

Euroopa meedia murdunud ärimudel

Article by Maryia Sadouskaya-Komlach

November 21, 2019

Turunihked, tehnoloogia areng, geopoliitika, demokraatia normide erosioon – ajakirjandus on sattunud keerulisele pinnasele. Maryia Sadouskaya-Komlach analüüsib täna Euroopas meediamaaastikku kujundavaid jõude, mis tihtipeale sunnivad ajakirjanikke pinnal püsimiseks kvaliteedis ja tasakaalukuses üha enam ohverdusi tooma. Möödab on punkt, kus piisanuks kiiretest lahendustest. Sellest rägastikust välja murdmiseks on Euroopa ühiskondadel vaja taasavastada ja kaitsta õigust juurdepääsuks kvaliteetsele informatsioonile.

Polariseerumine, valeinfo ja usaldusväärse kadu meedias on sama vanad, kui ajakirjandus ise. Ajakirjanikke on pikka aega kujutletud sensatsioonide müügist kasu teenivate, vastutustundetute sulemeestena.

Joseph Pulitzeril – mehel, kelle nime seostatakse täna ajakirjanduse prestiižsena auhinnaga, kulus 10 aastat, et veenda Columbia Ülikooli aastal 1912 avama oma Ajakirjanduse Kool. Ülikool keeldus korduvalt tema 2-miljoni dollarilisest annetusest, kartes vääritud ametiga kaasnevat mainekahju. Oma üleskutses seista professionaalse ajakirjanduse vajalikkuse eest, kirjutas Pulitzer aastal 1904 järgnevat: „Meie Vabariik ja selle ajakirjandus tõusevad või langevad vaid koos. Ainult teotahteline, erapooletu ja avalikkusele suunatud ajakirjandus – piisavalt intelligentne, tundmaks ära õige ja piisavalt julge, et seda välja öelda – suudab esindada avaliku heaolu huvisid. Ilma selleta oleks valitsuse töö pilkav teesklemine. Künniline, äraostetav, demagoogiline ajakirjandus muudab rahva lõpuks sama nurjatuks, nagu see ise on. Vabariigi tulevikku vormiv jõud on tulevaste põlvete ajakirjanike kätes.“ Pulitzeri pakkumine võeti vastu alles pärast tema surma.

Umbusku täis tekkelugu

Ajakirjanikud ja uudistetoimetused nägid 20. sajandil enda maine tõstmiseks palju vaeva. Meedia sektor lõi põhjalikke käitumiskoodekseid, institutsioone ja eetikanõukogusid. Sellegipoolest süüdistatakse 21. sajandi teise aastakümne lõpuks sektorit „libauudiste“ ettesöötmisses „polariseerunud kõlakodadele“. Tundub, justkui ajalugu hakkaks korduma.

Uudiste globaliseerumine mängib selles loos suurt rolli. Meediaväljaannete mõjusfäär ulatub täna kaugemale enda riigi või regiooni poliitikast. Nende mõju võib ulatuda üle maailma. Uudislood, mis muidu poleks paljudeni jõudnud, pommitavad inimesi nüüd lõppematult. Kaastunde asemel tekitab selline infotulv inimestes üha süvenevat ükskõiksust, hirmu ja vastandumist. Sotsiaalmeedia võimaldab lihtsamini tarbida juba väljakujunenud seisukohtadele vastavaid uudiseid. Algoritmid toimetavad inimesteni kas vaikumisi meele järgi olevat või siis vihatekitavat infot. Kolmandad osapooled, sealhulgas valitsused, on täna võimelised traditsioonilistest meediakanalistest mööda hiilides otseselt mõjutama nii enda riigi, kui ka välismaised valijaid. [Prantsusmaa valitsuse 2018 tellitud uurimus](#) võimaliku Vene allika korraldatud Twitteri kampaania kohta toetada „kollaste vestide“ liikumist, on vaid üks näide paljude hulgas.

*Küüniline, äraostetav, demagoogiline ajakirjandus muudab
rahva lõpuks sama nurjatuks, nagu ta ise on.*

Ka teistsugused muutused ähvardavad ajakirjanduslikke standardeid tagasi 19. sajandi tasemele tirida. Reklaamide tulukuse langus ja alternatiivsete allikate leidmise keerulisus sunnivad juhtkondi tegema tihtipeale teenuse kvaliteedis mööndusi. 2000-ndate algusest süvenema hakanud meediakriisi esimeste ohvrite seas olidki põhjalikku faktikontrolli ja allikate analüüsi tähtsustav välisajakirjandus ja uuriv ajakirjandus. Viimase 20 aasta jooksul on need üha enam asendunud pigem „keegi ütles“ stiilis tele- ja videoformaatidega, kus teadlaste ja ekspertide sõnavõtte esitatakse vaheldumisi kuulsuste arvamustega. „Traditsiooniliste uudiste vaatajaskond hõlmab paljusid madala poliitilise huviga inimesi, kuid uudistekanalid tõmbavad ligi just poliitikast kõige huvitatuid osapooli. Selle reaalsusega kohaneda püüdes on suurimate reitingutega uudistekanalid muutunud teravalt kallutatuks,“ märkis Princeton-i ülikooli teadur Markus Prior aastal 2007. Nii uudistekanalites kui hiljem ka internetis, on vaatajaskond tõmmatud eemale mõõdukatest ja tasakaalukatest reportaažidest poliitilisi erimeelsusi võimendavate suunal.

Uudistetoimetused on tööstuses ilmnunud probleemidele korduvalt tehnoloogilisi lahendusi leida püüdnud. Nii üritati näiteks iPad ajakirjanduse või ka kiiresti iganenud flip kaamerate massilise kasutuselevõttuga hoida kulud kontrolli all ja vältida investeerimist valdkonda, mis seda tegelikult vajas – ajakirjanduse kvaliteeti. Seni, kuni sellised lahendused läbi kukuvad, jätkab tööstus otsingut järjekordse võlukepikese järele. Näiteks võib tuua Rupert Murdoch-i lühikeseks jäänud *The Daily* või uudistetoimetuste investeringuid „koondreporteritesse,“ kellelt loodeti vilumust kõikvõimalikes erinevates meediumites, vaatamata tõsiasjale, et erinevad infosisu tootmise vormid nõuavad unikaalseid, spetsialiseerunud oskuseid.

Limiteeritud meediaomand, sagedane erapoolikus

Läbipaistmatus ja meediaomandi kontsentreerumine on tõsisteks probleemideks enamustes Euroopa riikides. Meediaomand kipub Euroopas olema läbipaistmatu või poliitiliselt mõjutatav. 2018 märtsis andis kogu Euroopa inimõigusi ja demokraatiat kaitsev rahvusvaheline organ Euroopa Nõukogu välja uued soovitused, mis „julgestavad“ oma 47 liikmesriiki täitma meediapluralismi ja sisu mitmekülgset puudutavaid kohustusi ning tagama, et juurdepääs informatsioonile meedia omandilise kuuluvuse kohta oleks õiguslikult kaitstud.

Reaalsuses aga ei avalikusta sugugi mitte kõik Euroopa Nõukogu liikmed seda informatsiooni ja ka kättesaadavad andmed ei maali ilusat pilti. Euroopa Nõukogu rahastatud Meediapluralismi Monitori andmetel kuulub kahes kolmandikus Euroopa riikidest 80 protsenti meediast vähem, kui neljale omanikule. Tulemused hõlmavad nii liikmesriike, kui ka liikmekandidaate, kuid mitte kõiki Euroopa Nõukogu liikmeid. Need näitajad peavad eriti hästi paika televisiooni valdkonnas. Andmed kättesaadavaks teinud seitsmeteistkümnest Euroopa riigist viieteistkümnes kuulub 80 protsenti televisiooniturust vähem, kui neljale omanikule. Trükiste valdkonnas on sama suhtarv 57 protsenti.

Ungaris, Itaalias, Poolas ja Hispaanias on poliitiline sekkumine meediaomandisse ja meediapluralismi tavaline nähtus. Nii Hispaanias kui Ungaris on valitsusmeelsete omanikega meediakanalitel suurem tõenäosus saada riigiga koostööd tegevate või riigiettevõtetele reklaamitulu. Ungaris sai hiljuti loodud Kesk Euroopa Pressi ja Meedia Fond, mida juhib peaminister Viktor Orbáni lähedane liitlane Gabor Liszkay, koos erakonna Fidesz liikmetega, „annetuseks“ 480 meediakanalit – nende seas nii ajalehti, ajakirju, kui raadio- ja veebiväljaandeid. Ungari peaminister andis välja määruse, mis kaitseb konglomeraati riikliku konkurentsi seaduse eest alusel, et meediagrupp toimib „avalikkuse huvides.“ Hispaanias on 2009. aastal aset leidnud regulatsioonide kaotamise tulemusel tekkinud teleringhäälingu duopol ning koos üheksa erakanali sulgemisega aastal 2014 on need kaasa

toonud meedia ja selle tarbijate süvenenud polariseerumise.

Oleks seega naiivne eeldada, et Euroopa olukorra võiks lahendada avalikõigusliku ringhäälingu tugevdamine ja selle toimimispõhimõtete jälgimine internetis. Mõne üksiku Lääne Euroopa riigi erandiga, nagu Ühendkuningriik, ei vasta riigimeedia üldiselt tasakaalukuse, erapooletuse ja mitmekülgsuse standarditele. Pelgalt viimase aastakümne jooksul on toimetuslikku sõltumatust säilitada püüdnud avaliku meedia kanalid kas pandud kinni, saanud ähvardusi või kaotanud suure osa riiklikust rahastusest. Selle tulemusel on Euroopa kodanikud vähem informeeritud ja nende otsustusvõime on piiratud.

Kvaliteetinformatsioon vähestele

Tihti peetakse edulugudeks meediakanaleid, mis on otsustanud toimida teisiti, pakkudes sisu veebis tasuta ja reklaamivabalt. Et rahastada kvaliteetset ajakirjandust, kogutakse tulu kas läbi maksumüüri nagu seda teevad *New York Times*, *Süddeutsche Zeitung* või *Helsingin Sanomat*, kaasomandimudelite nagu *De Correspondent* Hollandis, või tellimuspõhiste mudelite nagu *Mediapart* Prantsusmaal. Mõned teenused, nagu näiteks Hollandi *Blendle*, koguvad kõiksugustest allikatest pärinevate artiklite vaatamise eest mikrotasusid. *The Guardian*-i näitel pakuvad mõned kanalid aga kogu sisu tasuta, paludes lugejatel hoopis annetusi.

Aganendele edulugudele vaatamata ei lahenda meedia ise informatsioonile juurdepääsu küsimust. Selliste väljaannete sõltuvus rahaliselt panustavast onlain lugejaskonnast muudab nad paratamatult elitaarseks. Selliste teenuspakkujate väljaanded jõuavad väga pisikese osani pigem heal järjel lugejatest, kes niikuinii juba seostavad ennast mingi põhisõnumiga. Pealegi sulgevad inimesed end ühe või kahe tellimusega sidudes seda enam infomullidesse, muutudes teistsuguste arvamuste suhtes kas ükskõikseks või lugupidamatuks. Erinevalt 19. või ka 20. sajandist ei ole turud selles äris enam riiklikud. Kvaliteetväljaannete kättesaadavuse langedes astuvad mängu kolmandate osapoolte rahastatud massimeedia kanalid ja täidavad infolünga eksitava sisuga.

*Kvaliteetväljaannete kättesaadavuse langedes astuvad
mängu kolmandate osapoolte rahastatud massimeedia
kanalid ja täidavad infolünga eksitava sisuga.*

Kes on Euroopa turul peamised vaba juurdepääsuga informatsiooni pakkujad? Kui avalik-õiguslikud ringhäälingud kõrvale jätta, on meedia tarbijad, kes endale tasuta sisu lubada ei saa või valivad seda mitte teha, kolme tüüpi tegijate meelevaldas. Nendeks on a) tihti peale poliitiliste või erahuvidega poliit- ja äristruktuuride poolt hästirahastatud meediagigandid; b) üha süvenenumalt polariseerunud ja reklaamiklakkide käibest sõltuvad meediaväljaanded, mis reeglina on kaldu ebausaldusväärse, sensatsioonilise või pealiskaudse sisu suunas; c) aktivistlikud meediaväljaanded, mis toetuvad kindlate agendade, nagu kliimaküsimused, sooõigused aga üha enam ka NATO, USA ja Euroopa Liit, kajastamiseks poliitilistele, riiklikele või äriettevõtete vahenditele.

Samal ajal, kui väiksemad iseseisvad ja usaldusväärsed meediaväljaanded ellujäämise eest võitlevad, ei ole riikliku või korporatsioonide rahastusega väljaannetel mingit põhjust oma sisu hiiglasliku kuulajaskonna eest piirata. Nendel on vabadus oma alternatiivseid tõdesid agressiivselt kuulutada. Reklaamituludest sõltumatutena on sellistel meediaväljaannetel võimalus luua telesaateid, artikleid ja tooteid, mis *tunduvad* usutavatena. Edusammud tehisintellekti arengus võimaldavad isegi „süvavõltsingute“ (*deep fakes*) kasutamist – digitaalselt muudetud materjalid, mis panevad usutavalt tundud inimestele mitteamalgupäraseid sõnu suhu või suudavad simuleerida koguni sõjalisi sissetunge. Täna on meie pilgud selles teemas pööratud – muuseas ka Ukraina pingete tõttu – RT (endine *Russia Today*) poole. Homme võib-olla aga Hiina *CCTV* või miks mitte mõne korporatsiooni meediaprojekti poole, mis näiteks mõne kliimamuutuseid puudutava õigusakti vastuvõtmist nii tõkestada püüab.

Arenenud Euroopa demokraatiate reaktsioonid valeinformatsiooniga kaubitsejate suhtes ei ole seni olnud põhjalikku arutelu või iseseisvat ajakirjandust soosivad. Reageerides avalikule survele võltsuudiste küsimuses midagi „ette võtma,“ on riigid meelestatud kasutama juba liigagi tuntud tööriista – strateegilist kommunikatsiooni, käsitledes teemat peamiselt „infosõdade“ retoorikat kasutades. Meediaväljaanded ja blogijad on „informatsioonisõdade“ retoorika omaks võtnud ja panustavad oma tegevuse eest toetusi lootes erinevatele „narratiividele“ ja „vastunarratiividele.“ Meediaprofessionaale õpetatakse läbi „mõjutamise“ (*influencing*) „sõnumeid edastama,“ selleks avalike suhete agentuure palgates. See on juba täna reaalsus nii Balti riikides, kui mujal. Meediakanalid, kes selliseid trende heaks ei kiida, on igapäevaselt otsuste ees, kas ette võtta järgmine uurimus või maksta selle asemel kontori üür ära.

*Ei ole kokkusattumus, et ÜRO Kestliku Arengu Eesmärkidel
on juurdepääs oma valdkonna indikaatoritele.*

5. detsembril 2018 avaldatud Euroopa Komisjoni valeinformatsiooni vastast tegevusplaani on paljud Euroopa poliitikud kritiseerinud selle poolest, et see ei omista piisavat tähelepanu tugeva meediasektori tähtsusele avaliku informatsiooni küsimuses. Selle asemel eelistab dokument lahendusena erinevaid tehnoloogilisi, hariduslikke ja õiguslikke tegevusi.

„Narratiivide sõjas“ jääb informeeritud kodanikkonnale vähe ruumi, kusjuures osalemine on veel ohtlikum, kui tegevusetus. Selle trendi muutmiseks on vajalik esmalt aduda, et ajakirjandus ja juurdepääs informatsioonile on ohus. Ei ole kokkusattumus, et ÜRO Kestliku Arengu Eesmärkidel on juurdepääs oma valdkonna indikaatoritele. Võimalus selliseid õiguseid kasutada on eelduseks demokraatliku õitsengu jätkumiseks Euroopas.

Meedia kui avalik teenus ja avalik hüve

Olukord saab paraneda vaid läbi kriitiliselt meelestatud, erapooletute ja jätkusuutlike meediakanalite moraalse ja rahalise toetamise. Vastasel juhul mängime tõenäosusega saada ühe populaarse Twitter'i meemi kangelasteks, milles üks noor protestija kannab loosungit: „Kõigepealt tulid nad ajakirjanike kallale, mis pärast seda juhtus, me ei tea.“

Praeguse seisukorra parandamine tähendab koostööd riikide, rahvusvaheliste institutsioonide, meedia ja turunduskogukondade ning kodanike vahel. Koos Euroopa Liidu ja Euroopa Nõukoguga on meil vajalik tunnustada ja toetada nende vabakutseliste ajakirjanike ja uudistetoimetuste tööd, kes juhivad professionaalsetest meedia standarditest ja formaatidest, vaatamata ahvatlusele laskuda klikinduse või „keegi ütles“ ajakirjanduse tasemele. Tunnustama peaks avalikult erialaste grantide ja konkursside näol, mitte läbi ettevaatlikult koostatud avalike avalduste Vaba Ajakirjanduse Päeval, või juhtudel, kui mõni uuriv ajakirjanik töökohustuse täitmisel surma saab. Lisaks, kui eesmärgiks on võimaldada avalikkusele korralikku juurdepääsu informatsioonile ja panna valitsusi oma tegude eest vastutama, ei tohiks uudistetoimetustesse suhtuda kui puht-kommertslikesse, vaba ja piiranguteta turu põhimõtetel toimivatesse ettevõtetesse. Eetilise, faktipõhise ja kriitilise ajakirjanduse toetamine grantide, riigitoetuste ja maksuerisuste abil on ülioluline. Poliitikud kurdavad tihti meedia kallutatuse üle, aga et nad ise võivad suurenenud polariseerumisest kõige enam, on halvasti varjatud saladus. Riskid on suured ja on aeg aduda, et ajakirjandusliku vabaduse piiramine viib meid ohtlikule teele.



Maryia Sadouskaya-Komlach is a media analyst and a journalist with more than 15 years of professional experience. She currently works as Senior Programme Coordinator at Free Press Unlimited in the Netherlands. She has worked in Belarus, Poland, Belgium and France and advised the European Endowment for Democracy on its 2015 Feasibility Study on Russian-language Media Initiatives. She holds a Master's degree in Political Journalism from Columbia University.

Published November 21, 2019

Article in Estonian

Translation available in English, Hungarian, Polish

Published in the *Green European Journal*

Downloaded from <https://www.greeneuropeanjournal.eu/euroopa-meedia-murdunud-arimudel/>

The Green European Journal offers analysis on current affairs, political ecology and the struggle for an alternative Europe. In print and online, the journal works to create an inclusive, multilingual and independent media space. Sign up to the newsletter to receive our monthly Editor's Picks.