



## Allar Jõks: kes ütleb, mis on tähtis?

**Jurist Allar Jõks arutleb, kas ja kuidas ajakirjandus poliitikat mõjutab. Ajakirjandus ei tohi lasta lugejatel mugavaks muutuda ning peaks panema ühiskonna tervikuna olulistel teemadel kaasa mõtlema.**

Kuigi Eestis oskab lugeda 98 protsenti inimestest, suudab vaid 18 protsenti lugeda pealkirjast kaugemale. Sellise kolela nalja leidsin Facebooki sõbra seinalt. Miks on lugeva vähemuse jaoks vaja ajakirjandust? Pean silmas trükimeediat ja ringhäälingut, mitte klikk-komm-meediat.

Mis on üldse ajakirjandus? Õigem oleks küsida, kes ta on. Ajakirjanduse huvid on erinevad nagu ka nende kujundatud maailmad. Henrik Roonemaa on Sir Humphreyt parafraaseerides öelnud, et Postimeest loevad need, kes juhivad riiki, Eesti Päevalehte loevad need, kes juhtisid riiki siis, kui meil veel hästi läks, ja Äripäeva loevad need, kes töötavad nende alluvuses, kes omavad riiki.

Õhtulehe ja Postimehe kujutatud ja kujundatud maailmad on erinevad, kuigi see erinevus on viimastel aastatel vähenenud.

Ühiskonnas, kus opositsiooni nõrkuse tõttu ei ole normaalset opositsiooni ja koalitsiooni vaheldumist, tekib absoluutse erakondliku võimu ihalus. Riigiparaadi parteistamise ja erakondliku kontrolli suurenemisega kaasneb soov tekitada kriitikavabu tsoone. Seepärast on ajakirjandusel otsustav roll määrata, mis on avalikus debatis esiplaanil. Valides kajastatavaid teemasid ning otsustades nende käsitluse intensiivsuse üle, on ajakirjanikel võimalus avalikku debativälja nii avardada kui ka piirata.

Lihtsustamine võõrandab valijat

Usaldusuuringuid lugedes võib leida seose informeerituse ja usalduse vahel: usaldus tekib teadmisesest ja usaldamatus teadmatusesest. Kui valijad ei tea, mis ja miks toimub, siis on vähetõenäoline, et nad valimiskastide juurde lähevad. Euroopa Parlamendi ja kohaliku omavalitsuse valimised kinnitasid valimisaktiivsuse kasvu. Kas ei või seda pidada ka ajakirjanduse teeneks?

Kui poliitiline kultuur on madalseisus, väheneb ka huvi ajakirjanduse vastu korrelatsioonis inimeste huviga hääletada.

Teisisõnu on poliitiline kultuur ja ajakirjanduskultuur omavahel seotud. Kui avalikkus on poliitikas pettunud, siis ajaleht annabki lugejatele, mida nad soovivad. Seetõttu on mõistetav soov eelistada poliitika ja vaadete analüüsile isiklikke lähenemisi.

Kui poliitiline figuur muudetakse subjektist objektiks ehk kui oluliseks saab poliitiku välimus, riietus, käitumine, siis kaob oskus arutada poliitika sisu üle. Sisulise arutelu väärtust vähendab ka tava arvamusi valikuliselt tsiteerida ja pealkirjastada ning paratamatult järgnevad sellele reaktsioonid. Selliselt lülitatakse avalikust mõtteruumist välja need, kellel on, mida arvata.

Hetkest, kui ajakirjandus hakkab sõrkima lugeja soovide sabas, algab surnud ring, mis toodab juurde poliitikas pettunuid.

Ajakirjandus peaks toimima filtrina, mis ei lase lugejatel mugavaks muutuda ning paneb ühiskonna tervikuna olulistel teemadel kaasa mõtlema. Miks? Ajakirjandus tähendab kohustusi ja vastutust, mitte ainult kasumi teenimiseks lugeja madalaima huvi tasemele langemist. Vastasel juhul võiks küsida: mis ajast peab meelelahutustööstus ennast neljandaks võimuks? Ajakirjanik peab olema lugejast suurem, vastasel juhul loobub ta vabatahtlikult oma võimust. Meedia peab oma eri vormides suutma poliitilisi otsuseid ja valikuid selgitada, analüüsida ja vajaduse korral ka mõjutada – mitte piirduma ainult kirjeldamisega. Viimasega saab hakkama ka valitsuse kommunikatsioonibüroo.

Kes valib arutlusteemad?

Denis McQuail nimetab agenda (kõneaine) kujundamist protsessiks, kus eri teemadele pühendatud suhteline tähelepanu uudiste kajastamisel mõjutab teemade aktuaalsuse ja tähtsuse pingeriida avalikus arutelus.

Ajakirjanduse ja poliitiline agenda sõltuvad teineteisest. Ühest küljest suudavad poliitikud päevakajalisi uudiseid pakkuda, teisalt aga sõltuvad nad meediakajastustest ja reageerivad meedia pakutavatele teemadele.

Kui eesmärgiks on uudise kiirus ja kvantiteet, mitte allika- ja teemakriitilisus, haaratakse pikemalt mõtlemata kinni igasugusest vihjast. Niipea kui riigis on midagi mäda, tõusevad meedia agendasse Eesti riigi kestmajäämise seisukohalt «olulised» küsimused, nagu riigikogu liikmete palk, kuluhüvitised, riigilipu langetamise muusika, presidendi ja peaministri ametite ühendamine.

Kui teema on juba päevakorras, siis on raskem tulemust enda kasuks suunata. Ajakirjanikud hakkavad eriarvamusi küsima, objektiivsust ja tasakaalu taotlema ning lõpuks kujundab ajakirjanik/toimetuse oma seisukoha pigem oma arusaamise ja südametunnistuse kohaselt.

Mõju järgi poliitilisele agendale võib teemad jagada kolmeks: skandaalsed-sensatsioonilised, elulised ja eriteadmisi eeldavad küsimused.

Skandaalsed-sensatsioonilised on küsimused, mida avalikkus ei saa esile kutsuda ja mis ilmuvad meediapilti seoses dramaatiliste sündmustega. Näiteks Padaorg, õigus ja kord. Siin on meedia mõju poliitilisele agendale kõige tõenäolisem. Diskussiooni käima tõmbavaks jõuks ei ole olulisus või teadmine, vaid nn avalik õiglustunne.

Pärast traagilist õnnetust või võigast kuritegu töötab loosung «Kord majja!» või «Pätille malka!» suurepäraselt. Teema muutub kiiresti poliitiliseks, sest küsimuse lahendamisele kulub kõige vähem poliitilist ressursi ning oht vigu teha ja seega ka vastutus on väike.

Erakonna rahastamine leidis detsembris laialdast kajastamist vaid tänu kriminaalhõngulisele skandaalile. Vastasel juhul olekski ajakirjandus põhjuse ja tagajärje seose otsimise asemel jäänud heietama kontrollikomisjoni koosseisust.

Elulised on küsimused, millel on igaühele käegakatsutav mõju ja kus igaüks on oma kogemuse ulatuses ekspert. Näiteks majandus, töötus, kommunaalteenused ja tervishoid. Need teemad kerkivad esile ka sõltumata meedia initsiatiivist.

Küsimused muutuvad poliitiliseks vaid juhul, kui poliitilise ressursi kulu ja vastutuse suurus on pöördvõrdeline saadava tuluga. Näiteks ei ole ravikindlustuseta isikute õiguste kaitseks aastaid midagi tehtud, kuid ajalehe sekkumise abil taastati m-parkimise mõõtesamm üheminutiliseks. Riigikogu liikmete palga vähendamine ajakirjanduse surve õnnestus vaid põhjusel, et osale erakondadele oli see mainekujunduslikult kasulik.

Eriteadmisi eeldavad teemad, nagu kaitse- ja välispoliitika, keskkond ja õiguspoliitika, ei ole dramaatilised ega kerki iseenesest esile. Kuivõrd enamasti puudub tugev avalik surve neid poliitilisse päevakorda võtta, ei ole meedia mõju tuntav. Nii näiteks räägitakse Eesti kaitseväelaste missioonidelt tagasi kutsumisest tavaliselt pärast traagilisi sündmusi.

Neli aastat tagasi nõustus riigikogu õiguskantsleriga, et riigikogu liikmete kuulumine riigi äriühingutesse praegusel kujul on põhiseadusega vastuolus. Kuivõrd vaidluse sisu jääb lugejale kaugeks, ei ole tekkinud ka avalikku survet muutusteks. Keskmise lugeja jaoks taandub see ainult küsimuseks, kui palju riigikogu liikmed nõukogudes teenivad. Poliitilisse päevakorda võib teema tõusta vaid siis, kui juhtub midagi skandaalset ehk selguvad seosed riigi äriühingute poliitilise juhtimise ja erakondade varjatud rahastamise vahel.

Miks ei muutunud allikakaitse seaduse muudatused üldrahalikuks arutlusobjektiks ja seetõttu jäi meedia mõju seaduseelnõu menetlemisele oodatust kesisemaks? Esiteks jäi lugejale arusaamatuks, miks elnõu ohtlik on, ja teiseks oli lugejal raske unustada ajakirjanduseetika eiramise ja kontrollimata info kasutamisega tekitatud ülekohtu.

Seega tekitab meedia tähelepanu teatud küsimusele poliitilises parteis huvi vaid juhul, kui nad soovivad seda küsimust politiseerida. Teatud teema ülepolitiseerimine võib samas vähendada avalikkuse huvi ja suutlikkust kaasa elada. Seda juhul, kui on ilmselge, et soovitakse kõrvaldada poliitilist konkurenti. Hea näide on jälle idarahaskandaal, kus ühe erakonna soov kapo raportiga ära teha suretas sisulise arutelu.

Mis juhtub, kui meedia agendat hakkavad kujundama jõuametkonnad? Tagajärjeks on meediatapp ja kohtumõistmine ajal, kui isiku süü ei ole selge. Hilisem õigusemõistmine ei huvita enam kedagi.

Prokuratuuri meediataktikat iseloomustab kõige paremini ühe prokuröri vastus küsimusele, miks meediat oma huvides ära kasutatakse: «Kehtiv kriminaalmenetlusseadustik ja praktika on muutnud prokuratuuri jaoks äärmiselt raskeks isiku süü tõendamise üldmenetluses.»

Alati kui eeluurimise materjalid on lekkinud, taunivad prokuratuur ja advokaat sellist leket. Tulemusteta. Seni kuni ajakirjandus on leketest eluliselt huvitatud, jätkub ka lekitajaid.

Kas ajakirjandus on surnud?

Uue meedia areng on uurivale ajakirjandusele osutunud pääseteeks. Nüüd, kui blogid, säutsud ja Facebook on saanud osaks meediast, ei suuda ajalehed uudiste esitamise kiiruses enam võistelda. Ja lugeja võitmiseks tuleb rahuldada tema vajadus sügavate lugude järele.

Ajakirjanduse mainet parandas ka Venemaalt raha küsimise suhtes võetud ühene positsioon. Poliitikud üritasid veenda avalikkust, et Venemaalt erakonnale varjatult raha küsida on suurem patt kui mujalt. Meedia võttis siin selge hoiaku: igasugune varjatud rahavõtmine on lubamatu.

Ajakirjanduse silmatorkavamateks saavutusteks viimastel aastatel võib pidada riigikogu liikmete palga vähendamist ja ministrite tagasiastumist. Milline oli aga palga vähendamise mõju Eesti ühiskonnale? Kas saame nüüd Toompeale paremaid otsustajaid?

Ministrite tagandamisega seoses nõustun nendega, kelle arvates ajakirjanduse rünnakud naispoliitikute vastu on õelamad kui meespoliitikute suhtes. Liia Hänni on isegi õelnud, et naispoliitik on Eestis saakloom, keda jahivad kiskjad. Sellist väidet kinnitavad lood, kus naisministri tegevusmotiive selgitatakse läbi tema muusa. Ei meenu, et meespoliitikute tegevust analüüsitaks läbi nende isiklike suhete prisma. Erandiks on vaid ühe poliitiku paarikümne aasta taguse käitumise seletamine ämma mõjuga.

---

**Date:** 07.02.2011  
**Media type:** Online  
**Media:** Postimees Online  
**Allika lisa:** Postimees Online  
**Media publishing:** Muu  
**Auditoorium:** 160000  
**Link:** <http://www.postimees.ee/?id=384236>