafid sündmuseid pildistades silmas;
- 3) millist sisendit saavad fotograafid enne pildistamist ning millist sisendit nad sooviksid saada;
- 4) milline on fotograafi ja ajakirjaniku vahelise edasi- ja tagasiside mõju uudisfotode tegemisele.

3.2.2. Katsed

Täiendavate andmete kogumiseks viisin seminaritöö (Kaasik, 2020) raames kolme ajakirjanikuga läbi ka katse. Algselt plaanisin viia katsed läbi ka kõikide bakalaureusetöö raames intervjuueeritud ajakirjanike ja fotograafidega, kuid videosilla vahendusel polnud selleks paraku võimalust. Seda seetõttu, et katse usaldusväärsuse huvides tuleks kasutada enam-vähem sarnast platvormi sellele, mida ajakirjanikud enda igapäeva töös uudisfotode valimisel kasutavad. Lisaks on katse puhul oluline, et platvorm võimaldaks tulemusi salvestada. Selliseid võimalusi pakkuvat veebipõhist platvormi, mida on kõikidel osapooltel võimalik tasuta kasutada, ma paraku ei leidnud.

Nagu minu seminaritöö (*ibid*) tulemused näitasid, on uudisfotode valimine pigem intuitiivne tegevus ning konkreetsete visuaalsete uudisväärtuste peale otseselt ei mõelda. Intervjuude käigus on võimalik koguda andmeid ajakirjanike tööd mõjutavate universaalsete uudisväärtuste ja mõjutavate tegurite kohta, kuid individuaalse tasandi mõjutusi on sel moel keeruline uurida, sest ajakirjanikud ei pruugi neid endale teadvustada. Katsete peamiseks eesmärgiks on välja selgitada, kuidas erinevad ajakirjanikud sarnase pildivalikuga olukordades toimivad ning seeläbi anda vastus küsimusele, millised on individuaalse tasandi mõjud uudisfotode valimisele.

Katses palusin ajakirjanikel tutvuda kolme-nelja varasemalt avaldatud uudisega. Uudised valisin selle järgi, et kajastatud sündmused oleksid oma olemuselt võimalikult erineva ajakriitilisuse ning visuaalse uudisväärtuslikkusega (vt Joonis 2). Eristades uudised ajakriitilisuse ning visuaalse uudisväärtuslikkuse poolest saan analüüsida kummagi muutuja mõju valikukriteeriumidele.

Katsetes kasutatud uudised:

- 1) „Tartu ülikooli peahoone kõrvalt leiti kahe mehe skeletid, kellest üks oli elusana kas sõjamees või tihe baarikakleja“. Peamisteks uudisväärtusteks on negatiivsus, uudsus ja lähedus;
- 2) „Nõmmel sõitis auto elumajja, kus viibinud laps sai viga. Juht põgenes“. Peamisteks uudisväärtusteks on negatiivsus, lähedus ja mõjukus;
- 3) „Coop Panga aktsia langes päeva alguses. Osa langust on tasa tehtud“. Peamised uudisväärtused on negatiivsus ja prominentsus;
- 4) „Tartus toimub Tartu rahu aastapäeva puhul tõrvikurongkäik“. Peamised uudisväärtused on lähedus, aktuaalsus ja esteetilisus;
- 5) „Eesti riigipeale andsid volikirjad Kreeka, Jaapani, Küprose ja Jordaania Hašimiidi Kuningriigi suursaadikud“. Peamine uudisväärtus on prominentsus.

Uudiste juurde esitasin valiku uudisfotodest, mille fotograafid olid sündmustel teinud ning laadinud pildipanka. Seetõttu oli katsete pildivalik identne sellega, mille hulgast pidi ajakirjanik ka reaalses tööolukorras valima. Seejärel palusin intervjuueeritavatel järjestada uudisfotod paremuse järjestuses, pidades silmas ka uudise sisu, kuhu juurde see foto läheks. Palusin ajakirjanikel enda valikuid põhjendada ning tegin paremusjärjestustest kuvatõmmised. Tööolukorras valivad veebiajakirjanikud pilte arvutiekraanilt. Selleks, et luua võimalikult sarnased tingimused reaalsele olukorrale, palusin ka mina intervjuueeritavalt teha paremusjärjestus just arvutiekraanil.

Samas on oluline pidada silmas seda, et kuna katsed on tehtud seminaritöö raames, mis keskendus Delfi veebitoimetusele, on katsed tehtud Delfi ajakirjanikega ning seeläbi saadud tulemuste üldistamisel tuleb olla ettevaatlik. Samuti on katse miinuseks on see, et tegemist ei ole täielikult kontrollitud keskkonnas läbi viidud eksperimendiga. Seetõttu ei saa katse tulemusi võtta kui absoluutset tõde vaid neisse tuleb suhtuda teatava kriitikaga.

3.3. Andmetöötlusmeetod

Andmeanalüüsiks kasutasin bakalaureusetöös kvalitatiivse sisuanalüüsi meetodit, mis võimaldab keskenduda teksti peamistele tähendustele (Kalmus, Masso ja Linno, 2015). Samuti võimaldab kvalitatiivne sisuanalüüs süstematiseerida latentset, ridade vahele peidetud sisu, kui intervjuueeritavad ei ole kasutanud samu sõnu või väljendeid (Lagerspetz, 2017: 249).

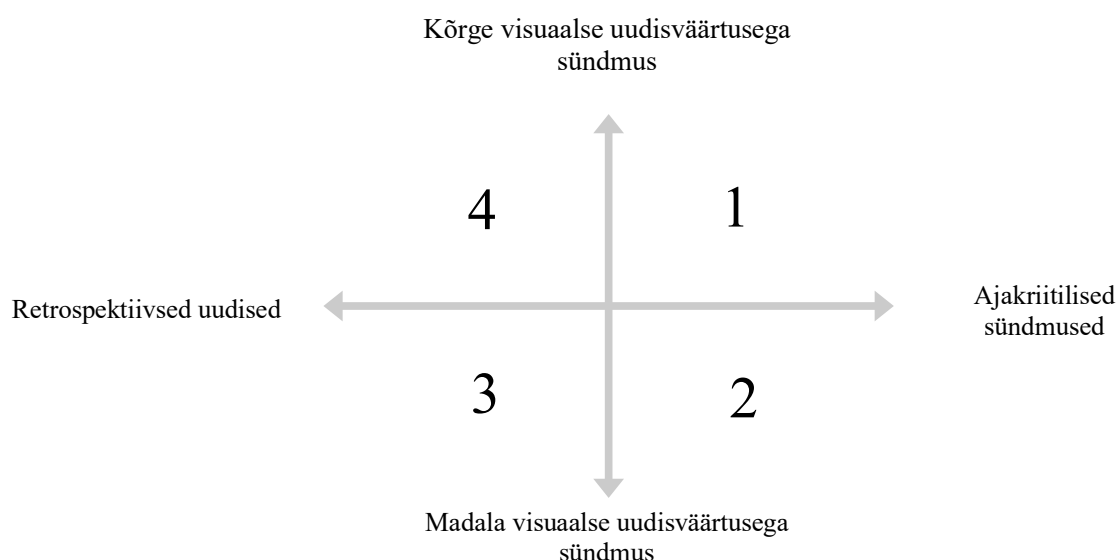
Kodeerimisel kasutan nii induktiivset kui ka deduktiivset lähenemist. Deduktiivse ehk teooriapõhise analüüsi puhul on lähtekohaks teoreetiline raamistik ning analüüsikategooriad luuakse sellest lähtuvalt; induktiivse ehk empiiriapõhise analüüsi puhul pole lähtekohaks mitte eelnevalt paika pandud teooria, vaid analüüsikategooriad tuletatakse kogutud andmetest (Lagerspetz, 2017: 253). Induktiivse ja deduktiivse lähenemise kombineerimine võimaldab toetuda olemasolevale teooriale, kuid samas olla avatud uutele ilmingutele (Kalmus jt, 2015).

Kõigepealt transkribeerisin ajakirjanike ning fotograafidega tehtud intervjuud arvutisse ja seejärel hakkasin üles märkima ühisosasid, mis transkriptsioonide korduval lugemisel välja koorusid. Sel moel tekkisid induktiivsed koodid nagu „ekraani suurus“ ja „narratiivsus“. Seejärel hakkasin kodeerima, lähtudes käesoleva töö teoreetilises osas välja toodud visuaalsetest uudisväärtustest,

erinevatest mõjutasanditest ning eetilistest kaalutluskohtadest. Sellisteks deduktiivseteks koodideks olid näiteks „esteetilisus“ ning „töötempo“.

Nagu minu seminaritöö raames läbiviidud intervjuudest selgus (Kaasik, 2020), siis uudisfotode valimise kriteeriumid sõltuvad suuresti kajastatava sündmuse olemusest. See tähendab, et ajakriitiliste sündmuste korral võtavad ajakirjanikud arvesse hoopis teisi kriteeriume kui retrospektiivsete uudiste puhul. Ajakriitiliste sündmuste all pean silmas ootamatuid ning ajas kiiresti arenevaid sündmuseid, mille puhul kohe on oluline uudisväärtus. Sellisteks sündmusteks on näiteks õnnetused, katastroofid või muud kiiresti ajas arenevad sündmused. Retrospektiivsed uudised kajastavad aga sündmuseid, mis on juba toimunud ja/või ei arene ajas enam oluliselt või kiiresti edasi. Sellised uudised on näiteks intervjuud, tagasivaatavad lood või sündmused, mille toimumist on ette teada.

Samuti mõjutab uudisfotode valimist see (*ibid*), kas kajastatav sündmus on visuaalselt kõrge uudisväärtusega või mitte. Kõrge visuaalse uudisväärtusega sündmuste all pean silmas näiteks õnnetusi, ebatavalisi loodusnähtuseid ning sündmuseid, mille puhul on mõni visuaalne uudisväärtus tugevalt esindatud. Madala visuaalse uudisväärtusega sündmuste alla kuuluvad aga sündmused, mille puhul on visuaalsed uudisväärtused nõrgalt esindatud (nt asutuste avamised, pressikonverentsid) või teemad, mida on keeruline visualiseerida (nt majandusuudised ja abstraktsed nähtused ja sündmused).



Joonis 2. Sündmuse ajakriitilisus ning visuaalne uudisväärtuslikkus

Sellest lähtuvalt eristan enda bakalaureusetöös kõrge ja madala visuaalse uudisväärtusega ning ajakriitilised ja retrospektiivsed sündmused, mis annab täiendava võimaluse analüüsida, milliste sündmuste puhul milliseid valiku kriteeriume ajakirjanikud rakendavad. Varasemas uudisfotode valikukriteeriume puudutavas teoreetilises käsitluses ei ole kuigi palju sündmuse olemusele tähelepanu pööratud – minu bakalaureusetöö puhul on see unikaalne ja innovaatiline osa.

4. TULEMUSED

Käesolevas peatükis annan ülevaate intervjuude käigus kogutud tulemustest. Kõigepealt kirjeldan, millistest kanalitest ning milliste kriteeriumide alusel ajakirjanikud uudisfotosid valivad. Seejärel annan ülevaate erinevatest mõjutasanditest, mida ajakirjanikud ja fotograafid uudisfotode puhul välja tõid. Viimaks kirjeldan, kuidas ajakirjaniku ja fotograafi koostöö ja suhtlus mõjutavad uudisfotode valimist ning valmimist.

Teksti ladususe huvides kasutan järgnevaid lühendeid:

- 1) ajakriitiline = AK;
- 2) retrospektiivne = RS;
- 3) kõrge visuaalse uudisväärtusega = KVU;
- 4) madala visuaalse uudisväärtusega = MVU.

4.1. Uudisfotode hankimise kanalid

Siinkohal on oluline ära märkida, et see, millistest kanalitest ajakirjanikud fotosid valivad, ei ole alati ühene. Ajakirjanike sõnul on kanal, millest nad uudisfotosid valivad väga situatsioonipõhine. See sõltub paljudest erinevatest teguritest nagu näiteks sellest, kas toimetuse fotograaf on jõudnud fotod saata enne lugejat, kas ajakirjanik teab, et pildipangas on sobilik foto, kas konkreetse uudise kontekstis on sobilik kasutada sümbolfotot jne.

Sellegipoolest saan ma kirjeldada kõige tüüpilisemaid uudisfotode valimise praktikaid, mis intervjuude käigus selgusid. Ilmnes, et fotode hankimise kanal oleneb kõige enam kajastatava sündmuse ajakriitilisusest. Visuaalse uudisväärtuslikkuse lõikes ilmnemad väiksemad erinevused.

Ajakriitilised sündmused

AK sündmuste uudisfotode üheks kõige olulisemaks valikukriteeriumiks on koheusus. See tähendab, et fotosid valitakse selle järgi, kust neid parasjagu kõige kiiremini on võimalik saada. Kui toimetusse on jõudnud informatsioon mõne ootamatu sündmuse kohta, siis suure tõenäosusega pole toimetuse fotograaf seda veel pildistada jõudnud. Seetõttu valitakse AK uudise

juurde enamasti kõigepealt sümbolfoto. Sümbolfotode all peetakse silmas selliseid fotosid, mis sobivad või on tehtud eesmärgiga illustreerida erinevaid sarnasel teemal kirjutatud uudiseid.

I2: „Sümbolpildid on esimene go-to pilt, et kui midagi juhtub /---/ Et see on see koht, et operatiivsuse mõttes läheb mingi lugu välja ja kui on võimalik ja tuleb uuemat materjali peale, siis sa hakkad valima sinna.”

AK sündmuste puhul saabuvad lugejapildid enamasti enne, kui toimetuse fotograafi fotod. Samuti eelistatakse lugejafotosid AK sündmuste puhul sümbolfotodele. Seetõttu kasutatakse järgmisena enamasti lugejafotosid.

Kui toimetuse fotograaf on jõudnud sündmuskohale ja fotod saatnud, siis järgmisena kasutatakse neid fotosid. Ajakirjanike sõnul kasutatakse toimetuse fotograafide pilte sündmuskohast peaaegu eranditult alati eelisjärjekorras.

I1: “Nii kui fotograaf on saadetud, siis kohe kasutame [tema tehtud fotosid]. Isegi ei hakka kaaluma, kas meil on varasemalt mõni parem pilt. Isegi kui need pildid on mingil põhjusel tulnud udused, me paneme need üles, sest see on just nüüd praegu täna.”

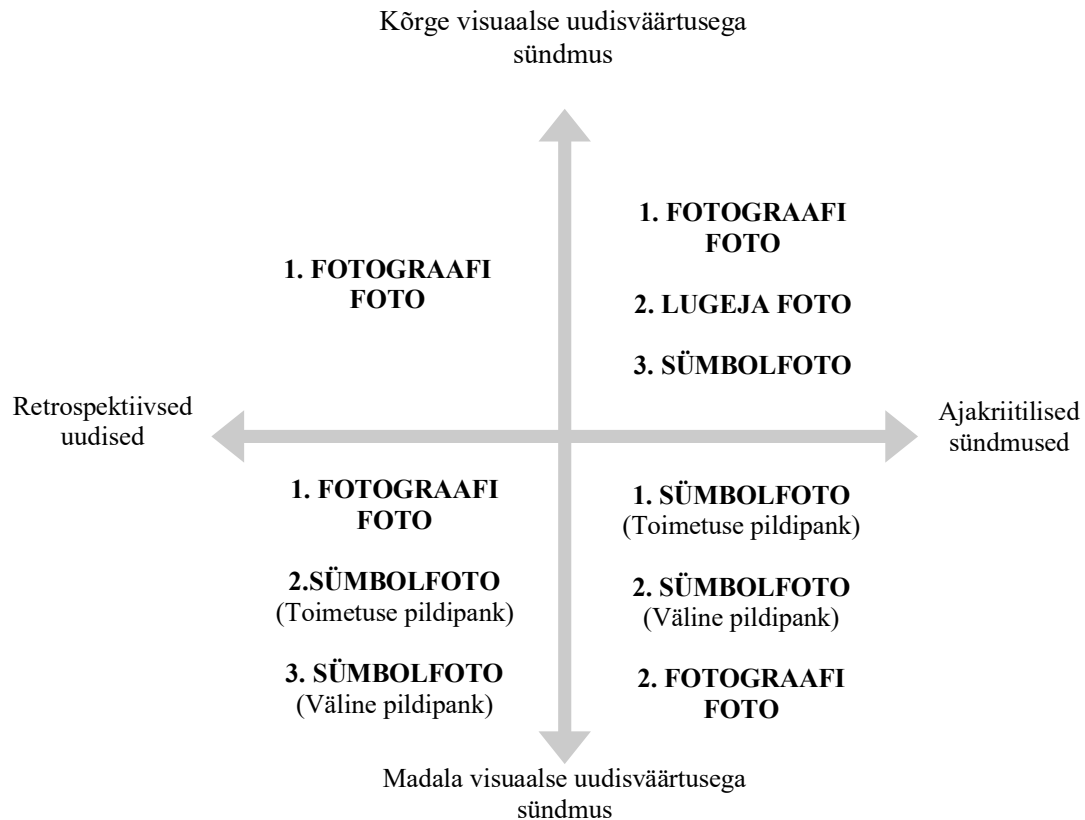
AK sündmuste puhul on ka neljas võimalik kanal, mille kaudu uudisfotosid hankida – välised pildipangad. Sellised pildipangad on keskkonnad, kust on võimalik osta fotodele kasutusõigust. Väliseid pildipankasid kasutatakse peamiselt vaid välisuudiste puhul, kui toimetuse enda fotograafe pole võimalik sündmuspaigale saata.

Retrospektiivsed uudised

RS uudiste allikate kasutamise praktikad erinevad oluliselt AK sündmuste omadest (vt Joonis 3). RS uudiste puhul ei ole ajakirjanikul avaldamisega niivõrd kiire kui AK sündmuste puhul. See tähendab, et uudise avaldamisega on võimalik oodata seni, kuni toimetuse fotograaf on teinud ja saatnud sündmusest fotod. RS ja AK sündmuste puhul on sarnane see, et kui fotograaf on käinud sündmuskohal ja saatnud fotod, siis neid fotosid kasutatakse alati eelisjärjekorras.

Üks ajakirjanik tõi välja, et lugejafotosid kasutatakse siis, kui paremaid fotosid ei ole või kui sündmus on juba läbi. Siit kumab läbi, et lugejafotosid kasutatakse tõepoolest peamiselt vaid ajakriitiliste sündmuste puhul. Vähem ajakriitiliste uudiste puhul on võimalus paluda fotograafil paremad fotod teha. Erandiks on AK sündmuste RS kajastamine (näiteks õnnetusele tagasivaatav), mille puhul kasutatakse lugejafotosid, kui toimetuse fotograaf ei jõudnud seda jäädvustada.

I4: „Neid [lugeja saadetud fotosid] kasutame siis, kui paremaid fotosid ei ole. /---/ Meie kasutame õnnetuste puhul [lugeja fotosid], kui oma fotograafi kas ei ole võimalik kohale saata või on see sündmus juba läbi.”



Joonis 3. Uudisfotode valimise tavapärane praktika ajakriitiliste ja retrospektiivsete uudiste lõikes

Kui ajakirjanik otsustab, et mõne uudise juurde ei ole uusi fotosid vaja teha, siis otsitakse sobiv uudisfoto toimetuse pildipangast. Juhul, kui toimetuse pildipangas ei ole sobivat fotot, siis ostetakse foto välisest pildipangast. Kui AK sündmuste puhul ostetakse välistest pildipankadest peamiselt vaid konkreetsete sündmuste fotosid, siis RS uudiste puhul ostetakse ka sümbolpilte. Välistest pildipankadest ostetakse sümbolfotosid peamiselt kahel põhjusel:

- 1) toimetuse pildipangas ei ole saadaval sobivat sümbolfotot;
- 2) eetilistel kaalutlustel ei ole võimalik kasutada olemasolevaid fotosid (uudisfotode valimise eetilistest kaalutlustest räägin lähemalt valimist mõjutavate tegurite alapeatükis).

I1: “Kui enda piltide hulgast on võimalik valida täpselt samad, sama olukord ja hetk on jäädvustatud, siis võtame ikka enda piltide seast. /---/ ametnikud näiteks, et meil ole neid pilte [fotopangas nendest inimestest pilte], siis võtame sealt [välisest pildipangast].”

Eesti uudiste puhul eelistatakse võimalusel valida fotosid pigem toimetuse pildipangast kui välisest pildipangast, sest viimasest fotode kasutamine on reeglina tasuline. Üks ajakirjanik tõi ka välja, et neil on toimetus seadnud välise pildipanga kasutamiseks limiidi ning see on tekitanud olukordi, kus ühel hetkel polegi saanud sealt fotosid alla tõmmata, sest kuulimiit on täis saanud. Et selliseid olukordi vältida, kasutataksegi ühes toimetuses välist pildipanka vaid äärmisel vajadusel.

Lisaks kasutatakse mõnikord uudiste juures fotosid, mis on leitud sotsiaalmeediast. Samas ilmnes, et uudistoimetuste ajakirjanikel ei ole tavaliselt aega, et sotsiaalmeediast fotosid otsida ning seetõttu kasutatakse seda varianti harva.

Visuaalne uudisväärtuslikkus

Kuigi see, millistest kanalitest ajakirjanikud uudisfotosid valivad sõltub suuresti kajastatava sündmuse ajakriitilisusest, on teatav mõju ka selle visuaalsel uudisväärtuslikkusel. Nimelt saadetakse fotograaf KVV sündmustele suurema tõenäosusega kui MVU sündmustele. Lisaks kasutavad ajakirjanikud alati toimetuse fotograafi tehtud fotosid, kui need on olemas. Seega on KVV sündmuse juures suurema tõenäosusega võimalik kasutada toimetuse fotograafi fotosid kui MVU sündmuse puhul. Samas, kui toimetuse fotograaf on siiski MVU sündmust jäädvustanud, kasutatakse neid fotosid.

4.2. Visuaalsed uudisväärtused

Kohesus

Intervjuude käigus selgus, et AK puhul on üheks kõige olulisemaks uudisfoto valiku kriteeriumiks kohesus. Selliste uudiste puhul pole visuaalsed uudisväärtused niivõrd määrava tähtsusega – peamine on see, et toimunud sündmusest oleks foto olemas.

I1: “Kui on mingisugune pommuudis, näiteks politsei leidis kusagilt laiba, siis sinna juurde võtan tavaliselt mingi sümbolpildi. Näiteks politseilint või politseiauto või keegi politseivormis seljatatant pildistatud. Et siis ei mõtle, kui palju see looga kokku mängib..”

Samas tuleb arvesse võtta, et ajakriitiliste ning kõrge visuaalse uudisväärtusega sündmuste puhul vahetatakse sümbolfoto võimalikult kiiresti ümber kas lugejafoto või toimetuse fotograafi poolt

tehtud fotoga. Enamasti pole sümbolfoto kasutamine AK sündmuste puhul eelistus, vaid see tuleneb sellest, et sündmuskohalt pole veel fotosid saadetud.

I2: *“Sümbolpildid on esimene go-to pilt, et kui midagi juhtub /---/ Et see on see koht, et operatiivsuse mõttes läheb mingi lugu välja ja kui on võimalik ja tuleb uuemat materjali peale, siis sa hakkad valima sinna.”*

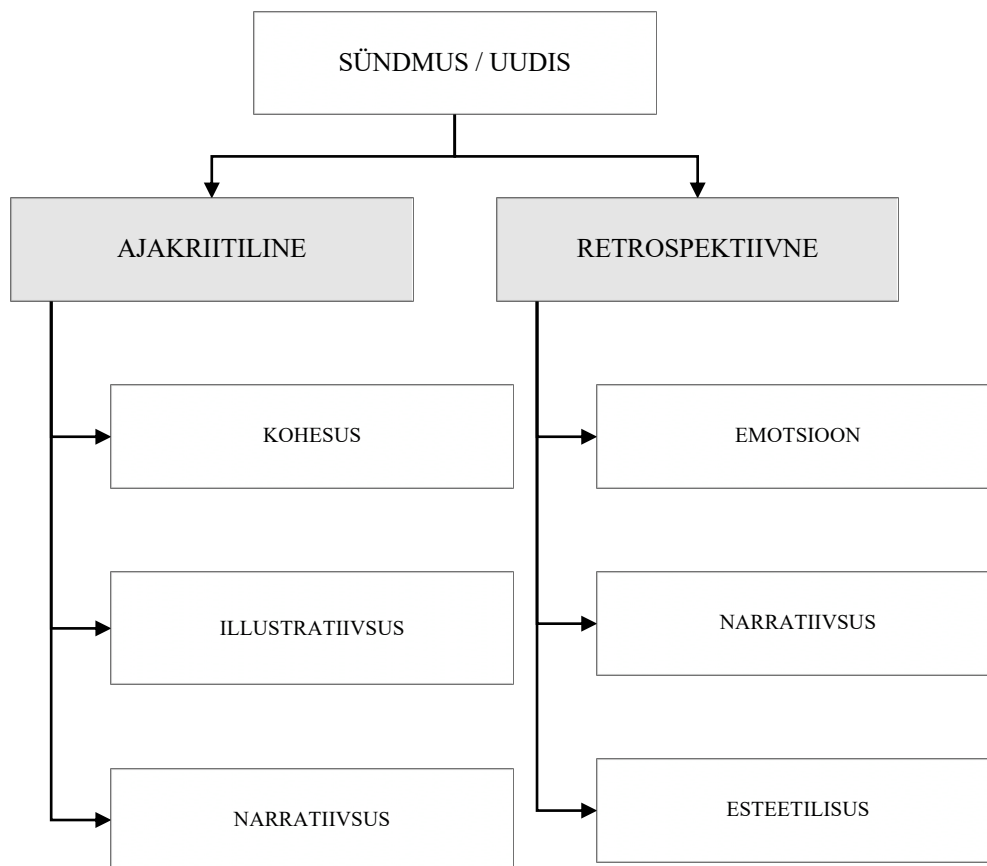
MVU ja KVV sündmuste lõikes erinevusi ei esinenud.

Illustratiivsus

Kõik ajakirjanikud tõid välja, et nii AK kui ka RS uudiste puhul on fotode valimise üheks esimeseks kriteeriumiks see, kas foto läheb uudise ja sündmusega kokku (vt Joonis 4). Teisisõnu peab ajakirjanike sõnul uudisfoto illustreerima uudises esitatud fakte. Seeläbi nähakse uudisfotol täiendavat rolli – uudisfoto uudisväärtused peavad olema kooskõlas sündmuse ning uudise enda uudisväärtustega.

Kui foto illustratiivsus kui kriteerium ei sõltu kajastatava sündmuse ajakriitilisusest, siis sama ei saa öelda sündmuse visuaalse uudisväärtuslikkuse kohta. Ilmneb, et foto illustratiivne väärtus on ajakirjanike jaoks KVV sündmuste puhul olulisem kui MVU sündmuste puhul. KVV sündmuseid soovitakse fotodel kajastada võimalikult tõetruult ning autentselt – teisisõnu peavad uudisfotod olema illustratiivsed. MVU kontekstis fotode illustratiivset väärtust esile ei toodud.

Foto illustratiivsuse olulisuse tõid välja ka fotograafid. Näiteks mainiti, et uudisfoto peaks edastama kajastatava sündmuse lugu ning samuti näitama selle haripunkti või kõige olulisemat hetke.



Joonis 4. Uudisfotode valikukriteeriumide hierarhiad

Samuti rääkisid fotograafid portreefotode kontekstis sellest, et kui uudis räägib mõnest inimesest, siis fotol peaksid olema sellised elemendid, mis seda inimest iseloomustavad. Sel moel illustreerib foto uudises esitatud fakte ning annab lugejale informatsiooni selle kohta, millest loos võib juttu olla.

F1: „Portreede puhul võiks olla kui inimene on omas keskkonnas. Kui jutt on vorstitehase direktorist, siis võiks tehase taust olla.”

Emotsioon

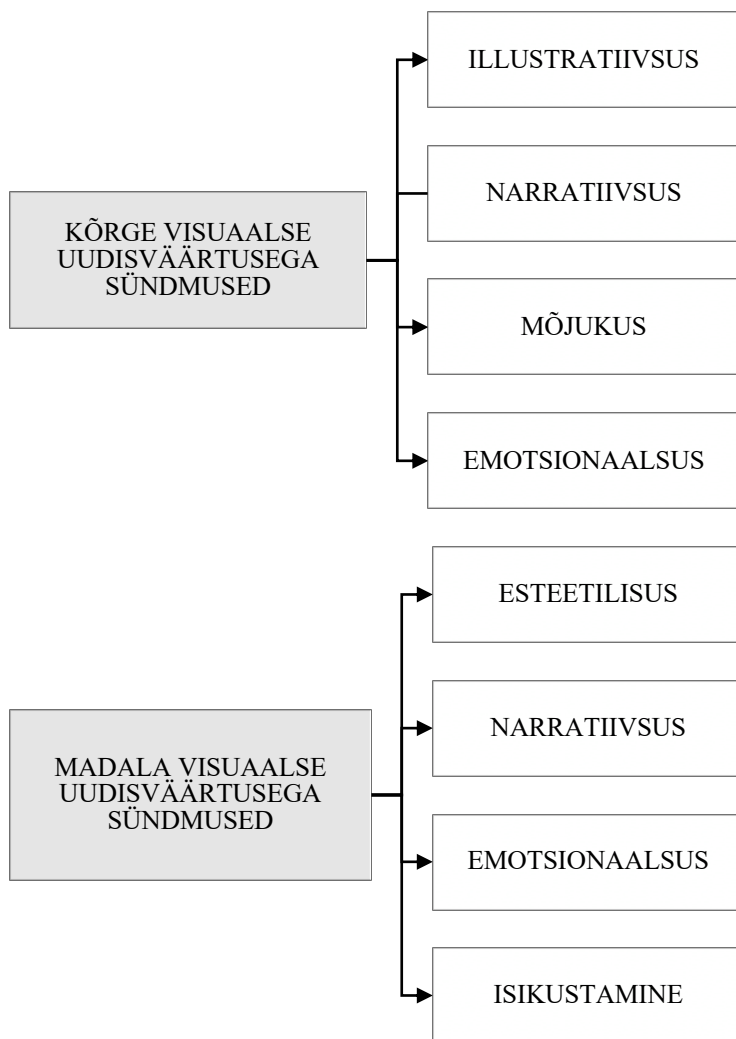
Üheks oluliseks valikukriteeriumiks on ajakirjanike sõnul see, et foto tekitaks vaatajas emotsiooni. Intervjuude käigus selgus, et emotsiooni tekitavad fotod on sellised, kus on eelkõige kujutatud inimesi, nende emotsioone ning tegevust. Ajakirjanikud töid emotsionaalsete fotode kohta rohkem näiteid MVU kui KVU sündmuste kontekstis (vt Joonis 5). Selle põhjuseks võib olla, et kuna mitmed visuaalsed uudisväärtused MVU sündmuste puhul puuduvad, soovitakse rõhutada sellist uudisväärtust, mida on võimalik visualiseerida – antud juhul emotsiooni. Seega võib öelda, et

emotsioon on oluline kriteerium eelkõige retrospektiivsete või ajas mitte kiiresti arenevate sündmuste puhul.

I5: „*Esiteks, hea foto märksõnaks on inimene, mitte sümbol. Siis emotsioon, emotsioon, emotsioon. Sest meil on vaja emotsiooni, olgu see kurb sündmus, ma ei tea, keegi astub tagasi, mingisugused uued võimaliidud luuakse, meil on vaja emotsiooni.*”

Kaks ajakirjanikku rõhutasid, et just poliitikauudiste puhul (mis oma olemuselt on enamasti retrospektiivsed) on oluline valida põnevaid fotosid, sest neid avaldatakse väga palju ning enamasti kasutatakse seal „igavaid portreefotosid“. Ajakirjaniku sõnul eelistab ta poliitikauudiste juures kasutada selliseid pilte, kus poliitikuid on kujutatud tegemas žeste või kus nad näitavad välja emotsiooni.

I1: „*Ja siis tahad võimalikult vähe panna neid igavaid portreefotosid, kus on naerata poliitik, sest see on igav. See ei paku visuaalselt mitte midagi juurde.*“



Joonis 5. KVV ja MVU sündmuste uudisfotode peamised valikukriteeriumid

Narratiivsus

Kaks ajakirjanikku kasutasid uudisfotode kohta väljendit „üks pilt ütleb rohkem kui tuhat sõna“. Ilmnes, et ajakirjanikud pidasid selle all silmas, et lugu on sageli lihtsam jutustada fotode kui tekstiga – teisisõnu on tegemist uudisfoto narratiivsusega.

I2: „*Tihtilugu visuaal minu meelest väga tihti annab edasi seda, mida sa sõnadega ei saagi anda /---/ aga kui sul on mingi pilt, see on lihtne kiire visuaal mingite asjade edasi andmiseks. Selles mõttes ongi see klassikaline, et üks pilt ütleb rohkem kui tuhat sõna.*”

Selgus, et keerukate ning raskesti hoomatavate RS uudiste puhul otsitakse mõnikord visuaale, mis võtaksid selle teema läbi narratiivi lihtsasti kokku.

I3: „*Või kui nüüd oli apteegireformi asi ja apteek pandi kinni, siis me panime selle, kus kaugelt oli näha, et võre langeb ja inimesi oli näha, kes tahavad võibolla apteeki minna, aga ei saa.*”

Üks ajakirjanik tõi loo jutustamise olulisuse välja ka AK sündmuste puhul. Tema sõnul tuleks liiklusõnnetustest avaldada fotosid edastamaks inimestele sõnumit, et kui alkoholihoobes istuda autorooli, siis võib suurema tõenäosusega sattuda avariisse. Kuigi tegemist on üsna lihtsasti mõistetava hoiatusega, siis hõlmab see endas suuremat narratiivi. Taas kord, AK sündmuste puhul on ajakirjanike jaoks siiski esmatähtis koheesus ning foto kui narratiivi edastaja kerkib liiklusõnnetuse puhul kriteeriumina esile siis, kui ajakirjanikuni jõuavad fotod konkreetset sündmuskohalt. Samas on oluline märkida, et teised ajakirjanikud AK sündmuste kontekstis loo jutustamisest kui uudisväärtusest ei rääkinud.

Kolm ajakirjanikku tõi ka välja, et loo jutustamine on uudisfoto puhul oluline just poliitiliste sündmuste kontekstis.

I1: „*Mm näiteks minister Järvik, kui teda umbusaldati, siis fotograaf sai klõpsu, kus ta istus üksinda rõdul /---/ Ja ma käisin hullult peale, et kasutame seda pilti igal pool! /---/ Et teema ja tühjus lihtsalt. See võtab umbusaldamise hästi kokku ju tegelikult. Et selliseid ägedaid kiiksuga klõpse otsin tegelikult.*”

Samas ilmnes, et foto väärtus loo jutustajana võib mõnikord olla konfliktis selle illustratiivsusega. Üks ajakirjanik tõi välja, et on tervitatav, kui fotograaf suudab sündmusel tabada midagi, mis ei lähe küll juhtunuga kokku, aga jutustab uudise tekstiga paralleelselt mõnda teist lugu. Konkreetse näite puhul räägib ta sellest, kuidas fotogaleriiga saab kellegi emotsioonidele tähelepanu juhtida ning neid võimendada. Sellisel juhul võivad fotod rõhutada teisi fakte kui uudis ning need kannavad endast teistsugust sõnumit.

I3: *“Selles suhtes on hästi geniaalne, kui fotograaf suudab tabada mingisuguse loo või uudise või asja, mis ei ole otseselt seotud uudisega /.../ Näiteks Jüri Ratta ülimalt tulpinud näod ja olekud onju, mis on läbiv galerii teema, kuidas ta igal pressikal näeb välja nagu ta oleks meeletult piinatud ja tüdinenud.”*

Ühe fotograafi sõnul on pressikonverentsid fotograafide jaoks kõige igavamad sündmused, mida pildistada ning seetõttu otsitakse võimalusi, kuidas erinevate elementidega lisada fotodele narratiivi. Fotograafi sõnul mängitakse sellistes olukordades näiteks tausta, poliitikute emotsioonide ja žestidega, et foto lugeja jaoks atraktiivsemaks teha.

F2: *“Aga kõige igavamad asjad fotograafi jaoks on need valitsuse pressikad. Siis ma olen avastanud seda, et sa saad taustadega mängida – kellelegi sarvi pähe lampidega teha. /---/ Ma olen pannud Toomas Hendrik Ilvesele risti seisma õlale Jeesusega /---/ Need on nihukesed kohad, kus sa teed fun pilte, aga neid kasutatakse miskipärast, kogu maailm kasutab neid. Ja siis vaataja vaatab ka, et see on lahe pilt eksju.”*

Samas peavad ajakirjanikud sellist fotode kaudu paralleelse loo jutustamist pigem lisaväärtuseks ning esmatähtis on siiski, et fotod sündmuse ja uudise tekstiga kokku sobiksid.

Esteetika

Mitmel puhul rääkisid ajakirjanikud uudisfotode omadustest, mida võib liigitada esteetika alla. Sellised uudisfoto omadused on näiteks kvaliteet, teravus, kompositsioon, valgustus ning muud valgust ja värve puudutavad aspektid, mis muudavad foto esteetiliselt nauditavaks. Ilmnes, et kuigi esteetikat peetakse fotode valimisel silmas, sõltub selle kaalukus teistest väärtustest või mõjutavatest teguritest. Näiteks pole uudisfotode esteetika kuigi oluline AK ning kiiresti arenevate sündmuste puhul.

I2: *„/.../ näiteks üle eelmine aasta oli see noamees, kes käis. Et see oli uskumatult kehva kvaliteediga pildid, mida hakati saatma, aga sul oli vähemalt pilt sellest sündmusest, mis seal oli, selle asemel, et otsida sümbolpilti Vabaduse väljakust või noast.”*

Kaks ajakirjanikku tõid välja, et AK sündmuste puhul ei seata esteetikat prioriteediks seetõttu, et siis võib fotograaf hetke maha magada ning üldse fotost ilma jääda.

Samas RS uudiste puhul on esteetilisus uudisfoto oluline väärtus. Samuti kaalub uudisfoto esteetika üle foto värskuse, kui fotol pole kujutatud midagi uudset. Selle all peetakse silmas

sündmusi, mis toimuvad regulaarselt sama formaadi järgi ning mille uudisväärtused on etteaimatavad.

I2: „*Et kui see halb pilt kohapealt tähendab seda, et seal istuvad koalitsioonierakondade juhid laua taga ja mulle saadetakse konkreetsest sündmusest, et vaata täna tund aega tagasi olid koos siin laua taga ja see on mobiiliga tehtud halb udune pilt, et siis ta muidugi ei kaalu seda üle. Sest nemad on inimesed, kellest mul on laua taga väga palju paremaid pilte võtta.*“

Siinkohal kerkib esile vahe uudisfotode ning teiste fotožanride, nagu näiteks portreefoto või spordifoto vahel. Ühe fotograafi sõnul erineb uudisfoto teistest fotožanridest selle poolest, et hea uudisfoto võib olla ka udune või halva kompositsiooniga – kõige olulisem on see, et õige hetk oleks jäädvustatud. Samas on nii ajakirjanike kui ka fotograafide sõnul oluline, et portreed oleksid esteetilised.

F1: „*Muidugi poseeritud piltide puhul peab kõik olema tehniliselt hea, et siis on nõrk fotograaf kui ka poseeritud pilti ei suuda korrektselt jäädvustada. Aga uudis ja sport- seal pole vahet.*“

Mõjukus

Kahe ajakirjaniku sõnul taotletakse liiklusõnnetustest fotode avaldamisega lugejate hoiatamist ja hirmutamist. Nende sõnul ärgitavad sellised fotod inimesi seaduskuulekalt käituma ning seeläbi aitavad need tulevikus võimalikke õnnetusi ennetada. Samuti tõi üks ajakirjanik välja, et õnnetuspaigas tehtud fotodel on informeeriv väärtus – kui inimesed näevad, et kusagil on toimunud raske liiklusõnnetus, siis osatakse sinna piirkonda minemist vältida. Ehk teisisõnu mõjutavad sellised fotod ka teatud juhtudel inimesi liikuma teisi teid pidi.

I1: „*Minu meelest ongi hoiatav näide, et kui ma arvan, et kõik inimesed saaksid ära käia sellisel õnnetusjärgsel platsil, siis nad oleksid liikluses tublid /.../ Ja need pildid, need annavad natukenegi seda jõhkrust juurde /.../ siis ehk läheb isu ära seaduseid rikkuda.*“

Ühe ajakirjaniku sõnul on fotodel inimeste käitumisele suurem mõju kui sõnadel.

I3: „*/.../ [häirivate fotode avaldamine] on minu meelest okei, kui on mingisugused loomapiinamise juhtumid ja on visuaalseid pilte. Et see paneb inimesi mõtlema või tajuma.*“

Liiklusõnnetused ja loomapiinamise juhtumid on enamasti KVV, sest neid sündmuseid saadab negatiivsus kui visuaalne uudisväärtus. MVU sündmuste kontekstis ajakirjanikud mõjukusest ei rääkinud.

Isikustamine

Rääkides elementidest, mis ajakirjanike hinnangul peavad ühel uudisfotol olema, toodi sageli esile inimest. Ühe põhjusena, miks selliseid fotosid eelistatakse, toodi välja asjaolu, et inimestele meeldib vaadata inimesi ning seetõttu jäävad need uudised ka silma.

I5: „Siis kui võtame veebi, siis veebi puhul on hästi oluline see, et ta [foto] paistaks silma veebis. Et ta ei oleks selline reklaamfoto, mis tähendab seda, et tuleks eelistada inimeste nägusid mingitele sümbolitele.”

Ühe ajakirjaniku hinnangul on uudisfoto puhul oluline, et see ei oleks anonüümne. Ta tõi välja, et sotsiaalselt tundlike teemade puhul annab inimese kujutamine fotol artiklile „jõudu juurde“. Ta lisas, et sellistes olukordades kasutatakse sageli sümbolfotosid, mis võivad küll olla hästi tehtud, aga kui fotodel ei ole kujutatud neid konkreetseid inimesi, kellest artikkel räägib, siis „neil ei ole nii palju jõudu“.

Üks ajakirjanik tõi ka välja, et eelistab fotodel kujutada pigem tavalisi inimesi kui poliitikuid. Hiljem tõi ta välja, et kui fotol on poliitiku asemel „tavainimene“, siis suhestub lugeja foto ning uudisega rohkem.

I3: „Ja minu jaoks on just oluline, et seal oleks mõni inimene peal, kasvõi seljaga. /---/ Nagu ma enne ütlesin, mulle ei meeldi mingid portreepildid või mingid lipsudega.. mulle meeldib kui on tavainimesi piltide peal.”

Isikustamist peetakse RS sündmuste puhul rohkem silmas kui AK sündmuste puhul. Üks ajakirjanik tõi näite, et ajakriitilistes olukordades on ta kasutanud kõigepealt sümbolfotot ning alles hiljem on vaadanud, kas fotol saaks kujutada mõnda inimest.

I5: „/---/ ja Keskerakond saab millegagi hakkama näiteks. Paned ruttu mingi "keskerakonna peakontor". Okei, paned selle ruttu, sobib kiiresti küll. Ja pärast hakkad mõtlema, et okei, kes need inimesed, kes need tegelased seal on, et äkki saab mõne inimese sinna juurde panna.”

4.3. Uudisfotode valimist mõjutavad mõjutasandid

Kui eelmises peatükis kirjeldasin uudisväärtuseid, mida ajakirjanikud fotode valimisel oluliseks peavad, siis selles peatükis annan ülevaate erinevatest teguritest, mis otsustusprotsessi ning

uudisväärtuste rakendamist võivad mõjutada. Tulemustes eristan kolme suuremat mõjutasandit: individuaalne tasand, eetilised kaalutlused ning meediarutiini tasand.

4.3.1. Individuaalne tasand

Rääkides elementidest, mida ajakirjanikud uudisfotode puhul oluliseks peavad, tõid kõik ajakirjanikud esile enam-vähem samu uudisväärtuseid – näiteks „peab fotol olema emotsiooni“ ning see „peab jutustama lugu“. Samas mainiti väga palju ka seda, et fotode valimine on väga individuaalne ning „isikliku maitse küsimus“.

I2: *„Ja no siis tuleb see, et vaatad mis meil fotopangas on, hakkad sealt läbi otsima ja sealt edasi ongi natuke isikliku maitse küsimus, et milline tundub kõige sobivam.“*

Seminaritöö raames läbi viidud katsed heidavad valgust sellele, kuidas need „isiklikud maitseid“ ehk ajakirjaniku subjektiivsus võib uudisfotode valimisel määravaks saada. Katses palusin kolmel ajakirjanikul valida kõige sobivam uudisfoto artiklile: „Tartu ülikooli peahoone kõrvalt leiti kahe mehe skeletid, kellest üks oli elusana kas sõjamees või tihe baarikakleja“ (vt Lisa 3). Kõik kolm ajakirjanikku valisid sobilikuks erineva uudisfoto.

Ühe ajakirjaniku hinnangul oli kõige parem uudisfoto lähikaader koljust, sest „see on kõige kõnekam detail“ sündmuse puhul. Teised kaks ajakirjanikku valisid kõige sobivamateks peaaegu identsed fotod, kus oli kujutatud inimest tegemas väljakaevamisi. Üks neist tõi välja, et „esimene pilt võiks olla selline, kus on ka inimene peal, et see asi ei vedeleks üksinda. Ja siis lugejal tekiks huvi, et oot-oot mida ta seal askeldab, ma näen nagu, et väikselt on mingi pealuu, et ma veel ei näe, mis seal täpsemalt on.“. Siinkohal kerkivadki esile erinevused – ühe ajakirjaniku hinnangul on uudisfotol oluline välja tuua kõige olulisem detail, teiste hinnangul on olulisem näidata natuke suuremat plaani ning seeläbi tekitada lugejas uudishimu. Teisisõnu sõltub ajakirjaniku subjektiivsest otsusest ka see, milliseid uudisväärtuseid ta uudisfotol välja tahab tuua.

Kahe ajakirjaniku välja valitud uudisfotot olid peaaegu identsed ning erinesid üksteisest vaid kompositsiooni poolest. See viitab sellele, et isegi siis kui ajakirjanike individuaalsed otsused seoses konkreetsete visuaalsete uudisväärtustega ühtivad, võib lõplik valik erineda selle poolest, mida üks või teine ajakirjanik esteetilisemaks peab.

Samuti ilmnes erinevusi selles osas, mida üks või teine ajakirjanik peab „korduvaks“ fotoks ning seetõttu galeriis avaldamata jätab. Kahel katses osalenud ajakirjanikul palusin valida, millised

fotod lisada galeriina artiklile: „Tartus toimub Tartu rahu aastapäeva puhul tõrvikurongkäik“ (vt Lisa 4).

Üks ajakirjanik leidis, et valikus olevaid fotosid tuleks oluliselt vähendada, sest need on tema hinnangul korduvad. Tema sõnul peab galerii edastama lugu ning kui mitu pilti on liiga ühesugused, siis need ei panusta galeriisse tervikuna: *„Et mulle ei meeldi, kui galeriis on pildid, mis kordavad samu asju. Et galerii võiks edasi anda mingit lugu. Siin on eelnevad pildid järjest näha, et inimesed ja. Ja kui järjest tuleb 2-3 pilti enam-vähem sama nurga alt, siis ma ei näe mõtet korduvaid pilte valida.“* Teine ajakirjanik jällegi leidis, et suure ürituse puhul peaks galeriis olema palju pilte, sest lugejad tahavad näha erinevaid emotsioone ning nende samade fotode hulgast midagi välja ei jätnud: *„Sellepärast, et tõrvikurongkäik oli nii suur üritus, et siin ma tahaks lugejana näha ka erinevate nurkade alt neid emotsioone ja asju. Ma ütlengi, et siit ma midagi välja ei võtaks.“*

Siinkohal väljendub ajakirjaniku subjektiivsus uudisfotode valimisel selles, milliseks ta peab lugeja ootuseid ning millist funktsiooni galerii tervikuna tema hinnangul täidab.

4.3.2. Eetilised kaalutlused

Uudisfotode valimisel puutuvad ajakirjanikud sageli kokku olukordadega, kus nad peavad langetama eetiliselt keerulisi otsuseid. Intervjuude käigus selgus, et peamiseks eetiliseks probleemiks on vägivalda ning surma puudutavate fotode valimine. Samuti toodi eetiliselt probleemsete teemadena välja olukorrad, kus foto riivab inimese privaatsust; kui see võib inimest alandada või naeruvääristada; kui pole selge, kas fotol olevalt inimeselt on saadud luba foto avaldada; kui fotod võivad olla eksitavad ning kui fotol on kujutatud lapsi.

Kõige sagedasem põhjus, miks ajakirjanikud ei soovi vägivalda ja surma kujutavaid fotosid avaldada on see, et nad ei soovi tekitada hukkunu või kannatanu lähedastele täiendavaid kannatusi.

I2: *„Ja minu meelest see [hukkunute näitamine fotodel] lihtsalt tekitab inimestele põhjendamatut kannatust juurde, sest nad on niikuinii kehvast olukorras...“*

Selliste fotode avaldamisest hoidutakse samas ka teistel põhjustel: lähedased ei pruugi veel õnnetusest teadlikud olla; ollakse lugupidavad hukkunud inimese suhtes; fotod ei anna sündmuse kajastamisele uudisväärtust juurde või võivad tunduda lugejatele klikkide otsimisena.

Paari ajakirjaniku sõnul on hukkunu näitamine fotol aktsepteeritav juhul, kui ta on pildistatud kaugelt ning ei ole äratuntav. Kõigi teiste ajakirjanike sõnul ei ole hukkunu kujutamine fotodel mitte mingil juhul aktsepteeritav. Seega langetavad ajakirjanikud uudisfotode valikul eetiliste dilemmaide puhul erinevaid otsuseid.

I1: „*No kui hukkunu on ikka täiesti identifitseeritav, siis seda minu meelest ei tohiks näidata. /.../ Kui on kaugelt midagi, noh sa näiteks inimese piirjooni näed, siis see on minumeelest üldiselt okei.*“

Samuti erinevad eetilised kaalutluskohad selle poolest, kas vägivaldne sündmus on toimunud inimese või loomaga. Loomade surma ning piinamise näitamine fotodel on kahe ajakirjaniku sõnul õigustatud, kui tahetakse näidata „elu nii nagu see on“ või kui tahetakse juhtida tähelepanu loomade väärkohtlemisele.

I3: „*See on minu meelest okei, kui on mingisugused loomapiinamise juhtumid ja [sellest] on [avaldatud] visuaalseid pilte. Et see paneb inimesi mõtlema või tajuma.*“

Inimese eraelu puudutavate fotode puhul eristatakse avaliku elu tegelasi ja vähemtuntud inimesi. Ühe ajakirjaniku sõnul avaldatakse avaliku elu tegelastest rohkem privaatsust riivavaid fotosid, sest nad on sellega harjunud. Samas on oluline eristada, millises rollis kõnealune isik uudises on. Ilmneb, et avaliku elu tegelane on suurendatud tähelepanu all siis, kui ta on nii süüdistatava kui ka ohvri rollis. Tavainimese privaatsust kaitstakse vaid juhul, kui inimene on ohvri rollis. Kui inimene on süüdistatav, siis tunnevad ka ajakirjanikud tema vastu suuremat huvi.

Seda, et avaliku elu tegelaste privaatsus on vähem kaitstud kui vähemtuntud inimeste oma, kinnitab ka üks fotograaf. Ta tõi näite sellest, et kui vähemtuntud inimesel on õigus keelduda tema pildi tegemisest, siis avaliku elu tegelasel ei pruugi suure avaliku huvi tõttu selleks õigust olla.

tavalisel inimesel on õigus keelduda pildistamisest, siis avaliku elu tegelasel ei pruugi suure avaliku huvi tõttu selleks õigust olla.

F1: „*Ütleme, et tuleb Riigikogust välja või midagi.. misiganes.. võtame suvalise näite – on pintsak ribadeks seljas, et ära mind pildista, ma näen halb välja. Tema puhul see ei kehti. Ta on ikkagi.. avalikkuse huvi on niivõrd suur mõne persooni vastu. Lihtnimene tuleb tänaval ja on poriloiku kukkunud, siis õigus on tal sellest keelduda.*”

Rääkides eksitava sisuga fotodest, toodi välja, et fotode hooletu valik võib põhjustada uudises kajastatud teemade valesti mõistmist. Samuti tuleb kahe ajakirjaniku sõnul olla tähelepanelik, et avaldatud fotodel ei oleks suurelt näidatud kogemata pildile jäänud asjasse mittepuutuvaid inimesi.

Üks ajakirjanik tõi näite olukorrast, kus ei fotograaf ega reporter ei osanud pöörata tähelepanu sellele, kas fotol kujutatud ese võiks lugejat eksitada. Selle konkreetse juhtumi puhul oli üks avaldatud foto eksitava sisuga ning tekitas auto omanikule põhjendamatuid kannatusi.

I4: „*See juhtus ma ei mäleta täpselt kus, äkki oli Paldiski maanteel.. ja siis auto pagaasniku luugi peal oli mingisugune viskipudel ja siis pärast õnnetusse sattunud inimene kirjutas mulle, et kas selle saaks ära võtta, et esiteks mina ei põhjustanud õnnetust ja teiseks me olime kõik kained ja kolmandaks see pudel oli kuskilt pagaasnikust välja võetud ja pandud sinna. /.../ Ma uurisin politseilt järele ja tõepoolest, keegi seal joobes ei olnud ja siis võtsime selle foto ära, sest see võib põhjustada põhjendamatut valesid muljeid lähedaste või tuttavate seas.*“

Intervjuudest selgus, et ajakirjanikud puutuvad aeg-ajalt kokku olukordadega, kus kas fotograafid või asutused ise on edastanud neile pilte, mille puhul puudub pildistatava inimese nõusolek neid kasutada. Selgus, et selliseid situatsioone esineb just konfliktsete teemade puhul, kui inimesed ei soovi enda nägu selle teema kontekstis näidata. Samuti ilmnes, et mõnikord on esinenud olukordi, kui inimene on saanud loa pildistada juhul, kui ta ei ole fotol äratuntav, kuid avaldatud fotol siiski on. Ajakirjaniku sõnul on sellistel juhtumitel ähvardatud ka kohtuga.

I4: “*Et see sama apteegi näide, et seal on mingisugune proviisor kirjutanud, et fotograaf andis loa, et minu nägu näha ei ole, aga ikkagi sattus selline foto, kus ta nägu on ära tuntav või ta isik on tuvastatav. Ja siis ta on palunud selle maha võtta, oleme võtnud, aga on jäänud pildipanka. Ja siis on see probleem, et keegi taaskasutanud kogemata ja siis lõpuks olen mina läinud /---/ fototoimetuse juhi juurde, et äkki saaks selle üldse sealt pildipangast ära võtta, kui sellega tekib probleeme ja ta isegi ähvardab kohtuga.*“

Kui tavalisi inimesi üritati pigem avaliku tähelepanu eest hoida, siis laste puhul ollakse veelgi kaitsvamad. Selgus, et lapsi puudutavate uudiste puhul eelistatakse kasutada fotot mõnest sümbolist, mis on seotud lastega (näiteks kaisukaru). Kui ajakirjaniku arvates tuleks fotol siiski last kujutada, siis otsitakse välismaisest pildipangast foto lapsest. Põhjusena toodi, et sel juhul pole tegemist Eesti lapsega ning seetõttu pole tõenäoliselt ka lugejatel selle lapsega isikliku sidet.

I2: „*Siis hakkab see, et sa ei saa laste nägusid sinna panna. Sest tihtilugu on see, et surfad ja otsid välismeediast mingisuguseid suvalisi sümbolpilte ja kasutad neid, sest siis ei saa keegi öelda, et see on minu laps ja võtke see pilt maha.*”

Samuti toodi eetiliste kaalutluste kontekstis välja lähedus. Ühe ajakirjaniku sõnul mõjutab kajastatava konflikti või õnnetuse lähedus oluliselt seda, milliseid fotosid sellest avaldatakse. Selgus, et mida lähedasem on sündmus, seda väiksema tõenäosusega avaldatakse fotosid, kus on

näha verd või hukkunuid. Mida kaugemal on vägivaldne sündmus aset leidnud, seda suurema tõenäosusega avaldatakse sellest ka vägivaldseid fotosid. Ajakirjanik tõi välja, et sellise praktika taga on soov lugejaid hoida – kui fotodel näidata hukkunud eestlasi, siis puudutab see otseselt lugejaid ning põhjustab neile täiendavaid kannatusi. Eestist kaugel toimunud õnnetuste ja konfliktide puhul siiski mõnikord avaldatakse hukkunuid kujutavaid fotosid, sest see näitab päris elu. Seega on ajakirjaniku eetiliste kaalutluste puhul oluliseks kriteeriumiks lähedus.

I4: „[kui õnnetus või sõda toimub Eestist kaugel] siis seal me ikkagi pildivalikul oleme selgelt liberaalsemad, et näitame ikkagi ka surnukehi. /---/ Tundub nii, et see ei riiva kedagi ja see on sündmus, mis toimub kaugemal. /---/ Aga ma olen kindel, et Eestis kui peaks midagi sellist juhtuma... loodetavasti ei juhtu kunagi.. siis oleme palju tagasihoidlikumad.“

Lähedus erineb teistest visuaalsetest uudisväärtustest seeläbi, et selle väärtuse tugevus võib piltide valimist mõjutada vastupidiselt. Mida suurem on vägivaldse sündmuse puhul läheduse uudisväärtus, seda tõenäolisemalt jääb foto avaldamata.

Kui ajakirjanikud peavad langetama otsuseid fotograafide poolt saadetud fotode hulgast, siis fotograafid puutuvad eetiliste dilemmaadega kokku vahetult. Ühe fotograafi sõnul tuleb leida tasakaal sündmuse kajastamise ja inimeste väärika kujutamise vahel. Samas on tema sõnul sellise tasakaalu leidmine keeruline.

F2: „Loomulikult sa pead sündmuse ära kajastama ja sa pead seda tegema väärikalt nii, et sina jääb väarikaks ja see, keda sa pildistad, ei peaks ennast pärast tundma pahasti. Aga see on üsna noatera, mille peal sa võid koperdada. Sa võid kogemata põhjustada kellelegi probleeme.“

Sama fotograaf meenutas olukorda, kus ta eetilistel kaalutlustel jättis tegemata fotod, mis tema hinnangul oleksid olnud pressifotograafia maailmas väga head.

F2: „Mul on olnud üks kord, kus ma pildistasin sündmuskohta, kus üks väike poiss surma sai. Üks 11-aastane poiss ja kuidas ta oma isa tuli teda tuvastama. /---/ ja siis ta oli mu silmade all ja maailma pressifotograafia mõttes oleks saanud vägevaid pilte, kuidas mees vajub ära.. see oli see hetk, kus ma tundsin, et ma ei suuda teha seda pilti. /---/ Kas see pilt on seda väärt ja vajutan ära ja jätan selle igaveseks? /---/ Ma lihtsalt panin kaamera maha ja ei teinud enam pilti. See oli eetiline minu jaoks ja ei suutnud teha.“

Mõlemad fotograafid tõid välja ka selle, et sündmuskohal pildistades ei mõtle nad üldiselt, kas mõne konkreetse hetke või subjekti pildistamine on eetiline. Nende sõnul pildistatakse

sündmuskohal kõik üles ning alles hiljem mõeldakse, kas fotosid tohiks avaldada või mitte. Sellest aspektist kirjutan lähemalt järgmises peatükis.

4.3.3. Meediarutiini tasand

Intervjuudest selgus, et meediarutiini tasandil mõjutavad uudisfotode valimist sellised tegurid nagu uudise kaasautorlus, töötempo, tööajad ning ajakirjaniku ja fotograafi vaheline suhtlus ja auditooriumi huvi.

Kõik ajakirjanikud tõid välja, et kui neil oleks rohkem aega, siis nende uudisfotode valik oleks suure tõenäosusega ka teistsugune.

I1: „80% ajast kui ma tööl olen [tunnen, et aega on sobiva uudisfoto valimiseks liiga vähe]/.../ See on elu. Väga palju loetakse ajakirjanike tööst välja saamata aru, et neil pole vahepeal aega viie tunni jooksul käia vetsuski ja siis nad istuvad lihtsalt jalad ristas ja teevad kähku ära, et joosta vetsu.”

Pea kõikide ajakirjanike sõnul on uudisfotode valikul esinenud eksimusi ka tulenevalt kiirest töötempo. Ajakirjanikud kirjeldasid, et sündmuskohalt otsefotode avaldamisel on ajasurvel avaldatud näiteks uduseid pilte või selliseid fotosid, mis on tehtud hoopis mõnel teisel sündmusel.

I1: „Kindlasti on avaldatud fotosid, mida poleks tohtinud avaldada /.../ me vaatamegi neid nagu nii suurelt tikutopsi suurusena. Siis alati ei jõua pilte lahtigi klõpsata, sa ruttu litid galerii üles, hops üles. Ja siis avastad kas mingid pildid on.. noh ongi, et sa ei tahtnud panna. Või klõpsad lahti, et oi, ma ei pannudki tähele, et selline asi siin ka on.“

Ajasurve mõju tõid välja ka fotograafid. Sündmuste puhul, kus saadetakse fotod otse kaamerast toimetusse, on ühe ajakirjaniku sõnul kiire nii fotograafil kui ka ajakirjanikel ning seetõttu avaldatakse kõik kaamerast saadetud fotod.

F1: „Tavaliselt selliste sündmuste puhul kus me otse saadame on kõigil kiire. On ka toimetuses inimestel kiire ja esialgu lähevad kõik pildid korruga üles ja ongi kõik.“

Teise fotograafi sõnul teeb ta ajakriitiliste sündmuste puhul pildistamise vahele väikeseid pause, et kaamerast fotosid üles laadida. Olukord erineb tema sõnul siis, kui lisaks temale on sündmuskohal mõne konkureeriva väljaande fotograaf. Ta viitas, et sellises olukorras

konkureerivad fotograafid omavahel, kes esimesena jõuab fotod üles laadida ning seeläbi milline väljaanne saab esimesena fotod avaldada.

F2: „Sel hetkel kui sa pilte teed, siis sa üritad neid mitte saata ja siis kui sul tekib hingetõmbepaus, siis sa hakkad saatma. Loomulikult, kui tekib see situatsioon, et su kõrval on teine kolleeg teisest meediamajast – meil on koguaeg see sõda ju – siis läheb selleks olümpimänguks, kes esimesena jõuab ära saata.”

Lisaks tõi ta välja, et sellises olukorras tekib kaalutluskoht – kas seada eesmärgiks fotod võimalikult ruttu toimetusse saata, et olla esimene väljaanne, kes fotod avaldab või keskenduda sündmusele ning heade fotode saamisele. See näide illustreerib hästi, kuidas kohesus võib domineerida teiste uudisväärtute üle.

Toodi välja ka tööaegadest tulenevaid eksimusi. Üks ajakirjanik kirjeldas olukorda, kus õhtul avaldati uudis koos sündsusetu fotoga, kuid toimetuses märgati eksimust alles järgmise päeva lõunal. Ilmselt, kui artikkel oleks avaldatud päeval, kui tööl on rohkem inimesi, oleks eksimust ka varem märgatud.

I7: “Just oli üks näide paar kuud tagasi, kui meil oli lugu sellest, et.. see oli mingi Ida-Virumaa õpetaja läks kohtu alla 15-aastase õpilasega seksimise eest. Ja siis ma ei tea täpselt kuidas see juhtus, aga sattus väga-väga halb pilt artiklile. /---/ Mingi selline paljas.. põhimõtteliselt mingi paljas naine. /---/ õhtul keegi seda ei näinud või ei pööranud tähelepanu.. /---/ Ja see oli terve öö üleval kuni järgmise päeva keskpäevani.”

Edasi- ja tagasiside

Nagu eelnevalt välja tõi, saab eristada kahte uudisfotode valmimist ja valimist puudutavad etappi:

1) uudisfoto tegemise etapp (ajakirjaniku ja fotograafi vaheline suhtlus, fotograafi esmane pildivalik; 2) uudisfoto valimise etapp (ajakirjanik valib olemasolevate fotode hulgast). Kõigepealt toon välja esimest etappi ning seejärel teist etappi puudutavad tulemused.

Seda, milliseid sündmuseid või inimesi on vaja pildistada, otsustab enamasti kas reporter, kes seda sündmust kajastab, või päevatoimetaja.

I1: „Nooo, loo autorid ise [otsustavad], kas fotograaf läheb sündmust jäädvustama. /---/ Kas ajakirjanik ise või päevatoimetaja.”

Harvemini näitab teemade valikul initsiatiivi fotograaf, kuid see on individuaalne ning sõltub konkreetsest fotograafist.

I2: „Et tema puhul on täiesti erandlik kõigi teistega võrreldes – et käib linna peal ära ja tuleb tagasi ja saadab sulle mingi galerii, et vaata kui ägedaid asju ma leidsin.”

Rääkides esmasest informatsioonist, mida sündmuse kohta jagatakse, töid fotograafid välja, et veebiuudiste puhul piirdub see enamasti sündmuse kirjelduse ja asukohaga. Kaks fotograafi töid näitena pressikonverentsid, mille puhul ei täpsustata peaaegu kunagi, milliseid pilte uudise juurde täpsemalt on vaja. Sellistes olukordades otsustavad fotograafid täielikult ise, milliseid pressikonverentsi aspekte fotodel välja tuua.

F2: „Kui sul on teada sündmus ehk pressikonverents. /---/ Sa lähed kohale.. ja üsna sageli praktika ongi see, et meil ei ole tellimusi, mis pilti sult oodatakse. Et sul on endal see vastutus ja õigus ja oskus, et sa teed sealt kohapealt kõiki pilte, mida sa sealt heaks arvad teha.“

Samuti ilmnes, et ootamatute sündmuste puhul piirdub sisend vaid sündmuse asukoha ja lühikirjeldusega. Ühe fotograafi sõnul tuleneb see sellest, et ootamatu sündmuse korral ei olegi sündmuse kohta veel palju informatsiooni ning täpsemad asjaolud selguvad alles siis, kui fotograaf on jõudnud sündmuskohale.

Kõige põhjalikum informatsiooni vahetamine ajakirjaniku ja fotograafi vahel toimub autosõitude ajal. Kõik ajakirjanikud ja fotograafid töid välja, et siis on rahulikult aega vestlemiseks ning üksteise soovide mõistmiseks. Veebiuudiste puhul ajakirjanikud sageli aga sündmuspaikadel ei käi ning informatsiooni vahetatakse kas veebi, meilide või telefonivestluse teel. Seega suure osa veebiuudiste puhul ei toimu informatsiooni vahetamine vormis, mida nii ajakirjanikud kui ka fotograafid kõige efektiivsemana välja töid.

I6: „Aga selleks ongi hea, et kui on pikem autosõit, et siis me ikkagi arutame läbi mingid teemad, et millest see lugu räägib ja kes seal on ja milline see keskkond umbes on.”

Nii ajakirjanikud kui ka fotograafid töid välja, et veebiuudiste puhul on kõigil kiire ning sellest tulenevalt ei jõuta üksteise ootuseid ja soove rahulikult läbi rääkida. Kõikide fotograafide sõnul on sellistel hetkedel nende ülesanne ise välja uurida, mida neilt täpselt oodatakse. Samas võiksid nende sõnul ajakirjanikud siiski mõnikord põhjalikumat sisendit anda, et vältida olukorda, kus on pildistatud valet subjekti või vale rõhuga. Toodi ka näiteid olukordadest, kus esmane informatsioon piirdus pildistatava inimese nime ja numbriga.

F2: „Nii ajakirjanikul kui fotograafil on suu peas ja kumbki ei saa oodata, et keegi teine teeb tema eest mingi asja ära. Ehk siis mõlemad pooled peaksid suhtlema, et kuula, ma ootan sult seda. Ja teine küsib, et mida sa mult täpselt tahad? Millest see lugu on?”

F1: „*Selliseid tellimusi on ka, ei ole küll ülemäära palju, aga kus on lihtsalt antud nimi ja number, et tehke tast pilti.*”

Üks ajakirjanik kirjeldas olukorda, kus fotograaf tegi inimesest kaunid portreepildid, aga tema tahtis, et fotol oleks emotsiooni ja liikumist. Intervjuu käigus selgus, et ajakirjanik ei olnud enda mõtteid ja ootuseid fotograafiga enne pildistamist jaganud. See näide illustreerib seda, kuivõrd oluline roll on uudisfotol uudise juures – sündmuse kajastamise suurus sõltub sellest, kas selle kohta on head pildimaterjali. Sarnaseid olukordi ilmnes ka mitmete teiste ajakirjanike puhul ning tegemist ei ole üksikjuhtumiga.

I5: „*Siis oli selline asi, et mul oli vaja ühest inimesest pilti ja.. põhimõtteliselt tulid temast seisvad kaunid portreepildid, aga ma tahtsin, et ta liiguks. Sest me ei pane lehte pilti, kus inimene lihtsalt seisab, sest see on valimisreklaam ja seda saab mujal teha. Sul on vaja emotsiooni ja liikumist, aga seda ei olnud seal. Ja see oli ka põhjus, miks see lugu üldse lehte ei läinudki. Ta ei olnud nii A-kategooria uudis, et sellel oleks powerit, kui see foto oleks seal juures olnud. Et siis oli küll see, et ahah, meil pole normaalset fotot? Pange siis mingi väikselt uudisnupuna. Et ta läks lehte küll, aga pisikese uudisnupuna kus polnud pilti. Tegelt mul oli materjali suureks looks. /---/ Et ma eeldasin jah, sest ma olen nii tublide fotograafidega koostööd teinud, kes teevad nii ägedaid fotosid. Ja ma ei pea neile mitte midagi ütlema põhimõtteliselt ja juba tuleb superkulda. Ma arvan, et seal oli jah see põhjus, et ma ei öelnud talle.*”

Probleeme on tekkinud ka sellest, kui ajakirjanik ei ole edastanud enda soove kirjeldavalt vaid hinnanguliselt – see tähendab, et selgelt pole väljendatud, milliseid aspekte või uudisväärtuseid soovitakse fotol rõhutada. Foto „ägedus“ on väga subjektiivne ning seda võivad erinevad inimesed tõlgendada erinevalt.

I1: „*Ja siis tahaks ka tegelikult mingisuguseid ägedamaid pilte, aga samas kui sa saadad fotograafi spetsiaalselt, siis tulevad uued sellised passipildid.*”

Kirjeldava ja põhjaliku sisendi olulisust tõid välja ka fotograafid. Ühe fotograafi sõnul on tal välja kujunenud praktika küsida alati, mis on loo fookus ning mida ajakirjanik tahab. Seeläbi on tal piisavalt informatsiooni ning ta teab, millised fotod uudise juurde sobivad. Samuti hoiab ta sel moel ära potentsiaalsed konfliktid, kus foto ja uudis keskenduvad erinevatele aspektidele.

F2: „*Alati on mul praktika välja kujunenud, et millest teema on. Mis loo fookus on? Mis sa tahad? Et sealt tekibki see koht, et siis ei saa mööda panna kusagilt. Tema on sulle väljendanud, mina temalt küsinud. Võibolla liiga palju mõeldakse selle peale, et ma olen*

[esmase informatsiooni andnud], järelikult on tööna kirjas ja teema on minu jaoks maas. Ja siis fotograaf mõtleb ka, et ah kirjas on, midagi on, ma lähen teen ära. Ja siis tekivadki need, et kujundaja küsib, et kuule, su lugu on ju koerast, aga ta on pildistanud prügikasti, kus see seos on? Siis tekivadki need pinged.”

Kuigi sisendi põhjalikkust peavad kõik fotograafid oluliseks, tõid nad ka välja, et lõpliku otsuse, milliseid aspekte ja väärtuseid fotodel rõhutada, teevad lõpuks nemad. Siinkohal viidati sellele, et paljudel ajakirjanikel puudub nende hinnangul pildiline mõtlemine, mistõttu ei tunta head fotot ära. Ühe fotograafi sõnul võib see tuleneda sellest, et ajakirjandusõppel ei pöörata uudisfotodele piisavalt palju tähelepanu.

F1: *„Väga palju on selliseid ajakirjanikke ka, kes lihtsalt ei näegi pilti ja kes ei tunne head pilti ära.“*

Üks ajakirjanik tõi välja, et ta võib jagada küll loo fookuse ja teema kohta informatsiooni, kuid kõik ülejäänud aspektid foto puhul on fotograafi enda otsustada.

I6: *„Tegelikult ma arvan, et minu roll fotode kujundamisel ongi.. ma tahaks öelda, et mina saan öelda, et millest lugu tuleb. Ma saan anda mingid koordinaadid, aga tõesti. Kõik see ideeline ja kunstiline teostus jääb fotograafile.“*

Veebiuudiste juurde valivad fotosid ajakirjanikud enamasti üksi. Siinkohal saabki eristada veebi- ning lehelugude uudisfotode valimise peamist erinevust – kui lehelugude puhul on uudisfoto valimisega seotud mitmed osapooled (fotograaf, reporter, toimetaja, fotoosakonna juht, küljendaja, mõnikord ka peatoimetaja), siis veebiuudiste puhul langetab olemasolevate fotode hulgast valiku ajakirjanik üksi.

I6: *„Et selle valiku.. mina panen enda[lehe] loo üles kuskile keskkonda ja siis läheb sinna loosse fototoimetuse juht, kes siis lisab need fotod sinna. Või siis vahel teeb seda toimetaja. Näiteks lisab mingi valiku fotodest ja siis fototoimetuse juht valib neist omakorda midagi välja.“*

Veebiuudiste puhul toimub fotograafi ja ajakirjaniku vahel mõnikord ka arutelu, milliseid fotosid võiks kasutada, kuid seda juhtub pigem harva. Ajakirjanike sõnul nad ise fotograafide käest veebiuudiste puhul nõu ei küsi ning selles etapis toimub infovahetus vaid siis, kui fotograaf ise annab soovitusi.

I2: „Võibolla kui mingi pikemat aega ette valmistatud teema, siis fotograaf võib nõu anda, et see on väga hea pilt. Aga ma ei räägi iial fotograafiga seda läbi, millist pilti sina selle loo juurde paneks.”

Üheks oluliseks fotode valikut mõjutavaks teguriks on ka see, kas ajakirjanik kirjutab uudist üksi või kellegagi koos. Üks ajakirjanik tõi välja, et kuna igal ajakirjanikul on erinevad eetilised kaalutlused, siis kaasautorluse puhul võivad tekkida konfliktid.

I2: “Kõige keerulisemad ongi minu arvates õnnetused ja kui juhtubki midagi suurt ja mitu inimest toimetab, mitu inimest teevad blogisid ja galeriisid asju, et sul ei ole kontrolli selle üle mida teised teevad ja igal ühel on ju erinev eetiline kaalutus.”

Rääkides aruandluskohustusest kolleegide ja ülemuse ees, tõi üks ajakirjanik välja, et ta tunneb fotode valimisel suuremat otsustusõigust kui tekstide kirjutamisel.

I3: „Loo autori ja toimetajana on mul piisavalt palju otsustusõigust ka, et ma võin pärast vaielda kellegagi, miks midagi sinna läks või mitte. Aga selle [fotode valiku] koha pealt ma tunnen rohkem otsustusvabadust kui teksti koha pealt.”

Ilmnes, et küllalt palju konflikte ja eksimusi on tekkinud olukordades, kui fotod saadetakse kaamerast otse toimetusse. Kõik intervjueeritavad tõi välja, et sellistes olukordades on kiire nii ajakirjanikel kui ka fotograafidel ning sellest tulenevalt tekib ka eksimusi.

Fotograafide sõnul on nende ülesanne jäädvustada sündmust võimalikult põhjalikult ja ülevaatlikult. Sellistes olukordades ei mõtle fotograafid selle peale, kui eetiline oleks selliste fotode avaldamine, vaid nad jätavad selle otsustuse ajakirjanikule, kes fotod üles laevad.

F2: „Aga mina fotograafina saadan pilti ja lähen kohale ja teen ära. Mina ei otsusta nende väljapanekute kohta. Minu asi on teha võimalikult palju, korrektselt, kvaliteetselt, ülevaatlikult sündmuskohalt pilti. Eetika. Kui eetiline see oli, ma ei tea.”

Samas ilmneb, et ajakriitiliste sündmuste puhul avaldatakse enamasti kõik fotod, mis fotograaf on sündmuspaigalt otse saatnud – selle tõi välja kõik intervjueeritud ajakirjanikud ja fotograafid. Ajakirjanike sõnul tuleneb selline praktika ajasurve, mille tõttu pole neil aega kõiki fotosid läbi vaadata.

I6: “Aga pigem on see, et kõik mis on üles pildistatud – eriti kui on see kiire olukord – siis sa panedki kõik üles ja ei mõtle selle peale. Alles hiljem on see, et kuule, see pole okei. Ja võibolla pole tõesti.”

Kuigi fotograafide sõnul üritavad nad otse kaamerast pilte saates olla eriti tähelepanelikud, siis sellegipoolest esineb sageli eksimusi. Nende sõnul tuleneb see eeskätt tehnoloogilistest piirangutest – kaamera ekraan on pisike ning fotot ei ole kuigi hästi näha; mõnikord vajutatakse kogemata saatmise nupule; tulenevalt halvast silmanägemisest on keeruline väikeselt ekraanilt hinnata, kas foto on terav või udune.

F1: „*Ikka satub. Eksimatuid ei ole. Ebateravaid satub. Ikka satub. See kaamerast saatmine on nii, et vahel läheb näpp kogemata vastu ja saadab pildi ära, mida sa ise ei soovi. Ja tagasi ei jõua võtta enam.*”

Üks fotograaf kirjeldas olukorda, kus ta saadeti pildistama tõenäolise suitsiidi sündmuspaika ning kus lõpuks puuduliku kommunikatsiooni tõttu avaldati väga vägivaldsed fotod. Nimelt, et väljendada pahameelt selles osas, et ta saadeti pildistama eetiliselt keerulist olukorda, saatis ta teiste fotode hulgas toimetusse ka foto, mis oli ilmselgelt liiga vägivaldne, et seda avaldada. Ometi ei öelnud ta ajakirjanikule, et fotode hulgas on ka selliseid, mida avaldada ei tohiks. Ajakirjanik avaldas kõik saadetud fotod, muuhulgas need, mida fotograaf ei teinud eesmärgiga avaldada. See näide illustreerib hästi kahte uudisfotode valimise aspekti – veebiuudiste puhul ei pruugi ajakirjanikud süveneda fotograafi poolt saadetud fotodesse ning seetõttu avaldatakse kõik; eetiliselt keeruliste olukordade puhul on ajakirjaniku ja fotograafi vaheline suhtlus väga oluline, et ära hoida selliste visuaalide avaldamist, mis võivad põhjustada kellelegi põhjendamatuid kannatusi. Samuti viitab fotograaf sellele, et pressifotograafide tööd puudutavaid regulatsioone on vähe ning neid oleks vaja täiendada.

Rääkides tagasisidest, tõid kaks fotograafi välja, et nad saavad seda piisavalt. Ühe fotograafi sõnul võiks tagasisidet alati rohkem olla. Fotode kohta antakse tagasisidet eelkõige fototoimetuse siseselt, harvemini teiste ajakirjanike ning veel harvemini lugejate poolt. Samuti tõi üks ajakirjanik tagasiside vormina välja preemiasüsteemi, mis tähendab, et silmapaistva töö korral on fotograafil võimalik igal kuul teenida rahalist preemiat.

Samas ilmnes, et teatud olukordades, kus tagasisidestamine võiks toimuda, seda siiski ei ole. Näiteks rääkis üks fotograaf sellest, et aeg-ajalt, kui ta on käinud sündmuspaika või inimest pildistamas, on uudise juurde valitud hoopis mõni vanem foto. Selgus, et nendes olukordades ei ole ajakirjanik fotograafile tagasisidet andnud, miks uued fotod avaldamata jäid ning fotograaf pole ka ise ajakirjaniku käest selle kohta uurinud.

Sõnumi kirjeldav olemus on oluline mitte ainult edasi-, vaid ka tagasiside puhul. Üks fotograaf rääkis, et kui tagasiside andja ei oska lahti seletada, mis talle täpsemalt foto juures meeldib, siis ei ole talle sellest tagasisidest kasu.

F2: „*Kui keegi ütleb, et sa tegid laheda pildi, aga muud ei ütle. Noh, aga miks? Mis selle lahedaks tegi või mis seal oli see? Kui inimene seda seletada ei oska, siis see tagasiside ei toimi.*“

Uurides ühelt fotograafilt selle kohta, kas ta veebiajakirjanikele ei ole tagasisidet andnud seoses sellega, et enamasti avaldatakse kõik kaamerast saadatud pildid, tõi ta välja, et tal on oma „nipp“, mida ta kasutab. Nimelt on ta sellise tegumoe kohta negatiivseid märkuseid tehes täheldanud, et sellisel tagasisidet pole mõju olnud. Küll aga, kui ta on kedagi kiitnud selle eest, et kõiki tema saadatud fotosid pole avaldatud, siis on nad ka edaspidi sel moel toimunud.

F3: „*Ma olen ikka kiitnud, et sinuga [toimetajaga] saab asju ajada: kui sina ikka toimetaja oled, siis saab ikka head pildid välja valitud.*“

Auditoorium

Kõik ajakirjanikud ja fotograafid peavad vähemal või rohkemal määral uudisfotosid valides silmas seda, mida lugeja võiks tahta näha. See väljendub näiteks selles, et ajakirjanik kasutab uudise juures fotot mõnest inimesest, sest „inimesele meeldib vaadata teist inimest“ või fotot, mis tõmbab kohe lugeja tähelepanu. Samuti mõjutavad lugejad seda, kui palju fotosid artikli juures avaldatakse. Fotogaleriisid üritatakse hoida piisavalt lühikestena, et inimesed viitsiksid neid vaadata. Pikemate artiklite puhul üritatakse aga teksti vahele lisada fotosid, et lugejatel oleks vaheldust ning nad ei tüdineks.

I7: „*Aga kui sul on 10 000 tähemärki ja 700-800 sõna eksju, siis see oleks ülimalt tuim tekstimassiiv. /---/ et oleks inimestele vaheldust ja kui nad on juba artiklis, et nad jätkaksid lugemist.*“

Intervjuude käigus selgus, et nii ajakirjanikud kui ka fotograafid peavad foto puhul oluliseks narratiivsust, sest nende hinnangul meeldib lugejatele narratiiviga fotosid vaadata.

I3: „*Veebi puhul ikkagi ka, et aina rohkem need pildid annavad väga palju juurde. Galeriid ja siis lugeja tunneb rohkem, et ta on selles loos sees.*“

Samuti tõid kõik ajakirjanikud välja, et võimalusel eelistatakse alati värskeid pilte. Üheks põhjuseks on asjaolu, et kui lugejad on pilti juba mitu korda näinud, siis ei pruugi nad enam selle fotoga uudist avada, isegi, kui uudise sisu on teine.

I5: „*Sest siin on ka hästi oluline see, et kui lugeja on korduvalt ühte ja sama pilti näinud, siis tal kaob see uudise efekt ära.*”

5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Selles peatükis vaatlen seoseid intervjuudega kogutud empiirilise materjali ning varasema teoreetilise ja empiirilise materjali vahel. Esmalt annan vastused bakalaureusetöö raames püstitatud uurimisküsimustele. Seejärel, diskussiooni peatükis, arutan töö tulemuste ja seoste üle laiemalt. Lõpetuseks toon välja meetodi ja uuringu kitsaskohad ja võimalikud lahendused ning kirjeldan võimalusi ja soovitusi edasisteks uuringuteks.

5.1. Järeldused

Milliste kriteeriumide alusel ajakirjanikud uudisfotosid valivad?

Smaele, Greeneni ja Cocki (2017: 66) järgi on ajakirjanikel keeruline välja tuua kriteeriume, mille põhjal nad uudisfotosid valivad – nende sõnul toimub valik pigem automaatselt, intuiitiivselt või emotsiooni pealt. Ka käesoleva töö tulemused näitavad, et ajakirjanikud ei ole uudisfotode valimise kriteeriume enda jaoks lahti mõtestanud ning esimese hooga nimetatakse, et uudisfoto peab „tõmbama tähelepanu, „olema äge“ ning „jutustama lugu“.

Intervjuude käigus selgus aga, et selliste umbmääraste kriteeriumide taga on sageli konkreetsed visuaalsed uudisväärtused, nagu isikustamine, illustratiivsus, emotsionaalsus, mõjukus jt. See viitab asjaolule, et kuigi ajakirjanikud peavad uudisfotode valimisel silmas erinevaid uudisväärtuseid, siis praktikas nad nende peale ei mõtle ning nende valikud on intuiitiivsed.

Varasemalt on läbi viidud mitmeid uuringuid eesmärgiga kirjeldada erinevaid kriteeriume, mida ajakirjanikud uudisfotosid valides silmas peavad (vt Rössler jt, 2011; Caple ja Bednarek, 2016; Smaele, Greenen ja Cock, 2017). Minu uuringutulemused sarnanevad nende omadega selle poolest, et rakendatavad kriteeriumid uudisfotode valimisel on sarnased. Küll aga pole varasemad uuringud analüüsinud seda, kuidas kajastatava sündmuse olemus mõjutab erinevate kriteeriumide rakendamist ning prioriseerimist.

Käesoleva töö puhul selgus, et rakendatavad valikukriteeriumid sõltuvad otseselt kajastatava sündmuse olemusest (vt Joonis 6). Ajakirjanike sündmuste puhul peavad ajakirjanikud silmas teistsuguseid kriteeriume kui retrospektiivsete sündmuste puhul. Samuti peetakse madala visuaalse uudisväärtusega sündmuste puhul silmas teistsuguseid kriteeriume kui kõrge visuaalse

uudisväärtusega sündmuste puhul. Konkreetsetest kriteeriumitest kirjutan lähemalt järgmistes alapeatükkides.

Ajakriitilisus

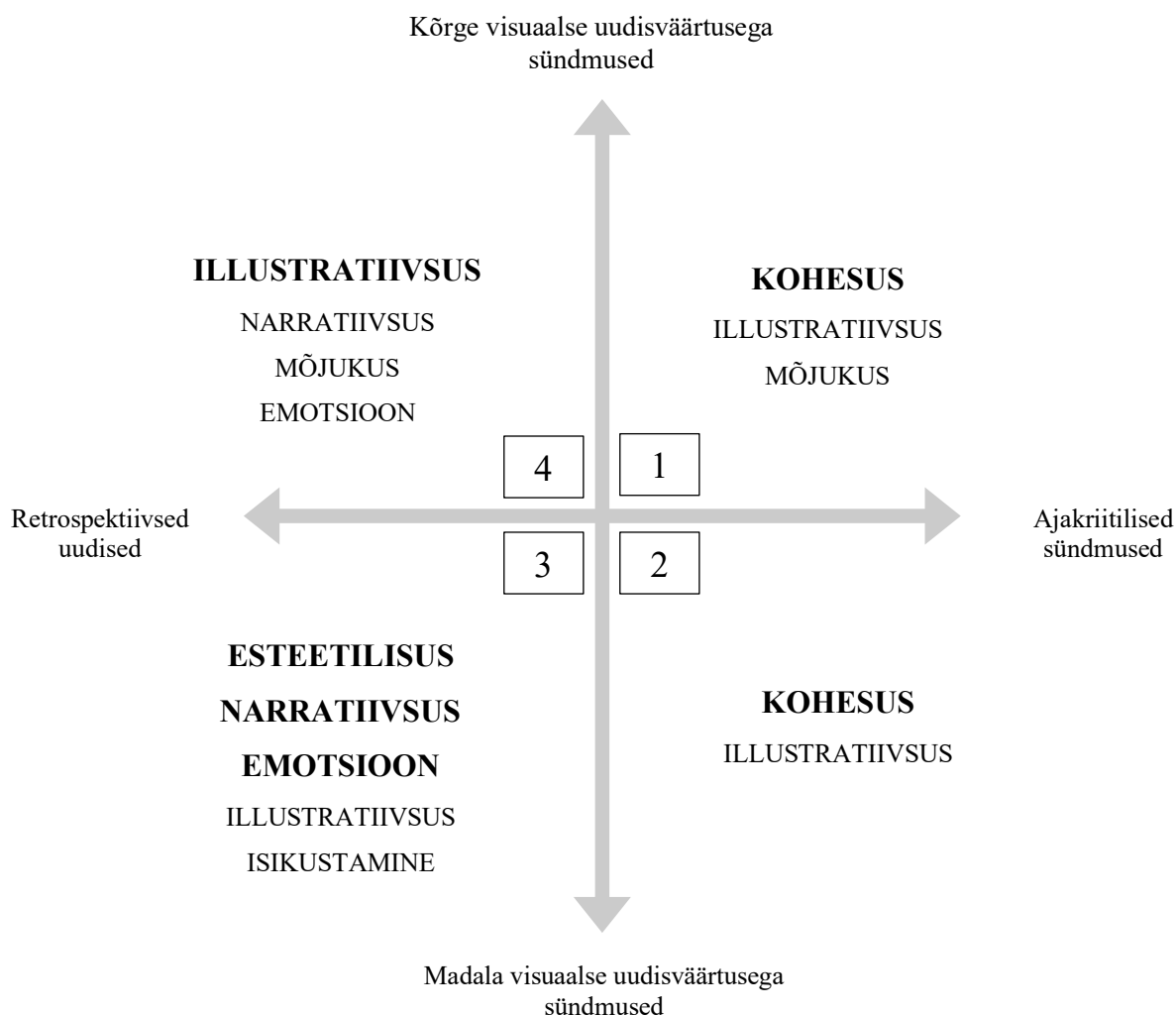
Uudisfotode visuaalsete uudisväärtuste rakendamist mõjutab kõige enam see, kuivõrd ajakriitilise sündmusega on tegemist. AK sündmuse puhul on kõige olulisemaks kriteeriumiks **kohesus** ning see enamasti **domineerib kõikide teiste uudisväärtuste üle**. See tähendab, et AK sündmuse puhul on ajakirjaniku prioriteediks leida uudisfoto võimalikult väikese vaeva ja ajakuluga. Seega on kohesus pigem konkreetsest situatsioonist tulenev vajadus mistahes enamvähem sobiva uudisfoto järele – teisisõnu peitub sellises olukorras foto väärtus selles, kui kiiresti on seda võimalik avaldada. Sellegipoolest peab valitav uudisfoto edastama teatud sündmuse fakte ning olema **illustratiivne**.

Retrospektiivsete uudiste puhul peavad ajakirjanikud fotode valimisel silmas märksa teistsuguseid valikukriteeriume kui ajakriitiliste sündmuste puhul. RS uudiste puhul pole enamasti artikli avaldamisega niivõrd kiire ja kohesus pole oluline – see loob võimaluse teiste uudisväärtuste, nagu **narratiivsuse, esteetilisuse, isikustamise ning emotsionaalsuse**, prioriseerimiseks.

Visuaalne uudisväärtuslikkus

Schwalbe jt (2015) järgi käsitletakse sageli uudisetoimetustes fotosid kui teksti täiendavat elementi – uudisfoto eesmärgiks on pakkuda tekstile vaheldust ning illustreerida teatud uudise aspekte või inimesi. Teisisõnu väärtustatakse fotosid, millel on kõrge illustratiivne väärtus. Käesoleva töö tulemused kinnitavad seda samuti – foto illustratiivset väärtust peetakse teatud määral oluliseks, olenemata kajastatava sündmuse olemusest. „Teatud määral“ all pean silmas seda, et uudisfotodel on peaaegu alati kujutatud mõni sündmuse fakt – olgu selleks portree kõneisikust, liiklusõnnetuse puhul sümbolfoto politseiautost või foto sündmuspaigast.

See, millisel määral peab ajakirjanik foto illustratiivset väärtust oluliseks, sõltub kajastatava sündmuse visuaalsest uudisväärtuslikkusest. Nimelt MVU sündmuste puhul seatakse emotsioon ja tegevus mõnikord prioriteediks. See tuleneb asjaolust, et MVU sündmused ei ole enamasti visuaalselt „ägedad“ ning seetõttu eelistatakse fotol rõhutada aspekte, mis ei pruugi otseselt edastada sündmuse fakte (näiteks foto poliitikust pressikonverentsil haigutamas).



Joonis 6. Prioriteetsed uudisväärtused erinevate sündmuste uudisfotode valimisel

Teiseks oluliseks valikukriteeriumiks, mida visuaalne uudisväärtuslikkus mõjutab, on fotode esteetilisus. Vastupidiselt minu ootustele ei räägitud fotode esteetikast KVV sündmuste kontekstis vaid hoopis MVU kontekstis. Seda tulemust võivad selgitada Nilssoni (2017) ja Smaele jt (2017) uuringutulemused. Nimelt Nilssoni (2017: 43) sõnul toimib uudisfoto kahel tasandil: esiteks edastades fotona informatsiooni ning teiseks omades teatud tehnilisi ja esteetilisi omadusi. Need kaks tasandit võivad küll sõltuvad fotode valikust olla konfliktis, kuid Smaele jt (2017: 63) sõnul kaalub uudisfotode informatiivne väärtus nende esteetilise väärtuse üle. Seega võib järeldada, et KVV sündmuste puhul ei ole esteetilisus oluline kriteerium seetõttu, et seal on domineerivaks foto illustreeriv väärtus. MVU sündmuste puhul ei ole illustreeriv foto „äge“ ning seetõttu rõhutatakse sellele väärtusele, mida on fotograafil võimalik enda oskustega luua – esteetilisusele.

Samuti mõjutab sündmuse visuaalne uudisväärtuslikkus seda, kuivõrd mõjukad võivad uudisfotod olla. Rössleri jt (2011) sõnul võib teatud visuaalsete uudisväärtuste kujutamine fotodel tekitada lugejates reaktsioone – kõige suuremat mõju avaldavad lugejatele fotod, mis kujutavad vägivalda või kahjustusi. Seda näitasid ka minu intervjuu tulemused – kahe intervjuueeritud ajakirjaniku sõnul tuleks liiklusõnnetustest avaldada fotosid, sest need on lugejatele hoiatuseks ning aitavad seeläbi ennetada võimalikke õnnetusi tulevikus. MVU sündmuste kontekstis ajakirjanikud mõjukusest ei rääkinud. Seega võib öelda, et mõjukus on valikukriteerium vaid KVV sündmuste puhul.

Nilssoni (2017) uuringust selgus, et kuigi toimetajad eelistavad enda sõnul kasutada dokumentalistlikke ning lavastamata fotosid, avaldatakse siiski väga palju lavastatud portreefotosid. Tema sõnul on selliste fotode avaldamisel peamiselt kaks põhjust: illustreerida uudist ning näidata, kes on kõneisik; isikustada uudis, et lugejatel tekiks tekstiga tugevam side (*ibid*: 50). Seda kinnitavad ka minu tulemused – kui vähegi võimalik, eelistatakse kasutada fotosid, kus on kujutatud inimest; samuti peetakse oluliseks, et foto ei oleks anonüümne.

Ühe kõige olulisema aspektina uudisfotode fuures tõid nii ajakirjanikud kui ka fotograafid välja selle narratiivsuse. Narratiivi otsivad nii fotograafid, kes üritavad seda luua läbi erinevate elementide ja kompositsiooni, kui ka ajakirjanikud, kes eelistavad kasutada fotosid, millel nad näevad lugu. Shoemakeri ja Reese'i (2014: 175) järgi on uudiste esitamine narratiividena oluline selleks, et lugejatel oleks neid huvitav jälgida ning nende tähelepanu ei kaoks. Sellest lähtuvalt võib järeldada, et uudisfoto narratiivsus ei ole otseselt eraldiseisev uudisväärtus, vaid meediarutiiniks kujunenud informatsiooni esitamise viis, mida nii ajakirjanikud kui ka fotograafid praktiseerivad ja väärtustavad.

Seega võib küll rääkida paljudest erinevatest uudisväärtustest, mida ajakirjanikud uudisfotode valimisel silmas peavad, kuid võib öelda, et lõpuks domineerivad nendest vaid mõned: AK olukordades **kohesus**; RS sündmuste puhul foto **narratiivsus**; KVV sündmuste puhul **illustriativsus** ning MVU puhul **esteetilisus** ja **emotsionaalsus**.

Milliseid mõjutusi ajakirjanikud uudisfotode valimisel tajuvad?

Kui võrrelda näiteks Evansi (1987), Rössleri jt (2011) ning Caple'i ja Bednareki (2016) visuaalsete uudisväärtuste nimekirju, siis need erinevad üksteisest peamiselt selle poolest, kuidas üks või teine autor on uudisväärtuseid tõlgendanud ja sõnastanud. Seega **uudisväärtused**, mille põhjal ajakirjanikud otsustavad, kas sündmust kajastada või mitte, on **lääne ajakirjanduses üsna universaalsed**.

Käesoleva töö puhul selgus, et veebiajakirjanduses on lisaks visuaalsetele uudisväärtustele universaalne ka ajakirjanike tööd mõjutav **ajasurve**. Witschge ja Nygreni (2009: 45) sõnul seab veebiajakirjanduse pidev nõudlus uue informatsiooni järele ajakirjaniku suure surve alla, mistõttu jääb üha vähem aega faktide kontrollimiseks ning parandusi viiakse sisse ka pärast seda, kui uudis on juba avaldatud. Käesoleva töö tulemused näitavad niisamuti – pea kõigi ajakirjanike sõnul tunnevad nad, et neil on uudiste kirjutamiseks vähe aega. Toodi välja, et kui aega oleks rohkem, erineks suure tõenäosusega ka nende pildivalik. Ajakriitilistes olukordades avaldatakse enamasti kõik fotod, mis fotograafid on neile saatnud ning sobimatud pildid eemaldatakse sageli alles hiljem, kui on tekkinud rohkem aega või kui keegi on ebasobivale fotole tähelepanu juhtinud.

Ajakriitilises olukorras on kiire ka fotograafidel. Kui sündmuspäeval on mitme toimetuse fotograafid, konkureerivad nad üksteisega selle üle, kes esimesena fotod toimetusse jõuab saata. See on aga üks potentsiaalne eksimuste koht, sest fotograafil ei ole aega, et veenduda saadetava foto kvaliteedis, eetilises ja sobivuses. Seega tulenevalt sellest, et ajasurve all töötaval ajakirjanikel ja fotograafidel ei ole aega fotode valikusse põhjalikult süübidada, on arusaadav, miks kohesus domineerib AK sündmuste puhul kõikide teiste uudisväärtuste üle.

Kuigi visuaalsed uudisväärtused ja ajasurve on veebiajakirjanike puhul universaalsed, näitavad katsed, et samades situatsioonides langetavad ajakirjanikud siiski erinevaid otsuseid. See tuleneb „maitse küsimusest“ nagu mitmed ajakirjanikud mainisid – teisisõnu **individuaalse tasandi mõjutustest**. Sellest võib sõltuda näiteks see, milliseid visuaalseid uudisväärtuseid ajakirjanik sündmuse puhul fotodel rõhutada tahab. Isegi kui ajakirjanikud võivad teatud sündmuste puhul oluliseks samu visuaalseid uudisväärtuseid, siis võivad nende valikud erineda siiski selle poolest, mida üks või teine indiviid peab „ilusaks“ fotoks.

Kuigi **tehnoloogilised lahendused** on uudiste kiire levitamise puhul väga olulised, raskendavad need teatud olukordades uudisfotode valikut. Sageli avaldavad ajakirjanikud kogemata fotosid, mida nad ei oleks soovinud avaldada, sest valimise platvormil on fotod kuvatud üsna väiksenä. Samuti mõjutab ekraani suurus fotograafe, kes peavad sündmuskohalt sobivad fotod välja valima fotokaamera ekraani pealt, mis on veelgi väiksem.

Shoemakeri ja Reese'i (2014: 196) sõnul on väljaspool tööaega toimunud sündmustel palju väiksem võimalus saada uudistes kajastatud kui sündmustel, mis toimuvad töötaja sees. Ilmnes, et toimetuses sätestatud **tööajal** on mõju ka sellele, kas ja kui ruttu uudisfotosid puudutavad eksimused likvideeritakse. Üks ajakirjanik tõi näite, kus väga tõsise ja kriminaalse loo juures avaldati kogemata sündsusetu foto paljast naisest. Ilmselt oleks see eksimus parandatud ruttu ära,

kui tegemist poleks olnud õhtuse ajaga, mil toimetuses on tööl vähe inimesi. Seetõttu oli ebasünnis pilt üleval terve öö.

Kuigi nii Eesti Pressifotograafide Liidu eetikakoodeks kui ka üldine ajakirjanduseetika koodeks on loodud abivahendiks, mille järgi ajakirjanikud ja fotograafid enda töös saavad juhendada, ei sea see selgesõnalisi reegleid, kuidas teatud olukordades täpselt käituma peaks. Iga olukord on erinev ning seetõttu tuleb langetada individuaalseid moraalseid otsuseid. Peamiseks murekohaks on siinkohal surma ja vägivalda puudutavate fotode avaldamine. Selgus, et erinevatel fotograafidel ja ajakirjanikel on erinevad **eetilised kaalutluskohad**, mistõttu sarnastes olukordades otsustatakse sageli erinevalt – mõne ajakirjaniku arvates ei ole hukunu kujutamine mitte mingil juhul aktsepteeritav, mõne teise ajakirjaniku arvates on, kui ta on pildistatud kaugelt ning ei ole äratuntav või kui foto pärineb mõnest Eestist kaugel asuvast riigist. Konkreetsemate regulatsioonide vajalikkust tõi välja ka üks fotograaf, kelle sõnul aitaks see eetilistelt keerulistest olukordades otsuseid langetada.

Juuriku (2014: 13) sõnul tekib indiviidil **lojaalsuste** konflikt olukorras, kus tal on kohustusi erinevate osapoolte ees. Nii ajakirjanikul kui fotograafil on kohustused nii meediaorganisatsiooni, allikate, lugejate kui ka avalikkuse ees. Sellest tulenevaid konflikte ilmnes ka käesoleva töö puhul. Näiteks ühest küljest avaldatakse fotosid liiklusõnnetustest, sest „inimesed tahavad neid näha“. Teisest küljest välditakse šokeerivate fotode avaldamist, sest „lugejal pole vaja seda näha“. Siinkohal on oluline eristada seda, mida lugejad tahavad näha ning seda, mida lugejal on vaja näha. Kui ajakirjanikud lähtuksid sellest, mida lugejal on vaja näha, oleksid nad lojaalsed avalikkusele ja sealhulgas ka lugejale. Lähtudes aga sellest, mida lugejad tahavad näha, on nad lojaalsed meediaorganisatsioonile, kes teenib klikkide pealt raha.

Milline on ajakirjaniku ja fotograafi vahelise edasi- ja tagasiside (või selle puudumise) mõju uudisfotode valikule?

Uudisfotode valimise ja valmimise puhul saab eristada kahte etappi: uudisfotode tegemise etapp ning uudisfotode valimise etapp. Kui esimese etapi puhul otsustab sündmuse uudisväärtuslikkuse üle peamiselt fotograaf, siis teise etapi puhul on peamiseks otsustajaks ajakirjanik – seega tuleks uudisfotode valimist vaadata kui protsessi.

Küll aga ei langeta ajakirjanik ja fotograaf uudisfotode valikut puudutavaid otsuseid üksteisest sõltumata ning nende individuaalsed otsused on mõjutatud edasi- ja tagasisidest, mida nad üksteisele annavad (või ei anna). Veebiuudiste puhul ajakirjanikud fotograafidele kuigi põhjalikku

edasisidet enamasti ei anna – sageli piirdub see sündmuse asukoha ning kirjeldusega. See tähendab, et fotograafidel on veebiuudiste puhul sageli peamine otsustusõigus, milliseid sündmuse aspekte ja väärtusi fotodel esile tuua.

Kuigi ajakirjanike sõnul on nad fotograafide tööga pea alati rahul, siis ilmnes ka teatud konfliktiolukordi, mis on tulenenud just puudulikust edasisidest. Näiteks kirjeldas üks ajakirjanik olukorda, kus fotograaf oli rõhutanud foto esteetilisusele, kuid ajakirjanik oleks soovinud tegevust kujutavat fotot. Samas ei sõnastanud ajakirjanik edasisides enda ootuseid selgelt lahti, mistõttu ei osanud ka fotograaf pildistades ajakirjaniku soove silmas pidada.

Teistsorti probleemid esinevad siis, kui ajakirjanik on küll fotograafiga enda ootuseid jaganud, kuid ootuste kirjeldamise asemel on ta olnud pigem hinnanguline. Sageli rääkisid ajakirjanikud „ägedatest“ ning „põnevatest“ fotodest ning sellest, kuidas fotograaf oli teinud „igava“ foto. Siinkohal kerkibki esile vajaliku sõnavara ning ka **diskursuse valdamine** – kui ajakirjanik ei suuda kirjeldavalt sõnastada enda vajadusi ega ka seda, milline on tema arvates põnev foto, siis on fotograafil tema ootuseid keeruline mõista. Kirjeldava edasi- ja tagasiside olulisuse on välja toonud ka Harro-Loit (2019: 6), kelle sõnul kerkib selle olulisus välja eeskätt negatiivse tagasiside puhul. Konstruktiivseks edasi- ja tagasisideks vajaliku diskursuse puudumist ajakirjanike seas rõhutas ka üks fotograaf, kelle sõnul pole paljudel ajakirjanikel pildilist mõtlemist, sest ajakirjandusöpe seda ei käsitle.

Üks ajakirjanik, kes varem kirjutas veebiuudiseid, aga nüüd kirjutab vaid lehelugusid, tõi ka ise välja, et tal puudub vajalik vaist, et ära tunda head uudisfotot. Seetõttu usaldab ta fotode valikul täielikult fototoimetuse juhti ning paberlehe toimetajaid. Veebilehes töötades pidi ta aga uudisfotode valikuid langetama enamasti üksi. Võttes kokku kõik eelnevad aspektid – ajaline surve, vajaliku diskursuse puudumine ning töörutiinist tulenev praktika teha fotovaliku otsus üksinda –, ei ole veebiajakirjanik sageli positsioonis, kus tal oleks võimalik langetada teadmistel põhinevaid kaalutletud otsuseid avaldatavate fotode osas.

Brookharti (2008, viidatud Harro-Loit, 2019 kaudu) sõnul sõltub edasi- ja tagasiside efektiivsus muuhulgas sellest, mis hetkel ning mis vormis seda on antud. Ajakirjanike sõnul esineb aeg-ajalt selliseid olukordi, kus fotograaf on alles peale artikli avaldamist uurinud, miks ajakirjanik mõne foto on avaldanud. Kui fotograafid edastaksid ajakirjanikele **tagasiside asemel rohkem edasisidet**, siis oleks võimalik selliseid olukordi vältida.

Õigeaegne edasiside on oluline ka selleks, et vältida selliste fotode avaldamist mis võivad tekitada kellelegi põhjendamatuid kannatusi. Üks fotograaf saadeti kord talle arusaamatul põhjusel ühele vägivaldsele sündmuspaigale pilti tegema. Väljendamaks enda pahameelt, saatis ta muude fotode hulgas ka mõned väga võikad kaadrid – läbi nende tahtis ta saata ajakirjanikule sõnumi, et kas see on sündmus, mida fotograaf peaks jäädvustama. Küll aga ei andnud ta ajakirjanikule nende fotode kohta märku, sest ta eeldas, et ajakirjanik märkab neid ning jätab need avaldamata. Fotod siiski avaldati ning sattusid avalikkuse pahameele alla. See juhtum näitlikustab hästi, kuidas **tagasiside vormist sõltub selle efektiivsus** – kui fotograaf oleks enda pahameelt väljendanud verbaalselt, mitte visuaalselt, ei oleks ajakirjanik neid fotosid avaldanud ning lugejad poleks pidanud ka võikaid kaadreid nägema.

5.2. Diskussioon

Schwalbe jt (2015) sõnul käsitletakse uudisfotosid enamasti kui teksti täiendavat elementi ja nende eesmärgiks on pakkuda tekstile vaheldust ning illustreerida teatud uudise aspekte. Kuigi ka minu töö tulemused kinnitavad seda teatud määral, siis mõnikord on uudisfotodel märksa suurem roll uudise juures, kui Schwalbe jt (*ibid*) väidavad. Ajakirjanikud rääkisid sageli, et ükskõik kui hea artikli nad ka ei kirjutaks, kui selle juures head uudisfotot ei ole, siis lugejad seda ei ava. See viitab, et foto eesmärgiks ei ole pakkuda ainult vaheldust, vaid hoolitseda ka selle eest, et lugejatel tekiks uudiste vastu huvi.

Samas, kui ajakirjanikud tunnevad, et nad peavad uudiste juurde valima just selliseid fotosid, mis on lugejatele atraktiivsed, tekitab see küsimusi ajakirjanduse funktsioonide kohta. Nii ajakirjanikud kui ka fotograafid rääkisid, et pressikonverentsid on visuaalselt igavad sündmused ja seetõttu üritatakse teha ja valida selliseid fotosid, kus poliitiku emotsioonidest või žestidest saab midagi „huvitavat“ välja lugeda. Siinkohal tekib küsimus, kas „igavate“ sündmuste „huvitavaks“ tegemine on objektiivne ajakirjandus? On mõistetav, et uudiseid tuleb pakendada ning esitada sellisel moel, et lugejad nende vastu huvi tunneksid. Kuid nagu Zillmann jt (1991) on hoiatanud, siis uudisfotodel on otsene mõju sellele, kuidas inimesed kajastatavast teemast aru saavad. Seega võib näiteks mõne ministri hetkelise ning sündmuse kontekstis väheolulise emotsiooni kujutamine tekitada lugejates väärarusaamu selle ministri seisukohtade osas.

Üheks tõenäoliseks eetiliste probleemide tekkimise kohaks on ajakriitilised olukorrad. Fotograafid tõid välja, et nad pildistavad sündmuskohal alati võimalikult palju ning fotode eetilise üle lasevad nad otsustada ajakirjanikel. Samas avaldatakse sellistes olukordades sageli kõik fotograafi poolt saadatud fotod. Seetõttu on esinenud, et lugejatel on veebigaleriis võimalik näha väga vägivaldseid või eksitava sisuga fotosid. Selliste olukordade vältimiseks on äärmiselt oluline, et ajakirjanik ja fotograaf omavahel suhtleksid – fotograaf peaks ajakirjanikku sedalaadi fotode saabumisest hoiatama ning ajakirjanik peaks samuti vajadusel fotograafi käest üle küsima, kas ta saatis need fotod teadlikult. Väga paljud uudisfotosid puudutavatest eksimustest tulenevadki just puudulikkusest fotograafi ja ajakirjaniku vahelisest edasisidest.

Konstruktiiivse edasi- ja tagasiside üheks eelduseks on vastava sõnavara ehk diskursuse valdamine. Ühe fotograafi sõnul saab ta ajakirjanikelt sageli tagasisidet, et „see on hea pilt“, kuid kui ajakirjanik ei oska täpselt kirjeldada, mis selle foto heaks teeb, siis pole sellest talle tema sõnul kasu. Vajaliku diskursuse valdamine on oluline ka edasiside puhul, sest see võimaldab meeskonnaliikmetel üksteise ootustest ja vajadustest paremini aru saada. Tulemused näitavad, et veebiajakirjanike hulgas puuduvad sageli oskused ja sõnavara, et kirjeldada, millised on nende hinnangul head uudisfotod ning milliseid nad fotograafidelt uudise juurde tahavad saada. Samas on oluline, et need inimesed, kes igapäevaselt uudiste juurde fotosid valivad, oleksid visuaalselt pädevad ning saaksid langetada teadlike otsuseid ühe või teise uudisfoto kasuks. Läbiv uudisfotosid puudutava diskursuse puudumine ajakirjanike seas võid viidata sellele, et ajakirjandusõpe ei ole sellele aspektile piisavalt palju tähelepanu pööranud.

5.3. Meetodi piirangud ja soovitused edasisteks uuringuteks

Kvalitatiivsel, nagu ka teistel uurimisviisidel, on mitmeid puudusi. Näiteks tuleb kvalitatiivse uuringu puhul olla ettevaatlik terve populatsiooni kohta käivate üldistuste tegemisel, sest valimi suurus on palju väiksem, kui kvantitatiivse uurimise puhul. Käesolevas töös üritasin ma seda piirangut mõnevõrra ületada, moodustades valimit sihipärasel teel. Kaasates võimalikult erinevate töökogemuste ja demograafiliste omadustega inimesi soodustasin erinevate mõtete ja seisukohtade esile kerkimist.

Valimi suurust hinnates tuleb võtta arvesse ka kogu populatsiooni suurust, ehk käesoleva töö puhul erameedia ettevõtete veebitoimetustes töötavad ajakirjanikud ja fotograafid. Pidades silmas töö

eesmärke, leian, et valimi suurus ja olemus on esinduslik, sest viimaste intervjuudega said varasemad tulemused pigem kinnitust ja palju uut informatsiooni ei lisandunud.

Kvalitatiivse uurimisviisi piiranguks on ka kallutatus. Kriitiliste teemade puhul võib inimestel tekkida soov ennast paremas valguses näidata. Võttes arvesse, et intervjuudest käisid läbi ka sellised teemad, nagu ajasurvest tekkinud eksimused või meeskonnaliikmete vaheline suhtluse puudulikus, võib öelda, et tegemist on tundliku teemaga. Selle piirangu ületamiseks puudutasin teatud teemasid intervjuude vältel korduvalt, muutes küsimuste sõnastust ja varieerides isikulise ja umbisikulise tegumoe vahel. Üks võimalus, kuidas intervjuude tulemuste kallutatust kontrollida, on intervjuueeritavatega läbi viia katsed – nende põhjal saab teha detailsemaid järeldusi isikliku tasandi mõjutegurite kohta. Käesoleva töö raames viisin läbi katsed kolme ajakirjanikuga, kuid tulevaste uuringute puhul tasuks katsete arvu suurendada.

Mitmete bakalaureusetöö raames intervjuueeritud ajakirjaniku ja fotograafiga olen ma varasemalt tuttav. Samuti olen ma uuritava teemaga seotud, sest olen töötanud vabakutselise pressifotograafina ning seeläbi rohkem kursis fotograafi, kui ajakirjaniku perspektiiviga uudisfotode valimisel. Selleks, et vähendada minu subjektiivsuse mõju andmete kogumisel, koostasintervjuukava tähelepanelikult, et välistada võimalike isiklike eelduste sattumist küsimustesse. Kodeerimisel ning andmete tõlgendamisel palusin tulemusi üle vaadata ka teistel sarnaste teemadega kokku puutunud inimestel.

Käesolevas töös esitatud üldistuste kontrollimiseks tasuks siiski läbi viia kvantitatiivseid uuringuid, sest seeläbi on võimalik uuringusse kaasata rohkem ajakirjanike ja fotograafe. Samuti on oluline uurida seda, kas ja mil määral erinevad avalik-õigusliku ning erameedia ettevõtete praktikad ja põhimõtted uudisfotode valimisel veebiuudiste puhul.

Teine võimalik uurimissuund oleks analüüsida Pressinõukogusse esitatud kaebuseid ja lahendusi, mis puudutavad eeskätt uudisfotosid. Käesoleva töö tulemused näitavad, et veebiajakirjanduses saab aeg-ajalt täheldada sobimatute ja ebaetiliste fotode avaldamist. Siinkohal saaks uurida seda, kas ja kui palju moraalset kahju see inimestele on tekitanud ning milliseid seisukohti on sealjuures võtnud Pressinõukogu.

KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada, milliseid uudisväärtuseid erameedia ettevõtete veebitoimetustes töötavad ajakirjanikud uudisfotode valimisel rakendavad. Töö teiseks eesmärgiks oli välja selgitada, kuidas ajakirjanikud ja fotograafid – mõjutatuna enda kogemustest, teadmistest ja meediarutiinidest – langetavad uudisfotode publitseerimise erinevates etappides otsuseid, milliseid uudisväärtuseid avaldatavatel fotodel välja tuua.

Eesmärkide saavutamiseks viisin sihipärase valimiga läbi kümme poolstruktureeritud süvaintervjuud seitsme erameedia ettevõtetes töötava veebiajakirjaniku ja kolme fotograafiga. Samuti tegin kolme ajakirjanikuga katsed, mille eesmärgiks oli koguda täiendavaid andmeid intervjuude tulemustega võrdlemiseks. Esialgu oli plaanis viia katsed läbi kõikide intervjuueeritavatega, aga tulenevalt Vabariigi Valitsuse poolt kehtestatud eriolukorrast pidin viimased seitse intervjuud tegema videosilla vahendusel, mis ei ole paraku sobiv viis katse läbi viimiseks.

Intervjuude tulemusena võib öelda, et see, milliseid uudisväärtuseid ajakirjanikud uudisfotode valimisel rakendavad, sõltub otseselt kajastatava sündmuse olemusest. Esiteks selgus, et ajakriitiliste sündmuste puhul on kõige olulisemaks valikukriteeriumiks „kohesus“, mis domineerib kõikide teiste võimalike uudisväärtuste üle. Retrospektiivsete uudiste puhul on ajakirjanikul uudisfotode valimiseks rohkem aega ning seetõttu peetakse oluliseks väärtuseid nagu „narratiivsus“, „esteetilisus“, „isikustamine“ ja „emotsionaalsus“. Samuti saab tulemuste põhjal eristada kõrge ja madala visuaalse uudisväärtusega sündmused – kõrge visuaalse uudisväärtusega sündmuste puhul peetakse oluliseks illustratiivsust, madala visuaalse uudisväärtusega sündmuste puhul aga eelkõige esteetilisust ja emotsionaalsust.

Katsete tulemused näitavad, et kuigi kõik ajakirjanikud tõid välja enam-vähem sarnaseid uudisväärtuseid, erinevad nende uudisfotode valikud reaalses olukorras märkimisväärselt. Tulemused viitasid, et individuaalse tasandi mõjutused ehk teisisõnu ajakirjaniku „isiklik maitse“ võib saada määravaks, milliste uudisväärtustega uudisfoto ta välja valib. Isegi, kui erinevate ajakirjanike valitud fotod edastavad samu väärtuseid, võivad nad erineda üksteisest selle poolest, mida üks või teine ajakirjanik „esteetiliseks“ peab.

Samuti selgus, et veebiuudiste puhul ei anna ajakirjanikud fotograafidele kuigi põhjalikku edasi- ja tagasisidet ning see, milliseid sündmuse aspekte fotodel rõhutada, on fotograafi enda otsustada. Samas ei anna sageli ka fotograafid saadetud fotode kohta ajakirjanikele informatsiooni ning

lõpliku pildivaliku teeb ajakirjanik üksinda. Paljud uudisfotode valimist puudutavad eksimused (nt liiga vägivaldsete fotode avaldamine või fotode avaldamine ilma inimese nõusolekuta) tulenevadki puudulikust edasi- ja tagasisidest ajakirjaniku ja fotograafi vahel.

Käesolev töö on üks esimestest uudisfotode valimist puudutavatest uuringutest, mis Eesti kontekstis läbi on viidud ning seetõttu on edasisi uuringusuundi palju. Jätku-uuringute või tulevaste tööde puhul tasuks kindlasti sisse tuua ka kvantitatiivne mõõde, mis võimaldab teha kindlamaid järeldusi uudisfotode valimise praktikate kohta. Samuti oleks huvitav uurida sümbolfotode kasutamist ning konkreetsemalt seda, kas ja kuidas need kinnistavad ühiskonnas juba tekkinud stereotüüpe.

SUMMARY

Selection of news photos on the basis of photo news factors for online media

The aim of this bachelor's thesis was to study which news values are implemented for selecting news photos by the journalists working in private media companies. The second goal of the study was to clarify how journalists and photographers – affected by their experience, knowledge and media routine – decide on which kind of news values to emphasize on the photos during the different phases of publishing the news photos.

To attain my objective, I conducted ten half-structured and in-depth interviews with the target population. Among the interviewees were seven online journalists and three photographers working in private media companies. I also ran experiments with three journalists with the aim to collect supplementary data to compare with the results of the interviews. My original plan to run experiments with all the ten interviewees was disrupted by the emergency situation declared by the Government of the Republic of Estonia. Therefore, the last seven interviews were conducted online without experiments.

As a result of the interviews, the most important criteria for choosing news photos for time-critical events turned out to be „immediacy”. News values like „narrativity”, „aesthetics”, „personalization” and „emotionality” were more importantly mentioned in the context of retrospective news, for which journalists have more time for the selection of the photos. The events with higher and lower visual news value could also be differentiated as a result of the interviews: while “illustrative” criteria is important for events with a high visual value, “aesthetics” and “emotionality” are preferred criteria for events with a low visual value.

While during the interviews, all the journalists mentioned similar news values as a criteria for choosing the news photos, the experiments show that the selections of the photographs differed considerably. The personal taste of a journalist can determinate the final selection of the news photo. Even if the photos selected by different journalists express the same news values, they can differ from the aspect of what is considered aesthetical by the journalists.

Another finding of the study was that the journalists do not give enough feedback and feedforward to the photographers about the online news photos and the photographers decide on their own which kind of aspects of the events to emphasize on the photos. At the same time, often the photographers do not provide enough information about the photos and the final

selection is made by the journalist alone. Many faults made during the selection process (i.e. publishing too violent photos or publishing photos without a permission) are caused by the insufficient feedback and feedforward between the journalist and the photographer.

This bachelor's thesis is one of the first papers focusing on the selection of news photos in Estonia and therefore there are quite a few possibilities for future research. Further analysis should definitely implement quantitative methods to make stronger conclusions about the practice of the selection of news photos. Another interesting aspect to research would be the use of symbol photos and if and how they influence the stereotypes already prevalent in society.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Becker, L. B. ja Vlad, T. (2009). News organizations and routines. K.Wahl-Jorgensen ja T.Hanitzsch (toim.), *The handbook of journalism studies* (lk 59–72). New York: Routledge.
- Bell, A. (1991). *The language of news media*. Oxford: Blackwell.
- Bissell, K. L. (2000). A return to ‘Mr. Gates’: Photography and objectivity. *Newspaper Research Journal*, 21(3), 81–93.
- Bivins, T. (2004). *MIXED MEDIA. Moral Distinctions in Advertising, Public Relations and Journalism*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Brighton, P. ja Foy, D. (2007). *News values*. London: SAGE Publications Ltd.
- Bucher, H. J. ja Schumacher, P. (2006). The relevance of attention for selecting news content. An eye-tracking study on attention patterns in the reception of print and online media. *Communications*, 31(3), 347–368.
- Caple, H. (2010). What you see and what you get: The evolving role of news photographs in an Australian broadsheet. *Journalism and Meaning-Making: Reading the Newspaper*, 199–220.
- Caple, H. ja Bednarek, M. (2016). Rethinking news values: What a discursive approach can tell us about the construction of news discourse and news photography. *Journalism*, 17(4), 435–455.
- Costley, C., Elliott, G. C. ja Gibbs, P. (2010). *Doing work based research: Approaches to enquiry for insider-researchers*. London: SAGE Publications Ltd.
- De Smaele, H., Geenen, E. ja De Cock, R. (2017). Visual Gatekeeping–Selection of News Photographs at a Flemish Newspaper. *Nordicom Review*, 38(2), 57–70.
- Eilders, C. (1996). *The role of news factors in media use* (No. FS III 96–104). WZB Discussion Paper.
- Ekström, M., Johansson, B. ja Larsson, L. (2006). Journalism and local politics: A study of scrutiny and accountability in Swedish journalism. *Journalism Studies*, 7(2), 292–311.
- Eetikakoodeks (2011). Kasutatud 20.05.2020, <https://www.epfl.ee/wordpress/eetikakoodeks/>
- Evans, H. (1987). *Pictures on a Page: Photo-journalism, Graphics and Picture Editing*. London, Heinemann Professional Publishing Ltd.

- Fahmy, S. (2005). Photojournalists' and photo editors' attitudes and perceptions: The visual coverage of 9/11 and the Afghan war. *Visual Communication Quarterly*, 12(3–4), 146–163.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Illionis: Northwestern University Press.
- Gorman, G. ja Clayton, P. (2005). *Qualitative research for the information professional. A practical handbook*. London: Facet Publishing.
- Hanitzsch, T., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I., Coman, M., Hamada, B., ... ja Mwesige, P. G. (2010). Modeling perceived influences on journalism: Evidence from a cross-national survey of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(1), 5–22.
- Harcup, T. ja O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism studies*, 2(2), 261–280.
- Harro-Loit, H. (2015). Journalists' views about accountability to different societal groups. *Journal of Media Ethics*, 30(1), 31–43.
- Harro-Loit, H. (2019). Feedback and Feedforward as a Dialogic Communication in the Learning Environment. In *The Essence of Academic Performance*. IntechOpen.
- Inimõiguste kohtu suurkoda vaagis kahes Saksamaa vastu esitatud kaebuses kuulsuste elu kohta artiklite ja fotode avaldamise õigustatust*. (2012). Kasutatud 18.05.2020, <https://vm.ee/et/uudised/inimõiguste-kohtu-suurkoda-vaagis-kahes-saksamaa-vastu-esitatud-kaebuses-kuulsuste-elu-kohta>
- Janghorban, R., Roudsari, R. L. ja Taghipour, A. (2014). Skype interviewing: The new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International journal of qualitative studies on health and well-being*, 9(1), 24152.
- Juurik, M. (2014). *Lojaalsusvalikute ruumiline kontseptsioon ajakirjanduse näitel*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Juurik, M. (2012) *Metoodiline vahend väärtuseelistuste arendamiseks*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Kaasik, K. (2020). *Ajakirjanike kaalutluskohad ning neid mõjutavad tegurid uudisfotode valimisel*. Seminaritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015) *Kvalitatiivne sisuanalüüs*. Kasutatud 17.05.2020, <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

- Kase, K. (2011). *Eesti veebitoimetajate ajakirjanduslikud praktikad*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Keith, S., Schwalbe, C. B. ja Silcock, B. W. (2006). Images in ethics codes in an era of violence and tragedy. *Journal of mass media ethics*, 21(4), 245–264.
- Kidder, R. M. (1995). *How good people make tough choices*. New York: Morrow.
- Koerber, A. ja McMichael, L. (2008). Qualitative sampling methods: A primer for technical communicators. *Journal of business and technical communication*, 22(4), 454–473.
- Kratzer, R. M. ja Kratzer, B. (2003). How newspapers decided to run disturbing 9/11 photos. *Newspaper Research Journal*, 24(1), 34–47.
- Kuulpak, K. (2019). *Postimehe kaalutluskohad surmavisuaalide jäädvustamisel ja avaldamisel kahe kaasuse põhjal*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Kõiv, K. (2018). *Võltsuudiste sisu- ja struktuurielemendid võrdluses traditsioonilise uudise normidega*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Lagerspetz, M. (2017). *Ühiskonna uurimise meetodid*. Tallinn: Tallinna Ülikool.
- Laherand, M.- L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: Sulesepp.
- Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömp, J. (2014). *Intervjuu*. Kasutatud 13.01.2018, <http://samm.ut.ee/intervjuu>
- London, M. (2003). *Job feedback: Giving, seeking, and using feedback for performance improvement*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family practice*, 13(6), 522–526.
- McQuail, D. (2000). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
- Murumaa-Mengel, M. (2014). *Loovuurimismeetod*. Kasutatud 13.01.2018, <http://samm.ut.ee/loovuurimismeetodid>
- Nilsson, M. (2017). A Faster Kind of Photojournalism?. *Nordicom Review*, 38(2), 41–55.
- Palmer, J. (1998). News production. A. Briggs ja P. Cobley (toim.), *The Media: An Introduction* (lk 377–391). Harlow: Pearson Education Limited.

- Reich, Z. ja Hanitzsch, T. (2013). Determinants of journalists' professional autonomy: Individual and national level factors matter more than organizational ones. *Mass Communication and Society*, 16(1), 133–156.
- Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamine*. Kasutatud 20.12.2018, <http://samm.ut.ee/valimid>
- Rössler, P., Bomhoff, J., Haschke, J. F., Kersten, J. ja Müller, R. (2011). Selection and impact of press photography. An empirical study on the basis of photo news factors. *Communications*, 36(4), 415–439.
- Saunders, B., Kitzinger, J. ja Kitzinger, C. (2015). Anonymising interview data: Challenges and compromise in practice. *Qualitative Research*, 15(5), 616–632.
- Schwalbe, C. B., Silcock, B. W. ja Candelio, E. (2015). Gatecheckers at the visual news stream: A new model for classic gatekeeping theory. *Journalism Practice*, 9(4), 465–483.
- Shoemaker, P. J. ja Reese, S. D. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century. A Media Sociology Perspective*. New York: Routledge.
- Staab, J. F. (1990). The role of news factors in news selection: A theoretical reconsideration. *European Journal of communication*, 5(4), 423–443.
- Sullivan, J. R. (2012). Skype: an appropriate method of data collection for qualitative interviews?. *The Hilltop Review*, 6(1), 10.
- Söerunurk, S. (2010). *Teaduse vahendamise ajakirjandusse*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Zillmann, D., Gibson, R. ja Sargent, S. L. (1999). Effects of photographs in news-magazine reports on issue perception. *Media Psychology*, 1(3), 207–228.
- Tammeorg, T. (2012). *Koosolekukommunikatsiooni analüüs Eesti Päevalehe näitel võrdluses Irish Timesiga*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Unluer, S. (2012). Being an insider researcher while conducting case study research. *Qualitative Report*, 17, 58.
- Voakes, P. S. (1997). Social influences on journalists' decision making in ethical situations. *Journal of mass media ethics*, 12(1), 18–35.
- Wahl-Jorgensen, K. ja Hunt, J. (2012). Journalism, accountability and the possibilities for structural critique: A case study of coverage of whistleblowing. *Journalism*, 13(4), 399–416.

Witschge, T. ja Nygren, G. (2009). Journalistic work: A profession under pressure? *Journal of Media Business Studies*, 6(1), 37–59.

LISAD

Lisa 1. Intervjuukava (ajakirjanik)

I PLOKK – sissejuhatav:

- Kui kaua olete ajakirjanikuna töötanud?
- Kirjeldage, milline on tavapäraselt uudisfotode valimise protsess?
- Kes osalevad ja kuidas uudisfotode valimisel?
 - Kuidas on fotograaf uudisfotode valimisse kaasatud?
 - Kuidas on ajakirjanik uudisfotode valimisse kaasatud?

II PLOKK – fotode valimise kriteeriumid

- Mis on teie jaoks foto funktsioon uudise juures?
 - Kui suur tähtsus on fotol uudise juures?
- Kas on mingisuguseid elemente, mis peaksid teie arvates ühel heal uudisfotol kindlasti olema? Millised?
- Kas on esinenud olukordi, kus uudisfoto valimisel olete seadnud foto esteetilised omadused teistest uudisväärtustest kõrgemale?
 - Palun meenutage mõnda sellist olukorda.
 - Kui tihti on selliseid olukordi esinenud?
- Kas on esinenud olukordi, kus olete eetilistel kaalutlustel jätnud mõne pildi avaldamata?
 - Palun meenutage mõnda sellist olukorda.
 - Kui tihti on selliseid olukordi esinenud?

III PLOKK – piltide valimist mõjutavad tegurid

- Kui palju aega te tavaliselt pühendate uudisfotode valimise protsessile?
- Kuidas toimub piltide valimine olukorras kus aega on vähe?
 - Kas on esinenud olukordi, et aja puuduse tõttu olete avaldanud mõne foto, mida te tegelikult ei oleks soovinud avaldada?
- Kuidas toimub piltide valimine olukorras, kus pilte on vähe?

- Kas on esinenud olukordi, kus fotode vähese valiku tõttu olete avaldanud mõne foto, mida te tegelikult ei oleks soovinud avaldada?
 - Palun meenutage mõnda sellist olukorda.
 - Kui tihti on selliseid olukordi esinenud?
- Kirjeldage, millistes olukordades olete kasutanud uudiste illustreerimisel teiste pildipankade pilte?
- Millistes olukordades olete uudisfotodena kasutanud lugeja saadetud pilte?
 - Kui tihti selliseid olukordi on esinenud?
 - Milliseid kriteeriume peate silmas lugeja fotode avaldamisel uudiste juures (tehniline kvaliteet, uudisväärtus, esteetika jne)?
 - Kas lugeja fotode avaldamisel lähtute teistsugustest kriteeriumidest kui fotoreporterite poolt tehtud fotode avaldamisel?
- Kuidas näeb uudisfotode valimine välja siis, kui fotoreporter laeb võttepaigast pildid otse kaamerast pildipanga keskkonda üles?
 - Kas sellisel juhul toimub toimetajapoolne fotode valimine või avaldatakse galeriis kõik pildid, mille fotograaf on kaamerast üles laadinud?

IV PLOKK – ajakirjaniku ja fotograafi koostöö

- Kas on esinenud olukordi kui fotograaf saadab fotod, mis teie hinnangul ei sobi uudise juurde?
- Kas see, millise nurga alt fotograaf sündmust jäädvustab, on tema enda otsustada või toimub see koostöös ajakirjanikuga?
- Millist sisendit annate te tavaliselt fotograafile uudise fookuse osas enne võttele minekut?

V PLOKK – tagasiside mõju piltide valimisele

- Kas ja kui tihti olete saanud avaldatud uudisfotode kohta lugejatelt või toimetusest tagasisidet?
 - Millist tagasisidet olete te näiteks saanud?
- Kuivõrd on lugejate/toimetuse poolne varasem tagasiside mõjutanud teie tuleviku otsuseid uudisfotode valimisel?

Lisa 2. Intervjuukava (fotograaf)

I PLOKK – sissejuhatav:

- **Kui kaua** olete fotograafina töötanud?
- Mis on teie jaoks foto funktsioon uudise juures?

II PLOKK

- Kuidas näeb tavaliselt välja uudisfoto tegemise protsess? Alates ülesande püstitusest kuni fotode avaldamiseni.
 - Kes otsustab, milliseid sündmuseid või inimesi on vaja pildile jäädvustada? Kas vahel tuleb initsiatiiv ka fotograafi poolt?
 - Kuidas te teete pilti siis kui aega on vähe?
- Kas on mingisuguseid elemente, mis peaksid teie arvates ühel heal uudisfotol kindlasti olema? Millised?
 - Uudisväärtused?
 - Kõhutunne ja kogemused?

III PLOKK

- Fotograafidel on sageli oma eristatav käekiri. Milline on teie hinnangul teie käekiri?
- Mida te peate fotode tegemisel silmas? Mis on teie üldised eesmärgid fotosid tehes?
- Kuivõrd oluline on uudisfoto puhul esteetika?
- Kas on esinenud olukordi, kus olete eetilistel kaalutlustel jätnud mõne pildi tegemata?
 - Millised on eetiliselt keerulised olukorrad?
- Mida te peate silmas, kui valite kõikide fotode hulgast need, mille üles laete?
 - Tehniline kvaliteet, uudisväärtused, esteetika...
- Millistes olukordades saadate fotosid otse kaamerast?
 - Mida peate fotode valimisel silmas, kui saadate fotosid otse kaamerast?

IV PLOKK

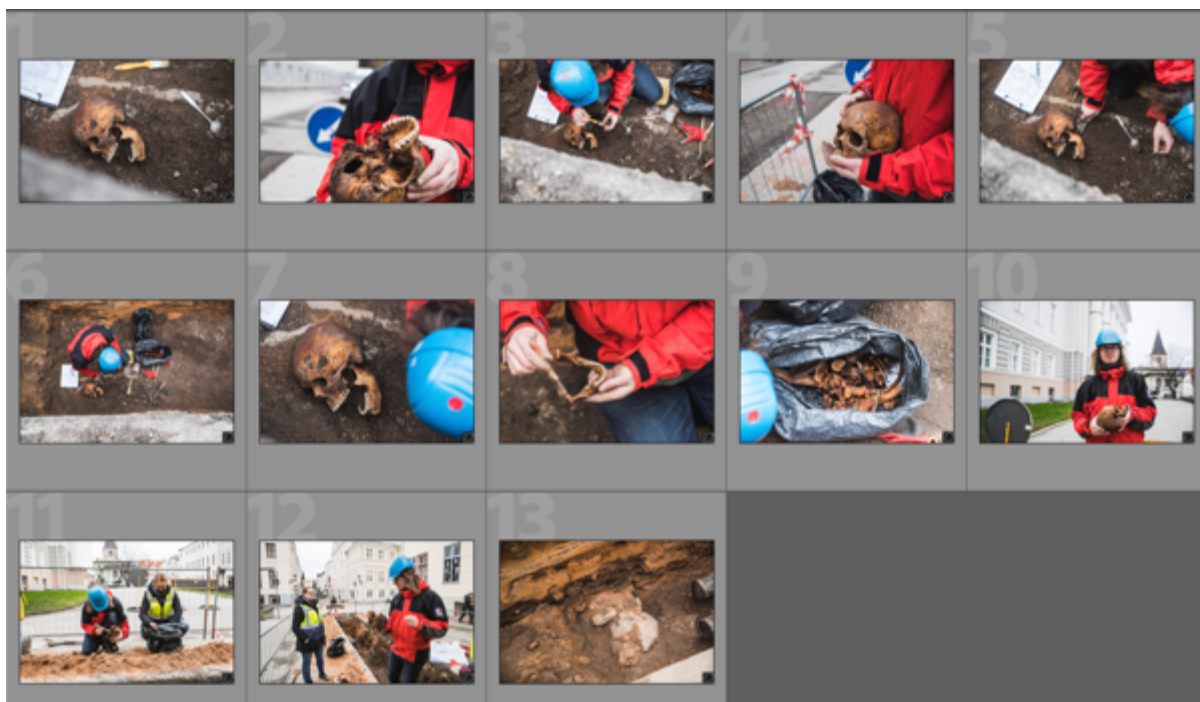
- Millist sisendit saate te tavapäraselt ajakirjanikelt enne võttele minekut?

- Kas teie hinnangul saate te piisavalt sisendit?
- Millist infot soovite te enne võttele minekut ajakirjanikult teada?
- Kas mõnikord olete pidanud minema võttele teadmata, mis on uudise fookus?
 - Kuidas sellises olukorras toimisite?

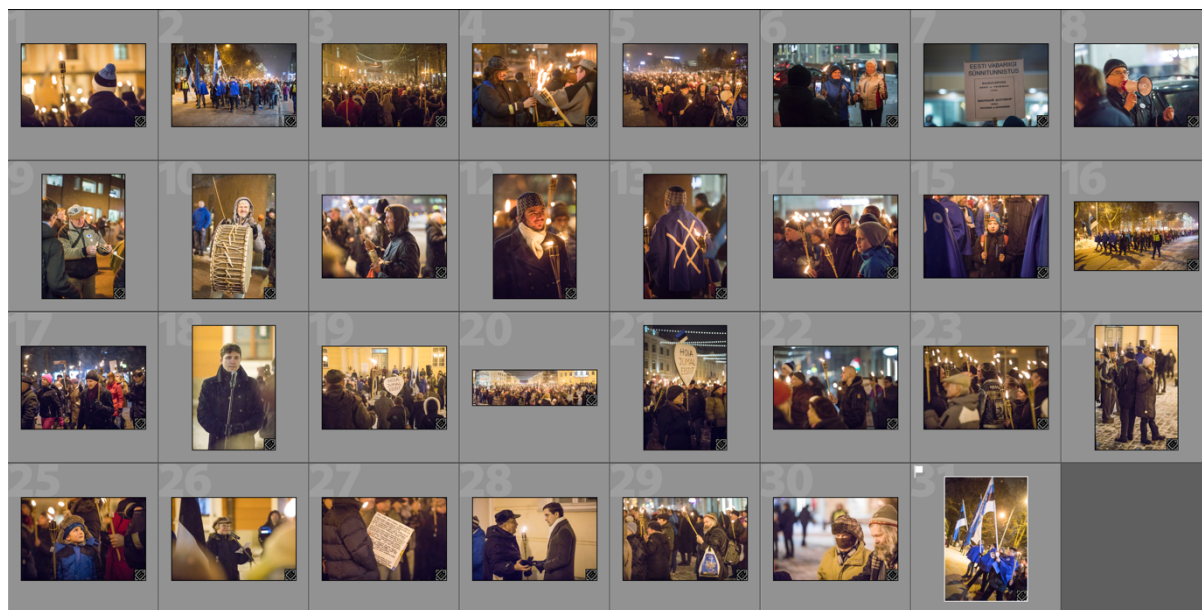
V PLOKK

- Kas ja kui tihti olete saanud fotode kohta toimetusest tagasisidet?
- Kas ja kui tihti olete saanud fotode kohta lugejatelt tagasisidet?
- Kuivõrd on tagasiside mõjutanud teie otsuseid uudisfotode tegemisel?

Lisa 3. „Tartu ülikooli peahoone kõrvalt leiti kahe mehe skeletid, kellest üks oli elusana kas sõjamees või tihe baarikakleja“



Lisa 4. „Tartus toimub Tartu rahu aastapäeva puhul tõrvikurongkäik“



Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Kiur Kaasik,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Ajakirjanike kaalutluskohad uudisfotode valimisel veebiuudiste puhul“, mille juhendaja on Halliki Harro-Loit, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Kiur Kaasik

25.05.2020